

De lo oblicuo a lo ubicuo

De “Circulación en oblicuo con tres vacíos Malévich” de Oteiza a la era del prosumer

FROM THE OBLIQUE TO THE UBIQUITOUS FROM “SLANTING CIRCULATION WITH THREE MALEVICH VOIDS” OF OTEIZA, TO THE PROSUMER ERA

ABSTRACT

In 1958, the year when Televisión Española's (Spanish Public TV) broadcasts were extended throughout the whole territory, Basque artist Jorge Oteiza produces a piece based on the Malevich Unit; one year later, he stops all his sculptural activity. This fortuitous coincidence is the excuse to make an analysis of what happened during the years from the end of Oteiza's sculptural activity to the popularization of technology, the so called Society of the Ubiquity, and the arrival of a new paradigm: the producer, generator, consumer of contents (prosumer).

Keywords

Oteiza, art, technology, prosumer, Ubiquitous Society

RESUMEN

En 1958, año en que las emisiones de Televisión Española se extienden a todo el estado, el artista vasco Jorge Oteiza realiza una pieza basada en la Unidad Malévich; un año después, pone fin a su actividad escultórica. Esta coincidencia anecdótica es la excusa para hacer un pequeño análisis de lo ocurrido en los años transcurridos desde el cese de la actividad escultórica de Oteiza a la popularización de la tecnología, la llamada Sociedad de la Ubicuidad y la aparición en escena de una nueva figura: el productor, generador, consumidor de contenidos (prosumer).

Palabras Clave

Oteiza, arte, tecnología, prosumidor, Sociedad de la Ubicuidad

1 APUNTES SOBRE OTEIZA Y MALÉVICH

En 1958 Jorge Oteiza, realiza una pieza llamada “*Circulación en oblicuo con tres vacíos Malévich*”. La obra, descrita “como una estructura formada por tres poliedros vacíos definidos por unidades Malévich y equivalentes a cuboides Malévich vacíos, que se sueldan entre sí para dar origen a una construcción con tres posibles posiciones” (Álvarez, 2003, p.156) pasó a formar parte de los fondos del Museo Nacional Centro de Arte Reina Sofía en 1988. Al margen del dato anecdótico del propietario actual, la pieza define y cierra el ciclo en la práctica escultórica del artista.

Malévich es un autor de referencia para Oteiza y lo sigue siendo para las nuevas generaciones de artistas (Fig.1). El artista vasco adapta y reinterpreta diversas propuestas del artista soviético y realiza varias obras en homenaje o referenciadas en este. Recurre además, a conceptos utilizados por Malévich en el ámbito pictórico trasladándolos a la dimensión escultórica (la noción del vacío del *Cuadrado blanco sobre fondo blanco*, es un buen ejemplo de ello). Los dos artistas convergen en la idea de que la noción de vacío, deriva en la producción de sentido. El espacio desocupado de la escultura o la eliminación de las cualidades propias de la pintura no desembocan en la ausencia, sino que proponen un modo diferente de entender las disciplinas artísticas: construyen otro discurso.



Figura 1. Igor Rezola Iztueta + 310, *Donostia* 2011-05-06.

Recordemos que Oteiza pone fin a su actividad escultórica en 1959, después de obtener el reconocimiento internacional con su participación en la IV Bienal de São Paulo para la que escribe un texto explicativo que hoy resulta esencial para entender la trayectoria del artista vasco. En él define la *Unidad Malévich* como:

Malévich significa el único fundamento vivo de las nuevas realidades espaciales. En el vacío del plano nos ha dejado una pequeña superficie cuya naturaleza formal liviana, dinámica inestable, flotante, es preciso entender en todo su alcance. Yo la describo como la Unidad Malévich. (Oteiza, 1957)¹

Se dan casualmente, varias circunstancias que vistas desde la distancia temporal, se ponen inevitablemente en relación: el año en el que Oteiza cesa su actividad escultórica, coincide paradójicamente con el comienzo de las emisiones de Televisión Española a lo largo de la geografía del estado español (circunscritas hasta entonces a la provincia de Madrid). Es obvio que la circunstancia es casual, pero no deja de ser interesante cuando el tema de investigación está relacionado con la práctica artística basada en la producción de imágenes y contenidos sin un soporte específico.

