



### JIFFYLUX TV

2003 Laura Floyd

<http://www.jiffylux.com>
Remedios Zafra

Las prácticas artísticas vinculadas a los medios suelen promover una reflexión crítica sobre nuevas formas de comunicación y participación pública alternativa. Para ello esgrimen las posibilidades de participación brindadas por los diferentes medios en la producción de espacios de colectividad, desde las propuestas de televisión o radio interactivas hasta los más cotidianos y recientes intentos de producción de esfera pública en Internet. *Jiffylux TV*, un proyecto de net.art sobre la televisión americana de los años cincuenta, es un trabajo atípico en este sentido. Sin renunciar a su carácter crítico, plantea de manera "inesperada" su propuesta.



Si cabe esperar de una proyecto artístico desarrollado en Internet que utilice las posibilidades interactivas y de participación que le proporciona la red, *Jiffylux* nos sorprende utilizando especialmente aquellas características de la red que también comparte la televisión; así, la obra es percibida más como programa de televisión que como proyecto interactivo. El único gesto de participación que se permite al usuario (aunque no deja de ser de una interactividad ficticia) es el propio de la tv: cambiar de canal. De esta manera, formalmente articulada como una televisión ubicada en la red, el usuario puede seleccionar distintas cadenas donde se recrean programas, anuncios y escenas que parodian a los propios de la televisión americana de los años cincuenta.

En *Jiffylux TV* se produce un continuo desplazamiento entre la pantalla del ordenador y la de la televisión. Inevitablemente se suscita una comparación entre estos dos medios habitantes de los espacios domésticos. Una comparación también entre "el tiempo en que acontecen", la época en la que se introducen en los hogares y empiezan a modificar los hábitos y las dependencias de las familias. Este tiempo de "domesticación" suele ir acompañado de propuestas artísticas y teóricas que reclaman convertir a los medios conforme se van estrenando en mecanismos de cambio y movilización social.

Por otra parte, el hecho de que *Jiffylux* esté en la red no es aleatorio. De hecho, las expectativas y amenazas que se ciernen sobre la sociedad en relación a los medios parecen estar condenadas a repetirse con Internet. Así, vemos la imagen de una vieja televisión dentro de la pantalla de nuestro ordenador, una imagen que inevitablemente nos sugiere el pasado al que cita y el futuro que pronostica.

En esta obra se trataría no sólo de crear un espacio donde la historia pueda hacerse -tal como sugería Guattari (1)- sino, recordando estrategias propias más de un arte del pasado y de una práctica arqueológica, de situar la tv en una vitrina (pantalla) del presente, otorgarle un tiempo de reflexión. Una práctica que difiere sin duda de las más representativas propuestas de net.art (net.activismo, browser art,...) pero que conceptualmente mantiene el carácter reflexivo con el medio propio de las prácticas artísticas de Internet.



*Jiffylux* nos sugiere una doble mirada a la influencia social de la tv y a la influencia social de Internet. Por una parte, al pasado más cercano de las casas con televisión y, por otra, al inmediato de un mundo en red. El contexto está en ambos casos determinado por la cultura de consumo americana sobre la que Laura Floyd explora en esta obra. Al respecto, recordemos la pretensión de muchos teóricos y artistas que reivindicaban un uso emancipador de los medios. Un propósito que parece estar condenado a desfallecer al enfrentarse al caballo de troya que ha supuesto la televisión y a sus poderosas armas libidinales. Convertimos como espectadores en sujetos pasivos, entrenarnos en hábitos de contemplación es, sin duda, una cómoda posición para todos que vemos en la tv un espacio para nuestras identificaciones y proyecciones. No sin motivo, su ubicación en los entornos domésticos tuvo una primera intención de entretenimiento, aunque su presencia incuestionable (su lealtad más propia de un animal doméstico que de un electrodoméstico) llevo a todo tipo de filias y fobias. La convivencia para much@s se convirtió en dependencia, ingrediente básico para la

subordinación a la lógica del consumo.

En este sentido, *Jiffylux* parodia la cultura de consumo que enmarca a los programas televisivos de los cincuenta. Para ello plantea los cambios que supuso en los hogares americanos la entrada de la tv y en cierta medida parece sugerir lo que en nuestra época supone también la "domesticación" de Internet. La relación que se establece entre estos dos medios (tv e Internet) es fundamental a la hora de entender los cambios que se avecinan en las esferas de lo público y lo privado. Medios revolucionarios capaces de modificar nuestras formas de vida entran en el espacio doméstico y lo fisuran. Lo público y lo privado fundidos: trabajo doméstico y teletrabajo, células de recepción de información (tv) y ahora también de producción (red) ¿Cómo se habita la nueva casa donde la información no tiene ya el carácter unidireccional de la tv, donde los usuarios pueden ser no sólo espectadores sino también productores y distribuidores?



Irónico, el trato a la imagen de la familia feliz americana y de la mujer en este contexto televisivo recreado por *Jiffylux*. Una imagen característica de la programación televisiva que, no podemos olvidar, estaba dirigida mayoritariamente a un público femenino de amas de casa, en el que los productores televisivos vieron al sector más leal para mantener y engordar una sociedad de consumo. Con este planteamiento ideaban programas teñidos (literalmente) de rosa, flores y diamantes que alimentaban los estereotipos sobre la mujer y la familia, contribuyendo además a la pervivencia de un sistema económico basado en el consumo irreflexivo. La televisión debía banalizar lo importante y dedicar su tiempo al entretenimiento, soterrando entre las flores de papel de sus anuncios y las interminables sonrisas de sus prefabricadas familias mensajes patrióticos. A estos últimos Laura Floyd les dedica una especial atención en su campaña de contribución patria mediante la difusión de pósters de mujeres ataviadas con banderas e irónicas proclamas sobre la nación.

---

#### NOTAS

Imágenes facilitadas por Laura Floyd

1. Tal como señala Guattari "la función constitutiva de las prácticas artísticas implica que su función central no consiste en contar historias, sino en crear dispositivos en los que la historia pueda hacerse". Citado en: NEGRI, T. : "Arte y multitude". Madrid, Trotta, 2000: p.16.