

## Mesa redonda

# Las Mil y una noches 2.0

Victor Jerjo-Toma

<http://abdvictor.blogspot.com.es/>

Las mil y una formas en las que a través de Internet, de las web 2.0, los blog, las redes sociales y otros ha podido Victor Jerjo-Toma trabajar y dar a conocer la obra de ABD Victor.



Pintura: El camino hacia la torre; ABDVictor

El arte es un concepto tan antiguo como el ser humano, pocos elementos pueden preciarse de haber permanecido junto a nosotros de manera tan fiel. Sin embargo, ni es inmune a los cambios ni debe serlo.

“ La tecnología nos ha acercado la información pero no las herramientas para convertir la misma en conocimiento. ”

Desde las primeras muestras de arte rupestre, allá en el Paleolítico, a las actuales técnicas de renderización han pasado

varios miles de años, sin embargo la esencia ha permanecido incólume. Son otros factores los que han girado en torno a la misma a consecuencia de la deriva de los acontecimientos que, con el avance de la humanidad, se han conquistado. Del mismo modo que estos factores han afectado a su desarrollo también lo ha hecho nuestra manera de aproximarnos tanto al arte, en concreto, como a la cultura, en un concepto más extenso. Han sido especialmente prolíficos, en este aspecto, los últimos veinte años: la expansión de Internet ha sido la piedra angular en el proceso de democratización de la cultura. A día de hoy los blogs copan las

principales cotas en los registros de visitas, podemos darnos un paseo, de manera virtual, por cualquier ciudad del mundo e incluso echar un vistazo a sus museos. La tecnología nos ha acercado la información pero no las herramientas para convertir la misma en conocimiento. Éste ha sido uno de los elementos que más ha condicionado las vías de aproximación al arte, el otro, que no podemos obviar, aunque por su propia naturaleza nos pueda pasar más desapercibido, es la sociedad en que habitamos. Ésta, circunscrita a lo que podemos designar como Cultura de Consumo, tiene unos circuitos y ritmos que no debemos ignorar.

Como receptor del testigo que supone el legado del pintor Abd Víctor, me enfrenté a la disyuntiva que los nuevos tiempos plantean. Era a la vez un reto y una oportunidad trabajar con un corpus pictórico que no se había prodigado en las mieles de Internet. Así mismo, la ventaja de actuar como gestor sin el lastre de tener que producir más obra (como tendría un pintor) me permitió una libertad inusitada. La metodología con que abordamos la tarea no será ajena a quienes hayan tenido que realizar labores de análisis y síntesis, por lo tanto obviaremos esos apartados. Son los detalles de difusión los que ahora nos interesan.

Actualmente está muy extendida la idea de que la presencia en Internet es primordial. Por supuesto, no creo que sea una idea sino más bien un hecho. Dos vías destacan por encima del resto: las páginas propias y las redes sociales. Hablemos de las primeras. La creación de una página Web puede considerarse como la espina dorsal que vertebré el resto del proyecto, es decir, que no suponga sólo nuestra carta de presentación sino una base de datos que respalde nuestras acciones pasadas (labores de investigación y documentación) y futuras (todo aquello que pretendamos realizar). La idea de la página Web será facilitar al usuario toda la información que requiera y bajo este paradigma tenemos que diseñarla. Contenido y continente deben marcar la tendencia en la misma dirección y, en este aspecto, nos ayudará la creación de las Web 2.0. En estos modelos de página es el usuario quien selecciona los contenidos que desea consultar siendo sistemas sumamente sencillos e intuitivos en su uso. Es interesante apoyar y publicitar la página con un elemento que, como muchas otras cosas en Internet, es gratuito: el blog. Cualquier variante que se nos presente es siempre un acierto. Su configuración, menos

formal, es ideal para labores publicitarias y de difusión, además cuenta con la ventaja de que al ser modelos preestablecidos pero muy variados no requieren de grandes conocimientos para su uso mientras que, al mismo tiempo, permiten cierta flexibilidad en su interfaz.

“ Al fin y al cabo tenemos que independizar a la cultura, gestionarla para que se ofrezca como un recurso rentable y provechoso porque no olvidemos que ni es gratis ni debe serlo. ”

Por otro lado tenemos las redes sociales, esos pequeños seres que se han abierto hueco en nuestra vida cotidiana. No podemos permitirnos el lujo de ignorarlas porque han venido para quedarse pero tampoco podemos cometer el error de utilizarlas como único medio de difusión. Nuestro modelo cultural está en crisis y, por tanto, es una época de transición. Dicha transición se plasma en muchos sentidos y la adaptación hacia lo que el destino nos depara será larga, así que en este periodo deberemos compaginar lo tradicional con la novedad. Tengamos en cuenta que actualmente en Internet todo es gratis. Matizaré mis palabras añadiendo que el alcance actual de la tecnología permite adquirir o consultar elementos que anteriormente eran de pago. Continuar por la senda anterior no lleva sino al fracaso y, habida cuenta de ello, debemos facilitar al usuario toda la información posible ya que, en último término, son (o pretendemos que sean) consumidores de nuestros productos.

Así mismo me gustaría dedicar unas palabras a otros ámbitos que las nuevas tecnologías nos posibilitan. En el caso de la obra de Abd Víctor estamos ante un mundo onírico y

sugere que no sólo nos permite sino que nos incita a experimentar nuevas facetas, merced a la riqueza en texturas y temáticas presentes en sus cuadros. Tal y como se desarrollan los tiempos no podemos circunscribirnos a los sistemas tradicionales. La tan manida transdisciplinariedad se ha convertido en una realidad y hemos de aprovecharla. ¿A quién no le gustaría darse un paseo por el interior de los cuadros de Dalí mientras escucha la música favorita del pintor? Éste es sólo un ejemplo de las cuantiosas posibilidades que se nos abren. En el caso de la publicidad podríamos recurrir a la creación de vídeos, representaciones en 3D, etc. Lo que está meridianamente claro es que debemos ir más allá y experimentar con las obras (siempre con el respeto y la consideración que merecen pero sin sacralizarlas), ofrecer nuevas y diversas alternativas que permitan explorar otros rincones del arte. Hablamos de merchandising y diseño, de publicidad y creatividad, de proyectar al futuro (o más bien al presente) los elementos del pasado, en definitiva del sinecismo de todos aquellos fundamentos que componen la cultura en algo que represente esta nueva época que pretendemos construir y de la que seremos responsables. Al fin y al cabo tenemos que independizar a la cultura, gestionarla para que se ofrezca como un recurso rentable y provechoso porque no olvidemos que ni es gratis ni debe serlo.

Es pues un bello trabajo el que tenemos por delante aunque no por ello menos arduo. Adaptarnos y ser versátiles para conseguir alcanzar a nuestro público y, de ese modo, sensibilizarlos. En un mundo cuyos habitantes son cada vez más ajenos a lo que les rodea, los medios para llegar a ellos se han diversificado y es nuestra obligación hacernos notar. Si conseguimos que se asuma la cultura como parte indisoluble de la sociedad (por paradójico que parezca) iremos por buen camino.