A su vez, la definición de la *Unidad Malévich* de Oteiza, parece premonitoria del las teorías de Paul Virilio en referencia a las retransmisiones de la primera televisión que resume como *Señal Cero*.

Virilio lo explica en una entrevista con Catherine David:

Es un problema de intervalo. El intervalo de tiempo, de espacio, y el tercer intervalo según los físicos, que es el intervalo de luz: la señal cero. Este tercer intervalo es el que pone en juego la cuestión de la ubicuidad. Es lo que te permite ser contemporáneo de algo que ocurre en el otro extremo del mundo. (David & Virilio, 1995)

Ese punto cero de energía en el que todas las distancias se anulan y que Virilio define como *ubicuidad instantánea*, es descrito en su texto *Ciudad Pánico: el afuera comienza aquí*, como “el momento en que los intervalos de espacio y de tiempo han desaparecido, en la miniaturización del mundo provocada por la aceleración de las transmisiones” (Virilio, 2008, p. 28).

Oteiza hacía referencia al vacío del plano desde la materia que se tornaba “liviana, dinámica, inestable, flotante” y Virilio se basa en la inexistencia de un intervalo de tiempo desde el momento de la generación de una señal (imagen/sonido) a su recepción. Los dos, con una diferencia de más de cuatro décadas, hacen referencia a un soporte que se desvanece, que desaparece. Virilio retoma para ello los planteamientos de un texto de Paul Valery, escrito cuarenta años antes que el de Oteiza, readaptándolos al comienzo del siglo XXI.

2 LA IDEA DE UBICUIDAD

Paul Valery se refiere la idea de ubicuidad, en un texto que se asocia inevitablemente a las teorías benjaminianas de la reproductibilidad y de las relecturas que a comienzos de siglo XXI se han hecho de las mismas. Valery entiende que el concepto de ubicuidad es aplicable en su época a la música, sin embargo, a pesar de la popularización de la imagen fotográfica, no se refiere a ella ni al cine, en pleno periodo de expansión en la fecha de su texto (1928).

Es cierto que ni la fotografía ni el cine pueden ser comparables a la capacidad de expansión de la radio, que se había colado en millones de hogares. Pero también es cierto que estos dos medios reproductibles y copiables, daban origen a situaciones en las que la misma imagen, fija o en movimiento, podían estar siendo contempladas simultáneamente en varios lugares distantes entre sí, física y geográficamente.

Las afirmaciones que Valery hace en 1928, parecen haber sido redactadas a finales del siglo XX

(...) En todo arte hay una parte física que no puede contemplarse ni tratarse como antaño, que no puede sustraerse a las empresas del conocimiento y el poder modernos. Ni la materia, ni el espacio, ni el tiempo son desde hace veinte años lo que eran desde siempre. Hay que esperar que tan grandes novedades transformen toda la técnica de las artes y de ese modo actúen sobre el propio proceso de la invención, llegando quizás a modificar prodigiosamente la idea misma de arte. (Valery, 1928, p. 126)

El medio que definitivamente confirmará su teoría será, primero la televisión, a la que paradójicamente se llegó a denominar *radio con imágenes* (Gubern, 1987, p. 350) y más tarde, la Web 2.0.

