



“Creo que definitivamente estamos al principio”. Una entrevista con Lev Manovich

M (Marta García Quiñones and David Ranz): Nuestra primera pregunta es en torno al título de su último libro: *The language of new media* ('El lenguaje de los nuevos media'). ¿Cree que hay un solo lenguaje?

Lev Manovich: No, no creo que haya un solo lenguaje. Uso la palabra *lenguaje* sencillamente para referirme a *técnicas* o *estrategias* o *convenciones*. No quise titular el libro *Estética de los nuevos media* porque para el público en general *estética* significa "bello y no bello" y no estoy interesado en eso. Decidí no utilizar la palabra *poética*, porque tiene ciertas reminiscencias estructuralistas y es una palabra demasiado especializada. Pensé que hay muchos libros llamados *El lenguaje de tal*, como *El lenguaje de la novela*.

M.: Es un título de manual.

L. M.: Sí, es un título de manual... Es casi como un libro de texto. Un par de personas me sugirieron que lo llamara *The language(s) of new media*.

M.: Peter Greenaway, en una entrevista que nos concedió, decía que todo lenguaje artístico tiene tres periodos: la aparición, la consolidación y finalmente el declive. En el caso del cine, él ponía como emblemas de cada uno a Eisenstein, Welles y Godard¹. Respecto de los nuevos *media*, ¿cómo situaría su libro en este marco?

L. M.: Es cierto, en la década de los diez y los veinte se crea el lenguaje cinematográfico clásico, y luego en los sesenta se empezaron a repensar sus fundamentos... Respecto a su pregunta, digamos que me veo a mí mismo como alguien que está tratando de escribir una teoría del cine en el año 1900, porque hubiera sido fantástico que alguien hubiera hecho algo así. Mi libro es una antología del lenguaje de los nuevos *media* tal y como lo encontramos en los noventa, y también es un intento de comprensión teórica. Por otro lado y al mismo tiempo, trato de esbozar algunas vastas trayectorias históricas que han funcionado por muchos siglos y que creo que van a continuar. Intuyo que, ahora que el libro está acabado (lo escribí hace dos años), puede que haya reflejado aspectos que ya no son vigentes; sin embargo, resulta interesante ver que la mayoría de cuestiones de las que hablo, la mayoría de las convenciones, de los elementos, no han cambiado. Parece como si el lenguaje de los nuevos *media* se hubiera consolidado o codificado muy rápido. (El diseño de páginas web, por ejemplo, en cinco años se ha convertido en un lenguaje muy bien codificado.) Por un lado parece que este lenguaje está ya muy codificado, pero por otro no creo que ya haya sido desarrollada una estética verdadera y única de los nuevos *media*. De hecho, mucho de lo que hemos podido ver en los noventa no ha sido más que una especie de recreación de las viejas formas, sólo que bajo un formato digital. Es difícil establecer estas analogías, pero se podría decir que estamos donde estaba el cine en 1905: ya había cierto lenguaje, pero unos años después apareció algo distinto. Definitivamente, creo que estamos sólo en el principio.

M.: En este sentido, su libro tiene una naturaleza paradójica: trata de hablar del lenguaje establecido cuando estamos en el principio. Es como si profetizara...

¹ Véase *Mania 3*, 1998.

L. M.: Sí, sí... Sitúo los nuevos *media* dentro de un marco histórico, porque éste es el único modo de saber lo que tienen de viejo y de nuevo. En el libro hago dos cosas: por un lado, hablo de cómo fueron desarrollados CD-Roms, páginas web y entornos virtuales en los ochenta y noventa, y de los elementos que podemos encontrar en ellos que pertenecen al cine, al teatro o al libro. Pero por otro lado, también hablo de los elementos que genuinamente pertenecen a los ordenadores, como la variabilidad. Generalmente, uno no puede ver estos últimos en los productos acabados. Es lo que defiendo en mi artículo "La vanguardia como software", en el cual sugiero que tal vez la verdadera vanguardia artística sea el propio software. Porque, de hecho, es allí (en los navegadores, en los lenguajes) donde se pueden ver nuevos principios trabajando. Los productos finales culturales son demasiado conservadores.

M.: Ud. habla de "lenguaje cinematográfico" y de estructuras cinematográficas presentes en los *mediadigitales*. Pero, ¿qué sucede con el texto? Al principio parecía que iba a ser el gran protagonista.

