

CON LA

REDE

ON THE
NETWORK

ED

NETWORK
WITHIN THE

EN LA

PRODUCTION, RESEARCH,
CULTURAL AND ARTISTIC COMMUNICATION
IN THE INTERNET ERA

CREACIÓN, INVESTIGACIÓN,
COMUNICACIÓN CULTURAL Y
ARTÍSTICA EN LA ERA DE INTERNET

LIDIA BOCANEGRA BARBECHO | ANA GARCÍA LÓPEZ (EDS)

CON LA

RED

ON THE
NETWORK

RED

WITHIN THE
NETWORK

EN LA

PRODUCTION, RESEARCH,
CULTURAL AND ARTISTIC COMMUNICATION
IN THE INTERNET ERA

CREACIÓN, INVESTIGACIÓN,
COMUNICACIÓN CULTURAL Y
ARTÍSTICA EN LA ERA DE INTERNET

LIDIA BOCANEGRA BARBECHO | ANA GARCÍA LÓPEZ (EDS)

© LOS AUTORES
© UNIVERSIDAD DE GRANADA

CON LA RED / EN LA RED: CREACIÓN, INVESTIGACIÓN Y COMUNICACIÓN CULTURAL Y ARTÍSTICA EN LA ERA INTERNET
ON THE NETWORK / WITHIN THE NETWORK. PRODUCTION, RESEARCH, CULTURAL AND ARTISTIC COMMUNICATION IN THE INTERNET ERA

EDITAN:

Universidad de Granada: ISBN 978-84-338-6010-1

Downhill Publishing (NY): ISBN-13: 978-0-9897361-3-8

Patrocina Medialab UGR- Laboratorio de Investigación en Cultura y Sociedad Digital

Diseño: César González Martín

Cualquier forma de reproducción, distribución, comunicación pública o transformación de esta obra sólo puede ser realizada con la autorización de sus titulares, salvo excepción prevista por la ley

EXENCIÓN DE RESPONSABILIDAD: la responsabilidad última del contenido y veracidad de los datos aportados en los textos publicados en la presente obra corresponde únicamente a los autores/as.

eug



ÍNDICE

PRÓLOGO | 7

CULTURA LITERARIA, AUDIOVISUAL, INNOVACIÓN CIUDADANA Y TECNOLÓGICA EN ÁMBITO DIGITAL

@CERVANTES & CÍA. 2.0: EL TECNOCUERPO CERVANTINO EN LA RED SOCIAL. APROPIACIONES, RESCRITURAS, USURPACIONES, IMPOSTURAS, SIMULACIONES VARIAS Y EL EDITOR CYBORG | 11

Álvaro Llosa Sanz

EN LA FÁBRICA DEL FUTURO | 43

Raúl Tabarés Gutiérrez

EL VIDEOCLIP EN YOUTUBE: IMPLICACIONES DEL CAMBIO DE LAS CONDICIONES DE PRODUCCIÓN Y DISTRIBUCIÓN EN LAS OPCIONES FORMALES Y CREATIVAS DEL VÍDEO MUSICAL | 61

José Patricio Pérez Rufi

MICRORRELATO EN RED: INTERMEDIALIDAD EN LA CULTURA TEXTIVOISUAL. LA OBRA DE JUAN YANES Y ARACELI ESTEVES | 79

Ana Calvo Revilla

LITERATURA 2.0 O EL DESAFÍO DE PENSAR LA OBRA LITERARIA DIGITAL INTERACTIVA - LA PROPUESTA DEL LECTOR 2.0 COMO CAMINO PARA EL DESARROLLO DE NUEVAS ALFABETIZACIONES | 107

Ana Isa Bernardino Mestre

HACIA UN BALANCE DE LA LITERATURA HIPERMEDIA | 129

Luis Pablo Núñez

STORY SYSTEMS. THE POTENTIAL OF TRANSMEDIA STORYTELLING AS MATERIAL EMBODIMENT OF A COLLECTIVE ENACTMENT OF PLACE AND IDENTITY | 155

Martin Potter

LUDWIG: A LINGUISTIC SEARCH ENGINE FOR ENGLISH WRITERS | 175

Antonio Rotolo | Roberta Pellegrino

LA ARQUEOLOGÍA VIRTUAL, GENERADORA DE RECURSOS PARA LA COMUNICACIÓN Y PARTICIPACIÓN | 191

Lara Delgado Anés | Pablo Romero Pellitero

#ARTEENREDADO: EXPERIENCIAS Y REFLEXIONES SOBRE EL USO PROFESIONAL DE LA WEB SOCIAL PARA EMPRENDER, COMUNICAR E INNOVAR EN ARTE Y CULTURA | 215

María Sánchez González

FAN CULTURE AT THE SERVICE OF SOCIAL TRANSFORMATION IN BRAZIL: AN ANALYSIS OF LGBT ACTIVISM IN FANDOM CLARINA | 233

Marcus Antônio Assis Lima | Halanna Souza Andrade

POESÍA Y REDES. TÉCNICAS Y EFECTOS DE LA VIGILANCIA TECNOLÓGICA | 261

Encarna Alonso Valero

INNOVACIÓN CIUDADANA EN CULTURA Y TURISMO:

LA EXPERIENCIA DE LABIN GRANADA | 273

Esteban Romero Frías | Giselle García Hipola

ARTE Y ECOSISTEMAS DIGITALES: LA IMPORTANCIA DE LA CREACIÓN, SENSIBILIZACIÓN Y PARTICIPACIÓN COLECTIVA

GENEALOGÍA DE UN ARTE EXPANDIDO EN EL ENTORNO DIGITAL:

PROYECTOS ARTÍSTICOS CON LA RED/ EN LA RED | 295

Ana García López | Belén Mazuecos Sánchez

BELIEVING IN CHANGE: THE AESTHETIC VALUE OF REPETITION AND ACCUMULATION TO SOCIALLY-ENGAGED PRACTICE | 311

Ames Hawkins | Phil Bratta

LOS "INDEPENDIENTES" COMO ESTANDARTES DE LA EXPERIMENTACIÓN ARTÍSTICA EN LA INDUSTRIA DE LOS VIDEOJUEGOS | 335

José Borja Arjona Martín

PROYECTO ARTYHUM: CULTURA DIGITAL, DIFUSIÓN DEL ARTE Y LAS HUMANIDADES DESDE UNA PERSPECTIVA COLABORATIVA EN RED | 349

Beatriz Garrido Ramos | José Ángel Méndez Martínez

DEFYING BORDERS IN THE LEVANT. CONTEMPORARY DANCE AND THE INTERNET | 367

Hanna Kreitem

ARTE EN INTERNET. CULTURA INMATERIAL Y CREACIÓN COLECTIVA | 385

Luis D. Rivero Moreno

THE SPLINTERED SELF, DIGITAL OTHERNESS AND FREE WILL | 403

Natasha Chuk

BLENDED REALITY. AN ANALYSIS THROUGH THE RECENT EVOLUTION OF DIGITAL MEDIA ART ECOSYSTEMS | 421

Pedro Alves da Veiga

ARTE LOCATIVO: NARRATIVIDAD Y JUEGO COLECTIVO EN EL ESPACIO PÚBLICO AUMENTADO | 443

Vanessa Santos | Roc Parés Burguès

INVESTIGANDO CON LA RED: DESCUBRIENDO A LOS HÍBRIDOS EN LA POBLACIÓN ARTÍSTICA | 473

César González Martín

THE CALL OF THE SAHRAWI DRUMS | 491

Jara María Romero Luque | Ana Valiño Fernández | María Tocino

EDUCACIÓN EN ENTORNOS DIGITALES PARA EL APRENDIZAJE Y LA COLABORACIÓN

ACUERDOS COLECTIVOS MEDIANTE WIKI-ENCUESTAS PARA LA COMPRENSIÓN Y TRANSFORMACIÓN DEL PAISAJE CULTURAL DE GRANADA | 511

Francisco Javier Abarca-Alvarez | Rubén Mora-Esteban | Alejandro Guzmán Mora

EMERGENCIA SOCIAL Y MEDIOS DIGITALES DE ACCESO ABIERTO EN LA UNIVERSIDAD MICHOACANA DE SAN NICOLÁS DE HIDALGO | 527

Alejandro Guzmán Mora

DEL MOTION GRAPHICS PUBLICITARIO AL DIDÁCTICO | 543

Concepción Alonso Valdivieso | Jesús Pertíñez López

LOS PROCESOS COMUNICATIVOS Y EDUCATIVOS EN LOS MEDIOS DE COMUNICACIÓN SOCIODIGITALES. EL PATRIMONIO COMO RECURSO PROVOCADOR DE LA PARTICIPACIÓN Y EL APRENDIZAJE | 557

Stella Maldonado Esteras

PROPUESTA EDUCATIVA DE MUSEARI.COM UN MUSEO ONLINE DE ARTE CONTEMPORÁNEO PARA LA DEFENSA DE LOS DERECHOS HUMANOS Y LA DIVERSIDAD SEXUAL | 577

Ricard Huerta

DIGITALIZACIÓN DE RECURSOS PATRIMONIALES MEDIANTE CÓDIGOS QR: LOS DISPOSITIVOS DIGITALES MÓVILES PARA LA DIFUSIÓN CULTURAL Y ARTÍSTICA | 595

José María Romero Rodríguez | Antonio-Manuel Rodríguez-García

PRÓLOGO

Estamos asistiendo en una época en donde lo digital ocupa un espacio importante a nivel cultural, artístico y educativo. Somos protagonistas de una serie de cambios socioeconómicos y culturales en un contexto de globalización y digitalización, en donde las investigaciones científicas se encuentran con nuevos desafíos en abordar los efectos de la fuerte presencia de la Tecnología de la Información y la Comunicación (TIC) en una gran cantidad de ámbitos. Estudiar con y para las TIC, con y en la red, desde un punto de vista humanístico y desde las ciencias sociales digitales constituye el punto de partida de esta monografía.

La obra que aquí se presenta analiza el rol que la red Internet y lo digital juega en la investigación, en la creación y en la comunicación. Las aportaciones han sido muy interesantes por lo variado de los temas y lo interconectados entre sí. No ha sido fácil dividir en bloques temáticos las contribuciones nacionales e internacionales que se han recibido ya que, una vez más, como la propia investigación demuestra hablar de literatura es hablar de historia, de identidad; hablar de arte es hablar de cultura y de aprendizaje y así un largo etcétera.

Las Humanidades Digitales es el área de conocimiento que mayormente ha primado en la monografía, en donde la cultura se ha nutrido preferentemente con aportaciones de literatura hipermedia, digital y 2.0; pero también con proyectos muy innovadores a nivel social ya sea a través de diseño de motores lingüísticos avanzados, o bien iniciativas que priman la participación ciudadana mediante la co-creación y la ciencia abierta, a nivel de ideas y prototipos destinadas a solventar necesidades sociales.

El arte ha sido otro de los temas estrella del libro y nuevamente ha contado con aportaciones que analizan la colaboración en red a nivel del juego y la creación colectiva, primando el compromiso público en las prácticas artísticas. Las redes sociales y los videojuegos entendidos como ecosistemas artísticos, en donde nace y se hace arte, pero también cultura, identidad colectiva y educativa.

Finalmente, la educación ha sido un nicho que ha contado con contribuciones muy interesantes en donde, más que nunca, las wikies, redes sociales y aplicaciones en línea de

trabajo en compartido se utilizan para educar de una forma participativa y de emergencia social. Aquí también se emplean las prácticas artísticas digitales a nivel de museos on-line y diseño gráfico para educar. De esta manera, la didáctica encuentra en las Ciencias Sociales Digitales un campo abonado en donde emergen nuevos modelos de aprendizaje que descansan, principalmente, en el uso de la herramienta tecnológica vía web 2.0.

A modo de conclusión, la gran mayoría de los textos recibidos destacan la importancia del uso de la red Internet y de las herramientas digitales en línea, los cuales no únicamente sirven para comunicar los resultados de la investigación, sino que es un instrumento muy útil para investigar, crear, participar y educar. Asimismo, se ha primado la importancia de la participación pública en la investigación, a nivel participativo o co-creativo ya sea en redes sociales digitales, web de proyectos o aplicaciones móviles.

Por último, agradecemos la participación de todos los autores y autoras de esta monografía colectiva puesto que sin sus interesantes aportaciones la misma no hubiera sido posible y cuyos estudios, sin duda alguna, han arrojado luz en temas claves de las dos grandes áreas de conocimiento que representan las Humanidades y Ciencias Sociales Digitales. También queremos agradecer al Medialab UGR por apoyar esta iniciativa, tan acorde con sus líneas de investigación como laboratorio de investigación en cultura y sociedad digital. Finalmente, nuestro agradecimiento a las editoriales de la Universidad de Granada y Downhill Publishing (NY) por apostar en co-editar esta obra científica, basada en estas dos grandes áreas de conocimiento tan en boga y prioritarias en la investigación actual.

LIDIA BOCANEGRA BARBECHO

Medialab UGR - Universidad de Granada

**CULTURA LITERARIA,
AUDIOVISUAL,
INNOVACIÓN
CIUDADANA Y
TECNOLÓGICA EN
ÁMBITO DIGITAL**

CON LA RED EN LA RED

@CERVANTES & CÍA. 2.0: EL TECNOCUERPO CERVANTINO EN LA RED SOCIAL. APROPIACIONES, RESCRITURAS, USURPACIONES, IMPOSTURAS, SIMULACIONES VARIAS Y EL EDITOR CYBORG

Álvaro Llosa Sanz

Universitetet i Oslo (Noruega)

a.l.sanz@ilos.uio.no

Resumen: La posibilidad de crear identidades o avatares ficticios en redes sociales permite jugar con la identidad, la biografía y las obras de autores literarios ya desaparecidos. Dichas identidades virtuales son utilizadas y capitalizadas hacia diferentes intereses y objetivos por la persona real (o grupo o institución) que edita la cuenta de usuario. Twitter, como terreno abierto al avatar libremente elegido, acoge identidades y voces apegadas a la difusión cultural más oficializada sobre un autor así como a la creatividad y actualización contemporánea desde lo que ya sabemos del autor, hasta alcanzar en ocasiones la impostura absoluta. Co-existen así voces e identidades diversas para un solo autor, que perpetúa su mensaje desde la reinterpretación a través de sus fantasmas virtuales; y hay tantos usos, reescrituras y apropiaciones como propuestas de usuarios. Las etiquetas o hashtags con el nombre del autor abren además la consideración de la red social y su algoritmo como un editor ciborg capaz de generar mecánicamente enciclopedias proteicas y ediciones misceláneas en vivo a partir del conjunto coral de contenidos participados en la red social por humanos. ¿Quiénes crean estas identidades y participan en estas ediciones, en qué medida son usuarios personales o corporativos, profesionales o fans, con qué fines editoriales de difusión, de creación e innovación lo hacen? ¿Cómo y en qué medida y con qué objetivos se apropian de la identidad cervantina clásica canonizada y

Abstract: In the field of History of Literature the possibility of developing fictitious avatars in social networks allows anyone to play with canonical authors' identity, biographical data and textual works. Such virtual identities already exist in many current social networks—and are used for and addressed towards a diversity of goals by their creators (both individual and corporate ones). Twitter, as an open field to the culture of a freely-chosen avatar, collects voices which reflect the historical character of an author based on the official culture we inherited from and author or, at the same time, shows voices loosely based on particular traits of an author to create derivative characters. Therefore, we can find multiple different—even opposite—identities associated to one single name, who is reinterpreted by his virtual counterparts in a series of rewritings and appropriations, from simulation to imposture. Furthermore, the use of hashtags named as authors' names as a way to generate real time publications based on a particular author's related content brings the social network's algorithm to be considered as a cyborg-publisher driven by an artificial intelligence empowered by human provided content. Around this game of appropriations, several questions arise: Who are behind those identities and what kind of users create them? What are the goals of these embodied appropriations and how does this activity affects the canonical identity of an author and its traditional spaces of dissemination? I will analyse the example of the multiple avatars of national Spanish writer Miguel de Cervantes under a rich the-

CON LA RED EN LA RED

CREACIÓN, INVESTIGACIÓN,
COMUNICACIÓN CULTURAL Y
ARTÍSTICA EN LA ERA DE INTERNET

cómo afecta a ésta? ¿Y qué imágenes multi-identitarias generan estos tecnocuerpos y narrativas enciclopédicas? Usaré las teorías sobre el avatar (Daniel Escandell), el post-humanismo (Katherine Hayles), el lectoespectador (Vicente Luis Mora), el cibertexto (Espen Aarseth), la textualidad (Joseph Grigely) y la teoría ciborg (Fernando Broncano), para analizar a los varios Miguel de Cervantes y su círculo de interacciones en Twitter como innovadora y compleja vía de difusión y recreación literaria.

Palabras clave: Miguel de Cervantes, Redes sociales, Twitter, Apropiación, Avatar

oretical framework based on the concepts elaborated by Daniel Escandell on how avatars work, by Katherine Hayles on the post-humanist landscape, by Vicente Luis Mora on the reader as spectator, by Espen Aarseth on cybertext, by Joseph Grigely on textuality, and by Fernando Broncano on the concept of cyborg.

Keywords: Miguel de Cervantes, Social networks, Twitter, Appropriation, Avatar

“Las muchas vidas potenciales de la vida sintética se hacen posibles en ese intercambio en el que se decide en un instante si asumimos que somos quienes somos o si somos otros”

(Escandell, 2016: 298)

COMUNIDADES VIRTUALES, REDES SOCIALES ¿E HISTORIA LITERARIA?

La aparición e inmediata eclosión de las redes sociales digitales durante la última década ha propiciado el desarrollo de nuevos canales de comunicación y socialización de carácter global que están siendo explorados con diferentes objetivos comunicativos y desde diversos campos de interés personal y profesional. Fundada en marzo de 2006, Twitter se ha convertido en una red virtual de acceso público tan vasta e influyente que en la actualidad es la red de uso preferente para políticos y otras voces líderes de opinión donde dejar mensajes y declaraciones oficiales al tiempo que otras impresiones personales sobre asuntos que les afectan o afectan a sus comunidades en el mundo físico. La dimensión histórica de un canal tan joven se vio además apoyada por la decisión de la Biblioteca del Congreso de los Estados Unidos de América en abril de 2010 al adquirir todo su archivo por esta razón: “Tenemos la impresión de que todo aquello que debemos saber acerca de nosotros y su relación con el mundo está almacenada en esta fuente de información. Seguro que aprenderemos cosas que nadie se podía imaginar” (Europapress, 2010).

Esta red social global, cuyo creador Jack Dorsey la considera sobre todo “una plataforma de comunicación” (Muñoz y Riveiro, 2009), se caracteriza por la posibilidad de crear una cuenta de usuario que se identifica con un nombre digital permanente y único (el símbolo @ seguida de una palabra inventada), al que se le superpone la creación de un perfil personalizable que nos define por otro nombre o apodo que usa ya el lenguaje natural y que puede cambiarse cuanto se desee. Ninguno de estos nombres debe responder necesariamente a los de un individuo, institución o grupo real, y excepto en el caso del nombre digital o nick, que debe ser único para distinguir a cada usuario en el sistema, el resto puede coincidir con el de otros usuarios. Esto permite crear identidades totalmente alternativas a las del mundo no virtual que se conocen popularmente como avatares. De hecho, la posibilidad de poder llamarse como el presidente de tu nación, o la de encontrar una decena de cuentas que podrían representarlo por el mismo nombre creó la necesidad de gestionar y mostrar

cuentas verificadas para identidades de relevancia pública y posteriormente para quien lo deseara.: se había llegado a un punto en el que la realidad y la virtualidad se fundían en el universo de la posibilidad múltiple, y esta atentaba contra los principios de verosimilitud en nuestra realidad: es más, apuntaba con frecuencia a la paradoja existencial al no saber el lector si uno leía la opinión de su cantante favorito o la de un suplantador; y eso solo después de decidir entre varios aspirantes a la misma identidad. Otros elementos representativos de identificación en el perfil personal, también mudables según nuestros gustos o intenciones comunicativas, son la imagen de perfil, a modo de retrato cuadrado hecho a partir de cualquier imagen o fotografía, una segunda imagen grande y rectangular que preside la cabecera de la pantalla y provee un fondo o paisaje que queramos asociar a nuestra identidad, y una breve frase descriptiva o lema que nos defina, a nosotros o a nuestros valores, de algún modo. Este perfil de imágenes y texto genera además en Twitter una pantalla y dirección web propias en la que se vierte verticalmente toda la línea cronológica del contenido que publicamos.

Cada contenido o tuit que enviamos a la red viene identificado y acompañado con una miniatura de nuestra imagen de perfil, nuestro nombre natural y digital, y la fecha de publicación. Cada tuit tiene un límite de 140 caracteres, con lo cual estamos ante la categoría textual de microtexto o ante el género llamado microblogging. Al total de estos caracteres podemos añadir enlaces a imágenes, videos y páginas web externas; también etiquetas o hashtag (palabras precedidas por el símbolo #) que se crean libre e individualmente pero que, si son coincidentes o consensuadas con las de otros usuarios, crean un grupo de conversación unificado sobre el tema al que se refiere la etiqueta. Este mecanismo se usa para reunir y difundir información sobre eventos o temas de interés específicos, en el que la etiqueta o etiquetas más usadas concentran y recogen a través del motor de búsqueda del sistema todo un hilo de conversaciones. Además, cada tuit puede incluir el nombre digital de cualquier otro usuario (o varios), de forma que podemos dirigirnos sin permiso alguno y públicamente a cualquier habitante de esta red, sea nuestro amigo, enemigo, vecino o el presidente de una nación. Se rompe así cualquier tipo de jerarquía mediadora entre las relaciones personales. También es posible enviar mensajes privados. Asimismo, existe un mecanismo para responder a cada tuit, presente o pasado, y se puede recuperar el hilo de un debate o discusión motivado por un tuit en concreto. La disposición vertical y cronológica de tuits en

la pantalla depende de la categoría de búsqueda que apliquemos, si es por un usuario en particular, si es por una etiqueta precisa, por lo más reciente o más destacado (de acuerdo al algoritmo del propio sistema), o por una palabra cualquiera (o una combinación de cualquiera de estos elementos en una búsqueda compleja).

Nuestra relación con los otros usuarios no se limita a dirigirse o a responder a otros directamente. Tenemos la posibilidad de seguir automáticamente el contenido de otros usuarios, de forma que podemos acceder a lo que publican en una línea de tiempo donde todos ellos confluyen (o crear varias listas a gusto propio). Seguirse no es necesariamente recíproco: así, ellos y/u otros nos seguirán (o no) a nosotros. No hay reciprocidad obligada en la relación de seguimiento a otro usuario. Con cualquiera de los contenidos que encontremos en nuestra navegación por Twitter podemos también retuitearlos, es decir, asumirlos como contenido de nuestra propia línea de publicaciones, de forma que nuestros seguidores sepan que algo nos interesó. Cada usuario crea por tanto su propia comunidad virtual a la que sigue, y genera otra por quienes es seguido. La valoración e impacto social (y el potencial económico) de contenidos en el público se suele medir en número de seguidores, retuiteos y alcance final de usuarios de cada material publicado en una determinada cuenta. Estos últimos aspectos métricos no los requeriremos para este estudio, que se centrará exclusivamente en el análisis de perfiles y contenidos, pero no en su alcance, aunque señalaré los seguidores de cada cuenta comentada para que el lector tenga una idea aproximada de su posible público. Todos los datos sin fecha de las cuentas citadas en este estudio corresponden al 22 de mayo de 2017.

Entre los contenidos que se publican por Twitter, centrados con frecuencia en ofrecer y comentar noticias y sucesos de actualidad y otras áreas temáticas para sus usuarios, los literarios no son infrecuentes, especialmente en forma de citas conocidas (a veces falsamente atribuidas) de famosos escritores y de recomendaciones o reseñas de libros o eventos relacionados con un autor o libro. Hay hilos muy generales como #literatura o #poesía que pueden dar una primera impresión de lo que digo. En cuanto al aspecto más comercial del mundo literario, casi todas las editoriales e instituciones del área, incluidas las académicas, han adoptado esta herramienta para promocionar sobre todo sus publicaciones y eventos, como es el caso de la editorial Anagrama (@AnagramaEditor, 134.968 seguidores) o el Instituto Cervantes (@InstCervan-

tes, 169.628 seguidores). Y numerosos autores utilizan la red social para promocionarse, además de crear un diálogo más personal y directo o mantener informados y compartir sus inquietudes (no siempre literarias sino personales aunque de dimensión pública) con la comunidad de sus lectores. Basten como ejemplo los casos de Rosa Montero (@BrunaHusky, 98.027 seguidores), Lorenzo Silva (@VilaSilva, 90.379 seguidores) o Arturo Pérez-Reverte (@perezreverte, 1.777.965), todos muy activos y con cuentas verificadas porque, especialmente al último, no le faltan imitadores paródicos (como @revertefurioso, con 14.075 seguidores, o el hilo #perezrevertefacts). Además de estas prácticas de comunicación y promoción, y al margen de los escritores vivos y las editoriales en activo, la posibilidad de crear cualquier avatar con una identidad que no responda al mundo real pero que lo emula ha generado también una práctica singular entre los tuiteros, que será el aspecto que analizaremos en este trabajo: el uso en la red social de la identidad de escritores reconocidos que pertenecen ya al pasado canonizado de la historia literaria universal y nacional compartida por todos. Nos concentraremos en esta ocasión en analizar y clasificar los usos de una de estas identidades (en sus múltiples versiones) y sus contenidos para descubrir cómo reflejan y manipulan la identidad literaria. Comenzamos ya con el estudio de caso basado en la identidad de Miguel de Cervantes en esta red social.

TECNOCUERPOS: EL AVATAR, EL DOBLE DIGITAL Y LAS MÚLTIPLES IDENTIDADES LITERARIAS CERVANTINAS EN TWITTER

Imagino ahora el rostro de estupor placentero y diversión irónica de un tal Jorge Luis Borges (en su versión de autor 2.0) tras buscar hoy en Twitter a su admirado Miguel de Cervantes. El laberinto de identidades multiplicadas que encuentra, como en una sala de espejos, le sugiere la creación de algún nuevo relato laberíntico, un nuevo jardín de senderos que se bifurcan. Como si Cervantes fuera ahora un autor que se sueña a sí mismo por otros en incontables dobles, o como un caballero múltiple de los espejos en los que se ve reflejado por algún efecto de la posmodernidad, la búsqueda del término "Miguel de Cervantes" en esta red social nos da como resultado más de medio centenar de cuentas de usuarios. En concreto, entre abril y mayo de 2017, durante la redacción de este texto, nos hallamos ante 53 identidades que responden a su nombre. Dichos usuarios decidieron elegir la identidad cervantina, y en un primer momento nos podríamos preguntar: ¿hay tan gran interés por mostrar

la vida de un autor en ellas? Y si no es así, ¿por qué elegir a Cervantes, y qué grado de relación se establece entre el contenido provisto por el usuario y la identidad elegida? En cada caso, ¿qué significa y qué impacto tiene para la percepción y recepción del personaje histórico y literario hoy la presencia de múltiples avatares?

La cuestión que subyace ante el nacimiento de un avatar en cualquier red social es que el ser humano, y muy especialmente en el mundo virtual, necesita de corporeizaciones, encarnaciones y personalizaciones: “human being is first of all embodied being” (Hayles, 1999: 283). Y a ese objetivo responde la creación de perfiles personales, que muchos usuarios dejan sin completar por buscar el anonimato o por no querer ofrecer una más rica y completa identidad alternativa al elaborar uno de sus tecnocuerpos posibles: estos funcionan como “máscaras virtuales creadas para enmascarar, disimular, despistar y eludir la identidad, en ocasiones para uno mismo y en otras para la sociedad-red (por tanto, para enmascarar, disimular, etc., la tecnoidentidad)” (Escandell, 2016: 298). La creación del avatar nos propone la posibilidad de proyectarnos desde el imaginario personal al colectivo de manera diferente y, solo si queremos, a la manera en que lo hacemos fuera de entornos virtuales. Twitter, con su mundo de cuentas verificadas y su universo alternativo de cuentas por imaginar, ha posibilitado a medio centenar de usuarios no verificados la posibilidad de identificarse, al menos nominalmente, como el autor universal conocido como Miguel de Cervantes. Esta situación de dobles digitales multiplicados confronta además la irónica imposibilidad de la existencia de un Cervantes verificado (lo que nos queda de su voz quedó en sus libros impresos y algunos otros pocos documentos manuscritos), de modo que todos ellos son un puro simulacro (de tercer grado, si seguimos a Baudrillard, 1978) sobre la imagen fantasmática de un autor ya ausente. Estamos ante una colección de proyecciones virtuales simuladas que se producen por la superposición a la propia identidad de la imagen virtual de un fantasma: una simulación creada (el avatar) sobre otra simulación que no tiene ya referente en la propia red social (el fantasma cervantino). El avatar múltiple dispara así toda una larga serie de apropiaciones identitarias en diferente grado que nos llevarán desde la impostura a la usurpación, desde la simulación y réplica a la cultura de la remezcla. Veamos ahora cómo esas identidades cervantinas proyectadas se definen a sí mismas en relación al contenido que producen, atendiendo al análisis de los elementos que definen los perfiles personales en Twitter y a una clasificación que he realizado

según el grado de acercamiento al personaje oficial histórico (que no deja de ser la construcción cultural dejada por la tradición, sobre todo la académica del mundo de la imprenta; es decir, básicamente la de un escritor egregio y muy humano, creador de la novela moderna con su Quijote, y erigido como representante de las letras nacionales para España y el resto de países que usan la lengua española).

HACIA EL POSHUMANISMO: @CERVANTES E IMPOSTORES, O LA IDENTIDAD DEL CUERPO ANULADO

Charlie Brooker, creador de la serie de televisión tecno-distópica *Black Mirror*, aseguraba en una entrevista en 2013 que Twitter era un videojuego: "It is a video game. It's a massively multiplayer online RPG [role playing game] in which you choose an avatar and you act out a persona loosely based on your own in order to gain followers" (Escandell, 2016: 300). Entre los numerosos Miguel de Cervantes existentes en la red social, varios usan el nombre del escritor pero actúan de una manera difícil de asociarse a algo que podamos reconocer en su figura como referente literario o histórico: lo hacen, aparentemente, por puro placer o íntima afición personal, o por el interés de atraer con ese nombre a un mayor número de seguidores.

