Do it yourself
Por Jorge Luis Marzo

La cultura del *do it yourself*, del bricolage tecnológico doméstico, parece reaccionar al control de las máquinas por parte del aparato institucional, creado por la industria y por las corporaciones políticas. La posibilidad de implicarse uno mismo en el cuerpo de producción digital, gracias a la relativa facilidad de acceso a unos medios tecnológicos baratos e interconectables, ha abierto un inmenso campo social en relación a la generación, gestión y distribución de ideas y productos independientes.

Sin embargo, eso, sin duda positivo y alentador, no nos debería cegar frente a lo que también representa de tendencia, de paradigma implantando durante todo el siglo XX respecto a las máquinas como gestoras de la vida moderna: el *push-botton living*; la vida, a través del botón. El slogan *You just click, we do the rest*, parece haberse convertido en el patrón:

-"Vd. aprieta el botón, y nosotros hacemos el resto." (Kodak, 1888)
-"Vd. descuelgue y marque. Del resto, ni caso, que ya nos encargamos nosotros." (Bell Telephone, 1907)
-"Un simple click en el botón, y se acabó el fregar" (Westinghouse, 1949)
-"Tú, a lo tuyo. Apreta sencillamente el ratón y olvídate del ordenador". (Apple, 1984)
-"Podrás entrar en la informática sin saber de informática. Windows 95 hará el resto" (Microsoft, 1995)

Desde el interruptor o pera usado para encender las primeras bombillas, pasando por los botones de activación en un ascensor, en un coche, en la tostadora de pan, o en el microondas, hasta el actual mando a distancia, iconizado finalmente en el ratón y en el teléfono móvil, el valor subyacente fundamental ha sido la "simplificación"; la libertad que se deja al usuario para gestionar su uso. Algo, de entrada, muy inherente a la propia naturaleza de la mercancía capitalista, asentada en la noción de que su destino principal es la consecución del deseo humano: "Si la mercancía tuviese un alma, sería la más delicada que encontrarse pueda en el reino de las almas. Puesto que debería ver en cada quien al comprador en cuya mano y a cuya casa quiere amoldarse", nos decía Walter Benjamin.

El marketing de la industria digital se centra en que el usuario sienta como natural el entorno maquinal que le rodea (que se produce mediante el interfaz y la miniaturización) pero que sobre todo las máquinas le permitan ejercer su libertad emisora, que le haga sentir lo suficientemente autónomo como para que no sienta como amenaza ese universo tecnificado. La importancia que ello tiene en el proceso de desestructuración social contemporáneo es capital, aunque aquí no viene ahora al caso. Ese encuentro entre una concepción "individualista" del tejido social y una tecnología, que por su naturaleza requiere

de una atención personalizada, ha sembrado de desconocidas cosechas el huerto cultural.

Con la victoria de un modelo concreto de electricidad, la de Edison (o de electrónica, como la militar), y el rechazo de otros modelos (como el de Tesla, por ejemplo), la vida humana, en su ámbito público y privado, se ha transformado profundamente, por mucho que montones de tecnólogos digan lo contrario, en su objetivo de situar la "cultura de la energía artificial" (desde la electricidad al bit) dentro de un tranquilo camino aceptado y sin sobresaltos, de manera que la gente no se asuste. Sin embargo, investigaciones exhaustivas durante tiempo nos han mostrado que, por el contrario, la electrificación de los entornos humanos desde finales del siglo XIX ha llevado a cambios radicales, aunque ciertamente muchos de ellos de manera paulatina; algo ya inherente a la propia filosofía del marketing moderno, esto es, que las cosas son más naturales de lo que parecen. Así, la planificación de las viviendas y de los comportamientos en su interior; la organización del trabajo, incluyendo tanto sus medios como sus objetivos de producción; la esquematización del tiempo de ocio; o la creación de paradigmas de comunicación; todo ello ha adquirido nuevas dinámicas. El mundo va rápido y yo me he de equipar con máquinas que me pongan a la misma velocidad. Coyote y Correcaminos.

Esa simbiotización entre actividad humana y máquina ha comportado el diseño de unas relaciones físicas mútuas lo suficientemente sencillas para que pudieran progresar socialmente y ser finalmente aceptadas por un gran número de gente, ajena a la clase técnica. Ese ejercicio de diseño es el *interfaz*. Siendo éste un término procedente de la termodinámica para designar el punto de encuentro entre dos sustancias, desde los años 60 se utiliza para indicar un modelo de comunicación entre el ser humano y la máquina, especialmente el ordenador.

