

# Arte interpasivo. La interactividad como medio interpasivo en la recepción del arte

José M. Ruiz-Martín

Universidad Rey Juan Carlos  <https://dx.doi.org/10.5209/aris.91073>

Recibido: 18 de agosto de 2023 • Aceptado: 24 de noviembre de 2023

**ES Resumen.** La interpasividad es la estructura inversa de la interactividad y ha sido analizada como comportamiento cultural por los filósofos Robert Pfaller y Slavoj Žižek. La interpasividad es pasividad delegada, se es *pasivo por medio del otro* mientras se hace algo de forma activa, lo que permite esquivar la identificación y la subjetivación. ¿Podríamos hablar de *arte interpasivo*? ¿Qué vínculos establecería con el *arte interactivo*? ¿Cuáles serían sus características y condiciones? Se plantea una traslación del concepto de interpasividad desde el campo de la filosofía hacia el espacio de la recepción del arte, aporte original de esta investigación. Se ha empleado una metodología basada en la literatura comparada, aplicando la exégesis y la eiségesis como métodos. Se concluye que la interactividad como falsa actividad en la obra de arte ejerce como acto ritual sustitutivo para el espectador. Al impedir la distancia y el disenso en la recepción del arte, la interactividad se convierte en un medio interpasivo que dificulta los procesos de subjetivación propios de la experiencia estética. Lo que hoy se denomina *arte interactivo* es verdaderamente un *arte interpasivo*. El dispositivo de la interactividad en la relación objeto-sujeto en el espacio del arte inaugura teóricamente un *arte interpasivo*.

**Palabras clave:** Arte interpasivo, interpasividad, arte interactivo, interactividad.

## ENG Interpassive art. Interactivity as an interpassive medium in the art reception

**Abstract.** Interpassivity is the inverse structure of interactivity and has been analysed as cultural behaviour by the philosophers Robert Pfaller and Slavoj Žižek. Interpassivity is delegated passivity, one is *passive through the other* while doing something actively, which allows us to avoid identification and subjectivation. Could we speak of *interpassive art*? What links would it establish with *interactive art*? What would be its characteristics and conditions? We propose a translation of the concept of interpassivity from the field of philosophy to the space of art reception, an original contribution of this research. A methodology based on comparative literature has been used, applying exegesis and eisegesis as methods. It is concluded that interactivity as a false activity in the work of art acts as a ritual substitutive act for the spectator. By preventing distance and dissent in the reception of art, interactivity becomes an interpassive medium that hinders the processes of subjectivation inherent to the aesthetic experience. What today is called *interactive art* is truly *interpassive art*. The device of interactivity in the object-subject relation in the space of art theoretically inaugurates an *interpassive art*.

**Keywords:** Interpassive art, interpassivity, interactive art, interactivity.

**Sumario:** 1. Acerca de la interactividad y del *arte interactivo*, 2. La interpasividad como comportamiento cultural, 3. Arte interpasivo. La interpasividad en la recepción del arte, 4. Conclusiones. Referencias.

**Cómo citar:** Ruiz-Martín, J. M. (2024). Arte interpasivo. La interactividad como medio interpasivo en la recepción del arte, *Arte, Individuo y Sociedad* 36(2), 345-351. <https://dx.doi.org/10.5209/aris.91073>

### 1. Acerca de la interactividad y del *arte interactivo*

La interactividad es la cualidad de interactivo, aquello que procede por interacción. A su vez, la interacción es la “acción que se ejerce recíprocamente entre dos o más objetos, personas, agentes, fuerzas o funciones” (Real Academia Española s.f., definición 1). Como discurso, método y estrategia, la interactividad es una de las principales banderas de la publicidad y de la mercadotecnia desde los años noventa del pasado siglo. Persuadir al consumidor sin que se sienta instigado, perseguido o manipulado y, además, hacerlo a través del juego, de la ludificación y de su propia participación es un sueño hecho realidad para la industria

publicitaria. En este sentido, bastaría citar algunas técnicas en boga hoy como el denominado *marketing viral* o la publicidad encubierta<sup>1</sup>, entre otras, para comprender su impacto y alcance. Nos referimos a “la proliferación de una cultura visual mercantilista que transforma todo producto a consumir en un símbolo a descodificar por el consumidor” (Caldera, 2021, p. 105). Es el *do it yourself & do it with others* mercantilizado en todo su esplendor.