La mayoría de los usuarios de esta categoría publican sobre todo en inglés y crean cuentas personales cuyo contenido no se relaciona en ningún caso con Cervantes o su obra. Por ejemplo, un usuario del área de San Francisco, activo desde 2010 como @antipythagorean (215 seguidores) que se describe como "welcome aboard my ruse cruise" y cuya imagen de perfil es una \emptyset , dedica sus contenidos a comentar la política estadounidense. En el caso de @th3hooligan (66 seguidores), un tal Michael (tocayo anglosajón de nuestro escritor, eso sí), de Connecticut, desde 2014 solo remite datos personales desde una red social de bares y cervezas (a través de un servicio enlazado y automatizado, un bot). Su imagen es un selfie quizás de sí mismo: al llevar barba y gorra podría considerarse lejanamente un retrato actualizado de Miguel el autor literario, pero nada especial indica que lo sea. Si fuera el caso, la apropiación de su avatar se resumiría en la identificación con el nombre de pila como sosias (Michael-Miguel) y el parecido físico actualizado y personificado por barba y gorra, emulando lejanamente a los retratos cervantinos que poseemos (todos hechos, por cierto, a partir de descripciones). Hay casos más peregrinos aún. El usuario @loveMusicFLS (175 seguidores) usa su cuenta exclusivamente para una promo-

ción de un video de un grupo juvenil musical femenino que hace un cover o versión del grupo surcoreano Black Pink. Esta cuenta usa como imagen de perfil el famoso retrato de Cervantes realizado por Juan de Jáuregui en 1600; como fondo de portada usa una imagen en blanco y negro con Cervantes, Don Quijote y Sancho; y como lema provee una descripción en español, con una referencia a Cervantes: “perdona perdona, eres al que conocen por dar nombre a la mejor Universidad de España? Nopor. Escribí un libro que salió en las 3 mellizas”. Mientras que la Universidad no sabemos si se refiere a la Universidad Europea Miguel de Cervantes, la única en España con ese nombre, o si por metonimia se refiere a la de Alcalá de Henares donde nació Cervantes, parece que por las tres mellizas se refiere al capítulo 21, titulado “Las tres mellizas y don Quijote de la Mancha”, de la serie de dibujos animados catalana. En este caso, el avatar, claramente basado en el personaje histórico, no trasciende al contenido de los tuits. Otra apropiación muy limitada es la del usuario @servantezzzz (27 seguidores), cuya cuenta es un juego fonético a nuestro autor literario; por lo demás, su lema está en ruso y no se relaciona con Cervantes; su contenido solo muestra el resultado de un bot del servicio Crowdfire que publica el número de seguidores conseguidos en redes sociales. También @KiJot100 (0 seguidores), sin descripción ni imagen de ningún tipo, y cuyo nombre de usuario parece evocar a don Quijote, contiene solo diez tuits de octubre de 2016 donde se comparten noticias locales mexicanas. El uso exclusivo del nombre sin razón aparente o bien para atraer usuarios, se ve perfectamente en la cuenta @teloquierometer (10 seguidores), solo activa en noviembre y diciembre de 2011, que se describe como “adicto al sexo” y propone contenidos de humor, imágenes y videos de contenido altamente sexual. Lo cierto es que muchas de estas cuentas tienen poca o muy escasa actividad, e incluso algunas parecen tener un fin concreto y específico, con caducidad, como @AnonopCervantes (34 seguidores), que no tiene descripción y es una cuenta de Anonymous solamente con dos tuits en español sobre la situación laboral española en mayo de 2011 y un enlace a un blog del grupo en español inactivo desde 2012. La cuenta @tavlanco (1 seguidor) contiene una sola frase en español y dicha frase está dirigida a que una usuaria se haga seguidora suya en la red social. Otras, como @arobert648 (2 seguidores) no tiene nada y @miguelg64791789 (1 seguidor) es una cuenta directamente vacía.

Observamos que la mayoría de estos tecnocuerpos, si bien hacen algunos guiños a la identidad cervantina nominalmente, con sus perfiles y contenidos

están muy alejados de una sólida asociación con el escritor histórico y ponen además en fascinante conflicto, porque incluso disuelven y rompen, la identidad tradicional y canonizada cervantina: el análisis nos lleva así hacia la consideración del avatar como entidad posthumana. Estas encarnaciones cervantinas tienen la virtud de crear espacios muy heterogéneos de identidades; de hecho, recordemos que toda práctica de materialización lo hace: “Embodied practices create heterogeneous spaces” (Hayles, 1999: 195). Y toda práctica y experiencia que implica dicha encarnación, personificación o materialización (física o virtual), aún siendo individualmente articulada, como en los casos que acabamos de ver, se entrelaza inevitablemente y mantiene fricciones o tensiones con la cultura hegemónica en la que está inserta, porque la cultura implica la existencia de un cuerpo que sigue ciertos criterios normativos, mientras que la encarnación es siempre performativa, actuada, representada (Hayles, 1999: 195-201). El Cervantes que reconocemos por la tradición (textos y retratos sancionados por el tiempo, que forman el corpus y por tanto, el cuerpo intelectual cervantino) entra, mediante los espacios tecnológicos virtuales del avatar, en abierto conflicto con la heterogeneidad de algunos de sus tecnocuerpos tuiteros, que a modo de (gran) impostura (perfectamente admitida en nuestra sociedad virtual) modifican completamente, invalidan o anulan directamente la personalidad histórica que hasta ahora hemos heredado y compartido. El concepto de cuerpo cervantino tal como la tradición lo ha naturalizado queda desafiado ahora y problematizado en su propia construcción histórica por las nuevas materializaciones que sufre en el espacio de la red social, y con ellas nace una heterogeneidad de contenidos e interacciones nuevos y nunca imaginados que se asocian a dicho cuerpo. Esa heterogeneidad es mediadora en la redefinición y modificación de la identidad cervantina, que adquiere la capacidad de mutar ante su nuevo público al enfrentarse al fantasma construido desde la cultura hegemónica. En definitiva, Cervantes pasa de este modo al ámbito de lo poshumano.

@CERVANTES COMO APROPIACIÓN INSTITUCIONAL: LA IDENTIDAD COMO MARCA DE PRESTIGIO CULTURAL

Hay instituciones educativas y culturales que en el mundo físico llevan el nombre de Miguel de Cervantes, y lo usan total o parcialmente para identificarse en sus cuentas de Twitter. El Instituto Cervantes puede parecerse una de las más relevante, y tiene no solo una cuenta central abierta desde el 2011,

sino también otras asociadas a sus centros distribuidos por el mundo. En ella reflejan su trabajo institucional, algunas citas de autores en español, efemérides y eventos culturales. Con este patrón existen varias cuentas que pertenecen en general a colegios de enseñanza obligatoria españoles o hispanos y que utilizan para identificarse en la red social el nombre de Miguel de Cervantes, sin añadir otro distintivo al nombre como “colegio” o “instituto”, que dejan para la descripción del perfil. En estos casos la personificación no va más allá del nombre, y podemos hablar de apropiación institucional, ya que la mayoría usa como imágenes identificativas alguna foto del edificio del centro o el nombre completo o el logo del mismo. Su contenido se basa en la labor informativa y promocional del centro: por ejemplo, el Colegio Miguel de Cervantes en São Paulo (@cmc_sp, 370 seguidores) ofrece noticias y actividades del centro en relación al español; el Colegio de Educación Infantil y Primaria de Guijuelo (@MidecerGuijuelo, 159 seguidores) muestra su vida estudiantil y las actividades con sus estudiantes. El Instituto Euroamericano de Estudios Superiores Miguel de Cervantes en Tuxtla Gutiérrez, Chiapas (@MaestriasMC, 220 seguidores) publica enlaces a materiales pedagógicos de psicología, promoción del centro y su programa de maestrías, y con frecuencia recurre al uso de algunas citas de Cervantes, con clara intención promocional, como ésta del 19 de febrero de 2016: “El hombre que se prepara, tiene media batalla ganada”. ~ Miguel de Cervantes”. Algunas de ellas no tienen gran actividad, como la del Instituto Cultural Miguel de Cervantes en El Salvador, con solo 11 tweets, y puede considerarse un intento frustrado de comunicación entre la comunidad cervantina del área; el Colegio Público Miguel de Cervantes de Álora, Málaga (@cervantesalora, 117 seguidores) rebota a publicaciones de fotos relativas a eventos del centro en Facebook y está sin actividad desde el 2015; el Colegio Público Miguel de Cervantes de Ciudad Real (@13003889CP, 22 seguidores) contiene un solo tuit; y finalmente una institución de educación primaria y secundaria sin identificar (@mcsedupe, 0 seguidores) no tiene actividad.

En esta serie de casos, el tecnocuerpo cervantino se refracta y proyecta como una transposición virtual de la institucionalización de su nombre por parte de entidades educativas del mundo físico que en su momento recurrieron a la idea del homenaje memorialeístico hacia una autoridad consagrada por el sistema académico nacional para ser explotada como marca oficial de prestigio y memoria cultural.

@CERVANTES COMO IDENTIDAD DE AGITACIÓN CIUDADANA: (IM)POSTURAS POLÍTICO-SOCIALES

Las versiones nacionalistas del perfil de nuestro escritor se agudizan en la apropiación conservadora y politizada realizada por algunas cuentas. Por ejemplo, @cervantes9to5 (112 seguidores) es una cuenta personal abierta en abril de 2017 en inglés que, usando el rostro de otro de los retratos conocidos de Cervantes y como imagen del muro el fragmento de un cuadro que muestra el pecho y escudo de un guerrero cruzado medieval se describe como "I have returned to save Christendom. Viva America. Viva España". Este tecnocuerpo de ciudadano de oficina (9to5, de nueve a cinco) nos evoca un Cervantes militar que asocia además al guerrero de origen religioso y medieval luchador contra el Islam, y que en el caso cervantino nos trae ecos de la lucha mediterránea contra el turco epitomizada en la universalmente conocida experiencia de Cervantes cuando batalló en Lepanto al servicio de la Corona española, quedándose allí manco. Curiosamente, en algún momento del mes de mayo que no he podido datar, nuestro usuario añade a su descripción una línea que orienta ideológicamente incluso más su apropiación: "Red-Pilled by life and Alt-Right literature. Currently reading "The Great Erasure."". La referencia a la píldora roja parece referirse a la que el personaje Neo de la película *The Matrix* (1999) rechaza, porque es la que le permitiría vivir cómodamente en el mundo que conoce hasta ahora, construido virtualmente para el hombre por las máquinas que dominan el mundo. *The Great Erasure* nos dirige al libro editado por Radix Journal en 2012 (un medio defensor de valores de la alt-right estadounidense), que critica la visión liberal estadounidense y analiza la decadencia de la supremacía blanca occidental por los movimientos de inmigrantes de otras razas, con atención a otras creencias como el islamismo. La cuenta dice ubicarse en un Estados Unidos de América distópico porque su contenido trata sobre reacciones a noticias políticas estadounidenses especialmente de política exterior. No por casualidad, el lugar geográfico indicado por la cuenta es "Panem, the ruins of America", que muy probablemente hace referencia al estado apocalíptico de América del norte detallado en la saga de novelas juveniles y películas *Los juegos del hambre* (2008-2010 y 2012-2015), de Suzanne Collins. Tras la destrucción del mundo, Panem es un estado conformado por distritos, dominado por el elitista y explotador Capitolio, contra el que se está gestando una rebelión de masas. Como vemos, es un perfil completamente politizado y creado a partir de un mash-up superpuesto de clichés que provienen del imagi-

nario popular occidental, desde el clásico Cervantes soldado inserto en la genealogía del cruzado, pasando por el universo cibervirtual de The Matrix hasta llegar a la distópica y apocalíptica saga juvenil. En el contenido de esta cuenta no hay referencias directas o indirectas a Cervantes excepto la del 8 de mayo, y lo hace en un español sin tildes y lleno de saludos tópicos de la cultura hispana: "Si, mi nombre es Miguel. Buenos días, Sra. Que tengas un buen día. Que Dios te bendiga. Adios". Sus contenidos resultan provocativos, cercanos a la cultura del troleo en internet, y coinciden con postulados racistas, antisemitas, antiinmigración, antiglobalización, antiislámicos y apela a valores ultra y neo-conservadores y cuando menos a la categoría general de lo no políticamente correcto. En este aspecto, a juzgar por el análisis del perfil en relación con los contenidos publicados parece haberse inspirado en Cervantes por su conocido pasado militar ligado a una Corona que defendía en la Europa Moderna el catolicismo más conservador, además de representar Cervantes una figura histórica que criticaba en su Quijote la sociedad de su tiempo con un personaje políticamente muy poco correcto. Lo que no veo de cervantino en ninguno de los contenidos de esta cuenta es la ironía y el cuestionamiento inteligente de la realidad que hacía de Cervantes un crítico bastante hábil y sabio.

Activo desde 2011, el siguiente ejemplo, en español, resulta ideológicamente opuesto y construye su perfil a través de @CervantesFAQs (13.250 seguidores) con la siguiente descripción: "Algunos idiotas del futuro me atribuirán frases que jamás salieron ni de mi boca ni de mi pluma. - Miguel de Cervantes - ¡Cervantes vive, la lucha sigue!". La imagen de fondo que usa simula la carátula de la serie televisiva Black Mirror (que critica nuestros hábitos de consumo digitales y sus consecuencias en cómo nos relacionamos), pero sustituye el título por Black Twitter. Su foto se basa en uno de los retratos clásicos de Cervantes pero filtrado con los colores y estilo del utilizado por la campaña de Obama "Yes, you can" de 2008 en tonos azules y rojos, y le añade una enseña en la gorguera de las Brigadas Internacionales, que participaron como milicias en la guerra civil española contra el fascismo franquista. El apellido de Cervantes lleva además un R cirílica, ligándose tipográficamente con la revolución rusa, el comunismo, y los valores de lucha anti fascista con la que se lo asocia ideológicamente a lo largo del siglo XX. Irónicamente, como si fuera una cuenta corporativa de atención al cliente para responder sus preguntas más frecuentes (FAQ - Frequent Asked Questions), se dedica a crear debates desde su postura política con ironía y a destapar bulos informativos de las redes sociales y me-

dios de comunicación en relación con noticias de la política española, en especial ante temas de dimensiones globales como la islamofobia, la inmigración o los conflictos bélicos internacionales. La propia frase de su descripción es obviamente falsa e ironiza sobre la naturaleza de la propia cuenta, que critica bulos, y asume así la propia impostura de su identidad. Desde un activismo ciudadano que toma la genealogía socialista occidental de lucha antifascista y desde la distopía informativa virtual que es la red social y los medios de comunicación actuales. La cuenta busca ser una impostura sobre las imposturas políticas en España, desde una perspectiva clara de izquierdas, transformando a un Cervantes clásicamente irónico de la sociedad española de su momento en un Cervantes de la era Obama (y ahora post-Obama) tras el resurgir de la participación ciudadana regeneradora de partidos políticos alternativos como Podemos o Ciudadanos. @CervantesFAQs aborda el mundo actual de la posverdad, la manipulación informativa política en las redes sociales sobre asuntos candentes como la corrupción, y defiende los valores de izquierda (cercano a la línea del partido Podemos) frente a gobiernos conservadores en estado de corrupción. En pocas ocasiones he visto el cuestionamiento del uso del nombre de Cervantes en cualquiera de los avatares aquí presentados, pero sobre esta apropiación particular de la identidad cervantina, otro tuitero llega a criticar el 22 de marzo de 2017 el uso perverso del nombre y figura cervantinas de esta cuenta, como puede verse en un retuit donde @Eleusisl (con una cuenta vacía) le acusa y valora su actividad como insultante: “Vergonzoso que ese homínido manche el nombre del ilustrísimo Sr. Don Miguel de Cervantes. ojalá le cierren la cuenta”.

El tecnocuerpo cervantino hecho a partir de la interpretación política sobre algunos rasgos de su carácter histórico (soldado del imperio español cristiano, intelectual crítico de las hipocresías de su sociedad) nos ofrece utilizaciones e imposturas incluso opuestas ideológicamente, que llevan a la defensa de las políticas supremacistas ultraconservadoras de corte racista de la alt-right estadounidense o a la defensa de un socialismo ciudadano en su lucha actual contra el fascismo informativo y los abusos sobre muchos derechos sociales propiciados por la corrupción sistémica de un país.

En la configuración de estos avatares, especialmente en la construcción combinada de los elementos de sus perfiles, hay un afán por usar técnicas de collage o mash-up que desembocan en toda una tendencia cultural posmoderna de la remezcla en la que el remezclador combina materiales de otros y se

SOLO". El 6 de marzo de 2012 dice "Y MUCHO HABLAR DEL GÉNERO PERO NI DIOS HABLA DEL LEÍSMO" y el 15 de marzo de 2012 "SI OS SEGUÍS PONIENDO TONTOS CON LO DEL SEXISMO DEL LENGUAJE OS QUITAMOS LA EÑE Y TODOS TAN CONTENTOS". El 9 de febrero asegura que "NUEVOS SILLONES EN LA ACADEMIA: @ Y #" como una clara ironía del uso de estas grafías digitales en la lengua escrita. En sus interacciones con otros usuarios debate con frecuencia opiniones sobre cuestiones de ortografía. Por ejemplo, el 20 de febrero de 2012 tiene un rifirrafe con un usuario: "INSTAMOS AL LISTO DE @JorgeFreire... Y AL RESTO DE LISTOS DE ESPAÑA A QUE VUELVAN A ESTUDIARSE LA ÚLTIMA ORTOGRAFÍA DE LA RAE" en respuesta a este tuit del aludido: "@RAEcabreada Guión es aguda y acaba en tilde. A menos que usted lo pronuncie como un monosílabo, estimado Don Miguel de los cojones." Todo a cuenta de que en los Premios Goya de ese año, el 19 de febrero, escribieron guion incorrectamente con tilde: "MUCHA CULTURA, MUCHO CINE Y MUCHA LECHE PERO AQUÍ TODO CRISTO ESCRIBIENDO GUION CON TILDE EN LOS #PremiosGoya". También interviene con frecuencia en valoración de escritores conocidos por sus imágenes públicas polémicas en los últimos años. El 7 de febrero de 2012 asegura que ".@elenac SOMOS MÁS QUEVEDISTAS QUE CERVANTINOS. MÁS DE @perezverte QUE DE @laetxebarria". Es una respuesta a la usuaria citada que había comentado con sutil ironía sobre la identidad de este Cervantes: "Detrás de @RAEcabreada no está Miguel de Cervantes, como afirma, sino Quevedo, se le nota el tufillo".

Si la RAE define usurpar como "arrogarse la dignidad, empleo u oficio de otro, y usarlos como si fueran propios", la apropiación de @RAEcabreada sería una usurpación de funciones de la RAE, en su versión más violenta y normativa, usando el avatar de Cervantes como adalid de la corrección lingüística, una lengua que él ayudó a desarrollar (y reflejar) como escritor pero que solo los agentes de la Historia normativizaron mucho después.

@CERVANTES COMO IDENTIDAD AUTORIAL: TEXTUALTERIDADES Y RESCRITURAS DEL QUIJOTE

Cervantes suele ser inmediatamente asociado a su obra universal más conocida, Don Quijote de la Mancha (1605 y 1615), uno de los libros universalmente más leídos y difundidos. Se lo reconoce como autor de esta y otras obras y, como en ellas quedaron las palabras que hemos heredado, se cita a menudo de sus obras fragmentos que pueden inspirar nuestra reflexión o transmitirnos

ciertos valores humanos por los que ha sido reconocido, especialmente como autor que propugnaba en su tiempo la aceptación universal del ser humano por encima de géneros, credos y razas. Algunos tecnocuerpos cervantinos (dejamos de lado las cuenta que usan otros nombres para citar el Quijote y sus otras obras) han creado proyectos en los que las citas cervantinas y quijotescas son su razón de ser. Por ejemplo, el instituto de los maristas de Salamanca abrieron durante unas semanas de mayo y junio de 2016 una cuenta llamada @CervantesMCham (10 seguidores) que titularon Memorial Cervantes, en homenaje al 400 aniversario de su muerte. La imagen usada es el retrato clásico cervantino de Juan de Jáuregui con unos corazones rosas superpuestos sobre sus ojos (a modo de técnica mash-up) y como imagen de muro añadieron otro retrato con una cita muy usada en la red: "Confía en el tiempo, que suele dar dulces salidas a muchas amargas dificultades" (paráfrasis de la frase usada en la novela ejemplar *La gitanilla* (1613): "se dará tiempo al tiempo, que suele dar dulces salidas a muchas amargas dificultades"). En esta cuenta, con clara intención pedagógica y educativa, se usa el hashtag #CervantesEnRuta para homenajear al autor tras el centenario de su muerte con un total de 33 citas, memes y varios enlaces a la versión del Quijote de Romagosa (1979) de dibujos animados. El hashtag expande el proyecto mas allá de la cuenta, y contiene el mismo tipo de materiales. Por algunas de las imágenes disponibles puede verse que la propuesta de Twitter se enmarca en un proyecto pedagógico transmedia más amplio del instituto que incluye presentaciones en clase y la creación de un sitio web cervantino. En el caso de las citas, no se indica nunca su procedencia, o a qué obra pertenece, con lo que incita a pensar que son copias de otras encontradas en la red, algunas legítimas y otras no. Este tipo de proyectos, a menudo ejercicios escolares y con enfoque educativo de difusión cultural realizada por estudiantes no expertos o amateurs, son cada vez más habituales y representan una muestra más de cómo "las tecnologías digitales han expandido radicalmente el alcance de esta cultura amateur" (Lessig, 2009: 314). Twitter, como veremos según este estudio de caso, queda muy lejos de la cultura profesional, con la que corre paralela, y que usualmente viene asociada a prácticas culturales mediadas por las licencias de distribución de copyright: "Y es que, junto a esta cultura profesional, existe una cultura amateur —donde el término amateur no significa inferior o carente de talento, sino más bien creada por gente que no la produce por dinero, sino por amor a la cultura" (Lessig, 2009: 312). Un Cervantes clásico y pop al mismo tiempo.

Con el mismo objetivo de difusión educativa y cultural mediante el cuerpo cervantino como voz autorial nos llega la cuenta @Cervantes_MdT (1186 seguidores), que pertenece oficialmente a la serie televisiva del canal público de Radio Televisión Española titulada El Ministerio del tiempo (2015-), serie emitida por RTVE que busca ofrecer entretenimiento y educación a un mismo tiempo mediante esta ficción transmedia que aborda episodios de la Historia de España. Serie que desde su nacimiento ha estado ligada al movimiento fan y a las redes sociales, su cuenta en Twitter, abierta desde su estreno en 2015, tiene como lema la famosa pseudo cita cervantina que comentamos más arriba, pero adaptada al nombre de la serie: "Confía en el (Ministerio del) Tiempo, que suele dar dulces salidas a muchas amargas dificultades. @CuartoFumarMdT y podcast @FuncionTiempo de la serie @MdT_TVE". La imagen usada es la efigie del actor Pere Ponce como Miguel de Cervantes, que hace de Cervantes en el capítulo once de la primera temporada, y como imagen de muro aparece un fotograma de los personajes Cervantes y Lope de Vega en una escena de la serie de la tercera temporada que está por estrenar. La cuenta publica información cervantina en relación al desarrollo de su personaje en la serie y utiliza normalmente el lenguaje de la época barroca; retuitea a menudo otras noticias sobre Cervantes en cuanto personaje reconocido por los fans pero también noticias y documentos curiosos en relación a Cervantes, como el homenaje de la aerolínea noruega Norwegian, que ha incluido el rostro de Cervantes en uno de sus aviones; la noticia sobre la mujer china que tradujo el Quijote al mandarín; la petición de una estudiante de periodismo que necesita fans para completar una encuesta sobre la serie; o los tuits de otras cuentas tuiteras de la serie, donde por ejemplo se anuncia la nueva temporada o donde se comparte el guion del capítulo en el que Cervantes es protagonista. Hay también un fenómeno interesante que comentaremos más adelante. La estrategia transmedia de comunicación de la televisión española ha creado toda una red de cuentas con los diferentes personajes de la serie, y la actividad muestra cómo Cervantes es especialmente amigo (y enemigo) de Lope de Vega (@Lope_De_Vega_, 734 seguidores) con lo que tienden a citarse cuando la información es común o afecta a ambos. Se intenta emular y dar voz narrativa así al conocido dato histórico de la complicada relación profesional y personal que Cervantes y Lope tuvieron en la realidad. Por lo demás, dado que estas cuentas las deben de llevar los gestores de redes sociales de la serie, están bastante enfocadas a lograr un equili-

brio entre la promoción e información sobre la serie, presentadas por la voz del propio Cervantes, y la mención de algunos aspectos del personaje histórico, y atiende especialmente a retuitear entradas de los fans o de noticias relevantes y curiosas sobre la vida del autor.

Otros avatares se centran exclusivamente en las palabras dejadas por el escritor, sin actualizarlas o contextualizarlas en ningún modo. @Soy_Cervantes (6967 seguidores) es una cuenta dedicada principalmente a tuitear el texto del Quijote. Se muestra como residente en “Madrid villa y corte”, como un guiño de época a la última ciudad de residencia cervantina. La cuenta comienza el 2 de junio de 2010 con “En un lugar de la Mancha” y en marzo de 2017 ha llegado al capítulo octavo de la primera parte. Publica línea a línea el Quijote. A diferencia de los robots que pueden diseñarse para este tipo de tarea, como el bot que creó el desarrollador web Diego Buendía y que puso en marcha del 1 de septiembre de 2014 al 22 de abril de 2017 para tuitear todo el Quijote en 17.000 tuits (@elquijote1605), esta otra cuenta no presenta ninguna regularidad en la publicación y evita fragmentar excesivamente las frases, para que, aunque a veces inconclusas, el tuit tenga sentido en lo posible. Eso sí, a veces hay que esperar minutos, horas, e incluso días, para terminar una frase o pasar al siguiente párrafo, con lo que la acción narrativa se ve completamente mediada por la (i)regularidad de la publicación. En ese sentido, el hashtag #ÚltimosDíasCervantes que organizó el grupo de investigación GRISO desde su cuenta (@griso_unav, 1198 seguidores) fue ejemplar y modélico, pero infrecuente, y como veremos, inexistente cuando se trata de cuentas que simulan ser el autor mismo. En @Soy_Cervantes se transluce y expresa de todos modos la actuación de un editor humano: esto resulta clave para el debate sobre la inteligencia artificial y el nacimiento del editor ciborg, que más tarde abordaremos. El factor humano como editor de la cuenta se recalca en el lema con que explica su identidad, que dice así: “Soy un espíritu social, móvil y local, no soy un robot. Soy muerto pragmático, Community Manager per se de Don Quijote, otras novelas, piezas y poemas”. Se presenta a un Cervantes tuitero de su obra, como un gestor de contenidos más de nuestro tiempo, humano y no (ro)bot, con capacidad de socializar con otros tuiteros. En este último aspecto, curiosamente el usuario no interactúa apenas con otras cuentas (lo que por cierto sí puede hacer un bot complejo, como explica Escandell, 2016: 156-161), aunque es cierto que recibe numerosas menciones de otros usuarios, a veces con referencias al personaje

(por ejemplo Ché Katthabi alude el 17 de marzo de 2015 le felicita por el hallazgo de la posible tumba de Cervantes e incluye la noticia de la BBC) y otras no (hay publicidad de productos y servicios de internet).

La simulación autorial de estas cuentas nos conduce a considerar ciertas reflexiones sobre la naturaleza del espacio virtual en el que los textos impresos recalcan. Las tecnologías interactivas nos recuerdan constantemente que la obra literaria, debido a su necesaria condición textual (McGann, 1991: 185), se manifiesta o encarna en diversas performances o actuaciones del texto al ser situada en un espacio material determinado, por medio de la labor editorial que nos da acceso a la obra y su lectura. Se crean así los diferentes escenarios o espacios de lectura, que modifican la experiencia lectora. No es lo mismo leer en móvil que en un papel, que escuchar un audio libro. En el caso de estas ediciones tuiteras del Quijote, que a veces son presentadas por uno de los avatares del propio autor, la edición se convierte más que nunca en un fenómeno de textualidad (Grigely, 1995: 1-4), es decir, en un evento temporal que surge de la adaptación o relocalización textual de la obra mediante la intervención de un editor sobre un espacio material, en este caso el de una red social virtual. El Quijote como ciberedición de la voz autorial cervantina se vuelve así una sucesión cronológica de tuits recibidos en un terminal informático cuyo tiempo y extensión de lectura dependen del tiempo narrativo que marque el editor. Este tecnocuerpo (robótico o humano) parece emular a un borgiano Pierre Menard, escritor del Quijote, hecho sucesión literal y fragmentada de tuits.

@CERVANTES COMO AVATAR HISTÓRICO

Entre julio y agosto de 2013 se mantiene activa la cuenta @miguelcervates (74 seguidores), que en sus 27 tuits nos cuenta en primera persona algunas de sus peripecias vitales. Utiliza citas firmadas como esta del 14 de julio: "Amistades que son ciertas nadie las puede turbar. Miguel de Cervantes", sin indicar fuente u obra de la que procede (procede de la primera jornada de la comedia La casa de los celos). Y añade datos biográficos como este: "Fui bautizado en la Torre de la iglesia de Santa María la Mayor de Alcalá de Henares" en los que suele incluir si puede alguna foto del lugar. Otro ejemplo es del 1 de agosto: "Estuve en la cárcel 4 veces las 3 primeras por cuentas irregulares". Su descripción de perfil consta del lugar de nacimiento y muerte oficiales del autor con sus fechas correspondientes, a las que añade una línea biográfica de enciclopedia: "fui un soldado, novelista, poeta y dramaturgo español". La apropiación que

genera en este caso el tecnocuerpo es una simulación del personaje histórico mediante el uso de una voz narrativa en primera persona en conjunción con algunos datos biográficos. Sin embargo, lo más interesante de esta cuenta, y que parece responder a algún proyecto educativo, es que @miguelcervates tiene como amistades a los autores coetáneos del autor en el siglo de Oro, a los que retuitea con frecuencia y a los que cita de vez en cuando, como en esta ocasión del 21 de julio: "Nuestro poeta @Sanjuandelacru4 era un gran conocedor de la Biblia y de la filosofía aristotélica y platónica"; o este otro: "mi amigo @deleonfrayluis estuvo en la cárcel por traducir algunos libros que no estaban bien vistos :o". Esta simulación de conversación colectiva nos descubre la dimensión de un juego de rol grupal en el que la historia literaria dialoga consigo misma a través de sus avatares.

@CERVANTES & CÍA 2.0: LOS AMIGOS EN LA RED (RETUITEOS Y CONVERSACIONES DIGITALES)

Como hemos visto, en este grupo de tecnocuerpos que suplantán, simulan o recrean la identidad histórica, es notable señalar que Cervantes no campa a sus anchas y no está solo. Eso hace de la red social una red de la historia literaria que pone en conversación una gama variada de personajes. Si observamos la lista de cuentas a las que sigue, @miguelcervates lo hace a seis, identificados como como Gonzalo de Berceo (@gonzalodeberce1, 25 seguidores), San Juan de la Cruz (@Sanjuandelacru4, 118 seguidores), Teresa de Jesús (@SantaTeresaDJ, 346 seguidores), Santo Tomás Moro (@santo_moro, 70 seguidores), Felix Lope de Vega (@felixlopedeveg1, 83 seguidores) y Fray Luis de León (@deleonfrayluis, 36 seguidores). Mientras que históricamente Gonzalo de Berceo vivió durante el siglo XIII, y Tomás Moro durante el siglo XV y principios del XVI, los demás son una generación más vieja que Cervantes, y vivieron durante el siglo XVI. Lope de Vega fue casi una generación más joven que Cervantes y se consideran coetáneos. Todos siguen a los seis, formando un grupo históricamente bastante compacto. Vemos por tanto que en este caso casi todos los amigos seguidos por @miguelcervates forman un grupo exclusivo de clásicos en la literatura española, algunos de los canonizados; esta situación y las fechas parecidas de uso de cuentas avala el origen escolar de una actividad educativa del conjunto de estos perfiles. Como resultado de las interacciones en este grupo canónico la Historia se vuelve cronológicamente permeable al compartir todos el mismo espacio tuitero, y se rompe fácilmente la lógica tem-

poral de las posibles relaciones históricas entre ellos, ya que Cervantes nunca pudo dialogar con Berceo si no fue a través de su propia literatura y su recreación. Así que tenemos un canon que dialoga consigo mismo, como una categoría de academia literaria en rol performativo. Y como si se tratara de un Parnaso virtualizado, este canon hecho red social desafía la categoría de la Historia, que se difumina hasta destruir la concepción clásica de la historia literaria basada en la cronología. Este tipo de interacción virtual nos acerca la experiencia tuitera a la crítica de la posmodernidad y al concepto de paradigma correlacional, que propone acercarse a las obras literarias desde un marco de asociaciones interrelacionadas muy diversas que desjerarquizan el modelo de crítica tradicionalmente filológica y proveen lecturas transemporales y supranacionales. (Navajas, 1999: 152-56). Veamos ahora algunos ejemplos.