L. M.: Podríamos reflexionar sobre esto desde un alto nivel teórico... Pero también nos lo podemos plantear desde un punto de vista económico y material (el modo en el que los ordenadores están diseñados). Si pensamos en las primeras interfaces, vemos que eran como máquinas de escribir: no podías trabajar con imágenes ni con imagen en movimiento, porque los monitores no tenían suficiente resolución ni las máquinas suficiente memoria ni capacidad. Evidentemente en los ochenta los procesadores de texto eran el principal uso de los ordenadores, por eso al principio hubo todo aquel movimiento sobre el hipertexto y eso era sobre lo que se reflexionaba. En los noventa hemos tenido cierta "convergencia" (cultural, pero también económica) de las industrias del cine, la televisión y los ordenadores. El mejor lugar para verlo son los videojuegos, pues se volvieron mucho más cinematográficos y se convirtieron en verdaderas películas interactivas. Esto sucedió, entre otras razones, porque la verdadera industria del entretenimiento (que es una gran parte de la cultura de masas, al menos en EE.UU.) es el cine y la televisión, no los libros, aunque se sigan vendiendo muchos libros.

M.: Sólo "vendiendo" parece.

L. M.: Me interesa mucho lo que se llama "gráficos móviles". De hecho, creo que hay un renacimiento del texto. Tenemos un montón de texto en la televisión, títulos en el cine, encontramos texto en las páginas web, sólo que se trata de texto en movimiento, está animado. (...) Cuando apareció la fotografía, acabó con la función de la pintura como representadora de la realidad; entonces los pintores tuvieron que inventar qué hacer.

M.: Tuvieron que abstraer la pintura...

L. M.: Sí. Creo que algo parecido sucede ahora. Consciente o inconscientemente los realizadores de cine, los productores de televisión, los editores, los arquitectos, los diseñadores de interiores de espacios públicos tienen que comprender que están compitiendo con Internet y con la cultura de la pantalla. Por eso, en los últimos años, hay toda esta moda de diseño de libros como libros-objeto: diseños muy bellos, libros con imágenes, textos diseñados de un modo muy interesante... Es en este sentido en el que digo que hay un "renacimiento del texto". El texto está muy vivo, pero no en un sentido tradicional. Por el contrario, los libros electrónicos son mucho más tradicionales (mucho más que, por ejemplo, un libro de Rem Koolhaas). Este es un efecto muy interesante que tiene que ver con los ordenadores. Diferentes ámbitos de la cultura compiten entre ellos. Todo el mundo siente esta presión de los ordenadores por innovar.

Para resumir: Ha habido desarrollos muy interesantes en el diseño de libros y la textualidad. Mientras que en lo respectivo a los ordenadores, este campo es más bien tradicional. Como consecuencia, algunos sitios web de publicaciones (como por ejemplo el *New York Times*), son muy conservadores.

En un sentido, son más conservadores de lo que cabría esperar. Al menos eso creí al acabar

el libro. El libro trata de los nuevos *media per se*: sitios web, CD-Roms, multimedia, imágenes digitales, cine digital... Pero llegado a este punto, ahora me interesa mucho más el amplio efecto de los ordenadores en la cultura. Tal vez alguien esté haciendo algo en música o en arquitectura, y tal vez esta persona no está usando ordenadores, pero esa persona vive en un mundo informatizado. ¿Cómo reacciona esa persona a la cultura de la pantalla y a los nuevos modos de percepción y cognición? Y eso es un poco la exposición de San Francisco², pues están tratando de mezclar trabajos realizados con ordenadores, pero también reflejan la cultura informatizada, que no emplea necesariamente ordenadores.

M.: Siguiendo en esta dirección: por un lado hay un gran movimiento en el mundo de la informática para producir la perfección técnica en el tratamiento de la imagen, la perspectiva, la resolución, el movimiento de cámara, y además ha nacido el cine digital. Por otro, tenemos a Dogma, que persigue un acercamiento más natural al cine y rechaza lo que considera un uso excesivo de la técnica en sus producciones como los efectos especiales, la iluminación artificial, etc.