Pero, por encima de todo, la interactividad es una condición intrínseca a los procesos de comunicación actuales mediados por pantallas y dispositivos digitales, una característica oriunda de las teorías cibernéticas y del desarrollo informático que en la actualidad se disemina por todo el espectro social, tecnológico y cultural. Todo ha devenido interactivo. La interactividad se ha convertido, de forma indudable y casi obscena, en un omnipresente *dispositivo* –siguiendo el concepto propuesto por Agamben (2015)–, pues tiene la capacidad de “capturar, orientar, determinar, interceptar, modelar, controlar y asegurar los gestos, las conductas, las opiniones y los discursos de los seres vivientes” (p. 23).

El fin último es hacer algo, estar urgentemente activo, aunque se desconozca la razón –o porque, justamente, se evita que la razón emerja–:

(...) hay que prestar atención a que la tendencia de las lógicas corporativas no es fomentar nuestra condición de espectadores (...) sino la de *interactuantes*. En todo momento se nos solicita una acción de cara a los demás, se nos inculca la ansiedad de la participación y de la retroalimentación en forma de *likes* o valoraciones alabatorias. La interactividad es casi ya una adicción, clave en los modos de producción de subjetividad que imponen los nuevos modelos de negocio digital (Martín Prada, 2023, p. 170).

En el campo autónomo y poroso del arte, que todo lo permea, la interactividad tiene un largo recorrido que no se circunscribe al siglo en ciernes. Lo interactivo encuentra sus raíces en las primeras vanguardias del siglo XX con los dispositivos mecánicos de artistas como Moholy Nagy, activados por el espectador, y con las pretensiones participativas de las vanguardias de la segunda mitad del mismo siglo, como el *happening* de los años sesenta, el movimiento situacionista, el performance, etc. (Bishop, 2016). También podríamos pensar en la obsesión participativa de *lo relacional* en la década de los noventa, sus modos de conectar personas en diversas situaciones –confundiéndolo con la práctica artística– y crear espacios de interacción y paupérrimos encuentros.

Adicionalmente, con la aparición de las nuevas tecnologías de la información y la comunicación y con las posibilidades de retroalimentación que otorgaron el ordenador primero e internet después, los artistas asumieron su papel experimental produciendo trabajos en perfecta sintonía con la ola comercial de lo interactivo. Aquí, encontramos proyectos pioneros del arte electrónico y digital interactivo como *Legible City* (1988-1991) de Jeffrey Shaw, *Interactive Plant Growing* (1992-1994) de Christa Sommerer y Laurent Mignonneau, *Osmose* (1994-1995) de Char Davies, o *n-cha(n)t* (2001) de David Rokeby, por citar algunos. Estas obras se situaron bajo el paraguas de una corriente estética directamente influenciada por teorías de la información y de la cibernética, cuyo lugar de peregrinación se estableció en Karlsruhe (Alemania) desde 1989, fecha de la creación del ZKM (*Zentrum für Kunst und Medientechnologie*). Así, en la clasificación o taxonomía artística y bajo la etiqueta de *arte interactivo* se hace referencia casi en exclusiva a aquel generado por medios digitales. En el presente texto, de aquí en adelante, nos referiremos a este siempre en cursiva. Giannetti (2002) lo define como sigue:

Corriente de la creación artística contemporánea que utiliza las tecnologías electrónicas y/o digitales (audiovisuales, computerizadas, telemáticas) interactivas, es decir, basadas en interfaces técnicas que permiten establecer relaciones dialógicas entre el público y la obra o sistema (p. 191).

Es evidente que para que este *arte interactivo* tenga lugar se requiere de un compromiso del espectador a nivel físico y motor (más allá de la observación y de la interpretación) y que dicha participación provoque una reacción inmediata y perceptible que, preferiblemente, modifique la obra, cerrando de este modo el circuito de la interacción. Así, el *arte interactivo* sería el encargado de transformar al espectador pasivo en usuario activo (Huhtamo, 2004), en una especie de operador, alterando los supuestos tradicionales sobre la concepción y producción de una obra.

En todo caso hablamos siempre de un arte participativo y colaborativo en cuyo germen encontramos la idea –oscura, aunque revestida de utópica– de la correalización de la obra entre artista y espectador, incluso de la supresión del papel del espectador –puesto que todos somos artistas, todos hemos de ser productores–. Hablamos de la creación de un espacio del arte pseudohorizontalizado, democrático y consensuado que, inocentemente, pueda servir de ejemplo en la conformación de una sociedad inclusiva frente al individualismo contemporáneo y que, paradójicamente y en algunos casos, ha devenido hiperactivismo consumista.