@CERVANTES Y LA MÁQUINA CUÁNTICA DEL TIEMPO: LA IDENTIDAD COMO ENTRETENIMIENTO HISTÓRICO Y JUEGO HISTÓRICO IMPROBABLE.

El tecnocuerpo creado por @miguelcervates aprovecha las amistades a las que sigue para retuitear algunas de sus entradas en la red social. Por ejemplo, el 18 de julio lo hace a unos versos bien conocidos de San Juan de la Cruz: "O llama de amor viva que tiernamente hieres de mi alma en el más profundo centro. Pues no eres ya esquiva acaba ya si quieres,". El salto de cada verso aparece reflejado por un doble espacio entre palabras, y el poema se interrumpe al terminarse los 140 caracteres, con lo que el fragmento adquiere relevancia de poema completo. Otros retuits muestran también otras citas poéticas más redondas, como la de Lope de Vega el 19 de julio: "Hablé, lloré y entré por aquel lado, porque no tiene Dios puerta cerrada al corazón contrito y humillado". Pero más interesante se pone este juego de identidades literarias cuando es Cervantes quien interactúa citando a sus colegas tuiteros. El 22 de julio se refiere a Berceo y su obra: "@gonzalodeberce1 las obras de mi amigo como ya sabemos son de temáticas religiosas". O esta otra sobre Fray Luis: "mi amigo @deleonfrayluis Estuvo en la cárcel por traducir algunos libros que no estaban bien vistos : o ". Este caso, como otros, incluye un emoticono que muestra ahora la sorpresa de Cervantes ante tal situación, como si fuera un hecho increíble o sorprendente, y posiblemente demuestra la injerencia emocional del autor real que está detrás del avatar y su percepción, ya que Cervantes difícilmente se hubiera sorprendido por la actuación de la Inquisición, a la que

temía con sus censuras como todo intelectual. Es interesante ver cómo este grupo de cuentas se nutre, transforma y reinterpreta el principio de autoridad que otorgan los datos facilitados de una enciclopedia, manual o libro de texto posiblemente, para abordar a los personajes y sus relaciones. Es el único intento que hemos visto hasta ahora de recrear históricamente a los personajes con los datos e información que se aceptan académicamente de ellos, y puede resultar una técnica muy útil para la difusión y también la discusión académica en otros niveles. De hecho, esta interacción parece recuperar los modelos de estudio y análisis crítico propuestos en los noventa por Jerome McGann en su *Radiant Textuality* para la investigación literaria: una crítica de carácter performativo, de inmersión o de adopción de papeles ante la lectura para descubrir en sus contextos nuevas vías de comprensión del mundo ficcional (McGann, 2001: 217-22). En nuestro caso, el tecnocuerpo histórico y literario aplica algunos principios de gamificación como estrategia retórica y es protagonista de una construcción alternativa de discursos académicos en la red social.

De esta técnica lúdico-histórica nacen breves diálogos tras algunas de las afirmaciones de @miguelcervates, no siempre precisas históricamente. Por ejemplo, el 21 de julio dice de su amiga santa Teresa que "@SantaTeresaDJ quería fundar un monasterio para observar la regla de su orden, que era obligación de la pobreza, de la soledad y silencio." y el 24 de julio ella responde: "@miguelcervates y así lo hice, lo cree en la Ciudad de Buenos Aires, Argentina", incidiendo en otro tuit unos minutos después en ello: "el monasterio que yo misma fundé", acompañado de una imagen que pertenece al citado monasterio de Buenos Aires. Este monasterio carmelita de santa Teresa de Jesús, segundo de la orden después del de San José en la ciudad argentina, fue fundado en 1894 por Mercedes Castellanos. Este dato, que produce una paradoja temporal clara entre la fecha en la que la santa vive y en la que se funda el convento bonaerense (digna de la serie citada del Ministerio del tiempo) es más peculiar y paradójica aún porque ese mismo día y en las siguientes horas, en la cuenta se van dando los datos de cuándo y cómo y dónde se construyeron los primeros monasterios de Santa Teresa en tierras castellanas durante el siglo XVI, extraídos y adaptados a la necesaria versión en primera persona (no siempre concordando bien la persona verbal o:) de un sitio web creado por una peregrina bloguera (palpitalavida.com). Para terminar ofrezco un ejemplo de conversación más libre, sustentada por la construcción del imaginario social académico que heredamos sobre estos personajes canónicos: es la siguiente

de Lope de Vega el 18 de julio: "Dios nos libre de enemistarnos con amigos", a lo que Fray Luis, en su papel de hombre de Iglesia y representante del ascetismo renacentista que aspira a llegar a Dios y desconfiar de los bienes materiales de este mundo, responde llanamente: "Amigo ? Solo Dios!". Es curioso que en esta conversación no entre el propio Cervantes, quien tuvo la bien conocida rivalidad y enemistad con Lope durante muchos años.

#CERVANTES O LA ENCICLOPEDIA 2.0 Y LAS EDICIONES COLECTIVAS 24/7: DEL CIBERTEXTO AL EDITOR CIBORG.

Las cuentas de enfoque educativo o académico como la comentada anteriormente, y en contraste con todas las demás, nos abren la puerta a considerar las redes sociales como posibles enciclopedias 2.0 de información, difusión y recreación mediante el uso de avatares. Sin embargo, la mayoría de usuarios tienen otras formas de ver y apropiarse de la identidad cervantina, dejando la legitimidad histórica y académica a un lado, dado que el principio que rige la mayoría de redes sociales hoy (si no son gremiales o profesionales como LinkedIn) es el de la creación de identidades totalmente nuevas o derivadas de otras. Todo usuario controla además su propia cuenta y sus cambios de identidades, así como la imagen de perfil y la descripción que usa para presentarse ante los demás. En definitiva, cada cual es su propio gestor de los contenidos que crea, que retuitea y que responde. Esto nos lleva a considerar el mundo tuitero y sus identidades como un universo editorial globalizado en el que cada usuario editor se convierte en un gestor editorial, al igual que "la web 2.0 ha permitido que cada ciudadano pueda actuar como un medio de comunicación" (Aparici 2013: 21). En el caso de las apropiaciones cervantinas la gestión de la información asociada a sus tecnocuerpos es tan diversa en fuentes, objetivos e intereses que tendríamos que hablar de parientes muy lejanos al autor original, ya que el uso de su identidad es, si no una excusa para atraer seguidores, una débil conexión o una reinterpretación de algún aspecto que puede relacionarse con la genealogía o el imaginario arqueológico compartido hoy sobre esa identidad. Cada Miguel de Cervantes tuitero es un tecnocuerpo independiente y constituye por tanto una identidad diferenciada en sí misma: no son clones replicados, y por tanto crean su propia comunidad de seguidores y con ello generan su propia autoridad como garantes de esa identidad particular y distinta (híbrida y simbiótica en sus rasgos cervantinos rescritos).

Pero, ¿cómo afecta esta multipersonalidad al mundo académico como tradicional garante y referencia clásica de la identidad canonizada cervantina? Es importante señalar ahora que de todas las cuentas revisadas hasta la fecha con el nombre de "Miguel de Cervantes", por su orientación y contenidos ninguna parece tener un editor especialista académico. Hay, como hemos visto, intentos, generalmente breves y de tipo escolar, de recuperar el personaje histórico para la comunidad tuitera; y hay apropiaciones e imposturas diversas. El panorama comentado nos muestra que ahora mismo Twitter, en cuanto a la creación de avatares del pasado, no se considera un medio de difusión especializado en lo literario, o de divulgación meditada por parte de especialistas en la materia. Y no hay apenas gestores o editores de este tipo en esta u otras redes sociales.

En definitiva, no hay especialistas que difundan, a través de identidades de rol como estas, contenidos precisos, fiables y variados, que además elaboren con su actividad una comunidad de interés sobre el personaje en cuestión. Sin duda, al igual que los escritores contemporáneos que están en el mercado, numerosos académicos con sus nombres y apellidos (o diversos apodos) participan en la red social y comparten materiales específicos de su interés con otros especialistas o interesados, y también opiniones personales sobre temas muy diversos porque para eso es su cuenta personal o profesional, pero no existe una propuesta seria de una recreación de identidades históricas que podría llegar a ser muy útil y fructífera. A pesar de que Twitter se ha convertido en un foro real de discusión y de información actual provista por numerosas figuras históricas contemporáneas, como presidentes de países y responsables de empresas multinacionales, cuando nos atenemos al rescate de figuras canonizadas de la era impresa que jamás pudieron tener una cuenta en una red social, parece que hay un vacío notable: quizás su ausencia se deba a la falta de iniciativa personal de los académicos junto con la falta de implicación o apoyo de las instituciones académicas u otros proyectos o empresas editoriales hacia este tipo de formatos y espacios, ya que dichos formatos y espacios no parecen ajustarse al modo tradicional de producción (no son objetos de contenido profesional sujetos a licencias, como los libros) ni de rendimiento (intelectual y económico). Esto sucede a pesar de que el impacto social de estos perfiles adoptados pueda ser relevante, como ejemplifican las cuentas promocionales de editoriales y escritores que mueven y forman la opinión de miles de per-

sonas. En definitiva, son vistos como espacios amateurs, y no profesionales, para este tipo de usos.

Parece que de momento el tecnocuerpo tuitero es solo adoptado por algunos fans, por el escolar y por el ciudadano corriente, con muy diversos fines, pero la ausencia del especialista académico en este diálogo en red se siente como una incapacidad de lograr una mediamorfosis (según concepto de Fidler, 1997) para la historia literaria. Quizás porque el habitus de la red social, su espacio de práctica lectora, se siente como una amenaza o un extraño al estatus creado en torno al capital cultural (tal como lo enfoca Bourdieu, 1993) del académico: el académico sigue considerando el libro monográfico como cuerpo, objeto e institución máxima del investigador, ese espacio libresco que otorga al investigador institucionalizado un poder simbólico de prestigio y autoridad en la sociedad, y cuya figura se resiste y difumina ahora en un universo donde la convergencia de múltiples medios es la clave del mercado de consumo de información (según Jenkins, 2006). Desde hace ya una década se está observando cómo la llamada revolución digital ha distorsionado “los métodos de publicación y edición establecidos, en la medida en que descentraliza el acceso a la información, desvinculándola de los reductos tradicionales en los que había permanecido: instituciones culturales o académicas como iglesias, monasterios, universidades y bibliotecas” (Borràs, 2005: 23). Pero en este aspecto, el universo académico, quizás instalado en cierto umbral del miedo o indolencia hacia la difusión en red, y regido editorialmente por la monografía y la remediación digital del modelo de página impresa vía formato en PDF, sigue muy fiel a la tradición comunicativa del autor hacia el lector, y no tanto del lector como otro productor o participante más en la cadena de conocimiento que lo convierte en un peculiar lector interactivo o lectoespectador (al decir de Mora, 2012). La academia en su práctica general diaria no parece tener aún muy en cuenta el universo digital de las hipermediaciones: no termina de entrar en el juego ni reconoce como suya la existencia de los “nuevos espacios participativos de comunicación y de su irrupción en lo masivo” (Scolari, 2008: 115). Estos espacios surgen de los “procesos de intercambio, producción y consumo simbólico que se desarrollan en un entorno caracterizado por una gran cantidad de sujetos, medios y lenguajes interconectados tecnológicamente de manera reticular entre sí” (Scolari, 2008: 113-114). Es la comunicación en red, no la de uno a muchos, sino la de muchos a muchos, en una interacción digital hipertextual e hipermedia (Scolari, 2008: 79 y 116) que genera una “trama de reenvíos, hi-

bridaciones y contaminaciones que la tecnología digital, al reducir todas las textualidades a una masa de bits, permite articular dentro del ecosistema mediático” (Scolari, 2008: 114). En esa trama es donde se debaten hoy muchas de las tensiones del poder de comunicación y difusión informativa, y en ella las apropiaciones cervantinas del académico brillan por su ausencia: Cervantes, como capital cultural distintivo de la tradicional clase académica, está siendo transferido al universo de las hipermediaciones, convirtiéndose en capital cultural emergente de otros grupos de interés, entre los que aún no figura el especialista.

Aún hay un paso más de complejidad y trascendencia en la elaboración e implicaciones editoriales y materiales de esta trama digital como espacio comunicativo global. La capacidad de etiquetar los tuits mediante hashtags nos ofrece una lectura alternativa en el universo de esta red social y una manera de crear una mejor web semántica. Gracias a las etiquetas podemos componer auténticas antologías en torno a cada una de ellas; en términos de espacio editorial, podemos asistir al evento literario de las ediciones vivas en tiempo real. La literatura se convierte más que nunca en evento continuo. Antes hemos revisado las cuentas que se identifican como avatar con el nombre de Miguel de Cervantes. Igualmente podemos hacerlo con su etiqueta correspondiente, #migueldecervantes. La lectura variará según el momento en que hagamos la búsqueda, y la recolección es siempre variopinta, ya que por momentos supera la literatura y su universo para lanzarnos al mundo real, como un Quijote que ve palacios en lugar de ventas. El nombre de nuestro autor se ha extendido universalmente, a través de sus textos y personajes, a nombres de calles, proyectos, puentes, productos, negocios, instituciones de educación y cultura. Encontramos en esa lectura las consabidas citas, diversos memes sobre él o su obra, anuncios de eventos en entidades culturales que llevan su nombre, imágenes de lugares asociados a él o su obra, fragmentos de películas, promoción de actos culturales, visitas virtuales de lugares asociados a él, noticias periodísticas, o publicidad de coches de cuyo nombre no quiero ni puedo acordarme. Un paisaje ecléctico en referencia constante a Cervantes pero que sin embargo no parece generar muchos contenidos sobre él: en 2013 Luis Alfonso Romero Gámez realizó una monitorización de las etiquetas #cervantes y #donquijote y concluye que el interés por Cervantes y su principal obra en la red social se concreta en mera referencia cultural, sin generación de contenidos, y sugiere implementar “alguna estrategia para acentuar el acercamiento por

twitter de un autor como Cervantes, a partir de su obra literaria y no solo como una referencia cultural” (Romero, 2013: 19).

Hay con esto una última fase en la vida social de estos tecnocuerpos que fluyen por la red. Las citadas ediciones colectivas, que por su carácter de máquina textual lúdica y combinatoria adquieren el carácter de todo un cibertexto tal como lo define Aarseth (2004: 118-121), constituyen además un último paso en la apropiación de la identidad digital de los personajes históricos. Si bien las etiquetas colocadas por usuarios diferentes están elaborando una red humana de asociaciones en torno al personaje, es el propio sistema de la red social el que realiza la búsqueda final y la que selecciona y dispone los contenidos en propuestas de lectura como “destacados” o “más reciente”. Esta actividad de curación de contenido depende de un algoritmo, es decir, de un editor guiado por la inteligencia artificial. Esta combinación híbrida y sintética de edición humana y artificial nos lleva a la asunción cotidiana del editor simbiótico (máquina-humano) como mediador comunicativo, del editor ciborg que crea un macroavatar invisible y sin nombre (llamémosle Twitter) capaz de presentar toda una colección de información humana sobre un personaje en concreto. Nuestro trabajo de edición humana se combina, magnifica y colectiviza gracias a la prótesis de inteligencia artificial que supone el algoritmo de Twitter encarnado en el diseño y código de su software, y el resultado es el de los ciborg, esos “seres a los que les han implantado ciertas prótesis tecnológicas que complementan, suplementan o amplían las funciones biológicas propias de ese organismo” (Broncano, 2009: 42). La presencia final en pantalla de los contenidos, totalmente cruzados en su interés y categorías (ya no hay distinción entre lo histórico, lo literario, lo comercial, lo institucional) nos muestra no solo un efecto práctico de la posmodernidad editada en red, sino también un ejemplo del paisaje poshumano en el que este editor ciborg se ha convertido en realidad cotidiana, con su algoritmo como filtro mediador de curación de contenidos propuestos por una colectividad de usuarios humanos (si descontamos los posibles bots). Habitamos ya ese espacio de construcción híbrida que describía Hayles hace ya más de una década: “emergence replaces teleology; reflexive epistemology replaces objectivism; distributed cognition replaces autonomous will; embodiment replaces a body seen as a support system for the mind; and a dynamic partnership between humans and intelligent machines replaces the liberal humanist subject’s manifest destiny to dominate and control nature” (Hayles, 1999: 288).

Estas antologías tuiteras son además una buena muestra de cómo nos acercamos al internet de las cosas, y por tanto, al internet que acoge todas las materializaciones, dimensiones y usos de un nombre, en este caso el de la multimarca Cervantes convertida en fenómeno transcultural de dimensiones transmedia. El breve análisis que hemos realizado sobre las identidades que específicamente han elegido su nombre para crear cuentas dedicadas muy diversas y con diferentes objetivos e intencionalidad en la red social son solo una muestra aún controlable y explorable de lo que la macro-ciber-edición de esta identidad cervantina supone cuando juntamos el motor de búsqueda con la etiquetación y el algoritmo que nos presenta a su juicio matemático de variables las diferentes publicaciones en serie. A partir de ahí, solo el análisis mediante técnicas de big data podrá ofrecer más respuestas.

Imagino ahora a Jorge Luis Borges buscándose a sí mismo en Twitter, tras el descubrimiento de los múltiples Miguel de Cervantes. Su estupor y placer aumentan al descubrirse multiplicado y reflejado también en numerosas identidades asociadas: "Una cala rápida nos da páginas y páginas de cuentas de usuario en la red social que emplean el nombre del escritor argentino de una forma u otra" (Escandell, 2016: 308). Y como nos recuerda este investigador de la tecnocultura en su reciente estudio sobre el avatar, "los muchos Borges que habitan internet no son, evidentemente, Jorge Luis Borges, nacido el 24 de agosto de 1899 en Buenos Aires, pero son unos Borges. Están hackeando la vida y la obra del autor para reinterpretarla semionáuticamente con los recursos creativos, artísticos y sociales de las plataformas" (Escandell, 2016: 308). Al igual que hemos visto con el caso cervantino, sus creadores "en la mayoría de los casos se apropian de un retrato, de unos elementos biográficos, y pueden ser Borges durante su estancia en esa cuenta" (308). Nosotros hemos atendido en este ensayo a cómo estos usuarios son Cervantes mediante la variedad de técnicas que ofrecen el uso simulado y remezclado de identidades asociadas a él: hemos revelado las diversas apropiaciones en modos como la impostura, la usurpación y la simulación histórica de roles, hasta alcanzar la edición colectiva y el editor ciborg. Con ello, se nos abre un paisaje poshumano del avatar que nos deja ante una escena de espejismos multiplicadores, de indeterminación y permeabilidad identitaria que bien podría caber bajo el auspicio de los principios cuánticos, porque en este paisaje de identidades apropiadas reconocemos que "todos esos usuarios pueden ser un Borges de la misma manera que un Borges podría ser todos esos usuarios" (Escandell, 2016: 309).

REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

- AARSETH, E. (2004): "La literatura ergódica" en Sánchez-Mesa, D. (ed.): *Literatura y cibercultura*, Arco-Libros, Madrid: 117-45.
- APARICI, R. (2013): *Conectados en el ciberespacio*, Universidad Nacional de Educación a Distancia, Madrid.
- BAUDRILLARD, J. (1978): *Cultura y simulacro*, Kairós, Barcelona.
- BORRÀS, L. (2005): "Teorías literarias y retos digitales", en Borràs L. (ed.), *Textualidades electrónicas. Nuevos escenarios para la literatura*, UOC, Barcelona: 23-80.
- BOURDIEU, P. (1993): *The Field of Cultural Production. Essays on art and Literature*, Columbia University Press, New York.
- BRONCANO, F. (2009): *La melancolía del ciborg*, Herder, Barcelona.**
- ESCANDELL MONTIEL, D. (2016): *Mi avatar no me comprende. Cartografías de la suplantación y el simulacro*, Delirio, Madrid.
- EUROPAPRESS (2010): "La Biblioteca del Congreso de Estados Unidos adquiere el archivo de Twitter", <<http://www.europapress.es/portaltic/sector/noticia-biblioteca-congreso-estados-unidos-adquiere-archivo-twitter-20100415121408.html>>, [22/05/2017].
- FIDLER, Roger F. (1997): *Mediamorphosis: Understanding New Media*. Thousand Oaks, Pine Forge.
- GRIGELY, J. (1995): *Textualterity: Art, Theory, and Textual Criticism*, University of Michigan Press, Ann Arbor.
- HAYLES, N. C. (1999): *How We Became Posthuman. Virtual Bodies in Cybernetics, Literature, and Informatics*, University of Chicago Press, Chicago.
- JENKINS, H. (2006). *Convergence Culture: Where Old and New Media Collide*, New York University Press, New York.
- LESSIG, L. (2009): *El código 2.0*, Traficantes de Sueños, Madrid.
- _____. (2012): *Remix. Cultura de la remezcla y derechos de autor en el entorno digital*, Icaria, Barcelona.
- MCGANN, J. (1991): *The Textual Condition*, Princeton University Press, Princeton.
- _____. (2001): *Radiant Textuality: Literature after the World Wide Web*, Palgrave, New York.
- _____. *The Textual Condition*. Princeton: Princeton UP, 1991.
- MORA, Vicente L. (2012): *El lectoespectador. Deslizamientos entre literatura e imagen*, Seix Barral, Barcelona.
- MUÑOZ, R., RIVEIRO, A. (2009): "Twitter no es una red social sino una herramienta de comunicación", <http://tecnologia.elpais.com/tecnologia/2009/03/25/actualidad/1237973279_850215.html> , [22/05/2017].

- NAVAJAS, G. (1999): “¿Cómo leer una novela hoy?” en del Pino, José M. y La Rubia-Prado, F. (eds.), *El hispanismo en los Estados Unidos discursos críticos/prácticas textuales*, Visor, Madrid: 149-67.
- ROMERO GÁMEZ, Luis A. (2013): “Monitorización de los hashtags #cervantes y #donquijote en Twitter”, <<https://www.slideshare.net/lalroga/monitoreotwitter-lromero>>, [22/05/2017].
- SCOLARI, Carlos A. (2008): *Hipermediaciones. Elementos para una Teoría de la Comunicación Digital Interactiva*, Gedisa, Barcelona.

CV

Álvaro Llosa Sanz se doctoró en la Universidad de California-Davis (Estados Unidos) en 2011. Ha publicado extensamente sobre una variedad de temas de literatura del Siglo de Oro español y sobre el papel que el concepto de fantasía y el arte de la memoria juega en la construcción de espacios narrativos multimodales y transmedia. Sus últimas investigaciones se cuestionan cómo las tecnologías digitales afectan a nuestra manera de leer y publicar en comparación con la cultura impresa. En 2013 publicó un libro titulado *Más allá del papel: El hilo digital de la ficción impresa* y en 2014 coordinó un volumen colectivo titulado *Universos transmedia y convergencias narrativas – Transmedia Universes and Narrative Convergence*. En la actualidad, es profesor titular de lengua y literatura española en la Universidad de Oslo (Noruega).

Alvaro Llosa Sanz got his PhD in 2011 at the University of California, Davis (United States of America). He has published extensively on Golden Age Spanish Literature and the role that fantasy and arte of memory plays in the construction of multimodal and transmedia narrative spaces. His latest research focuses on how digital technologies are affecting our ways of understanding reading and publishing practices in comparison with print fiction. In 2013 he published his monograph Más allá del papel: El hilo digital de la ficción impresa, and in 2014 co-edited a volume titled Universos transmedia y convergencias narrativas – Transmedia Universes and Narrative Convergence. He is an associate professor of Spanish Language, Culture, and Literature at the University of Oslo (Norway).

EN LA FÁBRICA DEL FUTURO

Raúl Tabarés Gutiérrez

Fundación TECNALIA RESEARCH & INNOVATION

raul.tabares@tecnalia.com

Resumen: La popularización y difusión de la World Wide Web en la sociedad ha creado y propiciado un número cada vez mayor de posibilidades de co-creación, edición y producción de contenidos digitales. Al mismo tiempo, con la explosión del fenómeno Web 2.0 y la proliferación de numerosos medios sociales que basan sus modelos de negocio en los Contenidos Generados por el Usuario (UGC en inglés), hemos asistido a la emergencia de un nuevo tipo de usuarios denominados como prosumidores.

Estos prosumidores pueden a su vez adoptar formas específicas en las diferentes plataformas que alberga la red. Algunos de los múltiples nombres que han pasado al dominio público son los ya archiconocidos como Instagrammers, Youtubers, Bloggers, Influencers o Makers. Ya sean amparados por paradigmas de emancipación tecnológica como el DIY (Do It Yourself) u otros más mercantilistas como los Social Media, lo cierto es que el carácter del usuario de la red como un creador de contenidos está cada vez más presente en la sociedad y se debe en buena medida por las posibilidades tecnológicas que propone una red cada vez más embebida en la ciudadanía.

Por ello, es irremediable no pensar en la Web como una fábrica de artefactos, contenidos y plataformas. Una fábrica del futuro que nos acerca a la transición hacia la tan ansiada sociedad del conocimiento, donde los medios de producción se ven terciados por las infraestructuras digitales y donde se provee a los ciudadanos de los recursos necesarios, para poder idear y desarrollar las creaciones que se planteen acometer.

En el capítulo que proponemos a continuación exploraremos como la Web se ha convertido en "La Fábrica del Futuro" y como la centralidad de este artefacto tecno-social seguirá ganando protagonismo en una sociedad que cada vez se ve más mediatizada digitalmente por esta plataforma.

Palabras clave: P2P, DIY, cultura digital, apropiación social, Web 2.0

Abstract: *The popularization and dissemination of the World Wide Web in society has created and fostered an increasing number of possibilities for co-creation, edition and production of digital content. At the same time, with the explosion of the Web 2.0 phenomenon and the proliferation of numerous social media platforms that set up their business models on User Generated Content (UGC), we have witnessed the emergence of a new type of users called prosumers.*

These prosumers can adopt different shapes on the different platforms that host the Web. Some of the popular names that have been incorporated into the public domain are already known as Instagrammers, Youtubers, Bloggers, Influencers or Makers. In some cases these users embrace paradigms of technological emancipation such as DIY (Do It Yourself) or other techno-market ones such as Social Media, the truth is that the characterization of the user of the Web as a creator of content is increasingly present in society and it is strictly aligned to the technological possibilities offered by an increasingly Web embedded in society.

Therefore, it is unavoidable not to think of the Web as a factory of artifacts, contents and platforms. A factory of the future that brings us closer to the transition to the long-awaited society of knowledge, where the means of production are shaped by digital infrastructures and where citizens can have access to the necessary resources that empowers them to prototype and to develop the creations that wish to build up.

In this chapter we will explore how the Web has become "The Factory of the Future" and how the centrality of this techno-social artifact will continue to gain prominence in a society that is increasingly digitally mediated by this platform.

Keywords: P2P, DIY, digital culture, social appropriation, Web 2.0

INTRODUCCIÓN

La Fábrica del Futuro (o *Factory of the Future* en inglés) es un término con el que usualmente se denomina a aquel tipo de factoría inteligente, conectada, modulable, ágil y altamente adaptable a unas necesidades de producción cada vez más variables. Este tipo de organización industrial se enmarca dentro del paradigma conocido como Industria 4.0 y está siendo apoyado por la Comisión Europea a través de diversos programas pero también por el impulso de otras iniciativas nacionales de diversos estados miembros¹. Esta industria 4.0 se caracteriza por permitir una mayor flexibilidad en los procesos productivos a través de la incorporación de las TIC (Tecnologías de la Información y la Comunicación), el establecimiento de sistemas ciber-físicos, mayor conectividad con otros artefactos, simulación de procesos, etc².

Nuestro ánimo aquí no es enfocarnos en esta revolución digital que redefinirá en buena medida a la industria actual, tal y como la conocemos, sino utilizar esta metáfora de “La Fábrica del Futuro” para profundizar en el papel de la Web como una infraestructura de conocimiento que está posibilitando la creación y asentamiento de diversas industrias que están desarrollando modelos de negocio a medida de la famosa economía de la atención (Goldhaber, 1997).

La Web es una plataforma que desde sus inicios ha sido asociada a la creación, edición y difusión de información. Por ello, las tres tecnologías que la sustentan (el protocolo HTTP, el localizador URI y el lenguaje de marcado HTML) han evolucionado continuamente para apoyar su desarrollo y ofrecer nuevas posibilidades de innovación a sus usuarios. Cuando hablamos del surgimiento de la Web 2.0, en torno al 2005, asistimos a un periodo caracterizado por la emergencia de los medios sociales (o *Social Media* en inglés). Es el punto de partida de blogs, wikis, redes sociales y otro tipo de plataformas colaborativas que multiplicaran las posibilidades de producción de contenidos digitales por parte de los usuarios de forma inusitada.

Actualmente vivimos una era de consolidación y ampliación de este tipo de aplicaciones en el ecosistema digital (Instagram, YouTube, Snapchat, etc), las

1. Ver por ejemplo <https://ec.europa.eu/digital-single-market/en/news/european-countries-join-forces-digitise-industry> [Consultado el 22/5/2017]

2. La Comisión Europea ofrece en el siguiente enlace un informe resumido de cuales son las características y beneficios que aporta este tipo de industria conectada. [http://www.europarl.europa.eu/RegData/etudes/BRIE/2015/568337/EPRS_BR\(2015\)568337_EN.pdf](http://www.europarl.europa.eu/RegData/etudes/BRIE/2015/568337/EPRS_BR(2015)568337_EN.pdf) [Consultado el 22/5/17]

cuales se ven amparadas por la omnipresencia de los dispositivos móviles pero también por la convergencia de otros objetos (*Smart TV, wearables, etc.*) con la Web, y sobre todo, por una socialización que cada vez está más mediada por este tipo de plataformas y prácticas (Baym, 2015).

Al mismo tiempo que este enfoque tecno-mercantilista de la socialización se ha consolidado a través de este tipo de plataformas también asistimos a una resurrección del fenómeno DIY (*Do It Yourself*) y de la artesanía tradicional. Este resurgir se ve claramente soportado por la popularización de tecnologías de código abierto como son el *open hardware* y el *open software*, pero también por plataformas que fomentan la inteligencia colectiva y agrupan el conocimiento en diversos repositorios digitales además de estar apoyados por una manera de trabajar mucho más colaborativa, cooperativa y en red. Buenos ejemplos del resurgir de este tipo de prácticas son el movimiento maker, los laboratorios urbanos, la ciencia ciudadana, la fabricación de alimentos de manera tradicional, etc.

Durante el siguiente capítulo trataremos de preguntarnos por la evolución del usuario de la Web, desde una posición de consumidor de información hacia el rol de prosumidor y trataremos de explicar cómo las grandes compañías surgidas tras la revolución 2.0 han asentado sus modelos de negocio en estas prácticas (Terranova, 2000; Dijck, 2013) pero también a través de estructuras tecnológicas que expropián esas creaciones digitales en su beneficio. También prestaremos atención al fenómeno del procomún digital y cómo puede favorecer el empoderamiento digital de la ciudadanía para que pueda desarrollar y materializar sus propias creaciones digitales.

