

## MANUAL DE REFERENCIA PARA EL ARTISTA *DE INTERNET*\*\*\*

Lourdes Cilleruelo

1) Asegúrate de estar realizando arte *de Internet*. El «arte *en la red*» designa aquél concebido por otro medio; la Red actúa únicamente como medio de difusión y/o exhibición. El «arte *de red*» cambio, utiliza la red en sí misma y/o su contenido -a cualquier nivel bien sea técnico, cultural o social- sobre la base de una obra de arte. El arte *de Internet* señala aquel *net.art* que hace uso específico de la red Internet.

2) A continuación, sigue estos 4 pasos:

### 1. ¡Conéctate! (sobre conectividad)

“El Imperativo Telemático. Cuando no hay más límites geográficos, la agresión territorial es tan irrelevante como la política polarizada. El único imperativo es estar conectado. Hoy en día incluso el self -el yo- es permeable.” -Roy Ascott-

Lo que importa es “estar conectado”. Por vez primera, Internet te ofrece un modelo de comunidad basado en intereses comunes, cuyo desarrollo no responde a la proximidad o lejanía en el espacio físico de sus componentes, sino a tu conectividad.

1) Prima la conexión *sobre* el contenido. Haz que el hecho artístico recaiga en la propia comunicación, es decir, crea un proceso de interacciones de grupo, de construcción y evolución de enlaces entre comunidades cultural y profesionalmente diversas.

2) Pierde el monopolio de creador. Permite en tu obra la interacción simultánea de diferentes usuarios localizados en distintos puntos del globo terrestre.

3) Presenta una obra abierta e inacabada. Entiende el arte como un proceso dinámico y emergente, fruto de la interacción compleja de sus miembros.

#### Construye comunidades artísticas virtuales

1) Reivindica la importancia de estar interconectado, de extenderte por la red. Crea comunidades virtuales formadas por diferentes nodos de la red conectadas por la figura del enlace o *link*. Visita “*Refresh*” de Alexei Shulgin.

2) Construye servidores de arte que se erijan en torno a la figura del dominio como elemento de conexión. Trabaja bajo una identidad común centrada en este elemento y destaca su carácter cerrado y elitista. Inspírate en *irational.org*.

3) Si quieres embarcarte en una nueva categoría de arte, construye plataformas artísticas en torno al correo electrónico. La red, el nodo, se convierte en tu propio objeto: el potencial creativo de Internet no reside en “colgar” las obras en línea, sino en crear espacios de comunicación globales. Cinco serán tus tareas más destacadas:

a) Genera debate y discurso crítico en torno a los nuevos media. Aunque las aportaciones de los miembros pueden ser de carácter libre o restrictivo, no olvides que esta última agrade al espíritu democrático de comunicación en Internet. Decidas lo que decidas, recuerda que hablar de listas automoderadas es una utopía. En *Rhizome* conviven ambos ejemplos: *Rhizome Raw* y *Rhizome*

*Digest.*

- b) Si quieres que sea considerada net.art en sí misma, genera un marco de actuación adecuado para artistas como Antiorp, Merz o Jodi. Si tienes dudas, dirígete a 7-11.
  - c) Ofrece apoyo técnico a artistas procedentes de otros medios sin previos y espacio electrónico gratuito. Indaga en *äda'web*, *The Thing*, *Aleph*, *Telepolis*...
  - d) Crea exposiciones en línea.
  - e) Difunde material promocional de interés para la comunidad.
- 4) Crea lugares o mundos virtuales en torno al avatar como elemento conectivo. Puedes elegir entre diversas tecnologías: MUD y todas sus variantes (MOO, MUSE...), entornos 3D basados en el lenguaje VRML, salas de conversaciones o IRC, los más recientes *web chat*, *3D chat*. Ten en mente proyectos como "*Worlds Within*" y "*Body © INCorporated*".