Frente a esta idea se han alzado multitud de voces, entre ellas, la más contundente y perentoria, la de Rancière (2013). Según el filósofo francés, el problema vertebral se encuentra en no discernir el potencial emancipador que reside en la actividad propia del espectador, el poder de cada uno de los espectadores para traducir aquello que percibe. “En ese poder de asociar y de disociar reside la emancipación del espectador, es decir, la emancipación de cada uno de nosotros como espectador” (p. 23). Se trata de cuestionar la oposición entre mirar y actuar, y comprender que la primera es igualmente una acción. El

<sup>1</sup> Cada vez resulta más habitual el ocultamiento del mensaje publicitario en las campañas como forma de generar una cierta curiosidad en el consumidor para que sea este, por sus propios medios, el que acceda a la campaña *online*. En este proceso, compartirá sus datos.

espectador es el encargado de conectar una imagen con otra imagen previamente vista, con un relato leído, con una composición escuchada o con una idea creada en otro momento para conformar una nueva. El espectador no existiría sin su capacidad de asociar aquello que ve con lo previamente percibido, por lo que es, en definitiva, un intérprete activo.

La percepción no requiere participación; es más, la percepción inhabilita parcialmente la participación. No hay una relación causal (...) entre percepción y acción; (...) En definitiva, la relación entre la percepción y la acción no es de requerimiento, pues el no-requerimiento de la participación es una condición suficiente para que haya percepción (Caldera, 2021, p. 63).

Percibir es la verdadera actividad del espectador, pero la *acción-en-tanto-participación* dificulta la percepción. De tal planteamiento deducimos que toda obra de arte es interactiva. En el sistema del arte –aquel formado por el espacio de la creación (protagonizado por el artista) y por el espacio de la recepción (protagonizado por el espectador)–, toda obra de arte –situada entre ambos espacios– necesita tanto del artista como del espectador para ser. El espectador, con su labor de percepción de la obra de arte, cierra el ciclo tripartito del sistema del arte (artista-obra-espectador) permitiendo que la obra de arte adquiera sentidos. Por ello, debemos entender la obra como un proceso que tiene lugar entre el objeto y el sujeto que a ella se enfrenta, “lo cual quiere decir que el objeto solo se presenta como estético, como obra en sentido enfático, en su interrelación con un sujeto que lo experimenta” (Rebentisch, 2021, p. 53).

Así, toda obra de arte que interpela al espectador para que horade en sus campos de sentido genera inevitablemente interactividad: es el espectador el que hace realidad la obra de arte cada vez que la activa. Siendo estrictos –y con Danto (2010)–, cada interpretación construye una nueva obra. Gabriel (2019) llega incluso a referirse a la interpretación como performance, afirmando que “estamos así integrados a la constitución de la obra de arte en sí misma” (p. 58). Entonces, la interactividad es una cualidad inherente a toda obra de arte. El arte es, por definición, interactivo. La interactividad, al igual que ocurre con la virtualidad (Ruiz Martín, 2021), es *conditio sine qua non* para que el arte acontezca.

## 2. La interpasividad como comportamiento cultural

Frente a la manida y omnipresente interactividad, el concepto de *interpasividad* ha sido analizado principalmente por dos pensadores: Robert Pfaller (Austria, 1962) y Slavoj Žižek (Eslovenia, 1949). Aunque el filósofo y psicoanalista esloveno valorara antes algunas situaciones de la cultura relacionadas con la interpasividad bajo el paraguas teórico del psicoanálisis, fue el profesor austriaco quien tomó de Žižek algunas de sus principales ideas en este sentido y configuró el concepto. Pfaller (1996) fue el primero en emplear el concepto *interpasividad* en su intervención en el simposio *Die Dinge lachen an unsere Stelle* (Linz, Austria), con la conferencia *Interpassive Medien: die Schattenseite der Interaktivität*, directamente influenciado por los supuestos de Žižek y Lacan. Para Pfaller, la noción de *interpasividad* representa el punto nodal de su teoría cultural, algo que se hace patente en publicaciones como *Little gestures of disappearance. Interpassivity and the theory of ritual* (2003) o *The Work of Art that Observes Itself: The Aesthetics of Interpassivity* (2004), artículos ambos reunidos, junto a otros que ahondan en problemas teóricos como la participación, en *Interpassivity: The Aesthetics of Delegated Enjoyment* (2017), texto que emplearemos como referencia principal en la presente disertación.

Pfaller define la interpasividad en oposición a la interactividad. Si en la interactividad el observador debe agregar o completar algo mediante la actividad, en la interpasividad como estructura inversa debería añadir pasividad. En ambos casos se da una transferencia: “en el caso de la interactividad, se está transfiriendo alguna actividad del productor o del producto al consumidor (...); en el caso de la interpasividad, cierta pasividad se transfiere del consumidor al producto” (Pfaller, 2018, p. 19). Así, el filósofo austriaco entiende la interpasividad como pasividad delegada, en tanto placer o consumo delegado. En toda forma de interpasividad se delega el disfrute de la cosa. Ya no se trataría, entonces, de hacer algo, sino de que el otro lo haga por mí mientras yo me dedico a otras cuestiones.