L. M.: De un lado está Hollywood, que se ha centrado cada vez más en los efectos especiales y el espectáculo. De otro, está la contrapartida de Dogma y la televisión, que centran la atención en el aspecto más realista. Creo que es una reacción a los efectos especiales y al artificio. Históricamente hablando, resulta interesante ver que en los años sesenta ya hubo una reacción así: el cine se interesó cada vez más por los efectos especiales y entonces nació el *cinéma vérité*, que trataba de asentar un nuevo realismo. Hoy en día, Hollywood reacciona a Internet ofreciendo un superespectáculo, entonces la televisión y Dogma reaccionan a esto reivindicando un nuevo realismo. Estas conexiones subestructurales resultan muy interesantes.

M.: ¿Cree que el debate de la usabilidad³ tiene algo interesante que aportar?

L. M.: No me gustan los defensores de la usabilidad, pues creo que no tienen ningún criterio estético y están proponiendo algo que resulta extremadamente aburrido. En las aplicaciones Flash están jugando muchos factores. Creo que son personas que están hablando de un nuevo tipo de diseño. Están hablando de diseño interactivo y diseño basado en el tiempo. El movimiento se está usando para llamar la atención de la gente a lo largo del tiempo, y trata de crear con ello cierta identidad. No es solo decoración.

Creo que para bien o para mal hay algo que debemos aceptar, y es que Internet está cambiando. Quizá porque hace cinco años era posible hablar de un solo Internet. No creo que haya un solo Internet. Internet no es un solo *media*, tal vez sea una docena de *media* que emplean la misma plataforma técnica. Pero cada uno de los *media* por separado usa convenciones muy diferentes, tienen estilos diferentes. Por ejemplo, el correo electrónico es un *media* viejo, los chats son un *media* viejo... Un buscador, por ejemplo, no usa Flash, pues lo que prima es la información. En cambio hay otros sitios, que contienen más entretenimiento o cultura, que cada vez se parecen más a películas de televisión. Son más cinéticos y visuales. Te atrapan más. Por eso digo que Internet reúne una docena de *media*. ¿Por qué debería ir todo el mundo en la misma dirección? También me gusta decir que esta cuestión se relaciona con otra, que es una oposición entre dos conceptos que me resultan muy útiles para pensar los nuevos *media*: la oposición entre ficción -en el sentido de ficción artística, como películas, novelas y ficción- e información. Con frecuencia usamos los nuevos *media* y los ordenadores básicamente como herramientas de información, puras herramientas funcionales. Sin embargo, también las podemos usar para crear algún tipo de fantasía o ficción. Y resulta muy interesante ver cómo estas dos funciones están luchando entre ellas. Algunas personas exigen más información y otras piden también ficción. Mi postura creo que está entre ambas, creo que hay que combinarlas. Vivimos en una sociedad

² "010101. Art in technological times", organizada por el SFMOMA del 3 de marzo al 8 de julio del 2001.

³ La usabilidad (del término inglés *usability*) defiende que el diseño de páginas web debe estar enfocado a obtener la máxima sencillez y claridad para el usuario. Sus pautas se aplican principalmente al comercio electrónico y suelen ser contrarias a los gráficos móviles. Véase www.useit.com.

informativa, nos pasamos el día contestando correos y consultando información, y tal vez querríamos añadirle a ello algo de ficción y placer, tal vez un elemento de sorpresa también.

M.: ¿Ese sería el concepto de *Info-Aesthetics*, su próximo libro?

L. M.: Exacto. Para mí el ocio es interesante. Partimos de algo que es pura información que se convierte en algo distinto...

M.: Sí, se crea cierta confusión.

L. M.: Tal vez tenga que ver con el fin de la distinción entre trabajo y ocio. Cuando estoy frente a mi ordenador estoy trabajando casi todo el tiempo, pero no sólo estoy trabajando: paro un rato y juego, vuelvo a trabajar, luego voy al cine. Se trata de confundir ocio y trabajo, para hacerlo así más lúdico y no tan funcional. Está bien confundirlos por una vez. Especialmente cuando Ud. viene de un país como España, que no es como los EE.UU., allí tienen siesta.

M.: No, ya no tenemos siesta.

L. M.: Bueno, tal vez Uds. ya no tengan siesta, pero estuve en Italia y allí sí tienen. Me refiero a que allí la gente trabaja y se divierte, no es como en los EE.UU., donde todo es trabajo, trabajo y trabajo. Bueno, tenemos un trabajo flexible: puedes ir al trabajo en zapatillas deportivas o dejar el trabajo para ir a una fiesta y después regresar al trabajo.