#### **Consecuencias de habitar en el mundo físico y el virtual**

- 1) Aborda el estudio de la dualidad espacio urbano y espacio digital y basa tu interés en la exploración de sus distintas estructuras arquitectónicas. Date una vuelta por el *website* del grupo Knowbotic Research.
- 2) Resígnate a la pérdida de los marcadores entre el espacio privado y público e instala cámaras conectadas a la web o *webcam*. Visita "*The Multicultural Recycler*".
- 3) Reconcilia tu cuerpo físico y virtual. No sientas repulsa hacia tu cuerpo obsoleto, sino apuesta por su rediseño y reconstrucción: siente el deseo de convertirte en ciborg. Acto seguido, construye tu identidad y género en el ciberespacio. Sigue estas estrategias para su reconstrucción.
  - a) Construye identidades múltiples y paralelas como prolongación de tu cuerpo físico. Por ejemplo, cambia constantemente tu nombre como recurso artístico (ponte en contacto con Mez). O, si lo prefieres, colectiviza tu identidad. Para ello, inspírate en el colectivo activista Luther Blisset.
  - b) Construye identidades fraudulentas o ficticias que se alejen de la tuya. Tu finalidad es subvertir y poner en entredicho la noción tradicional de identidad. Dos ejemplos:
    - i) Suplanta identidades reales individuales o corporativas: Visita "*Identity Swap Database observation*"; o crea proyectos que, además de apropiarse de nombres corporacionales, suplanten su función, como "*Tesco*" o "*Sainsbury*".
    - ii) Construye personajes ficticios que encarnen mitos o fantasmas virtuales, poniéndote como meta el fraude y el engaño. Sigue los consejos de Mouchette y de Keiko Suzuki.
- c) «*El cyborg es una criatura en un mundo postgenérico*». Cuestionate el lugar que ocupa el cuerpo en el ciberespacio y en qué medida influye la tecnología en la definición de tu sexualidad. Visita "*Female Extension*".

### **3. Conviértete en ciborg (sobre la interfaz)**

“¿Soy un hombre, soy una máquina?... Forman conmigo un circuito integrado (es el principio de la interfaz).” -Jean Baudrillard-

Centrándonos en los sistemas informáticos, la interfaz se presenta como el mediador entre el hombre y la máquina. En Internet, la comunicación hombre-máquina se desarrolla a través de una interfaz que puede ser desde un ratón, teclado, *joystick*, hasta nuestro propio cuerpo.

1) Súmate a la carrera *user-friendly* y utiliza interfaces gráficas que sean “amables con el usuario”. Considera la pantalla del ordenador como una especie de palacio de la memoria y sustituye las palabras por imágenes para representar el *input* y el *output* de los programas. Si logras dominar los *browsers* u *ojeadores*, conquistarás Internet.

2) Déjate fascinar por la interfaz y ofrece alternativas a los navegadores tradicionales, nuevas formas de experimentar la *web*: “*Olvídate de la jerga de la red, de palabras como inmersión e interactividad. No te interesa, no nos interesa. No se trata de comunidad, ni de espacio, ni de la identidad. No se trata ni de realaudio, ni de shockwave. Si acaso, este disperso grupo de net.artistas nos centramos en el interfaz.*” - Alex Galloway-

a) Embárcate en el arte *de browser*. Desarrolla nuevos *browsers* experimentales. Piensa en un visualizador pro-código y anti-imagen que deconstruya la red. Rompe con los parámetros establecidos y crea una reinterpretación personal del código HTML. Sigue el modelo propuesto por el grupo IOD y su “*Web Stalker*”.

b) Si sientes la necesidad de dominar la máquina, decídate por una estética *hacker*.

i) Muestra tu preferencia por el código fuente y la baja tecnología: adopta una actitud anti-imagen y pro-código y protagoniza distintos actos de sabotaje en torno al navegador -un arte de ruptura o de *breakdown*- al modo de Jodi.

ii) Utiliza datos corruptos enfocados al engaño y al sabotaje: dirígete a Heath Bunting, *hacker* y activista por antonomasia de la Red. U opera mediante el correo electrónico en listas de distribución con bombardeos de líneas de código. Pide consejo a el/a ASCII terrorista Antiorp.

c) Céntrate en el metadiseño y en el metacódigo. Usa una estética ecléctica apropiacionista y de reciclaje de objetos en la línea de Rauchenberg y escoge estilos de la cultura popular como la papelería de Macintosh. Date una vuelta por Superbad.