La red de hecho, va un paso más allá de las teorías de Valery: por una parte dota al usuario de las herramientas para generar contenido, y por otro, se pierde la necesidad de un espacio físico para recibir-producir dichos contenidos. El concepto de ubicuidad al que hacía referencia y del cual veía lejana su aplicación a los fenómenos visibles, se puede adscribir hoy día no solo a estos, sino también a la información y a contenidos que no son únicamente música y/o imagen. Van más allá de lo pronosticado por Valery y tienen que ver con el concepto de hipertextualidad y de los vínculos que propician los dispositivos portables y los sistemas de redes, además de con la imagen sin soporte o e-imagen a la que hace referencia Brea:

En cuanto a las imágenes -acaso como cosas, como imágenes de cosas- es preciso todavía pensarlas como habitantes obsesivos de todos los lugares, potencialmente. Ellas siempre están en todas partes, siempre han tenido ese don -el de la ubicuidad-. (...) allí donde está una no se excluye el estar de otra; al contrario, ellas siempre están acumuladas, superpuestas (...). (Brea, 2010, p. 69)

Estas circunstancias dan lugar a la aparición de un término como *Sociedad de la Ubicuidad*, a la que ya hacía referencia Jean Cazeneuve en relación a la televisión y los *mass media* (Cazeneuve, 1972); pero con una gran diferencia, ya que ahora transita una nueva figura ya aventurada por McLuhan (también en 1972): los *prosumidores*².

Octavio Islas (2008) hace referencia a una conferencia de Kunio Nakamura presidente de Matsushita Electric Industrial Co. que resume lo que se entiende hoy por *Sociedad de la Ubicuidad*. Nakamura definía el término en una conferencia en 2004 titulada "Creando la sociedad de la ubicuidad en Japón, una nación creada en la tecnología", como aquello que designa una sociedad en la que cualquier persona, puede disfrutar en cualquier momento y en cualquier lugar, de una amplia gama de servicios a través de diversos dispositivos terminales y redes de banda ancha.

El lema de la sociedad de la ubicuidad es *anyone, anywhere, anytime* (cualquier persona, cualquier lugar, cualquier momento). Según Islas, de acuerdo con Nakamura, tres factores resultan de capital importancia en el desarrollo de la sociedad de la ubicuidad: una sólida infraestructura de redes, eficientes dispositivos terminales, y servicios de contenido.

Este hecho, unido a la popularización de redes de distribución como You Tube y la aparición de programas de *streaming* con licencias *Copyleft*, con las que cualquier persona con acceso a un dispositivo relativamente sencillo y económico, puede colgar imágenes, parece provocar la liberación definitiva de la capitalización de los medios de comunicación de masas. Confirma además, la popularización de la televisión como sistema de libre acceso y distribución, y lo que es más importante, lo hace en una red globalizada que alberga y distribuye un flujo constante de información en todo el mundo.

3 OTRA VEZ EL FIN

Los cambios que democratizan las tecnologías de registro y con ellas los sistemas de producción, reproducción y distribución de las mismas han reavivado otra vez, la idea de que estamos viviendo una época de importantes cambios. Se recuperan las tesis de numerosos autores que coinciden en la premisa recurrente, determinada por la idea de final y que definen el principio del siglo XXI como una época marcada por el prefijo *post* (después).

Una vez más, se retoman los discursos sobre el final de una época, el final del autor, el final del productor y como no, de un nuevo final del arte que una vez más, se ha aprovechado de los medios de registro y reproducción propios de cada tiempo, asumiendo sus lenguajes y estrategias dentro del discurso artístico para reinventarse a sí mismo. En el trayecto de adaptación a las circunstancias de cada momento, el arte ha muerto en varias ocasiones por ser moderno, es decir, por querer ser innovador hasta consumirse, lo que le llevaría a tener que reinventarse para sobrevivir (Danto, 1997).