Por último reflexionaremos sobre la cada vez mayor centralidad de la Web en la sociedad y cómo este artefacto tecno-social se ha convertido en una infraestructura relacional vital, ya que permite la socialización, conectividad y el acceso al conocimiento por parte de sus usuarios.

EL SURGIMIENTO DEL PROSUMIDOR

El concepto de prosumidor empieza a tener relevancia en los años '80 de la mano de su impulsor Alvin Toffler (1981) aunque es cierto que las archiconocidas "cartas al director" de los periódicos o las "cartas de guerra" (García-De-Torres, 2010) se pueden considerar precursores de este tipo de contenidos. La creciente participación de espectadores en concursos y espectáculos varios, pero sobre todo la explosión y consolidación de espacios de tele-realidad han

hecho posible que los contenidos generados por el usuario (UGC)³ tengan un papel omnipresente en múltiples ámbitos de la sociedad. Al mismo tiempo, el desarrollo de Internet y especialmente las plataformas que se popularizan durante el paradigma de la Web 2.0 han contribuido en gran medida a la consolidación de prosumidores (Ritzer and Jurgenson, 2010).

Toffler define al prosumidor como todo aquel usuario que produce parte de los bienes y/o servicios que consume (Toffler, 1981). En el caso específico que nos ocupa hay que destacar que la figura del prosumidor en la Web, ya que éste siempre ha gozado de gran importancia. Aunque en las primeras etapas de la plataforma la creación de contenidos estaba reservada a aquellos usuarios con los conocimientos necesarios para desarrollar páginas web, con la explosión del fenómeno Web 2.0⁴ y la proliferación de diversas plataformas que facilitaban la generación de contenidos generados por el usuario, el rol del prosumidor empieza a ser central en el modo de concebir nuevos servicios y aplicaciones. Así, aparecen servicios de blogging como Blogger y Wordpress, wikis colaborativas como Wikispaces, plataformas para compartir vídeos y fotos como YouTube y Flickr, o redes sociales virtuales como MySpace o Facebook. Todas estas herramientas que se ponen a disposición del usuario para desarrollar contenidos textuales o multimedia asientan las bases de una economía de la atención (Goldhaber, 1997) en la cual lo importante no es el contenido en sí mismo sino cuantas visualizaciones e interacciones es capaz de propiciar.

Por ello, creemos que la actual Web es un medio que facilita en gran medida el desarrollo de prosumidores⁵, ya que pone a disposición de sus usuarios una pléyade de herramientas y aplicaciones para desarrollar contenidos de todo tipo. Está claro que los prosumidores no han nacido con la Web 2.0 pero sí que han sido potenciados de manera innegable en esta etapa del desarrollo tecnológico de la plataforma (Ritzer and Jurgenson, 2010). La Web ha favorecido enormemente que el usuario pueda producir contenidos además de consumirlos, ya que se han ido poniendo a disposición del usuario diversas cajas de herramientas que le han permitido ampliar las posibilidades de creación, edición y producción digital.

3. El acrónimo que se suele utilizar para definir este tipo de contenidos es UGC que proviene del inglés "User Generated Content".

4. La expresión Web 2.0 fue acuñada por Tim O'Reilly en un influyente artículo para describir los nuevos modelos de negocio y tecnologías que se empleaban en la Web en esa época. Se puede consultar el artículo en <http://oreilly.com/web2/archive/what-is-web-20.html>

5. Entendiendo por prosumidor un usuario que consume y genera contenido.

Pero al mismo tiempo también nos gustaría reflexionar sobre los mitos que también encierra esta visión de la Web como una tecnología facilitadora de prosumidores, ya que el hecho de que se provean de medios a los usuarios no significa que todos por igual puedan realizar esos contenidos sin la necesidad de una serie de competencias digitales o de conocimientos específicos. Más si cabe cuando después de su creación, esos mismos contenidos tienen que competir en atención y ahí es donde se entroncan otra serie de competencias que se alejan de la creación de contenidos y se relacionan con las actividades de creación y gestión de audiencias (Morozov, 2014). Conviene destacar que las destrezas para crear contenidos, difundirlos y que sean consumidos por diversos usuarios requiere de diversas habilidades diferentes pero que a la vez también se ven interrelacionadas. Habilidades y destrezas que no sólo tienen que ver con las propias de los medios informáticos sino que también comprenden otras provenientes de otros ámbitos (redacción de textos, edición de vídeo y foto, etc.). Un ejemplo reseñable de la necesidad de desarrollar este tipo de competencias de manera estructurada es la iniciativa llevada a cabo por la Comisión Europea llamada DIGCOMP (Ferrari, 2013). Durante varios años la CE ha liderado un intento de mapear este tipo de competencias necesarias para participar plenamente de las ventajas de la revolución digital. Este esfuerzo se ha plasmado en el desarrollo del marco de competencias digitales DIGCOMP (Ferrari, 2013) que intenta llamar la atención en torno a una serie de áreas y niveles que se considera clave para que la ciudadanía pueda participar de los medios digitales.

Este tipo de brechas digitales que se producen en estos nuevos entornos pone de relevancia la necesidad de medir la participación en el medio digital con indicadores menos instrumentales de los que habitualmente se utilizan. Y es que la presencia cada vez mayor de este tipo de plataformas en la sociedad, y especialmente en la socialización de adolescentes, han conllevado un nuevo entendimiento de la participación en la sociedad digital con conceptos como "Networked Publics"⁶ (Boyd, 2014) y con teorías que relacionan la creciente presencia de contenidos de tele-realidad como una influencia determinante a la hora de adoptar determinados comportamientos en redes sociales virtuales (Stefanone, Lackaff and Rosen, 2010).

6. Para Danah Boyd los medios sociales han permitido crear un tipo de esfera pública que está compuesto por tecnologías virtuales y al mismo tiempo por imaginarios colectivos.

Pero los prosumidores no sólo destacan por la capacidad de crear contenidos digitales (principalmente multimedia o texto) sino también datos, lo cual hace que las fronteras entre contenidos, información y comercio se desdibujen. Las posibilidades que abre la tecnología a los usuarios son cada vez más amplias y por ello cabe esperar en que los próximos años veamos a prosumidores capaces de generar apps, prototipos, artefactos o creaciones de otro tipo, todas ellas amparadas por las capacidades que provee una Web cada vez más omnipresente. Una red a la que además se le han incorporado recientemente diversas capacidades de forma nativa a la vez que se ha simplificado su código programático (Gutiérrez, 2016) y que en un futuro cercano se verá aumentada por tecnologías como la Inteligencia Artificial, la Impresión en 3D, o la Internet de las Cosas. Innovaciones que a su vez se están mimetizando con la inteligencia colectiva y el efecto red de la Web para ampliar las posibilidades de uso que tiene esta plataforma.

Y es que ante un escenario de cultura participativa (Chau, 2010), conectividad (Dijck, 2013), mediatización (Baym, 2015) y de remezcla como es en el que nos encontramos actualmente es difícil no entrever que la figura del prosumidor en los próximos años seguirá creciendo. No en vano, la mayoría de los modelos de negocio más exitosos que existen en esta plataforma están basados en prosumidores. Por ello, el reto que tenemos ante nosotros como sociedad radica en fomentar la inclusión social en el medio digital para promover competencias que empoderen a los usuarios a la hora de diseñar, crear, editar, producir, compartir, re-mezclar y cooperar en la red. Este tipo de habilidades son las que en buen parte serán las que permitirán a los ciudadanos participar plenamente del medio digital y por lo tanto, de la sociedad en su conjunto.

MODELOS DE NEGOCIO DIGITALES, SUPER-USUARIOS EN LA RED Y TECNOLOGÍAS FÁTICAS.

Las diferentes etapas de la apropiación social de una tecnología como la Web no sólo se han limitado a proveer de medios para el intercambio de información, el acceso a la misma o a la generación de conocimiento de forma colaborativa. Si bien durante la etapa conocida como “Web 2.0” hay una difusión social de la tecnología bastante amplia, debido a la rebaja considerable en las barreras de uso que proveen las nuevas plataformas que aparecen, también se empiezan a asentar las bases de muchos de los modelos de negocio digitales que se han consolidado hasta nuestros días.

Es el caso de compañías mundialmente conocidas como Amazon, Ebay, Facebook, Paypal, Google, etc. La Web se revela como un magnífico canal de venta alternativo para ofrecer productos y servicios de todo tipo pero también durante esta etapa se empieza a ver el potencial de este medio como un generador de audiencias de las que se pueden obtener importantes rendimientos económicos. Compañías como Facebook y Twitter, son algunos de los ejemplos de ese tipo de empresas que han desarrollado modelos de negocio basados en la monitorización y posterior monetización de audiencias millonarias. A través de publicidad segmentada, principalmente, este tipo de plataformas se han revelado como entornos rentables donde canalizar considerables presupuestos en marketing digital de diversas empresas y sectores.

Al mismo tiempo, estas compañías también han sido capaces de valorizar esas audiencias en el mercado de valores y capitalizar sus actividades a través de inversores externos que confían en la capacidad de estas plataformas para rentabilizar la cantidad de usuarios activos que atesoran. Esta cuantificación de audiencias es una cuestión de gran importancia, ya que cuando se aumenta la audiencia se genera valor, pero cuando la audiencia es masiva, se genera además capital (Echeverría, 1999). A través de la generación de entornos virtuales donde los usuarios crean, mantienen y desarrollan interacciones sociales con otros usuarios de la misma plataforma, se genera ese valor que los usuarios perciben y por ello, el crecimiento en número de usuarios y el aumento del tiempo que estos usuarios dedican en estos entornos son dos de los objetivos de negocio más importantes que se fijan en la estrategia de negocio de este tipo de compañías. Y es que mientras el usuario está conectado, interactúa y genera contenidos que pueden adoptar la forma de textos, elementos multimedia o simplemente datos de uso como hábitos, rutinas, preferencias, compras, gustos, etc., se produce una suerte de "trazos digitales" que pueden ser monetizados a través de herramientas de minería de datos para crear patrones y perfiles que pueden ser vendidos a terceros. Por ello, este hecho nos lleva a un modo diferente de entender el consumo y el capitalismo (Ritzer y Jurgenson, 2010).

Estos contenidos y datos son explotados por estas plataformas ya que alientan de una forma continuada la generación de contenidos en muy diversas vías, para crear y mantener audiencias. Y es que la Web hoy en día es una gran base de datos, en la cual se pueden identificar patrones o tendencias que

pueden conducir a diversas oportunidades de negocio. Gracias al desarrollo de las técnicas de *Big Data*, la recolección y almacenamiento de estos datos se ha abaratado notablemente en los últimos años y es muy probable que con el desarrollo de técnicas de *Machine Learning* e Inteligencia Artificial esta tendencia vaya en aumento.

Es en este contexto de competición por generar audiencias donde irrumpen con fuerza un determinado tipo de super-usuarios en la red que se conocen como *Internet celebrities*⁷ o *Influencers* y que destacan por su visibilidad en una o varias plataformas de *social media* y por su capacidad para generar opinión dentro de estas comunidades. Estos super-usuarios en la red hacen uso de sus competencias digitales para generar audiencias cuantiosas en torno a los contenidos que producen y que posteriormente valorizan a través de una publicidad no-convencional. Ya sea incluida de forma indirecta en los propios contenidos a través de narrativas específicas (críticas de productos, comparativas, etc.) o en los canales que utilizan a través de enlaces, menciones, etc.

Estos super-usuarios en la red adoptan diversos nombres dependiendo de la plataforma en la que interactúen. *Bloggers*, *Instagrammers*, *Youtubers*, *Twitter Stars*, o *Viners* son algunos de los nombres coloquiales con los que se conoce a estas celebridades que actúan como generadores de me gustas, visualizaciones, comentarios, retuits, etc. Sus acciones siempre se orientan a establecer comunidades virtuales de interés en torno a una temática concreta ya que de esta manera pueden explotar las potencialidades que presenta la economía de la larga cola en la Web⁸. Desarrollan contenidos que apelan a las emociones y valores del espectador y que se caracterizan principalmente por gozar de mucho dinamismo e interpelar a la audiencia de manera reiterada. Su objetivo principal no es informativo sino emotivo, de cara “a enganchar” a su audiencia, ya que su alcance depende en buena parte de la comunidad que puedan crear a su alrededor y por ende, de la atención que puedan atraer (Goldhaber, 1997).

Esa comunidad que desarrollan es necesaria para valorizar el contenido que producen (la creación de la audiencia) pero también para que ese contenido

7. En la página de la Wikipedia dedicada al respecto se listan algunos ejemplos conocidos de este tipo de usuarios https://en.wikipedia.org/wiki/Internet_celebrity

8. La economía de la larga cola es un término popularizado por Chris Anderson para explicar modelos de negocio no tradicionales y que se producen en Internet (como Amazon). Se puede consultar el artículo en el siguiente enlace <https://www.wired.com/2004/10/tail/>

sea compartido y circulado en la red y pueda llegar a ser viral⁹. Este aspecto es crítico en la comunicación, ya que si no hay una reacción por parte de la comunidad esa interacción “no tiene impacto” en términos de marketing digital.

Por otro lado, no es de extrañar que la mayoría de estos super-usuarios en la red que han surgido durante los últimos años sean eminentemente jóvenes y es que éstos se sienten especialmente atraídos por este tipo de plataformas (Chau, 2010) ya que las barreras para participar son bajas, se facilita la circulación de los contenidos producidos, reciben consejos que les ayudan a desarrollar su identidad por parte de otros usuarios y se sienten integrados en un entorno que facilita la socialización (Baym, 2015), la conectividad (Dijck, 2013) y la reciprocidad.

Este surgimiento de celebridades en la Web sólo confirma la progresiva comercialización de la socialización y el mayor empuje de la red hacia contenidos multimedia donde la imagen personal goza cada vez de más importancia, ya que se le asocia un valor económico en función de la audiencia que es capaz de capturar. Este tipo de contenidos permiten captar la atención del espectador durante más tiempo y por tanto generar una audiencia más duradera y entretenida. Así asistimos a la consolidación de lo que algunos han denominado como tecnologías fáticas (Wang, Tucker y Rihll, 2011). Tecnologías que tienen como principal objetivo establecer, mantener y desarrollar relaciones humanas para combatir la desagregación de las relaciones sociales debido a la separación del tiempo y el espacio. Pero es a través de esta reconexión mediada tecnológicamente donde nuevos valores son introducidos y alineados íntimamente a los modelos de negocio que surgen en la economía de la atención (Goldhaber, 1997) y donde los contenidos multimedia destacan por su centralidad.

Por ello, la importancia de generar una marca personal en la red, la necesidad de ser visible y reconocido en dicho entorno y delimitar unas aspiraciones o ambiciones para con el medio, son valores que se popularizan en el medio digital rápidamente. Valores que como hemos señalado están alineados con los modelos de negocio que poseen las plataformas donde esta suerte de super-usuarios acapara grandes cotas de audiencia a través de sus miles de seguidores.

9. Una buena explicación de cuál es el rol de un influencer se puede encontrar en el siguiente enlace <http://lab.cccb.org/es/revolucion-digital-y-tendencias-culturales-el-fenomeno-influencer/>

Los valores estéticos que se proyectan en la sociedad están siendo moldeados gracias al empuje de estas plataformas pero también gracias al carácter fático de estas tecnologías. Es así como *selfies*¹⁰ o *memes*¹¹ se han convertido en fenómenos comunes de viralización y ejemplos de la globalización cultural que Internet impone a través de este tipo de plataformas de *social media*. El hecho en sí de compartir imágenes con nuestros familiares, conocidos y amigos no es algo nuevo en sí mismo, ya que este ha sido un hecho asociado a los propios inicios de la fotografía pero sí que es novedoso que se compartan imágenes con una red de desconocidos para generar una audiencia y a la vez confirma que compartir es una forma de desarrollar y mantener las relaciones interpersonales en el ecosistema digital actual (Stefanone, Lackaff y Rosen, 2010).

PROCOMÚN DIGITAL, DIY Y EL MOVIMIENTO MAKER

El interés por el procomún y especialmente el procomún digital ha ido creciendo en los últimos años debido a múltiples causas. El alza de movimientos como el software libre, el renacer del movimiento Do It Yourself (DIY), la crisis del modelo industrial y la falta de respuestas del sistema capitalista para los retos que plantean la globalización (desigualdad, desempleo, etc.), han permitido que emerjan otro tipo de enfoques basados en la producción social (Benkler, 2006) y que ocurren en el medio digital (Fuster-Morell, 2010).

Por procomún entendemos todo tipo de recursos, herramientas y conocimiento que son compartidos por una comunidad de interesados (Benkler, 2006). Estos recursos pueden ser de múltiples tipos pero siempre se caracterizan por tres elementos (Wittel, 2014);

- Personas que comparten los procomunes
- Recursos que son producidos/compartidos/consumidos
- Un marco normativo que establece las reglas de cómo los procomunes son producidos/compartidos/mantenidos y desarrollados.

En este sentido y con el gran desarrollo de las nuevas tecnologías hemos asistido a la creación de diferentes recursos que obedecen a este régimen de

10. En castellano selfi o autofoto, es un auto-retrato realizado típicamente con una cámara fotográfica digital o un teléfono móvil y que se comparte en redes sociales.

11. Un meme en internet es cualquier idea, concepto o estilo que adapta la forma de una imagen, vídeo, hipervínculo o tendencia que se vuelve viral a través de una o varias plataformas digitales.

propiedad pero que no se insertan en el mundo material sino al inmaterial (principalmente al ámbito de la cultura). Son productos que pertenecen a la producción social y se pueden enunciar como lenguajes, códigos, conocimientos, etc. Una buena definición de procomún digital es la que aporta Mayo Fuster-Morell y que enuncia al procomún digital como;

“recursos de información y conocimiento que son colectivamente creados y son propiedad o son compartidos entre una o varias comunidades y que tienden a ser no exclusivos, es decir, están disponibles para terceros (generalmente son gratuitos). Por lo tanto, están orientados a favorecer el uso y la reutilización, en lugar de intercambiarlos como mercancía. Además, la comunidad de personas que los construyen puede intervenir en la gobernanza de los mismos y de sus recursos compartidos”(Fuster-Morell, 2010, p5).

Mayo también presta atención a la creciente importancia del desarrollo de identidades digitales en la red para las nuevas generaciones, algo que se ve auspiciado por la importancia de la creatividad, la remezcla y el acceso a la información. La importancia de compartir y colaborar ha sido puesta de manifiesto en nuestra sociedad gracias a las nuevas prácticas de producción de contenidos que se desarrollan en el espacio digital pero estas nuevas formas también ofrecen nuevas oportunidades para reorganizar nuestra sociedad. Esta es una de las particularidades más grandes del procomún digital ya que no pueden agotarse a pesar de que se usen extensivamente y al mismo tiempo, hay un gran riesgo de que nadie los utilice si no se mantienen, desarrollan y mejoran. Por este motivo, algunos autores han señalado que la cultura digital que fomenta la Web también fomenta una cultura participativa (Chau, 2010). Y es en este marco de cultura participativa donde surgen iniciativas tan conocidas como el FLOSS (Free/Libre/Open Source Software), la IETF (Internet Engineering Task Force), los estándares del W3C (World Wide Consortium), la enciclopedia digital Wikipedia, el navegador Mozilla Firefox o más recientemente el *open hardware* (Morozov, 2014) y que contribuyen a la popularización del procomún digital en la sociedad.

Nos queremos detener especialmente en el fenómeno del *open hardware*, ya que innovaciones como Arduino, Raspberry Pi, Rep Rap o Makerbot constituyen ejemplos de la efervescencia del “movimiento maker”. Si bien los orígenes de este fenómeno se retrotraen a los felices años ‘20 y están principalmente asociados a la emergencia de las emisiones pirata de radio y el movimiento DIY

(*Do It Yourself* o hazlo tú mismo), no cabe duda que la expiración de una serie de patentes en la microelectrónica, el Control Numérico Computerizado (CNC) y la impresión 3D (entre otras) han supuesto toda una revolución. Es por ello que han surgido diversos espacios denominados como *Fab Labs*, *Makerspaces*, *Urban Labs*, *Media Labs*, etc. en multitud de ciudades por todo el planeta y en los cuales se ofrece el acceso a todo tipo de herramientas de fabricación de bajo coste como pueden ser impresoras en 3D, escáneres en 3D, kits de microelectrónica, cortadoras laser, herramientas de soldadura, fresadoras y una larga lista de herramientas cuyos derechos de explotación ya no están restringidos.

Además, estos espacios están conectados entre sí gracias a diversas plataformas colaborativas que se apoyan en la infraestructura de la Web y que permiten compartir información, metodologías, tutoriales, etc. De esta manera la cultura digital y participativa que se alimenta en diversas plataformas de la red tiene una manifestación material y física en este tipo de espacios, ya que como comenta Neil Gershenfeld, creador de la red de Fab Labs del MIT, las tecnologías que se han introducido en el dominio público “permiten transferir los procesos de fabricación de una factoría a una mesa” (Gershenfeld, 2005).

Al mismo tiempo que observamos cómo estos laboratorios de fabricación se van expandiendo de manera reseñable¹² y se suceden eventos temáticos dedicados como las Maker Faires¹³, otras plataformas que juegan el papel de intermediadores respecto al acceso a diferentes recursos de conocimiento, mercado o diseño también se consolidan en el espacio digital y ayudan al fortalecimiento de este tipo de prácticas. Es el caso de Thingiverse, MyMiniFactory o Youmagine que permiten compartir los diseños en 3D realizados por un usuario particular para que otros usuarios puedan descargarlos y fabricarlos también. Del mismo modo, Etsy, Artfire o Aftcra son portales que proveen de un mercado virtual donde adquirir creaciones que han sido artesanales o que han sido realizadas de manera personalizada. Otras plataformas más comúnmente conocidas como “forjas de software” como Github o Gitlab son a su vez repositorios de código que permiten alojar y obtener acceso a diferentes recursos programáticos necesarios para desarrollar y/o actualizar un sinfín de proyectos digitales DIY. Por ello, el papel de estas plataformas es muy relevante ya

12. Actualmente hay unos 1139 FabLabs y unos 2170 Hackerspaces registrados en la página web de Fablabs.io y en la Wiki de Hackerspaces. Más información en https://wiki.hackerspaces.org/List_of_Hacker_Spaces y <https://www.fablabs.io/labs> [Consultado el 20/5/2017]

13. Estos eventos celebrados en multitud de ciudades funcionan como ferias donde se promocionan los proyectos que surgen en este tipo de comunidades. Más información en <https://makerfaire.com/>

que permiten dotar a los *makers* de una variedad de recursos digitales con los que acometer la creación de un proyecto de fabricación abierta con garantías.

Como vemos la Web desempeña también un papel de infraestructura crítico, no sólo como puerta de acceso y soporte a recursos propiamente técnicos como lenguajes de programación, alojamiento en servidores, difusión del proyecto en medios sociales, etc. sino también como un repositorio de conocimiento compartido, conectado y distribuido en torno a la cultura digital DIY. Por ello, este tipo de fabricación digital que se impulsa desde este movimiento es también una fabricación social en tanto que se caracteriza por una producción entre iguales, se basa en el uso de tecnologías *open source* que han sido ampliamente difundidas en la sociedad y se promueve un aprendizaje informal ya sea de manera física o virtual (Tabarés-Gutiérrez, 2016).

HACIA LA FÁBRICA DEL FUTURO

Durante este capítulo hemos intentado repasar la historia más reciente de la Web y diseccionar el arquetipo de usuario que se está promoviendo en esta plataforma bajo diversos intereses privados. Hemos analizado el surgimiento del prosumidor y su centralidad en la diversidad de modelos de negocio que se están alimentando a través de la Web y hemos subrayado la necesidad de prestar atención al tipo de habilidades que se necesita desarrollar plenamente en la sociedad para promover la participación plena del medio digital. Al mismo tiempo hemos narrado la emergencia de los super-usuarios en la red que están explotando estas habilidades para convertirse en conectores y/o agregadores de audiencias dentro del medio digital. También hemos repasado el desarrollo del procomún digital y cómo se está manifestando a través del *open software* y el *open hardware*, los cuales permiten a multitud de usuarios trabajar en proyectos colaborativos bajo un régimen de producción social.

Llegados a este punto queremos poner de manifiesto la centralidad de la Web en la sociedad como la plataforma que agrega tecnologías, usuarios y estructuras tecno-sociales que permiten a multitud de organizaciones, compañías, asociaciones, instituciones y personas de todo tipo producir contenidos digitales que poseen valor y que permiten ser monetizados a través de la generación de audiencias de muy diversa índole. Por ello, esta plataforma tecno-social se ha convertido en una "Fábrica del Futuro" que muchas veces pasa desapercibida para el público generalista pero cuya importancia es cada vez mayor en diversas industrias. Paralelamente a esta centralidad de la Web

asistimos al surgimiento de diversas micro-fábricas, en las cuales se parcelan espacios de atención delimitados y que se explotan sistemáticamente. Esto se produce gracias a “los jardines vallados” que imponen los medios sociales a través de sus plataformas cerradas y sus “términos de servicio”, en los cuales se expropia el valor de los contenidos que generan sus usuarios, en favor de los administradores de dichas plataformas.

Debido a este cercado sistemático y creciente al que se somete a la red, creemos necesario el establecimiento de plataformas que ofrezcan estas opciones de socialización conectada y mediatizada pero de manera pública y sin intereses privados de por medio. Al igual que el “movimiento maker” se apoya en tecnologías libres, una producción social y un entorno de aprendizaje informal, argumentamos que es necesario que surjan y se apoyen desde las instituciones públicas medios sociales que también compartan esta filosofía de empoderamiento digital y soberanía tecnológica basadas en el *open source*¹⁴, ya que es uno de los entornos donde se fomenta el desarrollo de competencias digitales y donde la ciudadanía participa de la sociedad digital.

Otras de las vías que también se están apuntando por ciertos expertos es la necesidad de que este tipo de plataformas se regulen, ya que han dejado de ser medios sociales para convertirse en medios de comunicación generalistas que pueden condicionar la opinión pública¹⁵. Creemos que esta vía puede ser interesante pero también goza de mayor complejidad debido a las variables geopolíticas que entraña

Por ello, nos gustaría cerrar este capítulo con una llamada de atención a las instituciones sobre la necesidad de que tomen conciencia sobre la expansión de este tipo de medios y cómo constituyen a su vez entornos de participación pública digital privativos que son explotados en su beneficio propio.

REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

BAYM, N. K. (2015): *Personal Connections in the Digital Age*. Cambridge, UK: Polity Press.

BENKLER, Y. (2006): *The Wealth of Networks: How Social Production Transforms Markets and Freedom*. New Haven and London: Yale University Press.

14. Un ejemplo de estos medios es la red social Mastodon, la cual es una red social libre y descentralizada. [https://es.wikipedia.org/wiki/Mastodon_\(red_social\)](https://es.wikipedia.org/wiki/Mastodon_(red_social))

15. Un artículo de opinión de Danah Boyd recoge buena parte de las variables de esta cuestión que introducimos aquí <http://www.zephorio.org/thoughts/archives/2010/05/15/facebook-is-a-utility-utilities-get-regulated.html>

- BOYD, D. (2014): *It's complicated: The social lives of networked teens*. Yale University Press.
- CHAU, C. (2010): 'YouTube as a participatory Culture', *New directions for youth development*, 2010(128), pp. 65-74.
- DIJCK, J. VAN (2013): *The Culture of Connectivity: A Critical History of Social Media*. New York: Oxford University Press.
- ECHEVERRÍA, J. (1999): *Los señores del aire: Telépolis y el tercer entorno*. Barcelona: Destino.
- FERRARI, A. (2013): *DIGCOMP: a Framework for Developing and Understanding Digital Competence in Europe*, *eLearning Papers*. Seville. doi: 10.2788/52966.
- FUSTER-MORELL, M. (2010): *Governance of online creation communities : Provision of infrastructure for the building of digital commons*. European University Institute.
- GARCÍA-DE-TORRES, E. (2010): 'Contenido generado por el usuario: aproximación al estado de la cuestión', *El Profesional de la Información*, 19(6), pp. 585-594. doi: 10.3145/epi.2010.nov.04.
- GERSHENFELD, N. (2005): *Fab: The coming revolution on your desktop - From personal computers to personal fabrication*. New York: Basic Books.
- GOLDHABER, M. H. (1997): 'The Attention Economy and the Net', *First Monday*, 2(4). Disponible en: <http://firstmonday.org/article/view/519/440>. (Consultado el 12 de Abril de 2016)
- GUTIÉRREZ, R. T. (2016): 'El surgimiento de HTML5 ; un nuevo paradigma en los estándares Web', 13, pp. 169-192. Disponible en : <http://revistas.ucm.es/index.php/TEKN/article/view/52152>.
- MOROZOV, E. (2014): «*Making It, The New Yorker*». Disponible en: <http://www.newyorker.com/magazine/2014/01/13/making-it-2> (Consultado el 12 de Abril de 2016).
- RITZER, G. y JURGENSON, N. (2010): 'Production, Consumption, Prosumption: The nature of capitalism in the age of the digital "prosumer"', *Journal of Consumer Culture*, 10(1), pp. 13-36. doi: 10.1177/1469540509354673.
- STEFANONE, M., LACKAFF, D. y ROSEN, D. (2010): 'The relationship between traditional mass media and "social media": Reality television as a model for social network site behavior', *Journal of Broadcasting & Electronic Media*. Disponible en: <http://www.tandfonline.com/doi/abs/10.1080/08838151.2010.498851> (Consultado el 15 de Enero de 2015).
- TABARÉS-GUTIÉRREZ, R. (2016): 'Approaching maker's phenomenon', *Interaction Design and Architecture(s)*, (30), pp. 19-29.

- TERRANOVA, T. (2000): 'Free Labor: Producing Culture for the Digital Economy', *Social Text*, 18(2), pp. 33–58. doi: 10.1215/01642472-18-2_63-33.
- TOFFLER, A. (1981): *The Third Wave*. New York: Bantam Books.
- WANG, V., TUCKER, J. V. y Rihll, T. E. (2011): 'On phatic technologies for creating and maintaining human relationships', *Technology in Society*. Elsevier Ltd, 33(1–2), pp. 44–51. doi: 10.1016/j.techsoc.2011.03.017.
- WITTEL, A. (2014): 'On the future development of the digital commons and the need for a global basic income', *Innovation & Human Development*, V(1), pp. 15–24. doi: 10.1017/CBO9781107415324.004.

CV

Dr. Raúl Tabarés es un investigador especializado en la irrupción del fenómeno digital en la sociedad y las consecuencias del mismo. Su área de conocimiento combina la cultura digital, los procesos de co-creación en la Web y los estudios sociales de innovación. En dichos dominios ha publicado varios artículos y ha ejercido como conferenciante y formador. Doctor y Master en Estudios Sociales de la Ciencia y la Tecnología por la Universidad de Salamanca, también posee una Licenciatura en Humanidades por esta misma universidad y una Diplomatura en Turismo por la Universidad de Cantabria. Actualmente trabaja como investigador en TECNALIA en diversos proyectos internacionales de investigación como OPENMAKER (Horizon2020), InnoSI (Horizon 2020), New Horizon (Horizon 2020), Digithink (Erasmus+) y OD&M (Erasmus+). Además de esto, desde 2013 es el embajador oficial de la red EUWIN (European Workplace Innovation Network) para TECNALIA y pertenece también a las asociaciones 4S, EASST, Red esCTS y AoIR.