Por su parte, Žižek (2011) opone la noción de interpasividad al concepto hegeliano *List der Vernunft* (*astucia de la razón*). En el caso de la propuesta hegeliana, el sujeto es *activo por medio del otro* o, lo que es lo mismo, permanece pasivo mientras el otro actúa por él. Esto sucede, por ejemplo, cuando una máquina reemplaza la fuerza de trabajo humano (pensemos en una lavadora, una prensa mecánica o cualquier otro aparato que realice un trabajo por nosotros). Por el contrario, en la estructura interpasiva se es *pasivo por medio del otro*: se le otorga al otro el goce de la cosa, la pasividad (la interpretación, la asociación, la disociación), mientras se hace algo de forma activa. Como bien señala el filósofo esloveno, “esto nos conduce a la noción de falsa actividad: las personas no solo actúan para cambiar algo, sino también para evitar que algo ocurra y así nada cambie” (2008, p. 35). Uno piensa que es activo pero su posición auténtica es pasiva.

En el acto interpasivo podemos diferenciar entre personas interpasivas y medios interpasivos. Las personas interpasivas son aquellas que delegan sus placeres o consumos y los medios interpasivos, aquellos agentes o prótesis (ya sean máquinas, animales e incluso personas) en los que las personas interpasivas delegan (Pfaller, 2003). Por tanto, en esta relación siempre existe una persona interpasiva que requiere de un medio interpasivo para ejercer efectivamente la interpasividad.

Hablamos por ejemplo de interpasividad cuando descargamos en el ordenador multitud de material literario o cinematográfico que jamás podremos leer o visualizar por falta de tiempo. Sin embargo, el simple hecho de saber que se encuentra almacenado en un disco duro nos genera una sensación placentera. Es

el Otro (ordenador) el que *consume* el material por nosotros. Ocurre algo similar con las *risas enlatadas* de las series televisivas. Gracias a ellas creemos disfrutar del espectáculo, aunque en realidad sea el Otro (TV u ordenador) el que lo hace. También sucede algo similar –y este es un ejemplo especialmente destacado por Zizek (2003)– con la figura de las plañideras en los velatorios, aquellas que cumplirían por nosotros el deber de duelo. Todos estos dispositivos –TV, ordenador, plañideras– desempeñarían el rol de medios interpasivos. La interpasividad sería, pues, una forma generalizada de comportamiento cultural.

Ya Lacan (1997) se refirió a esta curiosa relación cuando señaló el papel del Coro en la representación de la tragedia griega, esto es, experimentar la compasión y el miedo (*eleos* y *phobos*, en términos de Aristóteles) por los espectadores. Lacan denominó al Coro “medio emocional” (p. 303). “Es como si una figura del otro (...) se apoderara de nosotros y experimentara por nosotros nuestros más íntimos y espontáneos sentimientos y actitudes” (Zizek, 2008, p. 33).

Pfaller (2003) nos habla también de la figuratividad como representación sustitutiva de un acto real, algo especialmente importante en la interpasividad. El autor austriaco se refiere a la importancia de la acción ritual, afirmando que la interpasividad consiste en actos rituales o, lo que es lo mismo, en actos sustitutivos o formaciones sustitutivas<sup>2</sup>. Estos actos sustitutivos poseen un carácter placentero. El carácter especial que cobran dichos actos y el esmero y la actitud dispuestos ante ellos denotan que la energía psíquica del acto original se ha desplazado a estos últimos. Pero el goce interpasivo que proporciona el empleo de un medio o prótesis interpasiva nunca puede ser, según Pfaller (2017), un goce nuevo u original, sino un goce perdido, pasado.

Con la ayuda de una ilusión objetiva y anónima podemos delegar interpasivamente todos nuestros placeres y actos de consumo (como reír, leer, comer, beber, etc.) a un medio interpasivo. Alguien más –un otro anónimo, no nosotros– cree, pues, en la equivalencia y piensa que estábamos disfrutando (Pfaller, 2017, p. 60).