Marcel Duchamp ya señalaba: “El arte es un juego entre los hombres de todas las épocas” (Bourriaud, 2006). Un juego, podíamos añadir, que no termina, simplemente va variando sus reglas. La historia del arte ha recurrido constantemente al final de unas u otras disciplinas, y por supuesto cada movimiento de vanguardia anunciaba el fin de los anteriores *-ismos*, para dejar paso a los nuevos manifiestos, que anunciaban otros modos supuestamente más evolucionados de entender el arte. Es una idea que ha variado de argumento y que se ha ido relacionando, a medida que avanzaba el siglo XX, cada vez más con la filosofía y con autores como Danto (1997), que ya aludía a las *Brillo Box* de Warhol para referirse a ellas como el cambio en los relatos contemporáneos de la historia del arte, o Belting (1997), que basan sus teorías de final del arte, en ideas que reescriben las reflexiones que ya hacía Hegel (al que Danto menciona como precursor de sus teorías en relación sobre todo a la estética y el fin del arte) y otros que hablan del final desde diferentes enfoques y con argumentaciones dispares.

El propio Malévich se alza como uno de los instigadores de una de esas muertes del arte por medio de la muerte de la pintura con su *Cuadrado Negro*. Realmente la obra de Malévich fue el final de la pintura como se entendía hasta entonces y para él, abrió el camino al suprematismo y a nuevos mundos que conquistar (Danto, 1999, p. 215). “El *Cuadrado Negro* es la tábula rasa de Malévich donde está sugiriendo al mismo tiempo la aniquilación del arte por el arte y la transformación completa del arte.” (España, 2013) (Fig. 2)



Figura 2. Juan Pablo Ordúñez Mawatres. *Bandera Negra*. 2013.

Crimp ve también evidencias de la muerte de la pintura en pintores que permiten que su obra se vea contaminada por la fotografía (Danto, 1999, p. 209) y anteriormente también otros aventuraron la muerte de la pintura, como Paul Delaroché que exclamó “¡A partir de hoy la pintura ha muerto!” al ver un daguerrotipo. Mirzoeff lo describe así: “(...) su observación no implicaba que la pintura ya no era posible, sino que ya no era necesaria como medio para plasmar la realidad exterior”. (Mirzoeff, 2003, p. 102). Hecho que queda demostrado; murió un modo de entender la pintura, ya que el arte francés del siglo siguiente daría lugar a movimientos como el impresionismo, el cubismo o el surrealismo.

Los ejemplos son muchos y variados, es lo que Marchán Fiz califica como *grado cero de la pintura* (Fiz, 1967) en alusión a Malévich, Mondrian o Yves Klein, *grado cero de los objetos* en relación a Duchamp o a las instalaciones objetuales y *grado cero de la imagen* en las proposiciones sobre las palabras o los objetos desde René Magritte a Joseph Kosuth.

4 UN NUEVO COMIENZO

Grado cero que nos lleva de retorno a la señal cero de Virilio o a nuevos términos que se acuñan en torno a la figura del prosumidor, como ZMOT (*Zero Moment of Truth*) o Momento cero de la Verdad³ y que se relacionan con una nueva situación.

Bourriaud señala en uno de sus textos:

No existe la posibilidad de un “fin de la historia”, ni un “fin del arte”, puesto que la parte se vuelve a comprometer permanentemente en función del contexto, es decir en función de los jugadores y del sistema que construyen o critican. Hubert Damisch veía en las teorías del “fin del arte” el resultado de una gran confusión entre “el fin del juego” (game) y “el fin de la partida” (play): cuando el contexto social cambia radicalmente es una nueva partida lo que se anuncia, sin que el sentido del juego propiamente dicho esté en tela de juicio. (Bourriaud, 2006, p. 18)

La idea de *fin* no está necesariamente ligada a la extinción. El final puede significar cambio, ruptura, un nuevo enfoque o las circunstancias en la que ésta se produce. Cambios, que de alguna manera, trastocan el punto de vista que se tenía hasta entonces de una situación, una idea, incluso sobre el uso de una tecnología, que abren nuevas vías de desarrollo y acaban con sistemas poco operativos que van quedando obsoletos, pero mantiene otros cuyas especificidades no son resueltas satisfactoriamente por el nuevo medio.