3) Si las interfaces gráficas no te convencen, conviértete en un artista de élite y utiliza interfaces intuitivas de fuerte componente tecnológico. Construye entornos “*que dispensen completamente del teclado, del ratón y de la pantalla, donde la comunicación con el programa tome lugar directamente vía táctil, gestual y hablada: intuitivamente.*” -Siegfried Zielinsky-. Déjate asesorar por Christa Sommerer y Laurent Mignonneau o por Knowbotic Research.

### **3. Decídate: ¿navegar o interactuar? (sobre interactividad)**

“Una tecnología es interactiva en la medida en que refleja las consecuencias de nuestras acciones o decisiones. Por consiguiente una tecnología interactiva es un medio a través del cual nos comunicamos con nosotros mismos... un espejo. El medio no sólo refleja, sino que refracta lo que es dado; lo que es devuelto somos nosotros mismos, transformados y procesados.” -David Rokeby-

Apoyándote en dos líneas de conducta básicas ofrecidas al espectador actuante:

- 1) Utiliza el concepto de «navegación» para referirte a conductas implantadas -las narrativas que emergen de su estructura son torpes y condicionadas-;
- 2) e «interacción» para aquellos comportamientos fruto de la interacción de sus componentes, propio de los procesos emergentes.

**Si te decantas por los soportes o entornos navegables:**

- 1) Entiende la interactividad como sinónimo de navegación. Siguiendo la máxima *«I link, therefore I am»*, especifica diferentes caminos para el usuario. Estas estructuras navegables, propias del WWW, son dadas por el hipertexto.
- 2) Elige bien el tipo de enlaces puesto que éstos aportarán significación en la obra artística:
  - a) Si tu intención es tan sólo ofrecer al usuario diferentes lecturas, utiliza «enlaces internos». Consulta el *website* *“My boyfriend come back from the war”*.
  - b) Si tienes como objetivo la formación de una red multinodal o quieres reivindicar la fuerza del dominio utiliza «enlaces externos». Piensa en *“Refresh”* de Shulgin o en *“Own, be owned, or remain invisible”* de Bunting.
  - c) Si tu objetivo es obtener los resultados más interesantes, combina enlaces internos y externos. Como referencia, visita el *website* de *“Agatha Appears”*.
- 3) Elige el grado de navegabilidad que ofrecerás al usuario. Ten en cuenta que a mayor similitud con los modelos tradicionales, aumenta el grado de navegabilidad. Los atributos ligados a la navegación tradicional se fundamentan en el acto del *“click”* y en hiperenlaces azul *cyan* subrayados y demarcados claramente del fondo. Cuentas con 4 categorías:
  - a) Niega la navegación o consigue que ésta resulte confusa y, a veces, frustrante. Integra números e imágenes intermitentes, que escondan los distintos enlaces. Si tienes dudas, consulta a Jodi.
  - b) Inventa nuevos modelos de navegación experimentales. Por ejemplo, sustituye el modo de navegación tradicional del *“click”* por uno teclado. Inspecciona *“gps.art”*.
  - c) Utiliza un modelo de navegación tradicional, en la que surjan narrativas emergentes a través de los hiperenlaces. Explora *“My boyfriend come back from the war”*.
  - d) Opta por una navegación dirigida y controlada. No abandones la navegación a la voluntad del lector, incluye diferentes ingredientes que condicionen su elección:
    - i) Bien mediante la formulación de preguntas, encaminadas a dictaminar la personalidad del usuario-espectador. Examina *“EasyONE: chico busca a chica”*.
    - ii) O bien por el filtrado cooperativo, ofreciendo información sobre las llaves más visitadas por otros usuarios. El proyecto *“Stillman”* compone un ejemplo magnífico.