Dr. Raúl Tabarés is a researcher focused in the irruption of the digital phenomenon in society and its consequences. Its area of expertise combines digital culture, co-creation processes on the Web and social studies of innovation. In these domains he has published several articles and he has been a speaker at different conferences and workshops. He holds a PhD and a Master in Social Studies of Science and Technology by the University of Salamanca and he also holds a Degree in Humanities from the same university and another Degree in Tourism from the University of Cantabria. He currently works as a researcher at TECNALIA in several international research projects such as OPENMAKER (Horizon2020), InnoSI (Horizon 2020),

New Horizon (Horizon 2020), Digithink (Erasmus +) and OD & M (Erasmus +). In addition to this, since 2013 he is the official ambassador of the EUWIN (European Workplace Innovation Network) network for TECNALIA and he also is a member of 4S, EASST, esCTS Network and AoIR associations.

EL VIDEOCLIP EN YOUTUBE: IMPLICACIONES DEL CAMBIO DE LAS CONDICIONES DE PRODUCCIÓN Y DISTRIBUCIÓN EN LAS OPCIONES FORMALES Y CREATIVAS DEL VÍDEO MUSICAL

José Patricio Pérez Rufí

Universidad de Málaga

patricioperez@uma.es

Resumen: La plataforma de contenidos audiovisuales online YouTube se ha convertido en la vía prioritaria de distribución del videoclip, por encima incluso de la televisión especializada en contenidos musicales. La industria discográfica, principal productor del formato con un objetivo eminentemente comercial o promocional de producciones musicales, ha adaptado la creación del videoclip a las nuevas condiciones de distribución y recepción, de tal manera que ha introducido importantes cambios en su configuración formal. Este estudio pretende comprobar hasta qué punto el contexto de producción condiciona la creación mediante el análisis de videoclips que hacen uso de las nuevas posibilidades que le permite el medio. Así, intentaremos demostrar que el videoclip en YouTube recupera opciones que ya estaban entre las posibilidades del formato desde su mismo origen, pero que fueron relegadas a posiciones secundarias en su configuración posterior. Realizaremos un análisis audiovisual formal de una muestra de videoclips tomada de la lista estadounidense de singles más vendidos, Billboard.

PALABRAS CLAVES: Videoclip; YouTube; análisis del discurso audiovisual; industria discográfica; postproducción audiovisual.

Abstract: *The online audio-visual contents platform YouTube has become the main distribution channel for the music video, even beyond the television specialized in music contents. The record industry, main producer of the format with an eminently commercial or promotional purpose for selling records, has adapted the creation of the music video to the new conditions of distribution and reception, in such a way that it has introduced important changes in its formal configuration. This paper aims to check to what extent the production context conditions the creation, through the analysis of some music videos that use the new possibilities allowed by the online platform. Thus, we will attempt to demonstrate that the music video in YouTube recovers formal options already existing in the origin of the music video but relegated to a secondary position later. We will apply an audio-visual formal analysis in a sample of music videos taken from the American most selling records ranking, Billboard.*

Keywords: Music Video; YouTube; audio-visual text analysis; music industry; audio-visual post-production.

INTRODUCCIÓN

Con antecedentes en el género cinematográfico musical y multitud de referentes previos, el videoclip como tal nace en los años setenta, como formato audiovisual creado para ser emitido en televisión con un objetivo eminentemente promocional: se trataba de una comunicación comercial originada por la industria discográfica que intentaba convencer a los espectadores de la compra de un disco. En 2005 nace YouTube e Internet formaliza su relación con el audiovisual online en un momento en que crece el ancho de banda y pueden distribuirse contenidos audiovisuales en *streaming*, al tiempo que los medios de producción se ponen al alcance los usuarios, quienes, con las herramientas de la Web 2.0, acceden a la distribución de un modo potencialmente global.

A partir de este momento, YouTube se convierte en la vía prioritaria de distribución del videoclip, por encima incluso de la televisión especializada en contenidos musicales, tanto más cuando queda desterrado de la mítica MTV y ésta se diluye en infinidad de canales musicales especializados. Afirma Tarín-Cañadas que el videoclip encuentra su mejor forma de difusión en Internet: “Si anteriormente, su soporte era principalmente la televisión, para la que nació, ahora su campo de acción es Internet” (Tarín-Cañadas, 2013: 8). Como formato comercial, el videoclip paga las consecuencias de la crisis discográfica y del cambio en los hábitos de consumo y de acceso a los productos musicales, no siempre dentro de los márgenes de la industria.

Desde el punto de vista del usuario, éste no sólo accede al vídeo musical a través de la gran base de datos de contenidos audiovisuales en que se convierte YouTube, sino que crea sus propios vídeos o edita los de otros autores, como parte de dinámicas de producción autónomas o coordinadas por grupos de creadores, frecuentemente de espaldas a las grandes estructuras industriales de la producción cultural. Según Subires-Mancera, si bien en un principio las discográficas parecían ver con malos ojos fenómenos como YouTube, “finalmente acabaron dándose cuenta del enorme potencial promocional que tenían”, dado que el videoclip es “una potente herramienta de promoción del artista y de su obra, independientemente de su propia identidad como creación audiovisual” (Subires-Mancera, 2012: 1612).

Adelantamos así que la difusión online del formato, la apertura a la propia creación y el consecuente abandono del objetivo promocional de los nuevos productores (aficionados sin la vinculación comercial de la industria) ponen en

duda la misma definición de videoclip antes apuntada. Señalan con respecto a su función comercial Rodríguez-López y Aguaded-Gómez (2015: 131) que el desarrollo de las plataformas y la crisis del mercado de la música inciden en la cadena de valor del vídeo musical, “como producto autónomo que genera valor económico y artístico por sí mismo, desplazado ya de su origen como mercancía asociada a la canción y al disco”.

Vernallis (2013) cuestiona la naturaleza del videoclip actual desde el momento en que considera que las definiciones previas no responden a la actualidad del formato. Así, Vernallis llegaría a calificar de obsoleta su definición de 2004, como serie de imágenes destinada a un objetivo comercial; el vídeo musical “es extraño y se está volviendo más extraño” (Vernallis, 2013: 181). Viñuela (2008: 236) va más allá y llega a no reconocer una definición válida para el formato: “es sin duda una de las razones que ha imposibilitado hasta la fecha tanto la elaboración de una definición válida de este producto, como el consenso a la hora de establecer su origen”.

Señala Sedeño que el vídeo musical “observa cómo Internet ha hecho evolucionar su narrativa, sus tipos, sus géneros e incluso su naturaleza y definición” (Sedeño, 2012: 1230). La irrupción de Internet ha venido a suponer una revitalización del formato y una mejora de su posición cultural (Sedeño, 2012: 1226), incluso si la televisión le ha dado la espalda al formato. Selva afirma que “las nuevas posibilidades generan un escenario muy diferente para el videoclip y, lógicamente, afectan al formato y su funcionamiento como herramienta de comunicación comercial” (Selva, 2012).

Este estudio pretende comprobar hasta qué punto las nuevas condiciones de producción, distribución y recepción del videoclip condicionan la creación y la introducción de cambios en su configuración formal. De esta forma, partimos de la hipótesis de que el lenguaje audiovisual de un formato como el videoclip llega a subordinarse a aspectos relativos a la producción antes que a otros más creativos, incluso si el formato se erige como un vehículo de creación audiovisual más artístico que funcional, ligado a lenguajes experimentales y al rechazo de la gramática fílmica tradicional. Así, intentaremos demostrar que el videoclip en YouTube recupera opciones que ya estaban entre las posibilidades del formato desde su mismo origen, pero que fueron relegadas a posiciones secundarias en su articulación posterior.

Dado que nuestro objetivo es valorar la influencia de los cambios en los procesos y medios de producción y distribución en el lenguaje del videoclip, apun-

taremos siquiera brevemente cuáles son las principales transformaciones que ha implicado no ya la digitalización de la producción, sino la difusión online de contenidos a través de plataformas como YouTube. Aplicaremos dichos aspectos a la posterior metodología de análisis que desarrollaremos en el apartado siguiente.

Señalaremos, en primer lugar, que la distribución a través de Internet permite liberar al vídeo musical de la televisión y de todos los condicionantes que ello implica. De entrada, esto significa que el videoclip no se integra dentro de una cadena lineal de contenidos decidida por los editores de la emisora. La ruptura de la linealidad tiene una consecuencia directa en su posible duración. Señalan, en este sentido, Pérez-Rufí, Gómez-Pérez y Navarrete-Cardero que la duración de las piezas no queda subordinada a la decisión de la emisora de televisión, “que las editaba con frecuencia para ajustarlas a sus necesidades de programación”, al tiempo que “el consumo a la carta facilita un visionado personal para su revisión completa” (Pérez-Rufí, Gómez-Pérez y Navarrete-Cardero, 2014: 39). El usuario consume los contenidos a la carta y llega a ellos bien por una voluntad de búsqueda, bien por su propuesta de visionado a través de infinidad de redes, recomendaciones o consecuencias de algoritmos del gusto en el mismo YouTube. Además, el visionado ya no tiene por qué ser lineal ni completarse, dada la gran cantidad de estímulos hipertextuales que invitan a romper la exploración lineal y acceder a nuevos contenidos, cuando no se alternan de manera aleatoria mediante reproducciones automáticas.

La independencia con respecto a la televisión permite además al videoclip una mayor libertad en cuanto a contenidos, sorteando los límites de la línea editorial del canal de televisión o su política de programación, por no hablar directamente de censura. La presencia de marcas como resultado de la aplicación de estrategias de *product placement* en el interior del vídeo musical no ha sido del agrado de todas las emisoras de televisión, que veían introducir marcas en su programación fuera de su control comercial. Algunas emisoras como MTV han “censurado” la aparición de marcas y pixelan las áreas de imagen en las que se aprecian. En Internet no existen estas cortapisas; YouTube, sin embargo, tiene una política de censura ligada a la representación de contenidos sexuales, eróticos o violentos que puede salvarse mediante otras plataformas web de distribución. Según Viñuela (2013: 171), esta posibilidad de acceso a estos contenidos es una consecuencia del paso de un modelo de dis-

tribución *broadcast* a uno de difusión selectiva (*narrowcast*), aunque nosotros lo definiríamos más bien como *point-cast*.

Apuntemos con respecto al usuario que ya no tiene por qué ser el espectador pasivo de la televisión y que puede interactuar en diversos niveles con el contenido. Algunas piezas, tal vez las menos, solicitarán de él una participación en el modo de visionado o de exploración del contenido, cuando no lo invitarán a evaluar la satisfacción que le produce, comentarlo, distribuirlo por redes sociales, blogs o aplicaciones de mensajería instantánea, etc.

Según Viñuela, el habitual anonimato del director convive “con una tendencia opuesta que otorga un mayor protagonismo al director que al artista” (Viñuela, 2013: 172). Este aspecto introduce una variante importante con respecto a la noción de autoría de la obra. Además, el mismo usuario puede adoptar también el rol del productor a través de la creación de sus propios contenidos audiovisuales, que distribuirá mediante redes sociales y plataformas de distribución de la Web 2.0.

Las herramientas de creación y distribución 2.0 también permiten compartir la autoría a través de la creación en cadena o simultánea de varios usuarios, sin la necesidad siquiera de compartir ubicación. Apuntemos al respecto experiencias como la del músico francés PV Nova con el proyecto “Evolution of Get Lucky”, como remix musical que invitó a la construcción de piezas audiovisuales a través de la fórmula de *crowdsourcing* en torno al tema de Daft Punk “Get Lucky” (Roig y San-Cornelio, 2014). Citemos también el caso de la viralización en la producción de videoclips en torno al tema “Happy” de Pharrell Williams en los primeros meses de 2014, en los que se creaba un videoclip a medio camino entre el vídeo promocional turístico y el de valorización de la identidad local de los vecinos de diversas ciudades.

La apertura de YouTube a la distribución de contenidos del usuario lo convierte también en emisor. El cambio en la distribución de los roles puede dar al traste con el habitual objetivo comercial del videoclip, lo que nos lleva de nuevo a la citada crisis del concepto tradicional de videoclip. La naturaleza comercial del formato se verá afectada por los cambios en los modelos de creación y comercialización de contenidos, lo que explica la permanente mutabilidad de su definición. Desde aquí vamos más allá para evaluar la influencia del cambio en el propio lenguaje formal.

METODOLOGÍA

Con objeto de lograr el objetivo propuesto, aplicaremos una metodología basada en el análisis del discurso audiovisual y en el análisis textual. Entendemos así el vídeo musical como un texto del que descompondremos sus piezas para después recomponerlas y descubrir sus principios de construcción y su funcionamiento (Casetti y Di Chio, 1991: 33).

A la hora de seleccionar la muestra, hemos intentado reducir condicionantes subjetivos y acudir a referentes más o menos objetivos que limitaran la amplísima variedad de criterios que podrían considerarse en la elección. Así, hemos aplicado dos criterios que han filtrado y reducido notablemente el número de piezas potenciales sobre las que aplicar nuestro análisis. Uno de dichos criterios sería la comercialidad del single que se sirve del videoclip como apoyo promocional; el otro atendería a la actualidad del contenido, dado que pretendemos tomar una foto fija de una industria y un mercado en permanente cambio y evolución. De esta forma, hemos acudido a los 50 primeros puestos de la lista Billboard de los singles más vendidos en Estados Unidos, en su actualización del jueves 30 de marzo de 2017. El éxito de estas producciones musicales son el resultado de una fuerte inversión de la industria discográfica en su promoción, pero también del reconocimiento y consumo de los clientes que adquieren contenidos musicales durante un breve periodo de tiempo, dado que la lista se actualiza semanalmente y recoge las producciones más comercializadas en la semana previa a la publicación de la lista. Consideramos al mismo tiempo que los videoclips creados para la industria discográfica de los Estados Unidos suponen el mejor referente de la producción más comercial y *mainstream*.

La muestra de 50 videoclips seleccionados incluye vídeos publicados en los primeros meses de 2017, pero también aparecen algunas piezas editadas en 2016. Citamos únicamente los intérpretes de los vídeos de la muestra: Ed Sheeran, Tony Sway (3 vídeos), Bruno Mars (2 vídeos), Zayn (2 vídeos, uno de ellos con Taylor Swift), The Weeknd feat. Daft Punk (2 vídeos), Stylez Major (4 vídeos), The Chainsmokers (4 vídeos, uno de ellos con Coldplay), Clean Bandit, Katy Perry, Justin Timberlake, Machine Gun y Camila Cabelllo, Alessia Cara, Kygo y Selena Gómez, Maroon 5, Simonne Jones, Rae Sremmurd, Lady Gaga, Dj Snake feat. Justin Bieber, Ariana Grande (3 vídeos), Twenty One Pilots (2 vídeos), Major Lazer, Shawn Mendes, Sia, Calvin Harris feat. Rihanna, Disturbed,

Charlie Puth feat. Selena Gómez, Adele, Rihanna (2 vídeos), Matt Steffanina, Gnash, P!nk, Fifth Harmony, Mike Posner, Lukas Graham y DNCE.

En cuanto a las cuestiones a las que atenderemos en el análisis de cada uno de los vídeos, irán orientadas a detectar la incidencia de los cambios en los siguientes aspectos:

En primer lugar, observaremos el modo en que la autoría se hace “visible” en el discurso audiovisual. Tomaremos nota de la presencia de códigos textuales que identifiquen la autoría del vídeo musical en tres sentidos: el nombre de las personas responsables de la dirección del vídeo, la autoría de la interpretación musical y/o el título del tema y otros contenidos gráficos o textuales relativos a la productora del clip, la discográfica o cualquier otra información relacionada con los responsables de la producción.

En segunda lugar, categorizaremos las piezas en función del género al que pertenecería el videoclip. Más allá de su inclusión dentro de la categoría de los vídeos narrativos, performativos o mixtos (Sedeño, 2007: 500-501), consideraremos la actualización de nuevos géneros dentro del videoclip. Nos referimos de forma precisa con el (ambiguo) concepto de nuevos géneros a adaptaciones del formato muy concretas que, aunque no nacen con Internet, si encuentran en la red, y de forma específica en YouTube, su principal vía de desarrollo. Serían los siguientes subgéneros: “lyric vídeo” (videoclip basado en la representación mediante códigos textuales de la letra íntegra de la canción), “dance vídeo” (videoclip puramente performativo centrado en la filmación de una coreografía, a modo de tutorial), “audio” (vídeo sin apenas un soporte de información visual más allá de algún “cartón” o imágenes fijas, donde se reproduce íntegramente el tema musical), “sneak peek” (avance de pocos segundos de un videoclip o de un tema musical con una función promocional) y “otros” (para aquellos videoclips que adopten formatos híbridos o extraños al propio vídeo musical o de posible clasificación dentro de otro género audiovisual). YouTube supone, en este sentido, una plataforma de experimentación formal de los más diversos recursos visuales y sonoros que da lugar a nuevas formulaciones de géneros y formatos capaces de evolucionar a una velocidad mayor a la de su estudio académico (Pérez-Rufí y Gómez-Pérez, 2013).

En tercer lugar, comparemos la duración del tema musical con la duración del videoclip para conocer si el clip expande su duración o la comprime. De ser así nos preguntaremos por su objetivo y por las consecuencias para la definición de la naturaleza del formato.

En cuarto lugar, comprobaremos si la distribución a través de Internet trae pareja la vuelta de la narratividad al videoclip. Sostiene el realizador Rafa Sañudo (Canal Plus, 2010) que el clip narrativo ha resurgido gracias a las nuevas formas de difusión. Entenderemos la narración como “una concatenación de situaciones, en la que tienen lugar acontecimientos y en la que operan personajes situados en ambientes específicos” (Casetti y Di Chio, 1991: 172). A partir de la presencia de estos tres componentes (personajes, acontecimientos y transformación) determinaremos si la pieza es narrativa (en definitiva, si “tiene argumento”) o si cuenta con algunos de estos componentes, incluso si la narración no es cerrada o fuerte.

Observaremos, en quinto lugar, el uso del sonido diegético en los vídeos de la muestra, es decir, aquel tipo de sonido cuya fuente “está presente en el espacio de la fuente representada” (Casetti y Di Chio, 1991: 99). Habitualmente, en el videoclip la banda musical se ha insertado en la edición, como sonido no diegético. Creemos que una posible mayor frecuencia de los recursos narrativos y una duración superior a la de la canción trae pareja la actualización del sonido diegético, en forma de diálogos o de ruidos de cualquier naturaleza.

Comentaremos, en sexto y último lugar, la activación de recursos interactivos en el formato audiovisual, incluso si YouTube es una plataforma en la que el llamamiento a la interactividad con los contenidos no procede tanto del mismo material audiovisual como del contexto hipertextual que rodea al vídeo.

RESULTADOS

Una vez aplicado el esquema de análisis sobre la muestra de los 50 videoclips de la lista Billboard del 30 de marzo de 2016 llegamos a los siguientes resultados.

1) Acerca de la presencia de códigos textuales y gráficos relativos al reconocimiento de la autoría del vídeo, apuntaremos que estos comienzan a ser bastante frecuentes, en lo que resulta ser un cambio importante en las tendencias previas destinadas a ocultar la responsabilidad en la creación de dichas piezas. Así, en un 56% de los vídeos analizados (28 de las 50 piezas) encontramos elementos gráficos y textuales que “firman” la autoría del clip. En el 50% de las piezas se indica a través de códigos textuales extradiegéticos (no pertenecientes a la realidad filmada) el nombre de los intérpretes y el título de la canción. Se mantiene así la clásica atribución de la autoría del videoclip al intérprete.

En el 20% de la muestra se indica el nombre del director del videoclip; quizás suponga ésta la mayor novedad con respecto a las prácticas previas. Salvo contados nombres de directores de videoclips elevados a la categoría de estrellas del medio (como Cunningham, Gondry o Jonze), la responsabilidad en la dirección del formato era apenas conocida para el gran público, caso paralelo al de la realización de filmes dentro del modelo de producción del Hollywood de los grandes estudios entre los años veinte y los cincuenta.

Como caso particular, citaremos el del vídeo de Machine Gun y Camila Cabello "Bad Things", en el que aparece el título de la canción y el de la directora (Hannah Lux Davis), pero no el de los intérpretes, lo que potenciaría la posición de la realizadora. Apuntemos, en todo caso, que Lux Davis es una de las realizadoras estrella del momento, con 74 vídeos musicales según la base de datos IMDb, entre ellos otros dos incluidos en la muestra (interpretados por Ariana Grande), además de piezas para Christina Aguilera, DNCE, Meghan Trainor, Demi Lovato, Nicki Minaj, David Guetta, Paris Hilton, Jessie J, Jason Derulo o Fifth Harmony. La realizadora se encuentra en la nómina de directores habituales de la productora californiana especializada en la creación de vídeos musicales y anuncios publicitarios London Alley Entertainment.

Entendemos que la inclusión de esta información gráfica nace de la necesidad de identificación de la pieza en la nueva plataforma de distribución online. En el videoclip tradicional emitido a través de televisión, este tipo de información era omitida ya que, por lo general, era la propia cadena de televisión la que añadía en la emisión la señal de grafismo incrustada en el vídeo, atendiendo a la identidad de la cadena o del programa de emisión de los clips. Estos recursos gráficos siguen presentes en aquellas emisoras de televisión que emiten videoclips.

Aunque YouTube recoge el título de los intérpretes y de la canción en la página en la que se integra, junto a otro tipo de información y de enlaces a voluntad de la discográfica, entendemos que se identifique la pieza desde dentro dada la amplia variedad de formas de distribución de la pieza, no siempre ligada a la página web de YouTube en que aparece el vídeo. Entendemos también que se está reivindicando la autoría del videoclip y que existe una intención por dar protagonismo a sus creadores o por crear marcas de autoría en torno a determinados profesionales.

En último lugar, un 28% de los vídeos incluye “cartones” o composiciones de imagen fija con información textual que menciona el nombre de la discográfica o la productora, cuando no otro tipo de información. El clip de Zayn y Taylor Swift incluye en sus últimos segundos una imagen fija con la portada de la banda sonora de *Fifty Shades Darker* (James Foley, 2017), a la que pertenece el tema. El vídeo de Shaw Mendes “Treat You Better” concluye con un “cartón” con el número de teléfono de The National Domestic Violence Hotline, institución estadounidense contra el maltrato y la violencia doméstica, en alusión directa a la temática desarrollada en el videoclip. Citemos como caso particular el vídeo de Tony Sway “Just Wanna Touch You”, que a partir del minuto 3:57 incluye títulos de crédito a modo de una producción cinematográfica, con los nombres de los responsables en dirección, interpretación, maquillaje o vestuario, obviándose por completo otros departamentos de producción; queda así clara la voluntad del clip de destacar los aspectos más relacionados con la dirección artística.

Con respecto a los nuevos modelos de creación colectiva, casi la totalidad de la muestra recoge piezas creadas desde la industria musical. La misma elección de la comercialidad del tema musical a través de la lista Billboard ha sesgado toda la producción realizada al margen de la industria, lo que explica los resultados obtenidos. En todo caso, la producción del usuario es extremadamente minoritaria (Pérez-Rufí, Gómez-Pérez, Navarrete-Cardero, 2015), aunque significativa y representativa del cambio en los paradigmas de la producción. Como caso particular de videocreación musical no difundida a través del canal oficial del intérprete se encuentra la pieza «PANDA - Designer Dance | @MattSteffanina Choreography (#Panda)», filmación de diversas coreografías del tema de Designer a modo de tutorial. Con 25 millones de reproducciones, la viralización del vídeo coreográfico explica su inclusión en las listas de reproducción de Billboard.

2) La actualización de nuevos géneros no aparece apenas representada en la muestra tomada. Sólo en 8 casos (un 16%) identificamos nuevas prácticas. Entre éstas aparece en una sola ocasión un “lyric vídeo”, The Chainsmokers “Closer”, que con 1.400 millones de reproducciones supera en visitas al vídeo oficial, editado tres meses después y con “sólo” 200 millones de reproducciones. El “lyric vídeo” puede ser entendido como un formato idóneo para las estrategias de distribución multiplataforma que pretenden diversificar las vías de difusión de la producción de las discográficas y ampliar así con nuevas po-

sibilidades sus estrategias de comunicación, dentro de planes de marketing cultural cada vez más amplios y ambiciosos.

Localizamos igualmente 3 vídeos en los que el soporte visual es estático o no ofrece apenas contenidos, piezas cuya única voluntad es difundir sólo la canción a través de YouTube. Son las versiones “audio” u “official audio” y usan YouTube como plataforma promocional de temas que aún no cuentan con un vídeo musical o que no lo tendrán, con independencia de su publicación o no como single.

En otras tres ocasiones identificamos vídeos que recogen la filmación de una coreografía (por lo general denominados “dance vídeos”). Con el mismo objetivo pre-promocional del “lyric vídeo” o del “official audio”, supone más bien un tutorial que invita a aprender los pasos de una coreografía o un vídeo de exhibición de habilidades artísticas (Pérez-Rufí y Gómez-Pérez, 2013: 8). La focalización preferente de una coreografía ha sido una práctica frecuente en la formulación del videoclip desde sus orígenes, muy especialmente en los años ochenta; la diferencia con respecto al vídeo coreográfico de YouTube es su objetivo didáctico, si es que lo podemos llamar así, y la frecuente ausencia del intérprete del tema en estas versiones.

Como último ejemplo de nuevo género citaremos el vídeo de Alessia Cara “Scars To Your Beautiful”, diferente por cuanto alterna la interpretación del tema por la cantante con testimonios y “totales” de diversos personajes acerca de su noción de belleza o de sus particularidades físicas, siempre sobre el fondo musical de la canción. Supone así una hibridación del videoclip con el reportaje periodístico, con la intención de dotar de realismo y credibilidad a la pieza, al tiempo que de reforzar el mensaje de auto-afirmación y superación de la canción.

El vídeo musical como formato habitual de experimentación formal ha conocido tantas prácticas con tal variedad de opciones que, en este sentido, resulta complejo introducir nuevas variaciones en cuanto a género en su adaptación y distribución online.

3) Apuntemos acerca de la duración del videoclip con respecto a la duración de la canción que en el 50% de los casos analizados la duración es idéntica y en el restante 50% es diferente. Adelantándonos al siguiente punto, observamos que el 44% de los vídeos con mayor duración a la de la canción es de tipo narrativo: la mayor expansión del vídeo se hace pues en estas piezas por la activación de estrategias de desarrollo del relato narrativo. En los demás casos,

esta diferencia de duraciones procede sobre todo de la inclusión de prólogos o de epílogos. El vídeo de Maroon 5 "Don't Wanna Know" incluye un largo epílogo de más de un minuto de conversación en la barra de un bar del cantante del grupo (Adam Levine) con el actor Vince Vaughn (previamente realizaron también cameos personajes célebres como Sarah Silverman, Amanda Cerny, Shaquille O'Neal o Ed Helms). En raros casos se interrumpe el tema musical para alargar el vídeo, aunque nos puede servir como excepción la brevísima interrupción en "Shape of You" de Ed Sheeran con objeto de crear cierta tensión.

El vídeo con las coreografías filmadas de "Panda" de Desiigner alarga hasta los 7 minutos la duración del videoclip, repitiendo fragmentos del tema. Es la excepción de nuevo, en todo caso.

Incluso si la mitad de los vídeos respeta la duración de la canción, como solía ser lo frecuente (Pérez-Rufí y Rodríguez-López, 2017: 45), supone una variación con respecto a los clips producidos especialmente para televisión, que debían ceñir su duración a la permitida por el canal de televisión y que en pocas ocasiones cedía más tiempo para su desarrollo.

4) El estudio de la narratividad del videoclip ofrece conclusiones en la línea de trabajos previos (Pérez-Rufí, Gómez-Pérez y Navarrete-Cardero, 2014). En la muestra de vídeos analizados hallamos un 48% de piezas narrativas o con algunos de los tres componentes de la narratividad (personajes, acontecimientos y transformaciones), frente a un 52% de vídeos performativos o sin argumento.

No tenemos referentes previos de articulación de relatos narrativos en el videoclip en términos porcentuales, pero según Sedeño (2007: 503) el videoclip raramente empleaba "el mecanismo narrativo, optando por el mecanismo seductor, más útil para sus fines, pues centra el interés sobre el objeto anunciado, no haciendo referencia a ningún tercer elemento". Esta afirmación refuerza la noción basada en el hábito de visionado de videoclips durante décadas de este investigador de que el vídeo musical, muy especialmente en los años noventa y en la primera década del siglo, había abandonado la narratividad, tendencia que retoma en la segunda década del siglo XXI. El propio dato de que casi la mitad de la muestra analizada abogue por la narratividad ya supone un valor muy destacado, incluso si no es el preferente.

La activación de estrategias narrativas responde a la necesidad de mantener al espectador del vídeo en YouTube pendiente de su desarrollo sin que decida eludir su visionado completo, invitado como está a "saltar" a nuevos contenidos a través del hipertexto que la plataforma presenta en su edición en web.

5) La activación del sonido diegético, aquel que pertenece a la escena representada y no a la banda de audio añadida en la edición, se realiza en 21 de los 50 vídeos de la muestra, esto es, en un 42% de los videoclips. Creemos que se trata de un porcentaje muy elevado, dado que la activación de los recursos sonoros ajenos a la propia canción puede restar protagonismo al tema musical, hecho que explica la frecuente ausencia del sonido diegético en la mayor parte de los vídeos musicales de las dos décadas anteriores (no así en los clips de los años ochenta, en los que la narratividad y la actualización de recursos propios de otros formatos eran más frecuente).

Consideramos que las razones de la alta frecuencia de este tipo de recurso sonoro pueden ser varias. En primer lugar, a través del sonido diegético se establece una diferencia marcada con respecto a la información sonora de la canción original. El clip establece así una identidad independiente (hasta cierto punto) a la canción y añade nuevos valores y significados ausentes en la canción. En segundo lugar, el sonido diegético puede llegar a "ensuciar" el tema musical, lo que mantiene la validez del consumo de la canción ("limpia" de ruido) y la invitación a la adquisición del single. El consumo del videoclip no llegaría a ser sustitutivo de la audición del archivo digital comprado legalmente.

Apuntamos, en tercer lugar, a la mencionada vuelta de la narratividad: con el vídeo narrativo el sonido puede aportar información relevante para el desarrollo del relato. Ligado a este propósito, en cuarto lugar, el sonido diegético puede contribuir a la representación realista de un ambiente (de ahí su denominación como "sonido ambiente") o similar al de otros discursos audiovisuales de ficción. Destaquemos, por su frecuencia, la inclusión de sonidos de coches y vehículos en movimiento, integrados de tal modo que llegan a pasar desapercibidos de no estar atentos.

De la mano de la narratividad y la representación realista o desde los lenguajes de la ficción audiovisual, aparecen también líneas de diálogos recitadas por los intérpretes, convertidos ya en personajes; sería el caso de los videoclips de P!nk "Just Like Fire", de Mike Posner "I Took a Pill In Ibiza" o de Maroon 5 "Don't Wanna Know". Un caso diferente sería el vídeo híbrido en cuanto a géneros ya comentado de Alessia Cara.

6) Como último aspecto que comentaremos en el análisis del videoclip, señalaremos que la presencia de recursos que promuevan la interacción con los contenidos se encuentra prácticamente ausente de la muestra. Consideremos que hemos partido de la lista Billboard para la toma de la muestra y que la rela-

ción del usuario con YouTube prolonga las dinámicas previas de la televisión, incluso si la plataforma permite la integración de contenidos interactivos, como los vídeos en 360 grados. Estos vídeos interactivos no han aparecido dentro de la muestra y sólo el vídeo de Desiigner "Panda" invita a clicar en otros contenidos del canal (que, recordemos, no es el oficial) y a agregarlo como suscripción.