Aunque el bricolage casero siempre renace en épocas de depresión económica (mírense los 70 y principios de los 80 en España), cabe señalar que surgió sobre todo en los EEUU por la influencia de la televisión, y en no poca medida por una decantación del público norteamericano de los años 50 hacia una reclusión hogareña en los crecientes suburbios de clase media, alejados del centro de las ciudades. Junto al hecho de que los gremios de carpintería, albañilería, fontanería, pintura, y pequeña metalúrgia, ya no estuvieran presentes en las extensas connurbaciones de las ciudades americanas como lo habían estado históricamente en los barrios urbanos densamente poblados, emergió una red de supermercados fácilmente accesibles que facilitaban al consumidor la adquisición de los elementos necesarios para arreglar pequeños desperfectos o llevar a cabo obras domésticas medianas.

En el terreno del bricolage electrónico, la comercialización de circuitos integrados standard y de los patrones de conexión, dieron pie a un gran mercado del *kit* de montaje, ya que podía ser facilmente ensamblado en casa y

ser aplicado a múltiples funciones, en un principio tanto magnéticas como radioeléctricas. Un ejemplo de la enorme influencia del *kit* de montaje en el proceso informático será el ordenador ALTAIR 8800, que el usuario debía montar por partes al reducido precio de 400 dólares. Será para este ordenador, y para su revolucionario chip Intel 8080 que en 1975 Bill Gates y Paul Allen comenzarán a escribir programas, y que les llevará a fundar Microsoft.

Si embargo, el bricolage digital (*you just click*) hay que enmacarlo en un ámbito diferente del del bricolage análogico (*do it yourself*). Por tres razones principales:

1) los procesos internos difieren: el analógico se basa en conexiones eléctricas, mientras que el digital se basa, además, en un complejo lenguaje de programación matemático.

2) Los lenguajes matemáticos empleados en las máquinas digitales no han sido asumidos aún por el fondo de la estructura social. La mayoría de la gente sigue sin comprender las matemáticas, mientras que sí es capaz de abrir una tostadora y volver a empalmar un cable gastado. Esto no quiere decir que no haya acceso a los lenguajes de programación, sino que la propia tendencia "naturalista" del uso de los ordenadores lleva a una confianza en el modelo de comunicación existente, tan ameno y facil de utilizar, que frena ulteriores intereses sobre mecanismos más profundos. Un ejemplo muy diario de ello es la aplicación Director y también Flash. Ambos se fundamentan en ciertos lenguajes de programación (Lingo en el caso de Director), relativamente sencillos en comparación con otros de mayor magnitud como C o C+. Sin embargo, la propia empresa Macromedia, propietaria de ambos softwares crea los "comportamientos" (behaviours), que no son más que órdenes activables en forma de patrones, sin que sea necesaria la escritura de los mismos. Ello ha conllevado que la mayoría de usuarios se guien por esos patrones ya codificados y cada vez menos se dediquen a escribir (y descubrir) ellos mismos los programas.

3) Las técnicas digitales y analógicas, en su percepción doméstica, comparten una idea fundamental: "la máquina sanciona la ineficiencia social". Sin embargo, el modelo digital reafirma mucho más al técnico como verdadero depositario del "conocimiento" (*know-how*) de la máquina. Esto parece confirmado si observamos el endiosamiento social y político de los técnicos y programadores informáticos, todos ellos fundadores de muchas de las empresas que lideran la "nueva economía" actual. El recurso a los técnicos cuando el usuario no comprende el funcionamiento de la máquina aparece como un castigo o penalización (elevado coste de la reparación); una sanción ante la ineficiencia social de los usuarios.

Estas circunstancias caracterizan que el concepto del *do it yourself* como una respuesta "a medio camino" frente a lo que podría ser un ejercicio de buceo

mucho mayor. No obstante, una cosa se destaca con claridad de toda esta situación; la importancia de los interfaces modernos como modelos útiles para articular urgentes despliegues críticos pero también como modelos de distracción frente a la no menos urgente necesidad de ahondar frente a las implicaciones sociales de la tecnología que nos hemos dado.

La ley del *mínimo esfuerzo,* si ciertamente ha permitido una relación fluida no-experta con la máquina, promoviendo una mayor atención a la creación de contenidos y acercando la máquina y sus posibilidades a grandes capas de la sociedad, por el otro lado también ha sido una coartada para mantener apartadas a las masas del control sobre el mecanismo, lo que ha llevado a una jerarquización social del técnico así como a una percepción ilusionista de la tecnología (la magia se fundamenta en la visualización del efecto, pero en la ocultación de la causa).