M.: Generalmente trabajo flexible significa más trabajo.

L. M.: Sí, puesto que trabajo todo el tiempo trato de obtener placer de él.

M.: ¿Qué opina de las utopías políticas relacionadas con Internet, de la idea de que Internet desarrollará una comunidad libre y ayudará a que la gente trabaje junta y esté conectada? Por ejemplo, en algunos países del Este tal vez Internet haya sustituido a las utopías comunistas.

L. M.: Creo que el masivo uso de Internet en esos países se debe a una búsqueda de oposición. Los gobiernos postcomunistas no eran autoritarios, sino muy cerrados, no daban acceso a los periódicos, no podías hacer radio. La gente empezó a usar Internet para escuchar la radio a través de la Red. Y puesto que Internet era un *media* nuevo, los gobiernos fueron muy lentos en reaccionar. En EE.UU. puedes hoy en día publicar un diario comunista, pero nadie lo leería. Se trata de un modo distinto de control, más eficiente, incluso. Es control a través de una explosión de exceso de información.

En el siglo XX ha habido dos modos diferentes de control social: el infocontrol de los países comunistas, basado principalmente en la censura (solo hay un mensaje, el mensaje oficial), y el que se ha desarrollado en los últimos tiempos en los países capitalistas, en los que hay tantos mensajes que pierdes el mensaje.

M.: El Banco Mundial canceló una reunión que debía celebrarse en Barcelona y la trasladó a una red telemática privada, ya que este medio parecía ser más controlable... Los manifestantes no podían hacer nada contra el encuentro⁴.

L. M.: Bueno, tenemos redes públicas y privadas en el mundo. Los bancos las tienen. Por un lado tienes todo un entramado público, pero las instituciones privadas también tienen los suyos; para bien o para mal, así es cómo funciona. De nuevo esto depende del orden económico, pues en EE.UU. el acceso a las redes ha sido siempre gratuito o prácticamente gratuito, mientras que en Europa se paga por minuto de conexión. Este hecho ha sido últimamente de una importancia extrema. En un sentido creo que en Europa Internet sigue siendo una novedad, es algo especial, mientras que en EE.UU. es como el teléfono, ni lo

⁴ Conferencia Mundial del Desarrollo de 2001, en Europa, que debía celebrarse del 25 al 27 de junio en Barcelona.

notas. Y este hecho ha permitido el desarrollo del arte en red. Una de las razones por las que se ha desarrollado tanto en Europa es que en los noventa el acceso a la red era caro, y para tener acceso debías pertenecer a una institución. Así, los artistas se dieron cuenta de cuán importante y especial era crear arte para ese *media* nuevo. En EE.UU. en cambio, Internet se desarrolló tan rápido y era tan barato que nadie se fijó en ello; era como un teléfono, y ¿por qué ibas a hacer arte para un teléfono? Creo que sucedió lo mismo en los años veinte, mi periodo favorito. Entonces muchos artistas, diseñadores y arquitectos miraron hacia América en busca de un nuevo modelo estético. Por aquel entonces allí ya había rascacielos, coches y ascensores, mientras que Europa era muy pobre tras la guerra. Resulta muy interesante ver que, como de costumbre, nadie estaba prestando atención a este nuevo modelo estético. Entonces los europeos desarrollaron la Bauhaus y América dijo: "Oh, hay toda una nueva estética", la misma que ya tenían. Lo mismo ha sucedido con el arte en red: Internet se desarrolló en los Estados Unidos, y nadie le prestó atención, mientras en Europa la gente empezaba a hacer arte en red. Ahora, alrededor del año 2001, los comisarios americanos y sus revistas empiezan a decir: "Arte en red, en Europa hay arte en red". La historia se repite.

M.: En su libro hay continuos usos de la palabra *objeto* para referirse a cosas muy distintas, y la usa en lugar de, por ejemplo, *obra de arte*. El uso que Ud. le da no se corresponde con el término *rusovesch*. ¿Está relacionada con algún uso metafísico?

L. M.: Bueno, el uso del término *objeto* se enmarca en una estrategia más amplia con la que estoy experimentando en el libro: trato de ver en qué medida se puede usar un lenguaje informático como lenguaje cultural. Cuando digo *objeto* estoy usando una palabra del mundo de la informática mediante la cual nos podemos referir tanto a un *programa*, como a *datos*, como a un objeto de la vida cotidiana. Su sentido para mí es el de *objeto de software*⁵.