#### Si prefieres los soportes o entornos interactivos:

- 1) Considera la interactividad como un proceso emergente. Te enfrentas con conductas difíciles de predecir, puesto que derivan de las interacciones dinámicas y complejas de sus componentes. Ofrece al usuario-espectador las herramientas necesarias para influir en el sistema. Sustituye el hipertexto por programas e interfaces especiales (Java, CGI,..).
- 2) Elige el grado de interactividad. Toma como pauta principal el grado de alteración e influencia que permitirás en el sistema. Para este cometido, céntrate en estos principios:
  - a) Niega y odia la interactividad, sabotea la comunicación. Toma como referencia el trabajo “*Error Not found*” de Jodi.
  - b) Desafíate: trata con sistemas que tomen decisiones propias, ajenas a tu intuición y creatividad. Sigue estos dos modelos de conducta para su interacción:
    - i) Basa la interacción de tus agentes autónomos en patrones de vida artificial. Realiza obras en las que el espectador no pueda influir en la vida, ni en la conducta de sus criaturas. Inspírate en la obra “*Technosphere*”.
    - ii) Basa la interacción de tus agentes autónomos en modelos lingüísticos. Construye una gran máquina de lenguaje interactiva, basándote en técnicas de reconocimiento de patrones lingüísticos y en la gramática formal de Chomsky. Examina “*The Great Wall of China*” de Simon Biggs.
  - c) Si lo prefieres, no relegues al usuario a segundo término y prima su aportación sobre la de la máquina. Tienes dos opciones:
    - i) Considera la Red como archivo (base de datos) y limita su intervención a la aportación de objetos en torno a un tema concreto; por ejemplo a la recopilación de obras censuradas. Prueba con el “*Fileroom*” de Antoni Muntadas.
    - ii) Provee de herramientas al usuario que le permitan alterar los elementos ya existentes y así influir en su conjunto. Inspírate en “*Please Change Beliefs*”.

## 4. ¡Cuelga tu obra en Internet! (sobre accesibilidad)

“¡Cualquiera puede ser artista en Internet! Ya no tienes por qué pedir a las galerías que expongan tus trabajos, puedes hacerlo tu mism@. Y es muy barato.” -Jodi-

#### Cómo mejorar el acceso a tu obra

Puesto que estar conectado significa estar distribuido, ¿está tu obra al alcance de todos?...

- 1) Garantiza el acceso democrático al medio y defiende la libertad de flujo de datos y el derecho de copiado en la Red. Contacta con la organización 01001011101010010.org.
- 2) Repara en el carácter íntimo e individualizado que adquiere el consumo de tu obra. Dispones de tres estrategias no excluyentes que garantizan una mejor visualización:
  - a) Utiliza recursos *standard*, garantizará que un número más elevado de visitantes pueda visualizar

tu obra de arte.

- b) Oferta diferentes versiones para las distintas plataformas, navegadores y versiones.
- c) O, en su defecto, ofrece al usuario información sobre las premisas necesarias para una óptima visualización de la obra (en mi opinión, el modo más eficiente).

#### **Cómo ser visible en Internet: visibilidad e invisibilidad**

Aunque estar en línea significa estar distribuido, el exceso de datos genera una devaluación de los mismos. Para lograr visibilidad en la Red, te propongo tres modelos básicos:

- 1) Si prefieres una línea más tradicional, cobójate en comunidades artísticas para darte a conocer y promocionarte; o bien, irrumpiendo en el discurso de la corriente general, practica el *spam* y el disturbio al modo de el/a artista Antiorp.
- 2) Si quieres experimentar métodos más innovadores, céntrate en el dominio como estrategia. Elige un nombre de dominio de alto nivel; conseguirás un arte independiente y una personalidad propia que te identificará en el ciberespacio. Recuerda que la elección de un nombre atractivo puede determinar el éxito o fracaso de tu página. Reflexiona sobre el caso de *hell.com*, originariamente un servidor sin información.
- 3) No olvides que los *search-engines* influyen directamente en la distribución del *net.art*. Encamina todos tus esfuerzos al desarrollo de tretas de programación para hacer tus páginas más sensitivas a éstos. Consulta de nuevo el servidor *irational.org*.