Esta idea de final acompaña al ser humano a lo largo de toda su existencia, pero parece evidente que cobra fuerza cuando los cambios sociales, políticos y tecnológicos se aceleran en el tiempo. Habría que cuestionarse qué es lo que supone verdaderamente un gran cambio, porque la idea de que cada individuo está viviendo una época de grandes cambios también es algo que acompaña al ser humano desde el comienzo de la historia, tal y como señala Antoni Mercader:

Parece que los cambios los producimos nosotros, pero han existido siempre. Fíjate que cambio se produce, por ejemplo, cuando aparece el acrílico. Pasar del fresco a otra cosa y del retablo a otra cosa y así sucesivamente. Pasaban muchos años, es verdad, pero es como de la noche al día. El cambio del analógico al digital no es nada comparado con trabajar en retablo o trabajar en óleo sobre tela. ¿O no? (*En torno a...*, 2011, p. 23)

Los protagonistas de la Tercera Ola de Toffler, la e-imagen sin soporte de la Tercera Era de Brea (Brea, 2010), o las nuevas formas de producción artística del Tercer Umbral (Brea, 2003) definen el comienzo de la segunda década del siglo XXI y se apoyan en una idea de arte en la que no solo se desdibujan las fronteras entre las disciplinas artísticas, se diluyen también las fronteras entre el arte y la sociedad, la política, la economía, las industrias culturales, etc. Una idea que parece vislumbrarse en la actitud de Oteiza cuando abandona la práctica escultórica argumentada en la experiencia artística como camino de salvación a través del cual el hombre logra adquirir una conciencia espiritual. Conciencia que le lleva a considerar por terminado su proyecto y a estimar innecesaria su labor como artista entendida como se había desarrollado hasta entonces.

A pesar de ello, a partir de 1972 por motivos muy cuestionables, las invenciones del *Laboratorio Experimental* de los años cincuenta dieron lugar a esculturas públicas, “algunas tan discutibles como la que está situada frente al Macba.” (Guerra 2008). Pero en ningún caso se puede considerar como un regreso a la práctica escultórica.

Txomin Badiola en la página web de la Fundación Museo Jorge Oteiza señala:

Oteiza, desde sus primeros momentos, había declarado que quería convertirse en el escultor que no era y, consecuentemente, toda su trayectoria no es sino una renuncia a sí mismo y una apelación a quien quiere ser, una puesta en crisis y reconstrucción permanente de la subjetividad propia, basada en la idea de que el objetivo final del arte no es la obra, la pintura o la escultura, sino, más bien, la elaboración del propio artista como una persona educada desde el arte y dispuesta para actuar directamente en la sociedad. (Badiola, s.f.)

Más de cincuenta años después, en un mundo tecnologizado que Oteiza criticaría pero del que hubiese sacado provecho, esa idea de arte vinculado con la sociedad que el artista vasco aventuraba con su actitud, parece tomar cuerpo en la era del prosumidor.

Bibliografía

Álvarez, S. (2003). *Jorge Oteiza: Pasión y Razón*. San Sebastián: Editorial Nerea y la Fundación Museo Jorge Oteiza.

Badiola, T. (s.f.). Jorge Oteiza. Recuperado el 23 de noviembre de 2013 de la web oficial de la Fundación Museo Jorge Oteiza, <http://www.museooteiza.org/jorge-oteiza/>

Belting, Hans. *The End of the History of Art*. Chicago, University of Chicago Press, 1997.

Benjamin, W. (1989). La Obra de Arte en la Era de su Reproducibilidad Técnica. En *Discursos interrumpidos I* (pp. 15-60). Buenos Aires: Altea, Taurus, Alfaguara.

Bourriaud, N. (2006). *Estética Relacional*. Buenos Aires: Adriana Hidalgo Editora.

Brea, J.L. (2003). *El Tercer Umbral. Estatuto de las prácticas artísticas en la era del capitalismo cultural*. Murcia: Cendeac.

Brea, J.L. (2010). *Las tres eras de la imagen. Imagen-materia, film, e-image*. Madrid: Akal estudios visuales.

