“Un viaje del dato a la materia”, Carmen Torrieri

Copia y transformación

En el proceso de la investigación “Un viaje del dato a la materia”, desde el marco teórico nos interesa indagar en algunos conceptos que se hacen presente.

“Los chinos tienen dos conceptos para designar la copia. El término fangzhiping (仿制品) se refiere a las recreaciones en las que es evidente la diferencia respecto del original. No se trata de modelos o copias, que pudieran comprarse, por ejemplo en la tienda de un museo. El segundo concepto para la copia se denomina fuzhipin (字符中的) en este caso se trata de una reproducción exacta del original, la cual, para los chinos, tiene el mismo valor que el original.

No conlleva, bajo ningún concepto, una connotación negativa. La discrepancia en cuanto a la interpretación de la copia a menudo ha generado malentendidos y controversias entre China y los museos occidentales. Los chinos a menudo mandan copias en vez de originales, puesto que están convencidos de que en lo esencial no son distintos.” Byung Chul Han en Shanzhai, El arte de la falsificación y la deconstrucción en China. Ed Caja negra 2016.

Partiendo de la premisa de la utilización de los avances tecnológicos para la producción artística, en el proyecto de investigación “Un viaje del dato a la materia”, nos adentramos en un trabajo colectivo. A lo largo de las diferentes etapas del proyecto, hay conceptos constantes que se repiten y que nos hace hacernos preguntas. La copia y la transformación son unos de ellos.

El pensamiento chino se diferencia en muchos aspectos con el occidental, pero su cosmovisión puede abrirnos nuevas perspectivas para pensar la producción artística. En dicho pensamiento no hay principios absolutos sino procesos continuos, sin comienzo ni final, sin nacimiento ni muerte. Nada se separa, nada se clausura, no hay nada que sea absoluto, es decir, que este apartado y dividido.

Desde este punto de vista, nos podemos ocupar de las transformaciones como algo importante y un proceso. Al no existir la idea del original, no se presupone un comienzo. No hay principios, sino hay movimiento. De esta manera, este pensamiento se distingue por completo de la idea occidental de veracidad que hace referencia a la inmutabilidad y a la duración.

Las obras de arte chinas, incluso haciendo uso de las tecnologías milenarias, nunca permanecen idénticas a sí mismas. Cuanto más venerada es la obra, más debe cambiar su aspecto, haciendo de la misma una transformación constante. Por ejemplo, cuanto más conocido es un cuadro, más sometido a transformaciones.

La obra es considerada como un gran espacio vacío o en construcción que siempre se está llenando de nuevos contenidos, de nuevas imágenes. Las falsificaciones tienen más valor histórico artístico que el original verdadero. Esto podemos analizarlo desde el punto de vista de la producción visual colectiva a través de los diferentes dispositivos como las plataformas digitales para descargarse información y devolverla modificada, a la vez para que siga su proceso de transformación.

En el proceso que estamos emprendiendo del dato a la materia, muchos de estos conceptos del pensamiento chino nos ayudan a pensar la forma de producción desarrollada en el proyecto de investigación. Mientras que Quan, designa la capacidad de adaptarse a situaciones variables y beneficiarse de ellas, nada es definitivo o estanco; Zhenji, es original pero entendida no como una creación única sino como un proceso infinito y en transformación incesante y Fuzhi es la copia.

En Occidente el origen, identidad o la misma idea de la originalidad del arte la entendemos como única e importante para la legitimación de las obras de arte, por el contrario con el uso de internet y la difusión de las imágenes, consideramos que esto ya cambió hace tiempo. La manipulación colaborativa desde “el dato”, expande la noción de copia y transformación, cuestionando en el arte la idea de “originalidad”. Que dichas modificaciones a las imágenes en 2d (jpg) para transformarlo en un archivo 3d puedan ser infinitas y a la vez simultáneas y que su transportación sea de igual manera, suprime muchas problemáticas y acelera los procesos.

Partiendo desde lo colectivo en la virtualidad, se apunta a producciones visuales que se vayan transformando constantemente con la intervención de cada uno de los y las participantes, y así volver a explorar al máximo las posibilidades que nos da internet como medio. Un medio de trabajo que usamos y es esencialmente colaborativo, creativo y expansivo a nuevas ideas.