#### **Cómo exhibir arte de Internet**

- 1) Puesto que el verdadero potencial de Internet se encuentra en la independencia del artista, prima las exhibiciones en línea sobre las fuera de línea. Además, ten en cuenta que la forma de acceso a la obra contrasta enormemente con su exhibición habitual.
- 2) Si expones fuera de línea: ocúpate de preparar un sitio ideal y único para su consumo y asegúrate de que las obras no sean arrebatadas de Internet.
- 3) Si exhibes en línea: elige entre 13 a 28 hiperenlaces e inclúyelos en distintas categorías, y crea un sitio dinámico inspirado en los portales comerciales al modo de "AEN".

#### **Cómo comercializar arte de Internet**

- 1) Expresa tu mayor repulsa por la economía basada en el regalo o *gift economy*, un sistema de intercambios asimétricos de información en el que los participantes contribuyen libremente a la comunidad, y apuesta por una economía capitalista.
- 2) Acto seguido, elige entre los dos modelos más viables para el futuro:
  - a) Considera el URL como sello de originalidad y unicidad. La firma de un trabajo de *net.art* se encuentra en su barra de localización. Consulta en Art.Teleportacia.
  - b) Cobra por *Pay-per-view* es decir, por pase o televisión a la carta. Inspirándote en el éxito de experiencias como la de *jenni.com*, incluye ingredientes eróticos y potencia el sentimiento

vouyerista en el espectador. Véase “*Skinonskinonskin*” y “*BindiGirl*”.

### Cómo conservar y coleccionar arte *de Internet*

- 1) Reflexiona sobre la conservación del *net.art*. El cambio de los actuales visualizadores es prácticamente inevitable.
- 2) Combate el carácter efímero de tu obra *de Internet* eligiendo una de estas alternativas:
  - a) Clona un website antes de su desaparición de la Red. Para más información, accede al site de la Documenta, clonado por Vuk Cosic.
  - b) Archiva conjuntamente los trabajos digitales con el *software* y el *hardware* necesario para su visualización.
  - c) Considera el medio como algo vivo y dinámico y crea una pieza susceptible de adoptar cualquier formato: desde la madera hasta el *e-mail*. A modo de comisario, deja instrucciones para situaciones contingentes. Ojea “*Variable Media*” de Three.org.
  - d) Reconoce la significación y valía del *net.art* en el arte contemporáneo: colecciona *net.art*; o dona tu obra al *San Francisco Museum Art* o al *Walker Art Center*.

## Conclusiones: 3 reglas básicas

- ACÉRCATE A LA FUNCIÓN DEL COMISARIO TRADICIONAL. Renuncia a tu privilegio de autor individual; deja que el acto creativo sufra un proceso de colectivización y distribución. Ahora, tu función consiste en canalizar la creatividad colectiva, darle forma, unificarla. Tu responsabilidad radica en plantear y comunicar al espectador/creador las posibilidades combinatorias de tu obra, así como fijar su tono e implicación.
- DELEGA EN EL ESPECTADOR PARTE DE TU RESPONSABILIDAD EN LA CREACIÓN ARTÍSTICA. Recuerda que: “*El público es el responsable de lo que ve y del mundo que crea. Como artistas esperamos mucho del público: un visitante debe de llegar a formar parte del sistema para darse cuenta de que no existen soluciones predefinidas de lo que hay que hacer y lo que hay que ver y que, en cambio, la obra de arte se desarrolla por su interacción.*” - Christa Sommerer y Laurent Mignonneau-
- PRESCINDE DE CUALQUIER INTERMEDIARIO, Y ERÍGETE COMO COMISARIO DE TU PROPIA OBRA.

