

**Reconocimientos a la crítica y el ensayo:
Arte en Colombia. Ministerio de Cultura – Universidad de los Andes
Categoría 2 – Texto breve
Lupita Seinfeld**

Vanidad de vanidades, todo es instagram:
algunos señalamientos sobre arte y fotogenia

Just as the entire mode of existence of human collectives changes
over long historical periods, so too does their mode of perception.

Walter Benjamin

Podría decirse que en la historia de la belleza (y de la fealdad) nunca antes había sido tan relevante la fotogenia como valor agregado. Azarosa plusvalía estética que distingue a unos de otros y se extiende a toda serie de especies y géneros, incluyendo aquella categoría privilegiada de la cultura visual y material: las obras de arte. Si bien Walter Benjamin advirtió sobre el impacto tecnológico de la fotografía en la naturaleza y movilidad de las obras de arte¹, nuestra contemporaneidad de pantallitas exige y agradece que estos ires y venires sean seductores además de informativos. En un tiempo en el que todo es fácilmente fotografiable y las posibilidades de exposición se multiplican de manera infinita con un click, la fotogenia, o cualidad de verse atractivo en imágenes fotográficas, se torna fundamental como adjetivo y virtud. Como habitantes del mundo del arte global contemporáneo, aunque dependemos de intermediarios, ya no son éstos cronistas e ilustradores que hacen visibles las cosas distintas y distantes, ya no debemos esperar al regreso de viajes trasatlánticos o a la publicación de costosas ediciones de grabados. Ahora disponemos de las maravillas del mundillo del arte al alcance de nuestros índices por obra y gracia de curadurías y colecciones personales y múltiples que se hacen públicas en plataformas digitales como instagram, facebook, flickr, pinterest, tumblr, snapchat, y un etcétera cada vez mayor. En vista de las circunstancias, vale la pena preguntarse cómo vemos arte hoy en día y cuáles son sus implicaciones, pues parecen estar cada vez más ligadas a los valores que les otorgamos a las obras de arte y a nosotros mismos.

¹ Benjamin, Walter. “The Work of Art in the age of its technological reproducibility”, en: Jennings, Michael W. Et Al (Ed.), *The Work of Art in the Age of Its Technological Reproducibility, and Other Writings on Media*, Harvard University Press, Massachusetts, 2008. pp. 19-55

Retomando a Benjamin, si la historia del arte es el resultado de las tensiones y balances entre el valor de culto y el valor de exhibición intrínsecos a una obra de arte², somos testigos presenciales del reajuste de fuerzas entre estos dos polos que parecen fundirse de manera inseparable. Parecería que las posibilidades mágicas de la obra de arte han migrado de su presencia a su representación: lo importante ahora es que las figuras sean vistas y mostradas. Pensemos por ejemplo en las instalaciones efímeras o intervenciones de espacio específico que a pesar de llamar la atención sobre su particular “aquí y ahora” quedan tan estéticamente contenidas en un recuadro. O como un objeto mundano, llamémoslo rollo de papel higiénico, en un fondo verde pastel y pasado por un filtro cálido aparenta ser el registro de un hecho artístico y se lee como tal. Y es que este nostálgico e incluyente cuadradito funciona cada vez más como pila bautismal del mundo del arte, tiene el poder de exaltar cosas que de otra forma fácilmente pasarían desapercibidas, y de ofrendarlas como candidatas dignas de nuestra apreciación. Como una prolongación de la historia de los géneros de la pintura, con el filtro adecuado todos los atardeceres son paisajes pintorescos, un corrientazo deviene bodegón, y cada selfie contorsionada es la envidia de Rembrandt.

Para mayor comodidad, todo está al alcance del pulgar y el índice, debidamente filtrado por los “tastemakers” de nuestra devoción, los museos que están lejos, las galerías a las que nos da pereza ir, y los amigos en cuyos gustos confiamos. Las imágenes viajan a nosotros y por todo el mundo a través de la pantalla, y se mezclan en ésta con otras imágenes móviles del mundo. Con su movilidad nos salvan de las incomodidades del día de la inauguración, del trancón para llegar, de la ansiedad por las multitudes, del saludo incómodo, del encuentro interesado y sin interés, del vino feo, de los pelos en la nariz del galerista. ¡Qué alivio! Ver arte por instagram es casi terapéutico, un ejercicio de desapego emocional, una forma de meditación: un mar vertical de imágenes que vienen con el pasar de un dedo y luego se van para siempre, un oleaje que solo se interrumpe por un brote esporádico de curiosidad y el like (corazoncito) como expresión del gusto. Y si la navegación por este interminable horizonte de vanidad se torna

² Ibid. p. 25

infructuosa, ¡no temáis! pues las coordenadas de sus metadatos ya están sistematizadas y definidas por el hashtag como nueva medida del mundo.

You have to go and to come back *with* the “things” if your moves are not to be wasted. But the “things” have to be able to withstand the return trip without withering away. Further requirements: the “things” you gathered and displaced have to be presentable all at once to those you want to convince and who did not go there. In sum, you have to invent objects which have the properties of being *mobile* but also *immutable, presentable, readable* and *combinable* with one another.