Fuera del propio vídeo, el entorno hipertextual de la página web en que aparece el videoclip tampoco llama especialmente a la interactividad más allá del visionado de otros contenidos y se valora o se comenta en pocas ocasiones. Si tomamos como ejemplo la canción que era número 1 en Billboard el 30 de marzo de 2017 para atender a la interacción con los contenidos, "Shape of You" de Ed Sheeran, con 602.637.490 visualizaciones, en lo que es uno de los éxitos en YouTube de 2017, vemos que sólo 5.255.069 usuarios clicaron un "like" positivo o negativo, es decir, un 0,87% del total de visitas tuvo esta reacción. El índice se reduce si hablamos de los comentarios realizados (177.739, es decir, un 0,02% de las visitas). El vídeo fue además compartido 10.617.627 veces, es decir, un 1,7% de los usuarios que visionó el vídeo lo compartió a través de diversas redes sociales.

La conclusión a la que llegamos es que no existe un excesivo interés por la creación de contenidos interactivos por parte de los productores de videoclips, ni tampoco el usuario parece demandar una mayor interactividad con los contenidos. Como contrapunto a esta afirmación, podríamos recoger el caso de otro vídeo publicado en los mismos días de consideración de la muestra, Gorillaz "Saturnz Barz (Spirit House) 360", que con un vídeo en 360º con el que interactuar a la hora de tomar un punto de vista, acumulaba entre el 23 de marzo y el 10 de abril de 2017 un total de 6.728.651 visualizaciones. La edición convencional del vídeo, publicado también el 23 de marzo, sumaba alrededor de 22 millones de reproducciones en el mismo periodo de tiempo. La particularidad del vídeo del Gorillaz es que batió el récord de vídeos en VR (360º), alcanzando más de tres millones de visitas en un margen de 48 horas. En todo caso, al menos hasta el 14 de abril de 2017, la canción no llega a acumular las ventas suficientes para entrar en la lista Billboard, quedando fuera de esta muestra.

CONCLUSIONES

Las principales conclusiones a las que lleva nuestra investigación refuerzan la idea de que la industria discográfica es bastante conservadora en cuanto a la aplicación de nuevas técnicas del lenguaje audiovisual en el vídeo musical,

incluso si el mismo formato ha sido siempre reivindicado como un campo de experimentación formal que lo ligaba aparentemente con las vanguardias fílmicas y con el vídeo de arte y ensayo. Ello explicaría la reticencia al cambio y la prolongación de dinámicas y de lenguajes cuya aceptación parece contrastada gracias a la repetición de fórmulas de éxito.

Debemos considerar, en todo caso, que la muestra de piezas analizadas se corresponde con aquellas que han contado con una mayor promoción de la industria musical y que han recibido, en consecuencia, una mejor aceptación por la audiencia, tanto la compradora de singles como la de usuarios de YouTube. Este carácter que decimos conservador del videoclip se refiere, por tanto, al vídeo producido dentro de la industria discográfica más comercial, capaz de copar los puestos de canciones más vendidas en la lista Billboard que hemos tomado como referencia. Un análisis de contenido de las producciones audiovisuales musicales creadas desde la industria independiente nos habría llevado, con toda probabilidad, a unas conclusiones diferentes. Proponemos así una ampliación de este estudio a otros modelos de producción, a fin de identificar parecidos o diferencias con respecto a las producciones más comerciales.

Con todo, hemos de destacar la importancia de los cambios introducidos en el videoclip en los últimos años, incluso si no tienen una aplicación mayoritaria. Así, recordemos que el 56% de la muestra recoge a través de códigos textuales y gráficos información relativa a la autoría del vídeo; además, incluso si en cuestiones formales el videoclip ya ha conocido una gran variedad de géneros, aparecen nuevas modalidades como el "lyric vídeo", el "dance vídeo" o el "official audio", hecho que nos invita a pensar que la relación entre videoclip e Internet podrá dar lugar a la aparición de nuevos subgéneros; además, la mitad de los vídeos tiene una duración superior a la de la canción, de igual modo que casi la mitad (un 48%) tiene un desarrollo narrativo y un 42% de los vídeos introduce el sonido diegético en la banda de audio. Estos cambios, incluso si, como decimos, no son mayoritarios, marcan una tendencia importante y son el resultado de las transformaciones introducidas por plataformas como YouTube, al crear nuevas condiciones de producción y difusión de contenidos.

Aunque el vídeo musical ha encontrado en Internet una vía óptima para su distribución, hemos de considerar que la voluntad de los creadores sigue siendo aplicar estrategias multiplataformas de producción y difusión de sus contenidos, por lo que la concepción del videoclip no se hace en términos exclusivos de creación para la red. La televisión convencional, generalista o especializa-

da, o las nuevas formas de distribución de televisión almacenada (VOD) son vehículos aún apropiados para la comunicación comercial que se supone sigue pretendiendo el videoclip creado por la industria discográfica. Ello explicaría el mantenimiento de modelos de producción y de lenguajes no exclusivos para un medio, sino compatibles con todos ellos.

Proponemos una actualización futura de esta investigación con objeto de descubrir si las tendencias que aquí se han marcado mantienen su vigencia dentro de unos años. Este trabajo habría de considerar la permanencia de las nuevas condiciones de producción y la introducción de variables que pudieran influir en la articulación formal del videoclip. La red es un medio social y al cambiar con la sociedad, cambia inevitablemente sus formatos, también el videoclip.

REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

- CANAL PLUS (2010): "Especial: videos low cost", 40 TV. <<http://www.los40.com/videos/especial-videos-low-cost/video/1299431.aspx>>, [16/03/2017]
- CASSETTI, F. y DI CHIO, F. (1991): *Cómo analizar un film*. Paidós, Barcelona.
- PÉREZ-RUFÍ, J.P. y GÓMEZ-PÉREZ, F.J. (2013): "Nuevos formatos audiovisuales en Internet: cuando el usuario es quien innova", en Salas Nestares, M.I y Mira Pastor, E. (ed.) *Prospectivas y tendencias para la comunicación en el siglo XXI*, CEU Ediciones, Madrid: 167-187. <<https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=4582477>>, [16/03/2017]
- PÉREZ-RUFÍ, J.P. y RODRÍGUEZ-LÓPEZ, J. (2017): "La duración del plano en el videoclip: hacia una categorización de los recursos formales en el vídeo musical contemporáneo", *Zer*, 22-42, 35-52. <<http://dx.doi.org/10.1387/zer.17796>>, [05/09/2017]
- PÉREZ-RUFÍ, J.P., GÓMEZ-PÉREZ, F.J. y NAVARRETE-CARDERO, J.L. (2014): "El videoclip narrativo en los tiempos de YouTube", *Sphera Pública*, 14, 36-60. <<http://sphera.ucam.edu/index.php/sphera-01/article/view/228>>, [16/03/2017]
- PÉREZ-RUFÍ, J.P., GÓMEZ-PÉREZ, F.J. y NAVARRETE-CARDERO, J.L. (2015): "Por qué el periodismo ciudadano no es una amenaza para la industria de la prensa: la producción cultural del usuario frente a las industrias culturales", *Estudios sobre el Mensaje Periodístico*, 21-2, 899-912. <http://dx.doi.org/10.5209/rev_ESMP.2015.v21.n2.50891>, [16/03/2017]
- RODRÍGUEZ-LÓPEZ, J. y AGUADED-GÓMEZ, I. (2015): "La cadena de valor del vídeo musical: el videoclip en el circuito comercial de las industrias culturales", *adComunica*, 9, 119-132 <<http://dx.doi.org/10.6035/2174-0992.2015.9.8>>, [16/03/2017]

- ROIG, T. y SAN-CORNELIO, G. (2014): "Prácticas de cocreación en vídeos musicales: el caso de Evolution of Get Lucky", *Anàlisi. Quaderns de Comunicació i Cultura*, 51, 49-63. <<http://dx.doi.org/10.7238/a.v0i51.2321>>, [16/03/2017]
- SEDEÑO, A. (2007): "El videoclip como mercanarrativa", *Revista Signa*, 16, 493-504. <<http://revistas.uned.es/index.php/signa/article/view/6152>>, [16/03/2017]
- SEDEÑO, A. (2012): "Producción social de videoclips: Fenómeno Fandom y vídeo musical en crisis", *Revista Comunicación*, 10, 1224-1235. <http://www.revistacomunicacion.org/comunicacion_numero_10.htm>, [16/03/2017]
- SELVA, D. (2012): "Nuevos fenómenos en el entorno on line. La difusión del videoclip a través de Internet", *Telos*, 90. <https://telos.fundaciontelefonica.com/seccion=1268&idioma=es_ES&id=2012020211040001&activo=6.do>, [16/03/2017]
- SUBIRES-MANCERA, M.I. (2012): "El fenómeno del lipdub como experiencia audiovisual colaborativa en la era de la web social", *Revista Comunicación*, 10, 1610-1620. <http://www.revistacomunicacion.org/comunicacion_numero_10.htm>, [16/03/2017]
- TARÍN-CAÑADAS, M. (2013): "El videoclip interactivo como nuevo formato en la red", en Lloves Sobrado, B. y Segado Boj, F. (ed.) *I Congreso Internacional de Comunicación y Sociedad Digital*, Universidad Internacional de La Rioja, Logroño. <<https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=4249528>>, [16/03/2017]
- VERNALLIS, C. (2013): *Unruly Media. YouTube, Music Video, and the New Digital Cinema*. Oxford University Press, Oxford.
- VIÑUELA, E. (2008): "La autoría en el vídeo musical: signo de identidad y estrategia comercial", *Revista Garoza*, 8, 235-247. <<http://webs.ono.com/garoza/G8-Vinuela.pdf>>, [16/03/2017]
- VIÑUELA, E. (2013): "El videoclip del siglo XXI: el consumo musical de la televisión a Internet", *Musiker*, 20, 167-185. <<http://www.eusko-ikaskuntza.org/es/publicaciones/el-videoclip-del-siglo-xxi-el-consumo-musical-de-la-television-a-internet/art-23470/>>, [16/03/2017]

CV

José Patricio Pérez Rufí es doctor en Comunicación Audiovisual por la Universidad de Sevilla. Profesor del Departamento de Comunicación Audiovisual y Publicidad de la Facultad de Ciencias de la Comunicación de la Universidad de Málaga. Es licenciado en Comunicación Audiovisual (1999) y licenciado en Periodismo (1997) por la Universidad de Sevilla. Ha publicado diversas monografías en editoriales como Síntesis, T&B, Qui-

asmo, Gerüst Creaciones, Tutorial Formación y Eumed. En 2015 publicó *El modelo europeo de desarrollo de videojuegos* (Editorial Síntesis). En 2016 publicó *100 películas imprescindibles para ver antes de los treinta* (T&B Editores). Ha participado en libros colectivos editados por T&B, Dolmen, Fragua, Ministerio de Cultura e ICAA, Padilla o Edipo, entre otros. Ha publicado en revistas de investigación especializadas en Comunicación como Estudios sobre el Mensaje Periodístico, Zer, Global Media Journal México, Doxa Comunicación, Revista Latina de Comunicación, Anàlisi, adComunica, Sphera Pública, Razón y Palabra, Trípodos, Pensar la publicidad, Revista Internacional de Comunicación, Espéculo, Icono 14, Área Abierta, Film/Historia o Frame.

José Patricio Pérez-Rufi holds a PhD in Audiovisual Communication from the University of Seville (Spain). He is a professor of the Department of Audiovisual Communication and Advertising in the Department of Communication Sciences of the University of Málaga (Spain). He holds a degree in Audiovisual Communication (1999) and a degree in Journalism (1997) from the University of Seville. He has published several monographs in editorials such as Síntesis, T&B, Quiasmo, Gerüst Creations, Tutorial Formación and Eumed. In 2015, he published *The European Model of Video Game Development* (Editorial Síntesis). In 2016 he published *100 movies to see before you are 30* (T&B Editores). He has participated in collective books edited by T & B, Dolmen, Fragua, Ministry of Culture and ICAA, Padilla or Edipo, among others. He has published in specialized research journals in Comunicación como Estudios sobre el Mensaje Periodístico, Zer, Global Media Journal México, Doxa Comunicación, Revista Latina de Comunicación, Anàlisi, adComunica, Sphera Pública, Razón y Palabra, Trípodos, Pensar la publicidad, Revista Internacional de Comunicación, Espéculo, Icono 14, Área Abierta, Film/Historia o Frame.

MICRORRELATO EN RED: INTERMEDIALIDAD EN LA CULTURA TEXTOVISUAL. LA OBRA DE JUAN YANES Y ARACELI ESTEVES¹

Ana Calvo Revilla

Universidad CEU San Pablo

crevilla.ihum@ceu.es

Resumen: A través de los microrrelatos de Juan Yanes y de Araceli Esteves diseminados en la blogosfera, analizamos la interacción existente entre textualidad y visualidad y las resonancias estéticas, que se derivan de la contaminación del texto literario con otras manifestaciones artísticas. La intermedialidad amplía las fronteras y posibilidades expresivas de las microformas narrativas literarias de la modernidad, que dialogan en la red con otros medios artísticos, suscitando nuevas correspondencias y sinergias expresivas.

Palabras clave: Microrrelato, Blogosfera, Intermedialidad, Hibridación, Dialogismo, Juan Yanes, Araceli Esteves.

Abstract: *Through Juan Yanes and Araceli Esteves's short stories spread in the blogosphere, we analyze the interaction between textuality and visuality and aesthetic resonances, derived from the contamination of the literary text with other artistic expressions. Intermediality expands the boundaries and possibilities of the literary narrative microforms of modernity, which dialogue in the network with other artistic means, provoking new correspondences and expressive synergies.*

Key words: *Short short story, Blogosphere, Intermediality, Hybridization, Dialogism, Juan Yanes, Araceli Esteves*

1. Este trabajo se encuadra dentro del Proyecto de Investigación I+D+I «MiRed (Microrrelato. Desafíos digitales de las microformas narrativas literarias de la modernidad. Consolidación de un género entre la imprenta y la red)» (FFI2015-70768-R), financiado por el Ministerio de Economía y Competitividad de España y el Fondo Europeo de Desarrollo (FEDER), dentro del marco del Plan Estatal de Investigación Científica y Técnica y de Innovación Orientada a los Retos de la Sociedad.

EL DEBATE INTERMEDIAL EN EL ENTORNO DIGITAL. MICRORRELATO E INTERMEDIALIDAD

Desde que el artista (poeta, compositor e impresor) Dick Higgins utilizara en 1966 el término *intermedia* en el primer número de la revista *The Something Else Newsletter* (Higgins, 1984) y la profesora de origen búlgaro, Julia Kristeva, reflexionara sobre las teorías bajtinianas del enunciado polifónico y subrayara con la formulación de la intertextualidad la significación textual (1969: 143-173), ha sido abundante la reflexión teórica sobre la interacción entre las diversas prácticas artísticas significantes, entre la intermedialidad y las nuevas tecnologías. También se han puesto de relieve el entrecruzamiento que se puede producir en toda manifestación textual, no solo en la literaria, entre textos de diversas procedencias, la dificultad de trazar límites en el proceso de creación y la necesidad de comprender el contenido semántico textual y cultural durante la recepción (Rajewsky, 2005: 47-48). Como veremos, estas nuevas prácticas literarias muestran la condición dialéctica del sujeto, permanecen abiertas a distintas manifestaciones textuales en los planos sintagmático y paradigmático, dejan de ser autónomas y adquieren un carácter dinámico, híbrido y heterogéneo (Kristeva, 1969: 145), por lo que precisan nuevos modos de lectura.

Dentro de la comunidad académica la intermedialidad² se muestra como una categoría crítica pertinente en el análisis de los productos artísticos, que están configurados por el entrecruzamiento de diversos medios, materiales y técnicos (2005: 47). La pluralidad significativa, que se deriva de las contaminaciones del texto literario con otros campos artísticos (como el cine, la pintura, la fotografía, la televisión, etc.), amplía las resonancias estéticas de los nuevos imaginarios culturales y enfatiza “el dialogismo, la intertextualidad, la intermedialidad, el hibridismo y la ambigüedad” (López-Varela, 2011a: 97).

Dado que la tecnología digital lo textualiza todo (Barret y Redmond, 1997: 17) y que los soportes digitales actúan como transmisores de la cultura y como espacios dialógicos entre las prácticas artísticas, nos encontramos no solo ante la transformación de los códigos signícos tradicionales en digitales (re-mediaci3n) y de los formatos anal3gicos en digitales, sino tambi3n ante cambios paradigmáticos en la configuraci3n del saber, en la representaci3n de la realidad

2. Son tres las categorías que establece Irini Rajewski: a) transposici3n medial desde un medio a otro (adaptaci3n cinematogr3fica de una novela); b) integraci3n de medios tradicionales con medios multimedia, asociados a las nuevas tecnologías; c) tematizaci3n referencial a otros medios: intertextualidad (2005: 44 ss.).

y en la esfera de la creación artística (Cubillo, 2013-2014: 171). La convergencia digital ha reorganizado el acceso a los bienes culturales, ha transformado los modos de comunicación y ha articulado la integración multimedia hasta el punto de que los textos, las imágenes y su digitalización no son ya islas separadas ni en la esfera de la creación ni en la de la recepción. El texto se muestra como una unidad de comunicación multisemiótica (puede integrar también elementos no verbales), que se sustenta en una práctica sociodiscursiva significativa y se inserta en una o varias redes textuales con las que interactúa (Abril, 2012: 16). Las nuevas tecnologías han potenciado la creatividad y las nuevas formas de escritura y han activado la participación creativa, analítica y crítica de un receptor, que ha de articular la comunicación multimedia que surge en este nuevo escenario (García Canclini, 2007: 49-50).

La incidencia de las nuevas tecnologías en el ámbito literario, tradicionalmente analógico, es elevada; como ha analizado Virgilio Tortosa (2008)³, es una realidad imperante en todos los géneros, también en el microrrelato, que se halla en el eje del universo narrativo digital. Teniendo en cuenta que los géneros literarios son “el lugar de encuentro de la poética general y de la historia literaria” (Todorov, 1988: 39) y que “no están sujetos, como las plantas, a leyes rígidas” (Mignolo, 1984: 210), el cuarto género literario narrativo (Andres-Suárez, 2012), con su brevedad⁴ y fractalidad, ha aprovechado el auge de las TIC y de la cultura digital y se ha adaptado con flexibilidad a los nuevos formatos y soportes digitales, a la “arquitectura de la página Web y su legibilidad en la pantalla” (Tedeschi, 2012: 660). Se ha mostrado idónea para su recepción móvil en micropausas temporales en una o varias combinaciones de pantalla (móvil, PC/notebook, etc.) y se ha convertido en una burbuja narrativa, que ha encontrado en el entorno digital un nicho privilegiado y un “hábitat natural” (Valls, 2010: 47), donde puede explotar sus potencialidades, los rasgos discursivos (narratividad, hip-

3. Recoge las propuestas narrativas de Michael Joyce en *Afternoon, a story* (1987), de Stuart Moulthrop en *Victory Garden* (1992), de Deena Larsen en *Marble Springs* (1993) o Geoff Ryman en *253, or Tube theatre. A novel for the internet about London Underground in seven cars and a crash* (1996) o la de Jaime Alejandro Rodríguez en *Gabriella Infinita* (1999). Surge, asimismo, en otros ámbitos artísticos, como la poesía, el teatro, ópera, etc.

4. No es la brevedad ni el principal rasgo configurador del género ni el único; sobresale su concisión extrema, derivada de la “intensidad de su estructura referencial” (Navarro, 2014: 3), como puso de relieve Lagmanovich: “La concisión característica de los microrrelatos no procede de tachar palabras, sino de agregarlas sobre la hoja de papel o la pantalla del ordenador [...] La escritura consiste en crear una cadena de símbolos, sobre la blancura del papel o la neutralidad de la pantalla, que pueden suscitar en un lector otra imagen, la de cierto significado o significados que muy probablemente estarán más allá de las palabras, en la hondura de la comprensión por parte de ese ser humano” (2006: 41).

erbrevidad, intensidad expresiva, fragmentariedad e hibridez genérica), formales y pragmáticos (Delafosse, 2013: 71). Como auguró Lauro Zavala, “puede llegar a ser la escritura más característica del tercer milenio” por su proximidad “a la fragmentariedad paratáctica de la escritura hipertextual, propia de los medios electrónicos” (2004: 70).

La proliferación y difusión del microrrelato en el ciberespacio (en la blogosfera y en las redes sociales, etc., que actúan como plataformas de publicación digital) es una muestra de la capacidad que reviste para reflejar su carácter proteico y para integrar elementos multimedia, algunos procedentes de la cultura textovisual⁵. La red Internet ha permitido recuperar la efervescencia creativa de que gozó la cultura en la década de los setenta y asumir elementos procedentes del diseño gráfico, la fotografía, la publicidad, etc. (García Canclini, 2007: 51-56). Aunque quienes escriben en las bitácoras no siempre forman parte de la generación nativa digital, sino que son “inmigrantes del mundo digital” (Escandell, 2014: 44, nota 4), están integrados en una cultura en red, que desplaza el foco de atención de la palabra (*logos*) a la imagen (*imago*) y asiste al descentramiento del *logocentrismo*, al entrecruzamiento de imágenes y palabras y a su visualización (Rodríguez de la Flor, 2009: 88). Sin embargo, aunque la velocidad que impera en la red y la extrema brevedad propician tanto la creación como la lectura de microrrelato en los dispositivos móviles, la brevedad no es siempre garantía de calidad (Bustamante, 2012: 246-252); no es el único criterio que precisa un buen microrrelato, sino que a la brevedad y al conjunto de estrategias discursivas (intertextualidad, elipsis, ambigüedad, etc.) se han de unir la narratividad y la calidad literaria, que reclaman una activa cooperación lectora. No todos los que son considerados como tales custodian el poder de sugerencia y la emoción que encierra la buena literatura, ni son capaces de solicitar una relectura.

Teniendo en cuenta el giro del pensamiento contemporáneo hacia la visualidad y la cultura textovisual, el *homo videns* comprende la realidad y la narra de manera multimedia, combinando en los diversos géneros literarios componentes textuales, visuales y auditivos. En el soporte digital las nuevas formas narrativas incorporan variadas sustancias expresivas (palabra, imagen, sonido, música), procedentes de diferentes soportes (vídeo, cine, fotografía, infografía). La convergencia de imágenes fijas (fotografías o ilustraciones) o

5. No seguimos la denominación *imagentexto* de Mitchell (2009), pues establece una equivalencia entre texto y contenido verbal.

dinámicas (procedentes del cine, la televisión o el vídeo), de música y sonidos, de texto oral y escrito, que se derivan de la colaboración de la literatura con otras manifestaciones artísticas (pintura, fotografía, ilustración, música, etc.), generan creaciones híbridas, que canalizan el dialogismo, la intertextualidad y la intermedialidad. La intersección que existe entre los aspectos materiales, semióticos y culturales en estas nuevas prácticas significantes, que entrecruzan diversos códigos sígnicos y establecen diálogos entre distintas disciplinas estéticas, repercute en la producción de sentido y en las nuevas experiencias receptoras.

Con el "giro icónico" de la cultura contemporánea –*the pictorial turn*, de Mitchell (2009)– todos los géneros literarios se han abierto a la visualidad con creaciones simbióticas, que conjugan la lingüística de la imagen con la iconología textual (Carriedo, 2013: 13). En la blogosfera y en los espacios de nanoblogeo, mientras se emulan los modelos textuales que han imperado en el medio analógico, se despliega un inmenso campo de experimentación creativa; sin embargo, aunque haya propuestas en los diferentes géneros literarios, aún no se ha impuesto la escritura hipertextual e hipermedia. Como ha precisado Virgilio Tortosa, las excesivas historias y tramas que plantean algunas propuestas narrativas provocan que el usuario se encuentre desasistido durante el proceso de lectura y muestre cierta resistencia hacia una literatura virtual que, con la integración de textualidades (imagen, sonido, palabra), puede limitar la capacidad imaginaria de que ha gozado hasta entonces (Tortosa, 2015: 41-43).

Centrando el análisis en el microrrelato, observamos que en la blogosfera, junto a las imágenes fijas con que los administradores de las bitácoras acompañan algunas piezas narrativas, sin que haya por parte del escritor una intencionalidad intermedial, encontramos también microformas narrativas literarias que el autor sitúa junto a fotografías o ilustraciones, con las que entabla una red dialógica semántica. La interacción entre textualidad y visibilidad tensa el juego lúdico y expande el significado que cada elemento tendría individualmente, generando una microforma narrativa literaria híbrida e intermedial, que enfatiza las resonancias imaginarias. Como sostiene Francisca Noguero, no le es extraña esta interacción a la minificción, pues microrrelato e imagen pueden ser contemplados de un solo golpe de vista en una unidad perceptiva (2008: 193). En dichas imágenes visuales cobran relevancia tanto la trama visual –un entramado coherente de significantes visuales (cromatismo, textura, composición, etc.), de los que derivan las cualidades plástico-estético-senso-

riales–, como el sentido iconográfico y simbólico, que adquieren en el universo cultural artístico en que se enmarcan, y la invisibilidad poética subyacente. Como ha precisado Gonzalo Abril, imagen y visualidad no son términos sinónimos ni coincidentes; las imágenes no son necesariamente visuales, pues incluso en los textos visuales, parte del significado de la imagen “es ajeno a lo visible, o netamente invisible, aunque se relacione necesariamente con/por medio de la visualidad” (2012: 29). En este sentido conviene enfatizar que lo visual atañe tanto a la percepción óptica como a la visualidad socializada, “cargada de experiencias visuales y conceptuales, que impregnan la memoria del sujeto a través de los valores simbólicos y estereotipos culturales que de ellas se infieren y del universo imaginario sociocultural del que forman parte” (Abril, 2012: 23-24);

LA ÉCFRASIS NARRATIVA EN JUAN YANES: UNA CUESTIÓN ESPECULAR

Observamos bien estos aspectos en la creación literaria que ha emprendido en el medio digital Juan Yanes (Tenerife, 1947), profesor en la Facultad de Educación de la Universidad de La Laguna, que comenzó a escribir incitado por el descubrimiento de la blogosfera. Actúa este espacio digital como soporte creativo, canal de difusión artística, medio de almacenamiento y lenguaje de creación, que le ha permitido aunar la vocación fotográfica y literaria. Además de *Bestiario lector* (2009), ha publicado microrrelatos en las revistas *Litoral*, 254, *Trama* y *Texturas*, 8, y en *Confluencia*; y también en las antologías *La alquimia del agua* (2012) y *Alquimia de la tierra* (2013) –compiladas por Santiago Agueda–; en *Minitextos para sonreír*, *Minitexto de amor y lujuria* y *Minitextos comprometidos*, editados por Elena Morales en 2013; y en la antología de hiperbreves *Cuentos de amor y desamor*, que publicó *Letras de Chile* (2013).

El escritor canario es administrador de varios blogs, en los que han aparecido sus creaciones. Desde finales del año 2006 hasta el 2008 publicó textos propios y ajenos en la bitácora *Máquina de coser palabras*⁶, donde imágenes y textos (unos, microrrelatos y otros, no), de gran calidad estética y poder de seducción, entablan diálogo; recientemente ha retomado este proyecto sin pretensiones académicas, ni historiográficas ni críticas con el fin de recuperar algunos microrrelatos ya publicados, incorporar otros nuevos y elaborar una antología, deudora de sus caprichos y obsesiones. Otros trabajos están

6. Véase <http://jyanes.blogspot.com.es/> [01/02/2016].

en otras bitácoras, como *El Oscuro borde de la luz I (fotos y microrrelatos)*⁷, *El Oscuro borde de la luz II (fotos y microrrelatos)*⁸ y *El Oscuro borde de la luz III (fotos y microrrelatos)*⁹. Sus microrrelatos invitan al internauta lector a gozar de la historias que se le cuentan y del modo en que se le cuentan (García Canclini, 2007: 73); aunque no todas sus miniaturas narrativas van acompañadas de fotografías, es esta una práctica recurrente en el artista, que invita al lector a re-interpretar las conexiones que entablan textos e imágenes, ya sean fotografías de elaboración propia o ajena, o fotogramas de películas.

Una técnica recurrente en la obra del escritor canario es la *variatio*; la observamos en el microrrelato “Play it again, Sam” (*La máquina de coser palabras*, 10 de marzo de 2012)¹⁰, cuyo paratexto remite con nítida referencia intertextual cinematográfica y musical a la icónica *Casablanca* (1942), que dirigió Michael Curtiz, como atestigua el fotograma que lo acompaña. A partir de la famosa frase, con la que Ilsa (Ingrid Bergman), esposa del héroe checo de la resistencia Victor Laszlo, invita al pianista de raza negra Sam a tocar la canción que sonaba en el mítico París, donde ella conoció al propietario del Rick’s Café, a Rick Blaine (Humphrey Bogart), el impacto emocional del relato filmico es reescrito en nueve ocasiones. Más allá de la intertextualidad filmica, el lector avezado podría remitirse al “Play it again, Sam”, que paródicamente recreó Woody Allen en la obra de teatro homónima que estrenó en 1969 (fue traducida como *Aspirina para dos*) y que llevó al cine en *Sueños de un seductor* (1972). Asimismo, en la octava variación, este prestidigitador de la palabra reescribe la genial escritura cortazariana, visible en el café Stéphane, en la parisina rue Mallarmé de *Rayuela* y en la frase “Esto lo estoy tocando mañana”, en clara alusión a los últimos días del virtuoso y lúcido saxofonista Johnny Parker, perseguidor de la felicidad, que se autodestruyó; esta pieza narrativa fue incluida con una ligera variante en el blog de autoría colectiva *La página de los cuentos*. También reescribe Yanes el imaginario cortazariano en el microrrelato “La continuidad de los perseguidores” (*La máquina de coser palabras*, 18 de marzo de 2016), que acompaña con una imagen estática del CD, que recoge las grabaciones que el perseguidor del jazz hizo para los sellos Dial y Savoy. En la novena de las variaciones reescribe el micropoema narrativo “Toque de queda” (*Voces de Porto-*

7. Véase <https://jyanes.wordpress.com/> [01/02/2016].

8. Véase <https://eloscuroborde.wordpress.com/> [01/02/2016].

9. Véase <https://oscurobordedelaluz.wordpress.com/> [01/02/2016].

10. Véase <http://jyanes.blogspot.com.es/2012/03/blog-post.html> [02/01/2016]

caliu, 2003)¹¹, de Omar Lara, que encabeza la entrada del blog: “Quédate, le dije. Y la toqué”; jugando con la ambigüedad del vocablo “tocar”, aúna la denuncia política y el juego erótico y, siguiendo al chileno, manipula el paratexto titular, retoma la resemantización del concepto militar, lo libera de su significación represiva y lo traslada al ámbito del encuentro amoroso, haciendo gala de un excepcional virtuosismo e ingenio y de una simplicidad epifánica.