La plataforma “Thingiverse”, donde el proyecto de investigación tiene su canal y es el lugar donde se produce el intercambio de datos, también se funda en el concepto de colaboración colectiva. Esta plataforma de código abierto, es decir centrada en la premisa de compartir el código del software, determina un uso de internet que sirva como vehículo de nuevas ideas y de proyectos colaborativos. La idea que internet puede ser un medio para compartir, y donde el arte o las producciones que así se realizan se basan en este mismo concepto. Por fuera de toda idea de propiedad individual e intelectual, se apuesta a la colaboración como forma de producir.

Si bien actualmente conviven este tipo de páginas de internet, (que son de nuestra elección porque tienen relación con nuestra metodología de trabajo), desde hace unos años estamos viviendo en un “capitalismo de plataformas”. Con un fundamento contrario a los conceptos de código abierto, hoy en día las plataformas son un medio más para generar rentabilidad. El teórico Nick Srnicek, que basa sus investigaciones en la relación entre la economía política y la tecnología, plantea en *Capitalismo de plataformas*^[1] que: el capitalismo, en una etapa de crisis como la actual donde hay una tendencia general a la caída de la rentabilidad de las manufacturas, se volcó a los datos como un modo de mantener el crecimiento económico. “El dato”, se ha vuelto cada vez más importante para las empresas y sus relaciones. Por lo tanto, esas infraestructuras digitales que permiten la interacción, son un modelo hegemónico en la sociedad actual, desarrollándose una “economía digital”, es decir aquellos negocios que dependen cada vez más de la tecnología de la información, de los datos y de internet para sus ganancias e incrementar la productividad laboral.

Desde “Un viaje del dato a la materia”, lo que se busca es lo contrario, no la utilización del medio para generar ganancias, sino mostrar mediante el proceso de trabajo los usos expansivos que pueden tener estas plataformas y cómo de manera colectiva se pueden generar infinidad de contenidos.

En “Thingiverse”, hay una comunidad online donde los usuarios registrados comparten

sus diseños para su manipulación o posterior impresión en 3D. Es allí donde las problemáticas comienzan, y las obras, se adaptan al cambio de soportes y los diferentes formatos.

Si bien la aparición de la impresión 3D no es nueva, sigue aportando a la realización de todo tipo de objetos con diversas aplicaciones. En el arte, transformar desde el dato, modelando una obra/diseño virtualmente, es muy interesante. La simultaneidad del trabajo de diferentes personas, cada una con su propia subjetividad, hace que se produzca un intercambio que no es lineal. Hay un movimiento constante, de datos y se produce la transformación, a la par que se socializan los objetos de estudio.

Apostamos al desarrollo de un arte comunitario, donde poner los medios tecnológicos al servicio de este concepto.

Datos y plataformas

En el siglo XXI, el capitalismo se centra en la extracción y uso de un tipo particular de materia prima, los **datos**. Según Nick Srnicek, el capitalismo demanda un cambio de tecnología constante, como mencionamos anteriormente, actualmente estamos asistiendo a una centralidad de “los datos” en la economía.

Los datos se pueden definir como información de que algo sucedió, diferenciándose del conocimiento, que es informacion de por qué ese algo sucedió. Para la existencia de los datos, está implicado el ser grabados, por lo tanto deben tener un medio material. Cada dato, desde su singularidad a la pluralidad, requiere sensores para ser capturados y enormes sistemas de almacenamiento para su mantenimiento. Es decir, que la recopilación de esos datos depende de una infraestructura para ser detectados, grabados y analizados.

La materia prima, los datos, se volvieron un recurso central que impulsan un cambio que estamos viviendo en el capitalismo. Las **plataformas** surgieron como un nuevo modelos de negocios, que son capaces de extraer, analizar y controla una gran cantidad de datos y, de esta manera generando grandes negocios podemos ver como crecen las grandes compañías monopólicas.

“En el nivel más general las plataformas son infraestructuras digitales que permiten que dos o más grupos interactúen. De esta manera se posicionan como intermediarias que reúnen a diferentes usuarios, clientes, anunciantes, proveedores de servicios, productores, distribuidores e incluso objetos físicos. Casi siempre, estas plataformas también vienen con una serie e herramientas que permiten a los usuarios construir sus propios productos, servicios y espacios de transacciones”[2](...) “son un nuevo tipo de empresa; se caracterizan por proporcionar la infraestructura necesaria para intermediar entre diferentes grupos usuarios, por desplegar tendencias monopólicas impulsadas por efectos de red, por hacer uso de subvenciones cruzadas para captar diferentes grupos usuarios y por tener una arquitectura central establecida que controla las posibilidades de interacción”[3].