He aquí una de las cuestiones contemporáneas fundamentales. En la época de las redes sociales, el otro anónimo (el Gran Otro) es la turba del amiguismo. Las redes sociales invitan constantemente al ritual del compartir y del hacerse ver, característica fundamental de un mundo publicitario en esencia (Baudrillard, 2012). “La llamada amenaza de los nuevos medios de información estriba en que nos privan de nuestra pasividad, de nuestra auténtica experiencia pasiva y, por tanto, nos preparan para una actividad frenética y absurda” (Zizek, 2011, p. 139). Quien se ve sumido en ellas, ha escuchado alguna vez la omnipresente voz imperativa del *goza!*, un mandato que resulta tan inasumible que nos vemos obligados a delegarlo en nuestros dispositivos móviles, compartiendo pruebas de forma constante en forma de registro digital. Este es el ritual cargado de interpasividad. “No solo la interpasividad se basa en el ritual, sino que el propio ritual se basa en la interpasividad” (Pfaller, 2003, s/n).

La fórmula religiosa *ora pro nobis*, esto es, pedir a un dios que ruegue por nosotros, es un buen ejemplo de práctica interpasiva y su relación con la acción ritual. También la rueda de plegaria tibetana, un cilindro metálico donde se encuentran grabadas las oraciones. Según la tradición budista tibetana, hacer girar la rueda tendría exactamente el mismo efecto que recitar las plegarias.

Aquí, caemos en la cuenta de que el ritual libera al individuo de los procesos de subjetivación gracias a la interpasividad. Allá donde exista ritual no puede darse un proceso de subjetivación. Según Althusser (1974), la subjetivación se realiza a través de la interpelación, es decir, para que pueda existir subjetivación debe propiciarse la interpelación. La interpelación, entonces, no puede darse nunca en el contexto de la interpasividad. La interpasividad se opone a la interpelación. La práctica interpasiva se explicaría con la satisfacción que el individuo interpasivo siente al evitar la subjetivación.

Quedar directamente paralizado por el objeto, sometido pasivamente a su poder de fascinación, es, a la postre, insoportable: la exhibición manifiesta de la actitud pasiva de gozar priva en cierta manera al sujeto de su dignidad. Por consiguiente, hay que concebir la interpasividad como la forma primordial de defensa del sujeto ante el goce. Cedo el goce al Otro, que lo soporta pasivamente (se ríe, sufre, goza...) en mi nombre (Zizek, 2011, p. 132).

Sentirse interpelado, aceptar el envite y exponerse a un proceso de subjetivación tiene un componente monstruoso: *el monstruoso deber de gozar*. La interpasividad tendría entonces un claro potencial liberador, un dispositivo estratégico que esquivo la identificación y, por consiguiente, la subjetivación. Así, la posibilidad de evitar la subjetivación parece ser la razón de la práctica interpasiva y la clave fundamental de la extraña satisfacción experimentada por los individuos interpasivos. “La interpasividad es, por lo tanto, un comportamiento anti-ideológico o es un segundo tipo de ideología, completamente diferente, que no se basa en convertirse en un sujeto” (Pfaller, 2017, p. 8).

En la fase actual del capitalismo, donde no existe ni un solo momento que no esté contaminado por algún dispositivo, destacan excesivos procesos de subjetivación que provocan el efecto contrario: continuos procesos de desubjetivación y, de acuerdo con Agamben (2015), “la recomposición de un nuevo sujeto de forma larvada y (...) espectral” (p. 31). La activación ha desbancado al sujeto, pues este no es más que activación. La relación de estos procesos de desubjetivación, propios de la interpasividad, parecen estar imbricados con modelos de neurosis obsesiva. “Los actos interpasivos son, como los de la neurosis obsesiva, actos sustitutivos que resultan de un conflicto intrapsíquico” (Pfaller, 2017, p. 43).

<sup>2</sup> A este respecto, véase, por ejemplo, Freud, S. (1995) [1926]. *Inhibición, síntoma y angustia*. Amorrortu.

### 3. Arte interpasivo. La interpasividad en la recepción del arte

Expuesta la noción de interactividad y arte interactivo y analizado el concepto de interpasividad en el pensamiento de Robert Pfaller y Slavoj Žižek, hemos de poner a funcionar la hipótesis principal del presente trabajo, esto es, si existiría, frente al arte interactivo, un arte interpasivo; si pudiera o no efectivizarse la obra de arte interpasiva y/o situaciones o eventos interpasivos en el sistema del arte y bajo qué condiciones y características.

Queda patente que la obra de arte interpasivo, en primera instancia, no exigiría ningún tipo de actividad por parte del espectador. Yendo aún más lejos, sería una obra que quedaría extrañamente concluida sin la participación del mismo o, en todo caso, no la necesitaría. Así, hablaríamos de una obra que, de algún modo, obligaría a la pasividad, impediría cualquier tipo de actividad sobre ella. Al espectador se le arrebataría su rol de gozar; sería la propia obra quien se miraría y se interpretaría, quien se asociaría y se disociaría a sí misma. El espectador, en este juego, se sentiría plenamente aliviado porque dejaría de serlo. Bajo esta premisa, en principio, parecería inasumible referirnos al arte interpasivo; resultaría inviable que la obra hiciera las veces de espectador. Además, teniendo en cuenta que todo arte es interactivo en tanto requiere del espectador para ser, el arte interpasivo, en principio, se nos presenta como un oxímoron.