Algunos de los microrrelatos publicados en la bitácora *Máquina de coser palabras* han sido traducidos al italiano y publicados por Stefano Valente en su blog *Il sogno del minotauro*¹², como “Il Circolo di Praga” (octubre de 2008), “Delirium Tremens” (marzo de 2011), “Fiori Metallici (Egloga)” (enero de 2011) o “Qualcosa che improvvisamente ti cancelli (abril de 2012); han sido recogidos en *Químicamente impuro*, de Sergio Gaut vel Hartman, o en el blog *Sueños en la memoria*, de Gemma Pellicer. Otros, como “La narradora inefable y otras breverías” (ilustrado por una fotografía poética de Pedro Álvarez Sánchez), “(Inanidad)”, “Estrategia de resolución de problemas (I)”, “Tomando el té con Chuang Tzu” (ilustrado por el autor con una fotografía), “Sueños húmedos” y “La pared” vieron la luz en el año 2015 en *Brevilla. Revista de Minificción*, que acoge en la red no solo microrrelatos, sino también aforismos, haikús, prosa poética brevísima, o expresiones visuales y de audio (ilustraciones, fotografía, comics, podcasts, etc.). Otros microrrelatos han visto la luz en *La nave de los locos*, de Fernando Valls, como “Postal de Tánger” y “Peggy McBride” (15 de julio de 2010), donde van acompañados de unas fotografías, que el escritor canario realizó en Dublín.

“Postal de Tánger”, tras la aparición en *La nave de los locos*, fue publicado el 20 de abril de 2013 en *Máquina de coser palabras* con ligeras variantes textuales; va acompañado de una fotografía del autor, que altera la percepción de la cotidianidad, potencia el contenido semántico y subraya la pérdida de la identidad del rostro amado y el enigma de la existencia.

Postal de Tánger

Han venido a posarse, en el borde de la amura de babor, algunas gaviotas que recortan el cielo azul y blanco en pedazos, como la paloma ingrávida de Magritte sobre el horizonte. Es el transbordador de Algeciras a Tánger, agosto de 1985, lo recuerdo con exactitud. Sin embargo, el resto de las imágenes se ha ido borrando o difuminando en este corredor sin fondo que es la memoria. Después de atracar

11. Fue incluido por Juan Armando Epple en *Cien microcuentos chilenos*.

12. Véase <http://sognodeiminotauro.blogspot.com.es> [03/01/2017].

buscamos algo que se pareciera a un hotel. Pero sólo tengo una leve recordación de aquellas aves haciendo tiras el cielo, de tu cuerpo, tan frágil, y del perfume a té con hierbabuena que llenaba las habitaciones. Recuerdo también, vagamente, el cuadro que recortaba la ventana, comida por el salitre, sobre el mar. Ha desaparecido el puerto, los volatines y las sirgas, el ajetreo, las voces y la nube de chiquillos que nos perseguía a todas partes para enseñarnos la ciudad por un dirham. No recuerdo la cara de la gente que venía con nosotros. Tu rostro también ha desaparecido.



©Juan Yanes. *La nave de los locos*, 15 de julio de 2010¹³

POSTAL DE TÁNGER (Juan Yanes)

Han venido a posarse, en el borde de la amura de babor, algunas gaviotas que recortan el cielo azul y blanco en pedazos, como la paloma ingrávida de Magritte sobre el horizonte. Es el trasbordador de Algeciras a Tánger, agosto de 1985, lo recuerdo con exactitud. Sin embargo, el resto de las imágenes se ha ido borrando con el paso de los días o difuminando en ese corredor sin fondo que es la memoria. Después de atracar buscamos algo que se pareciera a un hotel. Pero sólo

13. <http://nalocos.blogspot.com.es/2010/07/juan-yanes.html> [05/09/2017].

tengo una leve recordación de aquellas aves haciendo tiras el cielo, de tu cuerpo, tan frágil, y del perfume a té verde con hierbabuena que llenaba las habitaciones. Recuerdo también, vagamente, el cuadro que formaba la ventana, comida por el salitre, sobre el mar. Ha desaparecido el puerto, los volatines y las sirgas, el ajetre, las voces y la nube de chiquillos que nos perseguía a todas partes para enseñarnos la ciudad por un dirham. No recuerdo la cara de la gente que venía con nosotros. Tu rostro también ha desaparecido.

Máquina de coser, 20 de abril de 2013¹⁴



©Juan Yanes. *Postal de Tánger*, Juan Yanes

La imagen actúa como soporte de materialización, asidero referencial de una experiencia momentánea y registro mnemotécnico de un tiempo y un es-

14. <http://jyanes.blogspot.com.es/2013/04/postal-de-tange-juan-yanes.html?view=snapshot> [05/09/2017].

pacio ya pasados, que enfatiza la conciencia del yo, registra el presente, materializa las vivencias personales y recupera el pasado. Tanto protagonismo como la fotografía cobra la alusión intertextual a la paloma de René Magritte, presente en el lienzo *Le retour*. El interés de Yanes por el lenguaje tiene su correlato preciso en el pintor belga; como él explora la relación armónica que entablan las palabras y sus significantes y los referentes visuales, independientemente de que estos sean explícitos (la fotografía), implícitos (la alusión pictórica intertextual) o elididos. Como Magritte, consciente de que tras cada realidad que contemplamos podemos ver otra que se oculta, Yanes busca la que se halla tras el recuerdo. Con el final abrupto "Tu rostro también ha desaparecido" el escritor y fotógrafo tinerfeño hace un guiño al pintor, que acostumbra a manipular de manera insólita los objetos cotidianos y a jugar con las elipsis; se enfatiza así que el microrrelato es un género literario abierto y polisémico, capaz de suscitar múltiples significados en cada acto de lectura. Esta pieza narrativa, debido a la relación semiológica que entablan los elementos textuales y visuales, se impregna de valores poéticos y entabla cierto juego con el receptor, que no acierta a saber si ha de otorgar primacía a la imagen y a la historia que esta le cuenta o al microrrelato textual, pues ambos reclaman su atención.

En el microrrelato "Peggy McBride" (*La nave de los locos*, 15 de julio de 2010), la estructura narrativa trabaja con la primera persona y con la tercera:

"Peggy McBride"

Me escribe la pelmazo de Peggy McBride, me escribe todos los días, me escribe a todas horas, no me deja tranquilo ni un segundo. Y yo le digo que no estoy, que vivo en otro país, que no leo sus cartas, que el papel lo reciclo para hacer cuadernillos de recetas de cocina. Le digo que me he enrolado en un paquebote y que estoy en los Mares del Sur, que no tengo dirección fija, que voy de puerto en puerto, que no existo. Pero ella no me cree y me manda toneladas de declaraciones incondicionales de amor.

¡Ay, estas chicas de pueblo viajeras que se enamoran de nada! Todas estas peggy-mcbride descienden de remotos fabricantes de whisky clandestino de los alambiques de Winesburg, Ohio, y aunque están rozagantes y son hermosas, andan por ahí todavía con sus trenzas y con sus enormes nalgas sonrosadas que desprenden demasiada salud por todos los poros, a pesar de esa genealogía de alcohólicos que arrastran en sus genes, de antepasados celtas que sólo hablaron gaélico y que visten ahora con mono de peto azul desleído, y son callados y secos

como el cuero, y cantan tristes baladas en los cafés más tristes y guardan inconfesables secretos, y tienen los ojos de un color añil tan intenso y meliflúo que, ni ellos, ni sus descendientes sirven para escribir cartas de amor.



©Juan Yanes. *La nave de los locos*, 15 de julio de 2010¹⁵

La visualidad descriptiva, la yuxtaposición de tonos (epistolar, ensayístico, lírico, etc.) y la sintaxis verbal breve y jadeante dialogan con la fotografía del escritor, que emprende en su escritorio digital una éfrasis. Mientras la imagen parece anticipar la referencia lúdica que la pieza narrativa quiebra desde el inicio, palabra e imagen reconcilian estados antagónicos (la representación ilusoria del movimiento y la detención del tiempo), subrayan la distancia entre el mundo soñado y vivido y enfatizan la pérdida de los contornos del mundo. Yanes juega con la ligereza, volatilidad y simplicidad de la fotografía para resaltar la realidad social fugaz y sórdida que vertebra el texto, lo que provoca en el lectoespectador cierta distorsión e inestabilidad emocional. Palabra e imagen

15. <http://nalocos.blogspot.com.es/2010/07/juan-yanes.html> [05/09/2017].

fortalecen sus potencialidades expresivas y se entrelazan para asediar la realidad y atomizarla.

Con posterioridad (*Máquina de coser palabras*, 7 de enero de 2013), los huecos vacíos, que el microrrelato presentaba en el blog de Valls, van a ser rellenados semánticamente con la yuxtaposición de otra fotografía, dotada también de fuerte poder narrativo, que actúa como contrafuerte de la trama, al mismo tiempo que el escritor introduce ligeras variantes textuales y alude en un comentario a la ausencia de intencionalidad autobiográfica.

Peggy McBride

Me escribe la pelmazo de Peggy McBride, me escribe todos los días, me escribe a todas horas, no me deja tranquilo ni un segundo. Y yo le digo que no estoy, que vivo en otro país, que no leo sus cartas, que el papel lo reciclo para hacer cuadernillos de recetas de cocina. Le digo que me he enrolado en un paquebote y que estoy en los Mares del Sur, que no tengo dirección fija, que voy de puerto en puerto, que no existo. Pero ella no me cree y me sigue mandando toneladas de declaraciones incondicionales de amor. ¡Ay, estas chicas de pueblo viajeras que se enamoran de nada! Todas estas *Peggiesmcbrides* que nos persiguen, descienden de remotos fabricantes de whisky clandestino de los alambiques de Winesburg, Ohio, y aunque están rozagantes y son hermosas, andan por ahí todavía con sus trenzas y con sus enormes nalgas sonrosadas que desprenden demasiada salud por todos los poros, a pesar de esa genealogía de alcohólicos que arrastran en sus genes, de antepasados celtas que sólo hablaron gaélico y que visten ahora con mono de peto azul desleído, y son callados y secos como el cuero, y guardan inconfesables secretos, y tienen los ojos de un color añil tan triste e intenso que, ni ellos, ni sus descendientes sirven para escribir cartas de amor.

Máquina de coser palabras, 7 de enero de 2013¹⁶



© Sara Saudek

Acostumbrado a detener su peculiar mirada en aspectos insólitos de la realidad, el escritor crea un mundo inusitado mediante la superposición de las dos máquinas de belleza instantánea (microrrelato y fotografía). El carácter

16. <http://jyanes.blogspot.com.es/2013/01/peggy-mcbride-juan-yanes.html> [05/09/2017].

elegíaco de la fotografía, en dependencia de un pasado que fue y ya no existe, enfatiza el caudal nostálgico de la narración mediante el adjetivo “triste” aplicado a los ojos. No parece casual la elección de una obra de la fotógrafa checa Sara Saudek, pues esta, al subrayar de modo obsesivo la figuración sensual del cuerpo, enfatiza la vulnerabilidad e invita a la reflexión de la conciencia, no sin antes perturbarla e inquietarla de manera implacable. En la propia miniatura narrativa encontramos la alusión intratextual a la obra *Winesburg, Ohio*, del escritor estadounidense Sherwood Anderson y de *The Bride of the Innisfallen*, de Eudora Welty.

En “Resarcimiento” (*Máquina de coser palabras*, 28 de marzo de 2016), la sobredeterminación de una fotografía del ruso Andy Prokh es incorporada al discurso narrativo con un elemento paratextual que subraya la provocación.

RESARCIMIENTO

Distinguida Señora:

Le ruego que me devuelva los besos que le di desde el 5 de enero de 1971, al 12 de septiembre de 1975. Por favor, prescinda de aquellos que por su grado de obsolescencia estén caducados o en mal estado.

S.S.S. Q.B.S.M.

Antonino Ney

Máquina de coser palabras, 28 de marzo de 2016¹⁷

El título –que, según la acepción del Diccionario de la Real Academia Española, remite a la acción de resarcir, “indemnizar, reparar, compensar un daño, perjuicio o agravio”– choca con la poliédrica elipsis visual y esta a su vez entra en contraposición con la miniatura textual epistolar, con la que el narrador se dirige a un destinatario anónimo para solicitarle una reparación, mientras se despide irónicamente con una afectiva fórmula de cortesía: “su seguro servidor que besa su mano”. Yanes explora la fragmentariedad y la elipsis de los sistemas de significación verbales y visuales (cromático, simbólico, plástico, geométrico, etc.) con el fin de potenciar el juego semántico y estético y provocar una multiplicidad de efectos sensoriales dentro de un proceso perceptivo sinestésico y dinámico. El microrrelato incorpora la semántica de la imagen y ambos códigos revisten una destacada función epistemológica, pues la textualidad verbal y la textualidad visual pasan a integrar una unidad significativa, que despliega su efectividad semántica.

17. <http://jyanes.blogspot.com.es/2016/03/resarcimiento-juan-yanes.html> [05/09/2017].



©Andy Prokh

La primacía visual de la fotográfica del autor griego inicialmente impera sobre el texto en el microrrelato "Réfugiés" (*Máquina de coser palabras*, 31 de marzo de 2016)¹⁸; sin embargo, texto (elemento paratextual y microrrelato) e imagen se trenzan estrechamente, suscitando la reflexión ética. La perspicaz mirada del hombre adulto nos recuerda la mirada de que hablara Sebald en *Austerlitz*, la mirada "fijamente penetrante que se encuentra en algunos pin-

18. <http://jyanes.blogspot.com.es/2016/03/refugies-juan-yanes.html> [05/09/2017].

tores y filósofos que, por miedo de la contemplación o de pensamientos puros, tratan de penetrar la oscuridad que nos rodea” (2002: 8-9); no nos interpelan menos las palabras que configuran la brevísima pieza narrativa y discursiva, híbrida de relato y ensayo, que muestra la maestría narrativa y plástica, con la que Yanes entronca su relato en la contemporaneidad y subraya la dramática crisis del logos. Como las del escritor alemán, las fotografías se ubican en un marco narrativo y se imbrican en un fructífero y estético ensamblaje, que alza un único imaginario narrativo.

También el microrrelato “Lógica discursiva” (*Máquina de coser palabras*, 22 de marzo de 2016)¹⁹ se enmarca dentro de la disrupción propia del género gracias al empleo provocativo de la escritura y de la imagen. La ruptura de la lógica paratextual se explicita con la visualización de una fotografía en blanco y negro del fotógrafo y cineasta británico Ken Russell, en la que dos individuos que transitan en bicicleta bajo un día de lluvia son contemplados por un espectador ajeno al relato; el narrador no adopta esta posición sino que se introduce en él para reproducir con un oxímoron el irónico y delirante diálogo que mantienen. El texto desmiente las expectativas del lectoespectador; mientras prolonga la polaridad antagónica que plantea la representación visual (alto/bajo; donador de una acción buena/beneficiario, etc.), desplaza los contenidos de representación de seriedad y dramatismo que la enmarcan a través de una vestimenta decimonónica, chistera y bombín, del cromatismo, o la composición jerárquica. Mediante la *variatio* en la expresión elocutiva de unos disparatados y pintorescos exabruptos y mediante la degradación de los atropellos verbales (que oscilan desde “homúnculo”, “mastuerzo”, “emperejilado”, “afaníptero” o “lechuguino” hasta “ectoplasma”, improperio que lanzaba el Capitán Haddock, de Hergé, “sátrapa” y el onomatopéyico e hilarante “lolailo”), el microrrelato desafía la lógica mediante la desrealización. A través de un humor absurdo, de la extrañeza de la visualidad fotográfica, del idiolecto cuasi-surrealista y de la inversión irónica, la brevísima narración textovisual mina las estructuras sociales, quiebra los órdenes jerárquicos ideológicos y se burla del mundo, suscitando el placer estético y conceptual. De la fragmentación, la subversión e inversión de la representación mimética deriva el ejercicio desjerarquizador en el que la risa está garantizada.

Narrativa visual y textual se funden también en el microrrelato “No hay vuelta de hoja” (*Máquina de coser palabras*, 21 de agosto de 2015)²⁰. Yanes adopta la

19. <http://jyanes.blogspot.com.es/2016/03/logica-discursiva-juan-yanes.html> [05/09/2017].

20. <http://jyanes.blogspot.com.es/2015/08/no-hay-vuelta-de-joja-juan-yanes.html> [05/09/2017].

apertura de la fotografía en blanco y negro, de tono intimista y conceptual, de Chema Madoz, para regalarnos una condensada miniatura narrativa, a la que bien podemos aplicar el efecto que el ensayista francés Georges Didi-Huberman otorgaba a la imagen cuando afirmaba que “dar a ver es siempre inquietar el ver, en su acto, en su sujeto. Ver es siempre una operación de sujeto, por lo tanto una operación tendida, inquieta, agitada, abierta” (1997: 47). Mientras quien fuera galardonado en el año 2000 con el Premio Nacional de Fotografía enfatiza que el objeto mostrado con la ambigüedad y la abstracción constituye una reelaboración de la realidad, Yanes juega con la versatilidad de la imagen y con la minimalista semantización paratextual para asestar un golpe a la razón; la imagen fotográfica –representación de un libro, que se inserta en la representación de otro libro hasta dar forma a un objeto cotidiano, que deja de serlo y ya no lo es, para revertir la lógica habitual–, es prolongada metonímicamente por el paratexto y por la brevísima pieza narrativa, que retorna por contraste al significado literal de la expresión. La imagen se convierte en un objeto inquietante, impregnado de huecos de indeterminación, con los que el escritor dinamiza la narración y provoca el encuentro con lo inusitado.

En el microrrelato “La úvula” (*Máquina de coser palabras*, 22 de marzo de 2016) Yanes adopta para la écfrasis uno de los trabajos del controvertido creativo publicitario y fotógrafo holandés, Krijn van Noordwijk, miembro de Dutch Art Directors Club y de The Art Directors Club Europe²¹.

Aunque parezca extraño, hace unos tres meses al finalizar una reunión le fui a dar la mano a un tipo pero no sé lo que pasó que terminé metiéndosela en la boca. El tipo, sorprendido, me dijo de manera casi incomprensible, qué busca usted ahí dentro o algo parecido. ¿Quién, yo? Nada, atiné a responder, pero antes de sacar la mano me dieron ganas de hacer plim con el dedo índice... y el pulgar, como si tirara una bolita de miga de pan a la nariz del vecino al finalizar una comida, así que disparé el dedo contra la campanilla y sonó plimmm. Volví a hacer lo mismo y sonó, plimmm, y cada vez que le daba sonaba, plimmm, plimm, plimmm. Luego el tipo cerró la boca y yo saqué mi mano como pude y me fui.

Máquina de coser palabras, 22 de marzo de 2016 ²²

El paratexto, que designa el músculo del cónico velo palatino (la úvula), y la imagen fotográfica acogen con su bóveda visual la mano que introduce

21. Ha trabajado para prestigiosas marcas como Heineken, Philips, Audi, KPN Hi Telecom, Supperclub, Beatport, Amsterdam Dance Event, etc.

22. <http://jyanes.blogspot.com.es/2016/03/la-uvula-juan-yanes.html> [05/09/2017].

un narrador en primera persona. A partir de la teatralidad de la imagen, el microrrelato recrea una trama desquiciada y absurda, que subvierte la percepción habitual de la realidad y suscita cierta hilaridad.

Como vemos, el microrrelato, que reviste cierta mediación efrástica, “en cierta medida retiene y potencia una clara función fática en relación con la imagen a que se refiere” (Román de la Calle, 2005: 65); el juego relacional que se entabla entre la visualización de la imagen y su función connotativa y las palabras, privilegia un significado sobre otros y suscita una respuesta estética, tanto desde una propuesta hermenéutica como creadora. La escritura de la brevedad se convierte así en uno de los modos estéticos esenciales con los que el hombre se interroga por el sentido del universo, indaga en la búsqueda de formas expresivas y transforma sus modos de representación estética al convivir con otras manifestaciones artísticas, con las que establece un viaje de ida y vuelta y configura universos simbólicos, que albergan el misterio, el juego lúdico, la ironía, la distorsión, el absurdo o lo fantástico.

CUANDO LA IMAGEN CUSTODIA LA SEMILLA DE LA FICCIÓN: LOS MICRORRELATOS DE ARACELI ESTEVES

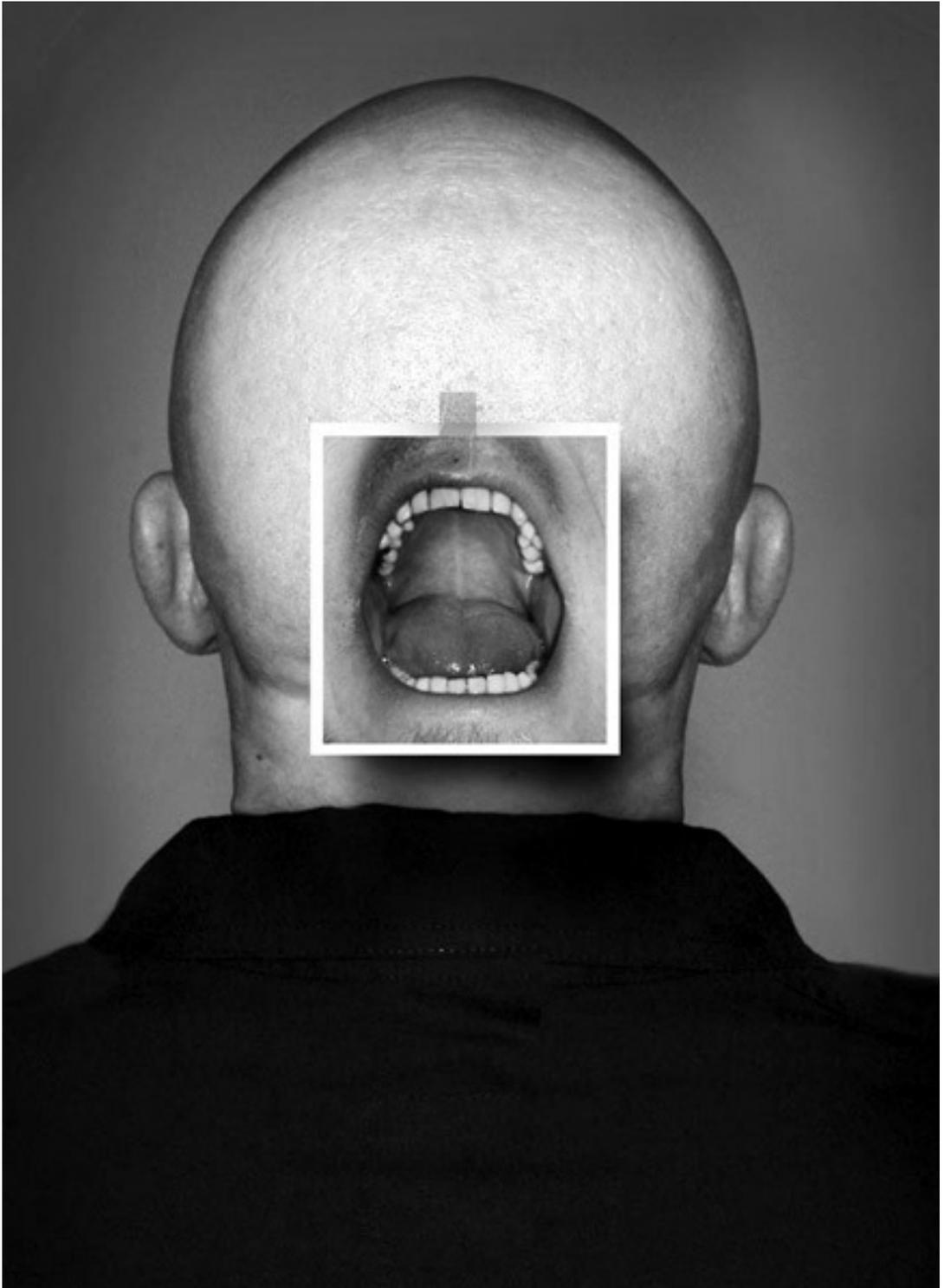
El microrrelato, como vía de observación y de indagación en el enigma de la condición humana y en la aparente invisibilidad de las cosas, refuerza a través del ensamblaje del código verbal e icónico la capacidad de sugestión de la percepción visual, se abre a múltiples interpretaciones y reclama el estudio de ámbitos no estrictamente literarios. Así lo muestra la narrativa breve de Araceli Esteves (Barcelona, 1960), escritora que administra desde 2009 la bitácora *El pasado que me espera*²³. Sus microrrelatos han aparecido en la revista norteamericana *Confluencia* y en antologías, como *Velas al viento* (2010), *Mar de Pirañas* (2012) y *De antología. La logia del microrrelato* (2013). Recientemente el editor Eugenio Cano ha publicado en la colección “Caminos en el bosque” el volumen de microrrelatos *Fisuras en el aire* (2013).

Nos detenemos en varios microrrelatos, que la escritora publica en su bitácora, como “Cuestión de espacio” (*El pasado que me espera*, 9 de diciembre de 2013) y “La esquina de la memoria” (*El pasado que me espera*, 2 de septiembre de 2013), en los cuales descifra verbalmente la narración que custodia la imagen.

23. Véase <http://elpasadquemeespera.blogspot.com.es/> [01/02/2017].

CON LA RED
EN LA RED

CREACIÓN, INVESTIGACIÓN, COMUNICACIÓN CULTURAL Y ARTÍSTICA EN LA ERA DE INTERNET



©Krijn van Noordwijk

CUESTIÓN DE ESPACIO

Se quedó parado al borde del futuro, temeroso de avanzar, más aterrizado aún ante la idea de tener que volver sobre sus pasos. Quedó el presente reducido al espacio en el que sólo cabían él, la silla y la soga.

El pasado que me espera, 9 de diciembre de 2013²⁴



LA ESQUINA DE LA MEMORIA

Gabriel fue perdiendo la memoria. Sólo conseguía recordar las cosas, desde las más triviales a las que demandaban recorridos profundos hasta el fondo oscuro de su memoria, en la esquina entre la calle Hostal Santanyí y el Paseo de Vizcaya. Más de una noche, a las horas más imposibles, había tenido que cruzar la ciudad para recuperar una fecha perdida o recordar el nombre de una antigua novia. Incluso había pensado en buscar un piso por la zona, pero los altos precios del casco antiguo lo obligaron a desestimar la que sin duda hubiera sido la mejor opción.

24. <http://elpasadoquemeespera.blogspot.com.es/2013/12/cuestion-de-espacio.html> [06/09/2017].

Ahora anda perdido. Desde que se inició la reforma del centro histórico y demolieron varias manzanas de casas, Gabriel camina sin rumbo, desorientado, cada vez más alejado de sí mismo. Busca inútilmente el único lugar en el que su memoria tenía cobertura.

El pasado que me espera, 2 de septiembre de 2013²⁵



Ambos amplían el contenido semántico de unas fotografías que, jugando con la elipsis, suscitan la visualización de los elementos elididos para despertar las emociones del lecto-espectador, sus miedos, temores y tristezas; si bien cada una de estas sustancias expresivas guarda su identidad, sin que su autonomía se vea alterada, se observa un trasvase natural entre ambos medios, pues la semántica de la fotografía es evocada plástica y visualmente a través de las palabras. La tematización del imaginario fotográfico conduce a la creación del espacio poético y dialógico en torno a una idea, que contiene

25. <http://elpasadoquemeespera.blogspot.com.es/2013/09/la-esquina-de-la-memoria.html> [06/09/2017].

la potencialidad creativa; el resultado de la interacción verbovisual es mostrar la realidad que permanece oculta a todo lectoespectador, que no goce de la calma que proporciona la contemplación. La imagen y la palabra, con su densidad sémica y plurisignificación, se erigen en claves sémicas y constructoras del significado; el microrrelato explicita la imagen e invita a una relectura textovisual, y ambos remiten a estructuras inventivas profundas: el sentido de la existencia, en la primera miniatura narrativa mencionada, y la identidad y la memoria, en “La esquina de la memoria”.

En el microrrelato “Cuestión de espacio” la estética multisensorial, que deriva de la percepción fotográfica mediante la tensión cromática paradójica que plantea entre el eje principal blanco/negro, salpicado con un simbólico rojo, y la presencia de objetos destartalados en un escenario siniestro (una parrilla, una silla, una soga con un caldero colgado del techo, etc.) contribuyen a la creación de una puesta en escena en un universo cerrado y asfixiante, que con su límpido extrañamiento nos introduce en un imaginario de muerte. La paradójica trascendencia que suscita el universo fotográfico matérico y la corrosión del tiempo través de las texturas rugosas de los objetos se prolonga en el microrrelato, en el que el sujeto de la enunciación muestra que el tiempo queda detenido con la abolición del futuro; la imaginería visual y textual enfatizan la congelación de los deseos, su quiebra y putrefacción, y la suspensión en el vacío de sentido.

En el microrrelato “La esquina de la memoria” (*El pasado que me espera*, 2 de septiembre de 2013), el anónimo protagonista, del que no se nos dice la edad –aunque el lector lo sitúe en una madurez próxima a la vejez– recorre un itinerario fragmentado en el que imperan la extrañeza, la ironía del pasado y la imposibilidad de recuperar una identidad perdida. Mientras el sujeto escindido (marcado por los binomios pasado/presente; identidad/pérdida de memoria) prolonga las fisuras de una realidad, que especularmente se proyecta invertida, el desmembramiento y la distorsión del edificio revelan que la recuperación del equilibrio es imposible. Imagen y palabra conforman una narración aglutinadora y repetitiva, especular, que nos interroga sobre la desestabilización y desorientación del sujeto.

“Políglota” es un microrrelato, que figura en *De antología. La logia del microrrelato* (Alonso y Espada, 2013: 179) y que fue publicado por Raquel Vázquez el 13 de junio de 2013 en el blog *Niebla eterna*²⁶, donde va precedido del cuadro “Abrazo”, de la artista italiana Silvia Pelissero, conocida como Agnes Cecile.

26. Véase <http://nieblaeterna.blogspot.com.es> [05/01/2017].

POLÍGLOTA



Siempre lloro en catalán, las lágrimas se desprenden mejor en esa lengua. Estornudar y toser lo hago en vasco, no consigo constiparme en ningún otro idioma. Lo de rascar me sale mejor en castellano, si lo intento en otro idioma el picor no cesa. Dormir, duermo en alemán, con el pijama limpio y siempre a la misma hora. Aunque los sueños siempre me salen en italiano, en blanco y negro y en el neorealismo más puro. Ronco en checo, mastico en portugués y me peino y depilo en francés, el mismo idioma con el que me pinto las uñas. Pero amar, ya lo habrás notado, eso siempre en Morse.

Niebla eterna, 17 de junio de 2013²⁸

En este microrrelato verbovisual la imagen multiplica las posibilidades de sentido; la acuarela con carbón, con su monocromatismo y ritmo visual distorsionante, captura las hendiduras e intersticios de una realidad cambiante y vulnerable y delinea la ensoñación y la carencia de sentido mediante la representación de espacios quebrados y disonantes, ilógicos y oníricos. Con su

27. <https://agnes-cecile.deviantart.com/> [06/09/2017].

28. <http://nieblaeterna.blogspot.com.es/2013/06/poliglota-araceli-esteves.html> [06/09/2017].

apertura simbólica esta pieza narrativa se hace eco de la ambigüedad y de la condensación semántica que porta la imagen y prolonga metonímicamente la sensación de fisura que esta insinúa; el cierre magistral con la alusión al alfabeto morse²⁹ traza un paralelismo visual con el que un narrador en primera persona evoca la intermitencia existencial del sujeto.

La escritora catalana, con su proverbial capacidad de fabulación y manejo de la elipsis, recrea en sus microrrelatos las fisuras de una realidad quebradiza y frágil y los estados antagónicos del devenir humano.