Las plataformas pueden existir en formas no digitales, sin embargo el desarrollo de dicha tecnología ha facilitado el registro de las actividades que se relizan online haciendo de ellas un medio privilegiado. Son mucho más que una mera empresa de Internet, ya que puede operar en cualquier lugar donde tenga lugar la interacción digital.

Por ejemplo, Google proporciona una plataforma para los anunciantes y para los contenidos. Es decir que en vez de construir desde la nada, son las plataformas las que proporcionan las infraestructuras básicas necesarias para interceder entre diferentes grupos.

La interacción es una característica fundamental para la constitución de estas plataformas y por consiguiente dependen de “efectos de red”, es decir, que mientras obtengan más interacciones, más usuarios que usan dicha plataforma más valor cobra la misma.

Estas plataformas hoy en día monopolizan los datos para su extracción, su análisis, su uso y su posterior negocio que consiste en venderlos. Se puede categorizar dichas plataformas como las publicitarias, las plataformas de la nube, las plataformas industriales, las plataformas de productos y las plataformas austeras.

Las plataformas publicitarias, son las que su modelo de extracción de datos dependen de la producción de bienes, de datos y contenidos, que son tomados y vendidos por las compañías de los anunciantes. Las plataformas de la nube comienza con el ecommerce, permiten la terciarización de gran parte del departamento de tecnología de la información de una empresa.

Todo eso puede ser derivado a la nube. Las plataformas industriales tienen como objetivo volver más efectivo el proceso de producción, reduciendo los costos y el tiempo muerto en la producción (relacionado con la internet industrial, inserción de sensores y chips al proceso de producción). La plataformas de productos, son ondemand, es decir donde los bienes son un servicios. Por último, las plataformas austeras abarcan desde compañías especializadas en algún tipo de servicio hasta mercados más generales y operan a partir de un modelo de hiperterciación ya que no son propietarios de los bienes sino del software y del analisis de datos.

Algunos autores hablan de “cooperativismo de plataformas”, donde la propuesta es cambiar de manos la propiedad y que el estado jerarquice la solidaridad, desarrollando plataformas laborales de manera justa. Sin embargo, esta es una visión utópica ya que es el mismo estado que garantiza las condiciones de super explotación y la terciarización. Luego de la crisis del 2008, a nivel mundial se dió una larga recesión en la manufactura, y las plataformas fueron una forma de llevar al capital a un sector relativamente dinámico.

Thingiverse, el viaje

Thingiverse, la plataforma que utilizamos para el desarrollo del proyecto, es una plataforma de publicación de diseños para impresión 3D creada por las industrias Markebot.

Con más de 1599090 diseños y más de 3millones de miembros de la comunidad que pueden descargar, compartir y remezclar diseños 3D.

Es muy diferente a las plataformas mencionadas anteriormente como motor de la economía, apunta a la socialización de los datos, y podría considerarse “nube”.

Es completamente abierta, todos los diseños que allí se suban son accesibles a los usuarios sin restricciones. Está diseñada para aprender y compartir mediante la licencia Common Creative. Así mismo, por las propias características esto forma una comunidad,

lo que es el espacio ideal para el desarrollo de propuestas artísticas.

Desde la propuesta del proyecto, pensamos en la producción colectiva y el uso de las plataformas, combatiendo las tendencias monopólicas y de negocios.

Cada uno de los participantes del proceso de “Un viaje del dato a la materia”, como también cualquier usuario de ThingiVerse dispone sus datos para socializar y ayudar o aportar a la construcción de producciones artísticas individuales, que están formadas por producciones colectivas. Los datos en este caso, son materia prima para la producción sin una finalidad de negocios.

[1]Smniecek, Nick, *Capitalismo de plataformas*. 1a. ed. - Ciudad Autónoma de Buenos Aires. Caja Negra, 2018.

[2]Smniecek, Nick, *Capitalismo de plataformas*. 1a. ed. - Ciudad Autónoma de Buenos Aires. Caja Negra, 2018. Pág 45.

[3]Smniecek, Nick, *Capitalismo de plataformas*. 1a. ed. - Ciudad Autónoma de Buenos Aires. Caja Negra, 2018. Pág 49.