Sin embargo, una de las características fundamentales para que la interpasividad tenga lugar –tal y como hemos desarrollado en el apartado anterior–, es que exista un acto ritual activo, una falsa actividad con la que evitar los procesos de subjetivación. Aquí, resulta inevitable pensar en aquellas obras que obligan al espectador a participar activamente, en esas propuestas que han sido agrupadas por algunos teóricos bajo el paraguas erróneo del *arte interactivo*. Cuando en un trabajo artístico la interactividad es el fin; cuando la obra de arte obliga al espectador a realizar una actividad que no es propia de su rol real de espectador; cuando el artista programa la obra para que el espectador pueda elegir entre un número determinado de posibilidades y disfrute así de su actividad compulsiva frente a la obra; ¿acaso no sería esta estructura su exacto contrario? Si todo arte, por definición, es interactivo ¿no sería el etiquetado por críticos e historiadores como *arte interactivo* un arte interpasivo?

Si una de las pretensiones de este *arte interactivo* es el de la cocreación de la obra entre artista y espectador, parece claro que el espectador, en este proceso de intervención, estaría transfiriendo su pasividad como espectador a la propia obra, estaría siendo pasivo por medio del Otro, ofreciéndole su rol de espectador a la obra. De este modo, la obra no solo se percibiría a sí misma, sino que observaría al espectador convertido en actor, participando en ese ritual simbólico activo que es, en muchas ocasiones, participar de una instalación interactiva.

Es fácil comprobar cómo algunos museos de *arte interactivo* se han convertido en lugares muy similares a parques de atracciones donde poder pasar un rato de entretenimiento vacío, en una tendencia imparable –que está afectando también a otros tipos de museos e instituciones– hacia la gamificación. Con ello, como espectadores nos sentimos privados de nuestra auténtica pasividad, esencial en lo relativo a la experiencia estética, invitándonos a una hiperactividad que se sustenta sobre el narcisismo: lo que se busca en muchos casos es el resultado de nuestra intervención en la obra interactiva. Esta interactividad –falsa actividad, hiperactividad– generaría en el espectador una especie de satisfacción como consumo. Y la participación consumista es una auténtica forma de inacción disfrazada de acción. No es extraño encontrar espectadores ante instalaciones artísticas con nuevas tecnologías moviendo los brazos de forma patética, saltando de lado a lado de la sala o enviando mensajes al sistema que así lo requiere, deseosos de que la (su) interactividad se haga efectiva, de sentirse partícipes de algo, de ser *activadores activos de lo interactivo*. Siendo así, cuanto mayor interactividad requiera una pieza, menos espectadores interesados en ejercer como tales y, en consecuencia, mayor interpasividad en el espacio de la recepción. La idea del espectador que aquí se defiende es clara: la percepción hace compleja la acción.

Hasta hace unos años la ideología consistía en producir más espectadores. Ahora la ideología consiste en producir más interactuantes, en someternos a una movilización continua que reclama su fruto en forma de datos (Moreno, 2022, p. 64).

La interacción sin reflexión se convierte en mero entretenimiento, en una excitante descarga de dopamina y/o adrenalina tras la cual solo aguarda un vacío que únicamente puede colmarse con la repetición *ad infinitum* de una nueva experiencia interactiva (Moreno, 2022, p. 132).

En este tipo de trabajos el espectador es comúnmente denominado *usuario*. Se nos hace creer que somos partícipes de la obra en tanto metacreadores, poniendo en práctica la manida afirmación beuysiana del *todo ser humano es un artista* que, paradójicamente y como ya ha sido ampliamente demostrado, encaja a la perfección con las dinámicas del nuevo espíritu del capitalismo (Boltanski y Chiapello, 2010), y que no deja de ser una fantasía autocumplida. Del espectador al interactuante hiperactivo. Como ya señaló Foster (2017), “la activación del espectador se ha convertido en un fin, no en un medio, y no se presta suficiente atención a la calidad de la subjetividad y la socialidad así conseguidas” (p. 172). Un mantra, un carnet de afiliado que se contextualiza en la normativa contemporánea del ceder la palabra, de convertir a los consumidores en *prosumidores*, a los trabajadores en emprendedores y a los espectadores en usuarios. Es algo intrínseco a las redes sociales y a la cultura transmedia, entornos y procesos donde se dan supuestas relaciones horizontales, transparentes y *plásticofantásticas*. Ahora bien, “la transparencia, de manera paradójica, es una forma especial de oscuridad” (Castro Flórez, 2021, p. 149). Con todo ello, queda patente que mediante la interactividad –y con el beneplácito del artista– la usuaria es la obra, y el espectador, el realmente usado.