M.: Claro, pero no se puede abstraer el hecho de que es una palabra con mucha historia en la metafísica clásica.

L. M.: Bien, no lo había pensado, y tal vez sería interesante hacerlo.

M.: Adonde queríamos llevar nuestra pregunta es a lo siguiente: ¿Cree Ud. que necesitamos una nueva metafísica para poder tratar con estas nuevas entidades? ¿Una metafísica que tal vez hablara del código binario, los bytes y la memoria RAM?

L. M.: Creo que lo más cerca que estoy en el libro de hablar de algo así es cuando digo que los ordenadores representan el mundo a su manera. Por ejemplo, cuando un programador tiene que escribir un programa, debe romper cada problema en pedazos y luego organizar los datos en un algoritmo⁶. Esta es una manera muy particular de pensar el mundo.

M.: También es otro modo de ver el trabajo, el software nunca está acabado.

L. M.: Hay un aspecto de los *media* que me interesa mucho: la variabilidad, que está relacionada con el hecho de que el software nunca esté acabado. También me interesa cómo esto está conectado con ciertos tipos de cambio en la economía productiva. Con las redes de trabajo basadas en los ordenadores, cada vez se modifican los productos más rápidamente, hay versiones nuevas cada día. El modelo de unos zapatos se puede modificar muy rápido porque su producción también se basa en los ordenadores. Todo se actualiza constantemente.

Es interesante porque no es solo una cuestión de los nuevos *media*. Tenemos los *media*, tenemos el software, pero también tenemos el mundo de los objetos. Y todo está hecho con software. El software está también detrás del mundo sólido en el que vivimos.

M.: Sorprende en su trabajo el uso de algunos términos marxistas, como por ejemplo

⁵ En programación informática se habla de "programación orientada a objetos".

⁶ Serie de pasos fijos que sirve para resolver un problema de manera sistemática. El primer algoritmo de la historia se le atribuye a Euclides (algoritmo de Euclides), el cual sirve para determinar la descomposición de cualquier número en números primos.

"materialismo digital".

L. M.: Sí. Uso "materialismo digital" en un sentido irónico, porque yo crecí en Rusia, y allí el único tipo de filosofía que me enseñaron fue materialismo dialéctico, cuya abreviatura es *díamat*. Así que cuando empecé a trabajar en torno a los nuevos *media* pensé que usaría la misma abreviatura, pero para referirme a *digital materialism*. Pero no solo se trata de un chiste, también ofrece una descripción de mi perspectiva o de mi metodología, la cual consiste en prestar mucha atención al hardware y al software, pero también a cómo se usa este hardware y este software, a las condiciones de producción, a cómo trabajan los diseñadores, etc. Con ello me enfrento a la crítica cultural más tradicional, como la crítica cinematográfica o literaria en la que solo se miran los textos acabados y se analizan estos textos (como mucho en ocasiones se presta cierta atención a los lectores), pero no se atiende al momento de producción o las estructuras materiales. Antes del estructuralismo se prestaba mucha atención al autor: las intenciones del autor, la psicología del autor. Pero en los sesenta se hizo un cambio y se empezó a estudiar el texto: las estructuras del texto, el texto como sistema... ¿Cuál debe ser el próximo paso? Creo que, en nuestra cultura tecnológica, entre el autor y el texto se encuentra el software. Y también entre texto y lector o usuario hay de nuevo el software. Por tanto, estoy tratando de elucidar el papel del software en la formación, por un lado, del tipo de textos que se producen, y por otro, de las experiencias de los lectores o usuarios de los textos o los *media*. Pues la creación de uno, o su percepción, no sólo está mediada, sino re-mediada por estas interfaces tecnológicas.

Enlaces relacionados:

Página web de Lev Manovich

<http://www.manovich.net>

Reseña del libro *The language of new media* de Lev Manovich

<http://www.v2.nl/~arns/Texts/Media/manovich-review.html>

Tekstura: Russian essays on visual culture

<http://www.press.uchicago.edu/cgi-bin/hfs.cgi/00/12371.ctl>

Info-Aesthetics

<http://www.manovich.net/IA/index.html>