**\*\*\*POR ÚLTIMO, SI TE HA RESULTADO INTERESANTE ESTE MANUAL VISITA:**

- Alexei Shulgin - <http://redsun.cs.msu.su/wwwart/refresh.htm>
- Irational.org (Heath Bunting) - <http://www.irational.org/>
- Rhizome.org - <http://www.rhizome.org/>
- 7-11.org - <http://www.7-11.org/>
- äda'web - <http://adaweb.walkerart.org/>
- The Thing - <http://bbs.thing.net/login.thing>
- Aleph - <http://aleph-arts.org/>
- Telepolis - <http://www.heise.de/tp>

- Worlds Within (Van Gogh TV) - <http://www.vgtv.com/>
- Bodies © INCorporated (Victoria Vesna) - <http://www.bodiesinc.ucla.edu/>
- Knowbotic research - <http://www.t0.or.at/~krcf/>
- The multicultural Recycler (Amy Alexander) <http://recycler.plagiarist.org/>
- Mez - <http://wollongongf.starway.net.au/~mezandwalt>
- Luther Blisset Proyect (Luther Blissett) <http://www.syntac.net/lutherblissett/>
- Identity Swap Database observation (Olia Lialina/Heath Bunting) <http://www.teleportacia.org/swap/>
- TM clubcard proyect <http://www.irational.org/tm/clubcard/>
- Mouchette <http://www.mouchette.org/>
- Female Extension (Cornelia Sollfrank) <http://www.obn.org/femext>
- Web Stalker (I/O/D) - <http://bak.spc.org/iod>
- Jodi.org (Jodi) - <http://jodi.org/>
- Superbad.com" ( Ben benjamin) - <http://www.superbad.com/>
- Art.Teleportacia (Olia Lialina) - <http://art.teleportacia.org/>
- My boyfriend Came back from the War (Olia Lialina) - <http://www.teleportacia.org/war>
- Own, be owned, or remain invisible (Heath Bunting) - [http://www.irational.org/\\_readme.html](http://www.irational.org/_readme.html)
- Agatha Appears (Olia Lialina) - <http://www.c3.hu/collection/agatha/>
- Gps.art (Igor Stromajer) - <http://www2.arnes.si/~ljintima1/gps/index.html>
- The Stillman Proyects (Lisa Jevbratt)- <http://cadre.sjsu.edu/jevbratt/stillman/YSH/index.html>
- Technosphere (Gordon Selley, Rycharde Hawkes y Jane Prophet) - <http://www.technosphere.org.uk;>
- The Great Wall of China (Simon Biggs) - <http://hosted.simonbiggs.easynet.co.uk/wall/wall.htm>
- Fileroom (Antoni Muntadas) <http://fileroom.aaup.uic.edu/FileRoom/documents/homepage.html>
- Please Change Beliefs (Jenny Holzer) - <http://adaweb.walkerart.org/home.shtml>
- 0100101110101101.org - <http://www.0100101110101101.org/>
- Hell.com" <http://hell.com/>
- AEN - Art Entertainment Network (Steve Dietz) - <http://aen.walkerart.org/>
- Skinonskinonskin (entropy8zuper) - <http://www.entropy8zuper.org/skinonskinonskin/>
- BindiGirl (Prema Murthy) - <http://www.thing.net/~bindigr/>
- Documenta Done (Vuk Cosic) - <http://www.ljudmila.org/~vuk/dx/>
- Variable Media (Three.org) - [http://www.three.org/variable\\_media/index.html](http://www.three.org/variable_media/index.html)
- Digital Arts Study Collection (Steve Dietz) -. [http://www.walkerart.org/gallery9/dasc/g9\\_dasc\\_intro.html](http://www.walkerart.org/gallery9/dasc/g9_dasc_intro.html)

<<laboratorio

© **arteUna** - Todos los derechos reservados. Registro a la propiedad intelectual N.706.777