No podemos dejar de lado otra perspectiva importante; no es otra que el nacimiento de esa visión naturalista dentro de la estructura militar. Los primeros interfaces modernos, tal y cómo los conocemos hoy, empezaron a desarrollarse en el ámbito de la relación entre los soldados y las máquinas (especialmente en calculadoras balísticas, radares, aviones, tanques y submarinos, y más tarde en el entorno espacial). Para un soldado, se hace totalmente necesario despreocuparse del funcionamiento interno de la máquina (que paulatinamente se automatiza) para así estar totalmente pendiente de poder articular una capacidad de respuesta inmediata, a través de un simple botón. Este proceso debería explicarnos mucho sobre la simbiosis entre el hombre soldado y el hombre civil ocurrido durante toda la segunda mitad del siglo XX. La velocidad de respuesta que (nos) exigimos hoy procede en buena medida de una percepción militarista (recopilación actualizada de datos, interconectividad y previsión continuada de entornos para una plena y satisfactoria operatividad). Y, ¿hasta qué punto muchos de las propuestas expresadas por los activistas del *do it yourself* no reflejan este propio modelo interactivo militar?

Por otro lado, el hecho de que buena parte de la tecnología desde un principio haya recalado en casa (dándole la razón a la expresión de Benjamin que citábamos más arriba) ha ayudado mucho a entender nuestra relación con las máquinas desde esa perspectiva de “naturalización”. Se hace necesario en este terreno un análisis de las implicaciones que el ámbito doméstico ha tenido en cierto desarrollo de la tecnología; pero también un análisis de cómo la tecnología ha influido en los modelos domésticos contemporáneos Y todo esto, siempre con la mirada puesta en los modernos estudios independientes que muchos tenemos en casa; rodeados de cotidianos envases de yogur vacio y de tachas de porro en los ceniceros.

Estas dos lecturas parecen haberse confrontado durante años. Por un lado, filósofos humanistas como Jacques Ellul (incluso el propio Heidegger) han

sostenido que la sociedad no estaba del todo preparada para el impacto de la tecnología, argumentando así una visión de la máquina desvinculada de sustratos y relaciones sociales. Por el otro, sociólogos como Benjamin, o más recientemente Patrice Flichy o Brian Winston, argumentan que la tecnología nace por voluntad de tecnificación social, patrocinada por las clases dirigentes industriales y refrendada por una clase obrera, que aunque temerosa de la máquina por sus implicaciones laborales a medio plazo, veía en ella un aliado para la mejora de sus condiciones de vida. No estaría de más poner atención a esta cuestión antes de entrar en otros mejunjes.

En todo caso, el hecho de que buena parte de los aparatos de producción ya no se encuentren en lugares específicos profesionales (llámese oficina, estudio, productora o taller) sino en los ámbitos domésticos también llama a una revisión de una cierta economía del significado social: en la casa, especialmente gracias a la tecnología informático-telefónica-televisiva, y a la nueva y desdibujada estructura espacio-laboral, las fronteras entre el ocio y el trabajo van desapareciendo. Ello debería ser suficiente motivo para llevar a cabo nuevos análisis sobre el carácter de muchos de los productos resultantes; el sampler, el software de audio y de video, el universo web apuestan radicalmente por un ocio desarticulado tanto de críticas sobre las propias máquinas como de cuestionamientos sobre el carácter social de los ambientes en los que se insertan (la discoteca, la publicidad y el propio arte).

Esta afirmación indudablemente puede llevar a escoceduras. Y no quiero rehuirlas. Pero hay algo innegable, al menos a la luz de ciertos comportamientos artísticos (las recientes exposiciones y actividades entorno a la *cultura de club*, en el CGAC, en el CACC, en la Virreina, etc.): buena parte de esas producciones, ante la tradicional dificultad de acceso al podrido mundo institucional del arte, se han refugiado en dominios alternativos, pero profundamente mediatizados por el espectáculo del ocio. En este sentido. El éxito en el mundo del arte de los mecanismos digitales de producción viene también dado porque estandariza la técnica, el gran baluarte tanto de una concepción “genialista” como “culinaria” del proceso artístico

Un análisis de la cultura del *do it yourself* no puede ser únicamente un acto de celebración sobre las posibilidades que las tecnologías domésticas ofrecen para paliar el monopolio de la información y de la representación por parte de las grandes corporaciones. Por el contrario, debe ser capaz a su vez de afrontar con valentía la propia naturaleza de los mecanismos con los que trabajamos (y de sus apariencias, los interfaces del *push-botton living*) y no sólo cuestionar el carácter de los contenidos que en ellos se emplazan, por importante que esto sea.