Para que el espectador sea tal, es decir, para que ejerza ese poder de asociar y disociar, de comparar aquello que observa con todos sus recursos, resulta imprescindible la distancia y el disenso, nociones

fundamentales para el desarrollo del pensamiento crítico. “Muy a menudo, la participación se convierte en un método conveniente de apaciguamiento en lugar de un verdadero proceso de transformación” (Miessen, 2014, p. 38). Donde hay consenso no hay pensamiento o crítica, solo acuerdo entre sentidos. Cuando el fin es interactuar activamente con la obra, se establece un convenio claro entre las formas del arte y la interpretación fagocitada por la acción. La participación y la interactividad, entonces, son estrategias que impiden que emerjan las preguntas que verdaderamente importan, son dispositivos que habitualmente funcionan para que nada relevante ocurra, para que se de un acuerdo tácito entre artista y espectador y para que las expectativas de este último sean cubiertas y satisfechas con la falsa actividad requerida por la obra. *Actuar la obra* provoca la satisfacción propia al acto ritual, impidiendo que se de una experiencia estética eficaz, esto es, “la suspensión de toda relación determinable entre la intención de un artista, una forma sensible presentada en un lugar de arte, la mirada de un espectador y un estado de la comunidad” (Rancière, 2013, p. 59). Hablamos de una separación, de una discontinuidad, de una distancia entre la propuesta y su percepción, distancia que es recortada –e incluso suprimida– cuando se requiere de la participación activa del espectador, cuando a este se le despoja de su pasividad.

#### 4. Conclusiones

La problemática fundamental que el presente texto plantea se localiza en el espacio de la recepción del arte y sucede entre objeto *como obra de arte* y sujeto *como espectador*. La noción convencional referida al sujeto es la del ser activo que manipula el objeto pasivo. Sin embargo, a tenor de la etimología de ambos conceptos, vemos que, por un lado, el sujeto es definido como pasividad (prefijo *sub*: debajo, receptor) y es del objeto de donde proviene el movimiento (prefijo *ob*: encima, ejecutor).

Como acertadamente propone Zizek (2006), el gesto por antonomasia del sujeto es sujetarse a sí mismo; su actividad fundamental “es someterse a lo inevitable”, y es la pasividad del objeto, su presencia y apariencia pasiva, lo que produce en el sujeto cierta perturbación, cierta molestia. Es la aparente pasividad lo que nos interpela e incluso traumatiza como sujetos. Por ello, “el objeto es en su aspecto más radical lo que objetiva, lo que perturba el andar calmo de las cosas” (p. 25). Y si algo define a la obra de arte es su capacidad de desconcertar, de portar una especie de exceso, de cortocircuitar el lenguaje, su capacidad de dejarnos sin palabras gracias a su carácter enigmático y a la extrañeza que produce.

Si es la pasividad del objeto la propiedad fundamental para que el sujeto se sienta interpelado, conmovido o incluso perturbado, concluimos que la exigencia de actividad por parte del objeto –obra de arte, en nuestro caso– provoca la supresión del rol del espectador y de la distancia crítica. La obra de arte cuyo fin reside en la interactividad arrebatada al espectador su verdadera *pasividad*, transformándose en un usuario activo. Y vemos aquí cómo se mercantiliza la experiencia estética. Si la lógica del consumo se define por un apropiarse continuamente de uno mismo, por una identificación fundamental a través el producto, la experiencia estética, al contrario, debe revertir esa identificación: hablamos de una desposesión, de una expropiación. La interactividad, en tanto dispositivo propio de las lógicas culturales y mediáticas actuales, facilita la identificación del sujeto-espectador con su propia acción con la obra y con el resultado de la misma en el objeto artístico.

No hemos de olvidar que la experiencia estética se encuentra bajo la modalidad de una distancia crítica y reflexiva con los mundos de experiencia habituales, con aquellos mundos de la vida cotidiana. La recepción perceptiva de la obra de arte exige una demora en la contemplación. El potencial semántico del objeto artístico solo puede efectivizarse mediante la suspensión de los continuos llamados a la participación y a la actividad frenética que únicamente estimulan una atención turística y dispersa. He aquí, por tanto, un punto cardinal: la interactividad, entendida como ese dispositivo que obliga a una falsa actividad del espectador –pues ni es propia de su rol ni facilita la percepción–, es un medio interpasivo, un dispositivo que bloquea el proceso de subjetivación propio de la experiencia estética, imposibilitando al espectador diseñar una nueva topografía de lo posible y, por ende, distanciándole de su potencial emancipador.