Bruno Latour

Y cuando el espíritu aventurero sea más fuerte que el imán de Netflix y atendamos al llamado vistoso de una noche de galerías, circuito matutino o visita guiada, no será extraño escucharnos los unos a los otros diciendo: “esta obra/exposición es muy fotogénica”, sea con decepción o entusiasmo. No es gratuito que de la mano del florecimiento de instagram como dispositivo para ver a la distancia se tracen tantas rutas para recorrer el mundo del arte desde la experiencia in situ. Porque para que existan imágenes se necesitan pioneros que sientan la urgencia de volver con lo que se ha visto, que acumulen y registren, que den testimonio de lo que puede verse. Los primeros interesados en esta proliferación de imágenes son los mismos galeristas, y no están solos en esta labor, y construyen sus coqueteos desde el detalle y el fragmento (hay que dejar algo a la imaginación). Y al publicar desde la inmediatez, desde la instantánea filtrada, invitan nuevas oleadas de expedicionarios que a su vez producen, filtran y publican imágenes, colonizando el territorio alguna vez remoto hasta convertirlo en un destino vacacional, en un lugar de ocio y entretenimiento. Así pues, las congregaciones de galerías y museos se presentan como destinos turísticos para vivir “la experiencia de arte en Bogotá”, donde los viajeros cuentan con rutas, mapas, pasaportes y hashtags. Porque de nada vale haber ido si al regreso no hay cómo probarlo y nunca antes fue tan fácil tener fotos de obras de arte o con éstas. No olvidemos que el selfie stick es un invento del siglo XXI y que la versatilidad del emoji nos permite hablar de imágenes con imágenes.

Es desde la estetización del filtro y la omnipresencia de las redes que se construyen los móviles inmutables del arte contemporáneo. Así como los botánicos del siglo XVIII componían tipos ideales bidimensionales a partir de la observación de especímenes reales para facilitar su estudio alrededor del mundo, el recuadro de instagram convierte

la obra de arte en información y metadata. Esta conversión la hace útil en términos tanto taxonómicos como mercantiles: el cuadradito sumerge la obra en un catálogo, la hace más comercial y comerciable, más curada y curable. ¿Será el signo \$ el sustituto contemporáneo al aura perdida en la reproducción de la obra de arte? Y si hablamos de valor y confiamos en que “una imagen vale más que mil palabras”, ¿qué podría ser más convincente, más persuasivo, que estos recuadros que movilizan al arte contemporáneo por las pantallitas del mundo? Así, como alguna vez se creyó que había caníbales en América por obra y gracia de De Bry, hoy se cree que hay un “boom”, y una Rihanna acéfala conquista Berlín y rompe las redes sociales. ¿Cómo no creer en un boom si se construye y presenta en plataformas tan favorecedoras, tan bonitas, tan prontas a exudar éxito?

Ashes to ashes, funk to funky

David Bowie

Y es que instagram no es un lugar para el fracaso sino un monumento móvil de triunfos majestuosos y minúsculos, un terreno fértil como ningún otro para la autocomplacencia inmoderada, una isla imaginaria donde podemos consumir todas las donas que por vanidad y sentido común nos prohibiríamos comer en la vida real. Igualmente es el gabinete donde acumulamos los dibujos de otros tiempos que nos gustan, las esculturas que no podemos comprar, las instalaciones que no caben en la casa, las pinturas que no combinan con el sofá, los mejores retratos y autorretratos que artificiosamente destilan sprezzatura por los poros abiertos y a pesar de los codos hiperextendidos. En fin, un despliegue de cosas que solo pueden pertenecernos a la distancia y en el deseo. ¿Podemos culparnos por soñar con un mundo más grato, más lindo? En estas plataformas tenemos el poder de ser curadores soberanos, creyentes de la fama del like y la fortuna del repost, los más pulcros saben además cuáles son los mejores horarios o etiquetas infaltables para conseguir algún día exponer en este museo o aquel espacio. Como lugar de sociabilidad y de manufactura del glamour, instagram es la mejor vitrina para nuestro coleccionismo y la más eficiente máquina productora de envidia. De manera similar a la pintura de naturalezas muertas, instagram hace visible para unos y otros las posesiones propias y ajenas como propiedades indisociables de la identidad y valor de cada uno de sus usuarios. Si algo compartimos todos en instagram además de nuestra propia caducidad irremediabilmente etiquetada por la fotografía, es que entre

los seres y las cosas algunos son más fotogénicos que otros. ¡Desdicha fuerte! Y si el tiempo pasa para todos, y pasa aún más rápido en las redes, reinos inabarcables de lo efímero, la recordación se vuelve un requisito y la fotogenia puede ser esa encantadora de serpientes que nos invita a detenernos. Teniendo en cuenta la velocidad con la que vivimos, vemos y calificamos, cada milésima de tiempo suspendido, de detenimiento, de ansiedad apaciguada es un pequeño triunfo. Y de ser esa belleza caprichosa que confiere la cámara el único freno de mano al rápido y furioso ir y venir de imágenes en pantallitas, ¿qué tanto debe ser tomada en cuenta a la hora de hacer, ver, mostrar y pensar en arte?

Bibliografía

Benjamin, Walter. “The Work of Art in the age of its technological reproducibility”, en: Jennings, Michael W. Et Al (Ed.), *The Work of Art in the Age of Its Technological Reproducibility, and Other Writings on Media*, Harvard University Press, Massachussetts, 2008. pp. 19-55

Berger, John. *Ways of seeing. Capítulo 1*. BBC, 1972. Disponible en: https://www.youtube.com/watch?v=0pDE4VX_9Kk

Davis, Ben. “Ways of Seeing Instagram”, en: *artnet news*, Junio 24, 2014. Disponible en: <https://news.artnet.com/art-world/ways-of-seeing-instagram-37635>

Latour, Bruno. “Visualisation and Cognition: Drawing Things Together”, en: Kuklick, H. (Ed.), *Knowledge and Society Studies in the Sociology of Culture Past and Present*, Jai Press, Vol. 6, (1986); pp. 1-40. Disponible en: <http://www.bruno-latour.fr/sites/default/files/21-DRAWING-THINGS-TOGETHER-GB.pdf>