Cazeneuve, J. (1978). *La sociedad de la ubicuidad. Comunicación y difusión* (2ª Ed.). Barcelona: Gustavo Gili.

Danto, A. (1999). *Después del fin del arte. El arte contemporáneo y el linde de la historia*. Madrid: Paidós Estética.

David, C. & Virilio, P. (s.f.). Alles Fertig: se acabó (una conversación). *Acción paralela*, 3. Este artículo apareció en *Le monde diplomatique* en agosto de 1995. Recuperado el 23 de noviembre de 2013 de <http://www.accpar.org/numero3/virilio.htm>

En Torno a En Torno al Vídeo. (2011). Montehermoso Gasteiz: Fundación Rodríguez.

España, P. (2013, 16 de junio). Centenario del “Cuadrado Negro” de Malévich (entre el símbolo funerario y el anarquista). Recuperado el 23 de noviembre de 2013 de <http://contraindicaciones.net/2013/06/centenario-del-cuadrado-negro-de-Malévich-entre-el-simbolo-funerario-y-el-anarquista.html>

Fukuyama, F. (1992). *El fin de la historia*. Barcelona: Planeta.

Gubern, R. (1987). *La mirada opulenta. Exploración de la ionosfera contemporánea*. Barcelona: Gustavo Gili.

Guerra, C. (2008, septiembre 20). A propósito del *Laboratorio experimental* de Jorge Oteiza. *La Vanguardia*. Recuperado el 23 de noviembre de 2013 de http://salonkritik.net/08-09/2008/09/a_patadas_contra_la_escultura.php

Islas, O. (2013). La sociedad de la ubicuidad, los prosumidores y un modelo de comunicación para comprender la complejidad de las comunicaciones digitales. *Razón y Palabra*, 65. Recuperado el 23 de noviembre de 2013 de <http://www.razonypalabra.org.mx/N/n65/varia/oislas.html>

Marshall, M. & Barrington, N. (1972). *Take Today*. Toronto: Longman Canada Limited.

Mirzoeff, N. (2003). *Una introducción a la cultura visual*. Barcelona: Paidós.

Oteiza, J. (1957). Propósito Experimental. Texto escrito por el artista en 1957 como acompañamiento a las esculturas presentadas en la IV Bienal de Sao Paulo del mismo año. Disponible en los archivos de la Fundación Museo Jorge Oteiza.

Oteiza, J. (1990 [1964]). Ideología y técnica desde una Ley de los Cambios para el arte. En *La Ley de los Cambios*. Zarauz: Tristan Deché Arte Contemporáneo.

Toffler, A. (1990). *La tercera ola*. Barcelona: Plaza & Janes.

Valery, P. (1999). La conquista de la ubicuidad. (Texto original de 1928). En *Piezas sobre Arte* (p.126). Madrid: Visor.

Virilio, P. (2008). *Ciudad Pánico. El afuera comienza aquí*. Caracas: Monte Ávila Editores Latinoamericana.

NOTAS

1. Disponible en el archivo de la Fundación Museo Jorge Oteiza
2. El término es un acrónimo que procede de la fusión de las palabras productor y consumidor. En el libro *Take Today* publicado en 1972, Marshall McLuhan y Barrington Nevitt, avanzaban que la tecnología electrónica permitiría al consumidor asumir simultáneamente los dos roles: el de productor y el de consumidor de contenidos. Alvin Toffler introdujo el término en 1979 en el libro *La tercera ola*. Publicado por Plaza & Janes Barcelona 1990. Primera edición en castellano 1981.
3. Término acuñado por Google en el 2011, cuando Jim Lecinski, director general de ventas para Google Estados Unidos escribió el libro ZMOT: Winning the Zero Moment of Truth (ZMOT: Ganando el Momento Cero de la Verdad), donde presenta los resultados de un detallado estudio que analiza los nuevos hábitos de compra de los clientes. <http://bienpensado.com/zmot-momento-cero-de-la-verdad/#sthash.odqG3Ru9.dpuf>