El *arte interpasivo* es aquel que se percibe a sí mismo, aquel frente al cual el espectador se libera de su rol perceptivo. En este proceso, el espectador cede su verdadera pasividad en tanto hace activamente algo. De este modo, la obra se percibe a sí misma y observa al espectador convertido en actor, participando en un ritual simbólico activo. El *arte interpasivo* es un *arte espectadorizado*, convertido en espectador, pues el rol del espectador se diluye en pos del rol del participante narcisista. El *arte interpasivo* es un arte donde la experiencia estética pierde obligatoriamente eficacia, pues se recompone la relación directa entre la propuesta del artista y lo que nuestro *espectador desposeído* actúa. Es más, lo que el artista ha programado es exactamente lo que el espectador actúa.

Finalmente podemos afirmar que el etiquetado como *arte interactivo* es, en realidad, un *arte interpasivo*. La interactividad como fin, ejercida como falsa actividad para el espectador en el espacio de la recepción del arte, es un medio interpasivo que conduce inevitablemente a la interpasividad del espectador.

#### Referencias

- Agamben, G. (2015). *¿Qué es un dispositivo?* Anagrama.  
 Althusser, L. (1974). *Ideología y aparatos ideológicos de Estado*. Nueva visión.  
 Baudrillard, J. (2012). *El complot del arte. Ilusión y desilusión estética*. Amorrortu.  
 Bishop, C. (2016). *Infiernos artificiales: Arte participativo y política de la espectadoría*. T-e-eoría.

- Boltanski, L. y Chiapello, È. (2010). *El nuevo espíritu del capitalismo*. Akal.
- Caldera, P. (2021). *El fracaso de lo bello. Ensayos de antiestética*. La Caja Books.
- Castro Flórez, F. (2021). *Cuidado y peligro de sí. Procesos artísticos y dinámicas políticas en tiempos de pandemia*. Pepitas de calabaza.
- Danto, A. (2010). *Después del fin del arte. El arte contemporáneo y el linde de la historia*. Paidós.
- Foster, H. (2017). *Malos nuevos tiempos. Arte, crítica, emergencia*. Akal.
- Freud, S. (1995) [1926]. *Inhibición, síntoma y angustia*. Amorrortu.
- Giannetti, C. (2002). *Estética digital. Sintopía del arte, la ciencia y la tecnología*. L'Angelot.
- Huhtamo, E. (2004). Trouble at the Interface, or the Identity Crisis of Interactive Art, *Refresh! The First International Conference on the Histories of Art, Science and Technology*.
- Lacan, J. (1997). *La ética del psicoanálisis*. Paidós, p. 303.
- Martín Prada, J. (2023). *Teoría del arte y cultura digital*. Akal.
- Miessen, M. (2014). *La pesadilla de la participación*. Dpr-Barcelona.
- Moreno, J. (2022). *El hombre transparente. Cómo el mundo real acabó convertido en big data*. Akal.
- Pfalter, R. (1996). *Die Dinge lachen an unserer Stelle. Interpassive Medien: die Schattenseite der Interaktivität*, University of Art and Industrial Design, Linz, Austria, 8-10 de octubre.
- (2003). Little Gestures of Dissappearance. Interpassivity and the Theory of Ritual, *Journal of European Psychoanalysis, Humanities, Philosophy, Psychoterapies*, 16, pp. 3-16.
- (2004). The Work of Art that Obselves Itself: The Aesthetics of Interpassivity, *Amalgama. Rivista di studi culturali e di estetica*, 7-8, pp. 62-74.
- (2017). *Interpassivity. The aesthetics of delegated enjoyment*. Edinburgh University Press.
- Rancière, J. (2010). *El espectador emancipado*. Manantial.
- Rebentisch, J. (2021). *Teorías del arte contemporáneo. Una introducción*. Universitat de València.
- Ruiz Martín, J. M. (2021). Las virtualidades del arte (o cómo el arte es, ante todo, virtual). *Artnodes* (online), 27. <https://doi.org/10.7238/a.v0i27.373919>. Disponible en <https://raco.cat/index.php/Artnodes/article/view/373919>
- Zizek, S. (2003). *El sublime objeto de la ideología*. Siglo XXI.
- (2006). *Visión de paralaje*. Fondo de Cultura Económica.
- (2008). *Cómo leer a Lacan*. Paidós.
- (2011). *El acoso de las fantasías*. Akal.