CONCLUSIÓN

La incorporación de la tecnología digital al ámbito narrativo, de la imagen y su manipulabilidad y de la intermedialidad, amplía las fronteras y las posibilidades expresivas de las microformas narrativas literarias de la modernidad, que dialogan en la red con otros medios artísticos, suscitando nuevas correspondencias y sinergias expresivas. Al mismo tiempo, desde el punto de vista de la recepción, con la contigüidad espacial entre texto e imagen y con la consiguiente apertura a la visibilidad se movilizan las percepciones sensoriales cognitivas, emotivas e intelectuales. Tanto las diversas formas de codificar la existencia humana como la superposición de experiencias enriquecen la lectura; mientras el autor alcanza el equilibrio entre los elementos verbales y audiovisuales con el fin de que inventiva y dispositivamente el texto narrativo no pierda su coherencia interna, el lector, ante la hibridación y ensamblaje de textualidades, ha de desentrañar la resignificación de esta simbiosis semiótica y descubrir los universos imaginarios que portan, interpretando los silencios, la intensidad polisémica y el barroquismo con que la gramática verbovisual densifica el relato. El microrrelato actualiza así una de las múltiples posibilidades con que el hombre contemporáneo afronta la dinámica situación humana, alimenta su imaginario personal y colectivo, explora el pasado, anticipa el futuro e instaure nuevos modos de comprender el sentido.

REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

- Abril, G. (2012): "Tres dimensiones del texto y de la cultura visual", *IC-Revista Científica de Información y Comunicación*, 9: 15-35.
- Aguaded, S. (ed.) (2012): *La alquimia del agua*, Ediciones Consulcom, Huelva.
- (2013): *Alquimia de la tierra*, Universidad de Huelva, Huelva.

29. Sistema de representación de letras del alfabeto y números mediante señales que son emitidas a través de la combinación de puntos y rayas y espacios de modo intermitente.

- Alonso, R. y ESPADA, M. (2013): *De antología. La logia del microrrelato*, Talentura, Madrid.
- Andres-Suárez, I. (2012): *Antología del microrrelato español (1906-2011): El cuarto género narrativo*, Cátedra, Madrid.
- Barret, E. y Redmond, M. (eds.)(1997): *Medios contextuales en la práctica cultural. La construcción social del conocimiento*, Paidós, Barcelona.
- Bustamente Valbuena, L. (2012): *Una aproximación al microrrelato hispánico. Antologías publicadas en España*, Tesis doctoral, Universidad de Valladolid, Valladolid.
- Calle, R. de la (2005): "El espejo de la ekphrasis. Más acá de la imagen. Más allá del texto", *Escritura e Imagen*, 1: 59-81.
- Carriedo, L., Picazo, M. D. y Guerrero, M. L. (eds.)(2013): "Imágenes y narrativas contemporáneas: diálogos intermediales", *Entre escritura e imagen Lecturas de narrativa contemporánea*, Frankfurt am Main, Peter Lang: 11-21.
- Cubillo Paniagua, R. (2014): "La intermedialidad en el siglo XXI", *Diálogos: Revista Electrónica de Historia*, 14, 2: 169-179.
- Delafosse, É. (2013): "Internet y el microrrelato español contemporáneo", *Letral*, 11: 70-81.
- Didi-Humernan, G. (1997): *Lo que vemos, lo que nos mira*, Manantial, Buenos Aires.
- Escandell MONTIEL, D. (2014): *Escrituras para el siglo XXI. Literatura y blogosfera, Iberoamericana/Vervuert*, Madrid/Frankfurt am Main.
- Esteves, A. (2013): *Fisuras en el aire*, Eugenio Cano, Madrid.
- García Canclini, N. (2007): *Lectores, espectadores e internauta*, Gedisa, Barcelona.
- Higgins, D. (1966): "Intermedia", *Something Else Newsletter*, 1, 1: 1-6.
- (1984): *The Poetics and Theory of the Intermedia*, Edwardsville-Southern Illinois UP, Carbondale.
- Kristeva, J. (1969): "Bakhtine, le mot, le dialogue et le roman", *Semiotikè. Recherches pour une sémanalyse*, Seuil, Paris: 143-173.
- Lagmanovich, D. (2006): *El microrrelato. Teoría e historia*, Menoscuarto, Palencia.
- López-Varela Azcárate, A. (2011): "Génesis semiótica de la intermedialidad: fundamentos cognitivos y socio-constructivistas de la comunicación", *CIC Cuadernos de Información y Comunicación*, 16: 95-114.
- Mignolo, W. (1984): "Discurso ensayístico y tipología textual", *Textos, modelos y metáforas*, Universidad Veracruzana, México: 209-222.
- Mitchell, W. J. Th. (2009): *Teoría de la imagen*, Trad. Yaiza Hernández Vázquez, Akal, Madrid.
- Morales, E. (ed.)(2013a): *Minitextos para sonreír*, Idea, Santa Cruz de Tenerife.
- (2013b). *Minitextos comprometidos*, Idea, Santa Cruz de Tenerife.

- (2013c). *Minitexto de amor y lujuria*, Idea, Santa Cruz de Tenerife.
- Navarro Romero, M. R. (2014): "Literatura breve en la red: El microrrelato como género transmediático", *Tonos digital. Revista de Estudios Filológicos*, 27 <: <http://www.tonosdigital.com/ojs/index.php/tonos/article/view/1148>> [25/07/2016].
- Noguerol, F. (2008): "Minificción e imagen: cuando la descripción gana la partida", en Andres-Suárez, I. y Rivas, A., *La era de la brevedad. El microrrelato hispánico*, Menoscuarto, Palencia: 183-206.
- Rajewsky, I. (2005): "Intermediality, Intertextuality, and Remediation: A Literary Perspective on Intermediality", *Intermedialités: Histoire et théorie des arts, des lettres et des techniques / Intermediality: History and Theory of the Arts, Literature and Technologies*, 6 6: 4-64.
- Rodríguez de la Flor, F. (2009): *El giro visual*, Delirio, Salamanca.
- Sebald, W. G. (2002): *Austerlitz*, Trad. Miguel Sáenz, Anagrama, Barcelona.
- Tedeschi, S. (2012): "El Blog: ¿Una nueva frontera para el ensayo?", *Revista Iberoamericana*, LXXVIII, 240: 657-679.
- Todorov, T. (1988): "El origen de los géneros", en Garrido Gallardo, M. Á. (ed.), *Teoría de los géneros literarios*, Arco Libros, Madrid: 31-48.
- Tortosa, V. (2008): "Sujetos mutantes: nuevas identidades en la cultura", en Romero, D. y Sanz Cabrerizo, A. (eds.) *Literaturas del texto al hipermedia*, Anthropos, Madrid: 257-272.
- (2015): "¿Hacia un canon de la literatura electrónica?", *1616: Anuario de Literatura Comparada*, 5: 25-44.
- Valls, F. (2010): *Velas al viento. Los microrrelatos de La nave de los locos*, Cuadernos del Vigía, Granada: 13-24.
- (2011): "Mi biblioteca de microrrelatos", *Blog La nave de los locos*: <http://nalo-cos.blogspot.com.es/2011/03/mi-biblioteca-de-libros-de.html> [8/08/2016].
- (2012): *Mar de pirañas. Nuevas voces del microrrelato español*, Menoscuarto, Palencia.
- Yanes, J. (2009): *Bestiario Lector: Introducción a la tipología lectora del Dr. Honorio Bustos Domecq*, Trama & Texturas, 8.
- Zavala, L. (2004): "Fragmentos, fractales y géneros: género y lectura en las serie de la narrativa breve", *Revista de Literatura*, 61, 131: 5-22.

CV

Ana Calvo Revilla es Doctora en Filología Hispánica por la Universidad Autónoma de Madrid y Licenciada en Filología Clásica por la Universidad de Valladolid. Es Profesora Titular de Teoría de la Literatura y Literatura Comparada en la Facultad de Humanidades y Ciencias de la Comunicación de la Universidad CEU San Pablo de Madrid. Ha desarrollado parte de su investigación en las Universidades de Cambridge y de Vanderbilt. Es autora de un estudio sobre *La Poetria nova* de Godofredo de Vinsauf. Edición crítica y Traducción (Madrid: Arco/Libros, 2008), de diversos artículos en el campo de la Retórica y Poética Medievales, de la Teoría de la Literatura y Literatura Comparada con estudios en torno a la Literatura Contemporánea, a la obra literaria de Gonzalo Hidalgo Bayal, Ricardo Menéndez Salmón, José Jiménez Lozano y José María Merino, entre otros. Ha coordinado con Javier de Navascués el volumen *Las fronteras del microrrelato. Teoría y práctica del microrrelato español e iberoamericano* (Madrid: Iberoamericana-Vervuert, 2012). En la actualidad dirige como Investigadora Principal (IP) el Proyecto de Investigación «MiRed (Microrrelato. Desafíos digitales de las microformas narrativas literarias de la modernidad. Consolidación de un género entre la imprenta y la red)» (FFI2015-70768-R), financiado por el Ministerio de Economía y Competitividad de España y el Fondo Europeo de Desarrollo Regional (FEDER).

*Ana Calvo Revilla is PhD in Hispanic Philology at the Autónoma University of Madrid and a Bachelor in Classical Philology at the University of Valladolid. She is Professor of Theory of Literature and Comparative Literature in the Faculty of Humanities and Communication Sciences at San Pablo CEU University. She has researched at University of Cambridge and Vanderbilt University. She is the author of a study on *La Poetria nova* de Godofredo de Vinsauf (Madrid: Arco / Libros, 2008) and she has written some articles in the field of Medieval Rhetoric and Poetic, the Theory of Literature and Comparative Literature with studies on Contemporary Literature: Gonzalo Hidalgo Bayal, Ricardo Menéndez Salmon, José Jiménez Lozano and José María Merino, among others. He has coordinated with Javier de Navascués *Las fronteras del microrrelato. Teoría y práctica del microrrelato español e iberoamericano* (Madrid: Iberoamericana-Vervuert, 2012). At present she is*

the Principal Investigator (IP) of the Research Project "MiRed (Short short Story. Digital Challenges of Literary Narratives of Modern microforms. Consolidation of a Genre between paper and digital form)" (FFI2015-70768-R), financed by the Spanish Ministry of Economy, Industry and Competitiveness and the European Regional Development Fund (ERDF).

LITERATURA 2.0 O EL DESAFÍO DE PENSAR LA OBRA LITERARIA DIGITAL INTERACTIVA - LA PROPUESTA DEL LECTOR 2.0 COMO CAMINO PARA EL DESARROLLO DE NUEVAS ALFABETIZACIONES

Ana Isa Bernardino Mestre

Universidade do Algarve / Centro de Investigação em Artes e Comunicação

aimestre@ualg.pt

Resumen: La investigación desarrollada en el proyecto "Literatura 2.0: para una cartografía de la narrativa digital" tiene como objetivo explorar las posibilidades y los problemas derivados de la introducción de los medios digitales en la literatura.

¿Qué ocurre con la narrativa cuando se vuelve digital? ¿Cuáles son las implicaciones de una nueva materialidad? ¿Es posible admitir que la narrativa se expresa bajo otra forma, motivada por el medio dónde es producida? ¿Seguirá el lector siendo el mismo lector? ¿O estará ahora potenciado por las nuevas herramientas de escritura que le ofrece el medio digital? ¿Se podrá imaginar, desde el medio digital, un nuevo concepto de lector? ¿Estará la introducción de lo digital ofreciendo la oportunidad de observar un conjunto de reconfiguraciones derivadas de la materialidad y del potencial tecnológico del nuevo medio? Para abordar algunas de estas cuestiones nos centraremos en la narrativa digital interactiva mediante el análisis de *Pry*, una obra literaria digital, planteando la hipótesis de que la materialidad de los nuevos soportes está hoy reconfigurando una cierta literatura emergente, provocando un reajuste en el rol de autor. Suponiendo que el sistema literario toma ahora la tecnología no sólo como soporte sino, además, como contenido de la propia creación, podríamos estar asistiendo al florecimiento de una *literatura 2.0* que ofrece la posibilidad de pensar un conjunto de cambios que resultan de su "nueva forma".

Palabras-clave: literatura digital; narrativa interactiva; materialidad; reconfiguraciones; contemporaneidad; vanguardia.

Abstract: *The research developed in the project "Literature 2.0: for a mapping of digital narrative" aims to explore the possibilities and problems derived from the introduction of digital media in the literature.*

What happens to the narrative when it becomes digital? What are the implications of a new materiality? Is it possible to admit that the narrative is expressed in another form, motivated by the medium where it is produced? Will the reader continue to be the same? Or is it now powered by the new writing tools offered by the digital media? Is it possible to imagine, from the digital medium, a new concept of reader? Is the introduction of the digital offering the opportunity to observe a set of reconfigurations derived from the materiality and technological potential of the new medium?

*To address some of these issues we will focus on the interactive digital narrative through the analysis of *Pry*, a digital literary work, proposing the hypothesis that the materiality of the new media is now reconfiguring a certain emergent literature, causing a readjustment in the role of author.*

Keywords: *digital literature, interactive narrative, materiality, reconfigurations, avant-garde, contemporaneity.*

Suponiendo que los nuevos soportes de escritura permiten hoy, a partir de su específica materialidad, evaluar una serie de reconfiguraciones del propio sistema literario, nos proponemos, al largo de este artículo, a comprender cómo el papel del lector está en proceso de ser digitalmente expandido en función de las propiedades y posibilidades de los nuevos soportes.

Basados en la idea de Chartier (1999) de que nuevos soportes han dado origen, a lo largo de la Historia, a nuevos modos de leer y, por tanto, nuevos tipos de lector, creemos poder afirmar que, frente a un nuevo soporte y a un nuevo espacio de escritura – lo digital – es necesario volver a evaluar el papel del lector, admitiendo, que este se encuentra hoy reconfigurado.

Suponiendo, como argumenta Chartier (1999) que, de hecho, la lectura no fue siempre, y en todas partes, la misma, sufriendo varias revoluciones en función de sus soportes, nos interesa analizar el modo en el que la creación y la transmisión digital de textos impone la necesidad de una reflexión, contribuyendo para la redefinición de los papeles del autor, del lector y del propio texto.

De hecho, empezaremos por afirmar, como ha señalado el autor francés que:

(...)os gestos mudam segundo os tempos e lugares, os objetos lidos e as razões de ler. Novas atitudes são inventadas, outras se extinguem. Do rolo antigo ao códex medieval, do livro impresso ao texto eletrónico, várias rupturas maiores dividem a longa história das maneiras de ler. (Chartier, 1999: 77).

Es centrándonos en estas roturas y, más concretamente, en las particularidades de la narrativa digital interactiva, que vamos a procurar, a partir del análisis de *Pry*, obra literaria digital interactiva, mostrar de qué modo la nueva materialidad de la literatura nos presenta, a partir de los nuevos soportes, lo que vamos a definir como *lector 2.0*: un lector inmersivo, un lector *performer* y un lector jugador.

Por lo tanto, basándonos en el análisis de la narrativa interactiva *Pry*, lanzada en aplicación digital interactiva, en 2014, por Tender Claws y disponible, desde entonces, en App Store, tratamos de mostrar cómo este tipo de literatura genera un nuevo concepto de lector.

NUEVOS SOPORTES/NUEVOS LECTORES: EL *LECTOR 2.0*

Sabiendo que los nuevos soportes potencian el surgimiento de un tipo de lector que es, como sugieren Bernades, Miguéis y Ferreira (2015: 59) una “enti-

dade bem diferente daquele outro (o leitor analógico)(...) a quem, até aos anos 90, bastava ler frases inscritas em livros e revistas em papel, e complementarmente, dispor de uma mínima literacia bibliotecária”, sugerimos, coincidiendo con los autores, que este “nuevo lector” es una “figura obrigatoriamente tocada pelo síndrome da multiplicidade” (Bernandes, Miguéis, Ferreira, 2015: 59), una figura que, para leer en un entorno digital, debe, necesariamente, saber manipular los nuevos dispositivos electrónicos y, en consecuencia, disponer de una alfabetización adecuada para leer este tipo de obras literarias.

Así que, admitiendo que “o hipertexto (...) tornou muito mais complexo o ato de ler (...)” (Alquères y Policarpo, 2016: 1), y reforzando la idea de que el nuevo soporte digital crea nuevos lectores y nuevas formas de lectura, creemos que es importante comprender que el lector que hoy le presentamos es un lector que avanza al ritmo de la tecnología y de la revolución de los soportes de lectura.

En esta perspectiva, empezaremos por plantear algunas cuestiones: ¿en que se diferencian el *lector 2.0* y el lector convencional de textos analógicos? ¿Qué particularidades y comportamientos adopta el lector de textos digitales? ¿De qué modo la materialidad digital tiene influencia en la propia actividad de recepción del texto, reforzando la necesidad de desenvolver en el lector nuevas características y una nueva alfabetización?

Con el fin de desarrollar algunas de estas preguntas, haremos la caracterización del lector de textos digitales como un *lector 2.0*.

Para ello, en un primer enfoque, empezaremos por observar que el lector de la era digital se encuentra condicionado, por la materialidad de los nuevos dispositivos, a desarrollar un tipo de lectura diferente de la practicada en soportes impresos.

A diferencia del lector contemplativo y meditativo que, según Lucia Santaella, es un lector de “objetos duráveis, imóveis, localizáveis, manuseáveis” (2004: 24), el lector de textos digitales parece estar preparado, por el entorno sociocultural que lo rodea (en particular, por la experiencia de pos-modernidad y pos-contemporaneidad), para hacer un tipo de lectura distinto del promovido por los medios impresos.

De hecho, el lector de textos digitales está más cerca de realizar una lectura híbrida, dinámica y multimedia, desarrollada en medios como el cine, la televisión o la fotografía.

Teniendo en cuenta esta idea, afirmamos que el *lector 2.0* lee de forma distinta sobre todo porque los soportes con los cuales está en contacto le proporcionan, por su naturaleza, un tipo de lectura que, contrariamente, a la lectura realizada en los medios impresos – estable, contemplativa y demorada – es, en alternativa, más intensa, rápida y dinámica.

Por lo tanto, observamos que el lector de textos digitales se asume como un lector hipertextual, un lector “entrenado” por los nuevos medios de comunicación – como el cine, internet, la fotografía o la televisión – para desarrollar una experiencia de lectura en un nuevo entorno dónde se desplaza por múltiples espacios, leyendo múltiples lenguajes y disfrutando de múltiples entornos virtuales.

En este sentido, se sugiere que el *lector 2.0* es modelado por el contexto de la contemporaneidad, estando sus prácticas de lectura influidas por sus vivencias diarias de movimiento, desplazamiento y multiplicidad.

Podemos considerar que el lector convencional es, a través del soporte y de sus nuevas propiedades y potencialidades, “evangelizado” para practicar un nuevo tipo de lectura en el que “leer” implica sumergirse en el interior del hipertexto: seleccionar información, escoger rutas, marcar caminos en el texto.

Desde esta perspectiva, se define el *lector 2.0* clasificándolo por las categorías de lector inmersivo, lector *performer* y lector jugador.

Con respecto a la caracterización del *lector 2.0* como lector inmersivo es posible observar que, en obras literarias digitales como *Pry*, la participación y la inmersión, permitidas por las propiedades del dispositivo, son los dos grandes mecanismos que facilitan la entrada en la propia experiencia narrativa, ofreciendo al lector la posibilidad de participar sensorial y activamente (a través de sus opciones y decisiones) en la propia historia.

Así que, en lugar de realizar una “lectura de audiencia”, en la cual se limitaría a asistir al texto, desarrollando una lectura más interpretativa, en obras literarias digitales e interactivas como *Pry*, el lector transforma su lectura en una “lectura de escena”, una lectura dónde, a través de un conjunto de interacciones físicas con el texto, tiene la sensación de sumergirse en él, de “entrar na boca do dinossauro” (Murray, 2003: 108) y tener, a través de su participación activa, la impresión de formar parte de la historia, de poder intervenir activamente en el propio desarrollo de la narrativa.

Así, si nos fijamos en *Pry* como objeto literario, podremos observar cómo la interacción y la inmersión son elementos fundamentales para la lectura del

texto digital porque si el lector adopta una actitud contemplativa delante del texto, sin desarrollar ninguna interacción, se quedará limitado en el progreso de la historia.

Así que, al tocar la pantalla, el lector de *Pry* va a comprender inmediatamente que su gesto participativo es el “motor” que, llevará adelante la narrativa, el mecanismo que permite que el texto se escriba.

Imaginemos, por ejemplo, observando las posibilidades de participación de *Pry*, las siguientes situaciones: ¿Cómo podría el lector de textos en papel tener, materialmente, y a partir de un dispositivo de lectura, la posibilidad de abrir los ojos del personaje y, con este gesto, acceder a cierta información narrativa? ¿Cómo podría ver el resultado de sus opciones y decisiones sobre el texto reflejados en la propia narrativa? ¿Cómo podría ver sus acciones y sus movimientos reales corresponder a lo que sucede en el entorno ficcional?

Presentados estos datos, podemos ya considerar que el *lector 2.0* se presenta como un lector inmersivo que, en función de las potencialidades del nuevo soporte, se sumerge de forma interactiva en la narrativa, formando cada vez más parte activa y viviendo, a través de la interacción, un nuevo modo de inmersión emocional en la historia.

A continuación, siguiendo con la identificación de la presencia de un *lector 2.0* a partir de la lectura de *Pry*, discutiremos el concepto de *lector performer*.

Si, de acuerdo con nuestra teoría, el lector de textos digitales interactivos es una figura activa que contribuye, con el autor, y a través de su participación, en la construcción del texto, sugerimos que el *lector 2.0* puede, en el campo de los estudios literarios digitales, compararse a la figura del actor que, en escena, desarrolla una *performance*.

En este sentido, basándonos en el concepto de agencia propuesto por Janet Murray, en la obra *Hamlet no Holodeck* (2003), nos interesa, en particular, aproximar la figura del lector de la figura del *performer*, pues creemos que, al leer un texto digital, el lector (como el *performer*) desarrolla, en el proceso de lectura, y a través de las potencialidades y propiedades del dispositivo, una *performance* en la cual cumple con un conjunto de pasos o tareas que implican su acción.

Por lo tanto, como el actor, cuya performatividad se hace presente, también el *lector 2.0* siente necesidad de desplazarse activamente por el texto, realizando gestos e interacciones que son, al mismo tiempo, gestos de colaboración y concretización narrativa. Obsérvese que, en textos literarios digitales

como *Pry*, es a partir de la interacción (de la *performance*) que el texto gana existencia real y se desarrolla en términos narrativos.

En este sentido, afirmamos, por lo tanto, que la presencia del lector *performer* es, en realidad, un elemento fundamental de los textos literarios digitales interactivos pues, sin la participación del lector, a través de su interacción física, toda la experiencia de lectura se vería afectada.

Así pues, estamos delante de textos que, por su materialidad y por las propiedades de los dispositivos que los acogen, necesitan, para ser leídos activamente y contruidos, de la participación del lector. Por eso, y porque el lector tiene, como sugiere Murray (2003: 127) la “capacidade de realizar ações significativas”, creemos apropiado hablar de una actividad de “performatización de la lectura” pues al leer un texto digital interactivo como *Pry* el lector desarrolla una *performance* en el interior del sistema anteriormente dibujado por el autor.

De este modo, el lector de la era digital, cuando actúa performativamente con el fin de activar el dispositivo de lectura y, a la vez, la narrativa, se convierte, al mismo tiempo, en un constructor del texto, que incompleto en su naturaleza digital, va a ganar, a través de la *performance* una lectura particular: una edición, un montaje – que es resultado de las decisiones y opciones del lector en el interior del texto.

Así, y tomando como ejemplo la narrativa interactiva *Pry*, nos interesa observar como todo este libro interactivo y su estructura textual están diseñados para requerir una lectura activa del mismo.

Si nos fijamos, la propuesta condicional de participación, lanzada por los autores en cada página – tocar en la pantalla para “abrir los ojos del personaje” o tocar en la pantalla para “cerrar los ojos del personaje” subraya la necesidad de llamar al lector a la construcción del texto ofreciéndole la capacidad, a través de sus gestos, de realizar una acción significativa para el desarrollo de la narrativa que, a su vez, va a contribuir a la construcción de un texto que sólo a través de la *performance* puede ganar sentido.

En resumen, creemos que es posible observar, a partir de *Pry*, la existencia de un lector *performer* ya que la obra requiere, para poder ser leída, de la intervención activa de este que, a través de un conjunto de decisiones tomadas sobre las opciones del sistema del dispositivo, se vuelve un constructor de la forma final del texto, la forma atribuida a la narrativa como resultado de su interacción y de su movimiento performativo.

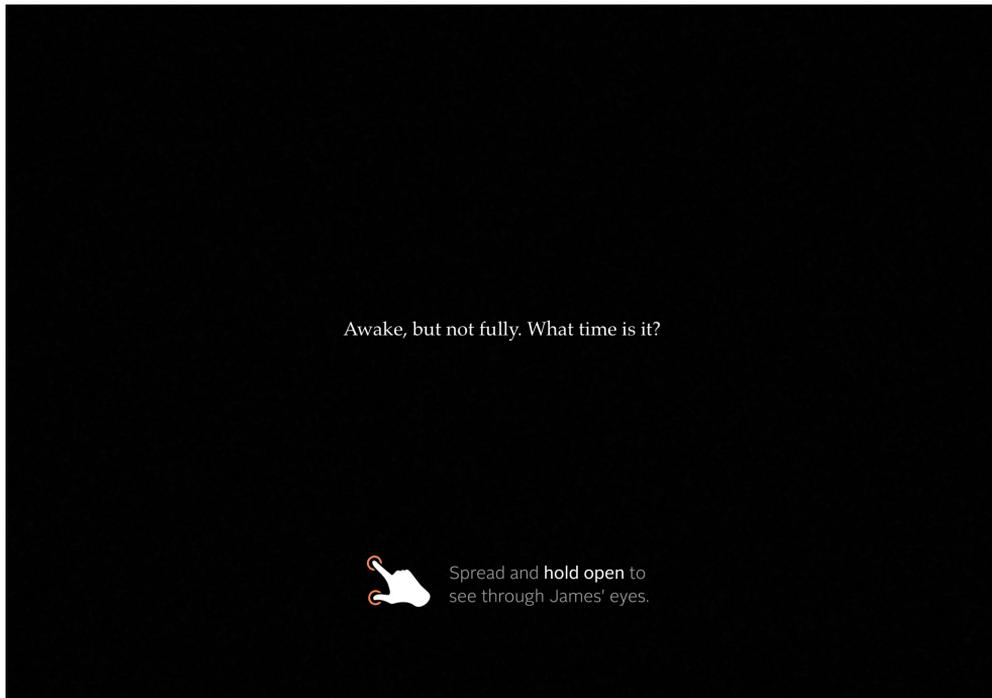


Figura 1: Propuesta de participación interactiva – “abrir los ojos del personaje”- <http://tenderclaws.com/>

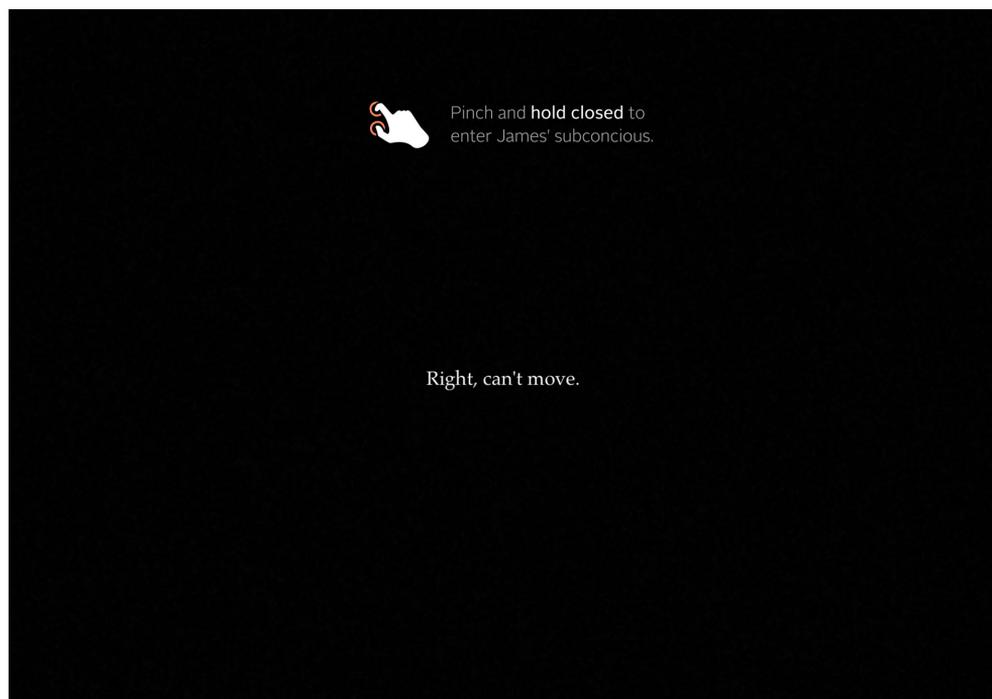


Figura 2. Propuesta de participación interactiva – “cerrar los ojos del personaje”- Fuente: <http://tenderclaws.com/>

Por último, y para cerrar lo que creemos ser una reconfiguración del papel del lector derivada de la materialidad de los nuevos soportes y de los nuevos medios digitales, consideramos importante definir el *lector 2.0* como un lector jugador.

Basándonos en la idea de Ryan (2001: 176) de que la metáfora del texto como mundo está siendo sustituida, gradualmente, por la metáfora del texto como juego, consideramos importante subrayar, de hecho, que toda la producción artística de las vanguardias nos permite observar que la idea de texto como juego se afirma como una de las propuestas más destacadas del siglo XX. Como sugiere la autora norteamericana son muchas las manifestaciones que establecen una aproximación a esta idea:

“(...) Johan Huizinga’s groundbreaking study *Homo Ludens*, Roger Caillois’s taxonomy of games, Ludwig Wittgenstein’s notion of language games, Hans Vaihinger’s philosophy of “as if”, John von Neumann’s developments of the mathematical field of game theory, Jaakko Hintikka’s ‘game-theoretical semantics’, Jacques Derrida’s doctrine of the play of signs, Vladimir Nabokov’s and Italo Calvino’s fascination with combinatorics, the Oulipo movement’s promotion of games as literary structures, all the way to pop psychologist Eric Berne’s description of human behaviour as ‘games people play’, the advent of computer culture and electronic games, and the rising prominence of gambling and competitive sports (...)” (Ryan, 2001: 176-177)

En este sentido, y subrayando, a partir de los ejemplos de Ryan, la idea de que hay una continuidad estética y técnica entre prácticas analógicas y digitales, creemos poder señalar que, en realidad, la idea de texto como juego no es exclusiva del advenimiento de la tecnología, pero se alimenta, por el contrario, a través de años, de experiencias con la palabra escrita, sus potencialidades de combinación y recombinación, así como por distintas conceptualizaciones (como es el caso de los estudios de Von Neuman, Derrida o Hans Vaihinger).

Si, como afirma Ryan (2001: 177), la relación entre texto y juego sólo puede establecerse a través de las similitudes entre ellos, entonces, lo que intentaremos hacer, será, a continuación, y a partir de la propuesta de la autora, demostrar que la literatura digital asume hoy, en términos narrativos e interactivos, la forma de juego.

Si, para Ryan, “to play a game is to engage in an activity directed towards bringing about a specific state of affairs, using only means permitted by rules

(...) and where such rules are accepted just because they make possible such activity" (Ryan, 2001: 178), entonces, nos preguntamos, ¿qué hace, al final, el lector, en la narrativa digital, en su proceso de lectura? ¿No jugará él a un juego por el que se desplaza por entre un conjunto de reglas pre-determinadas, de caminos posibles, dónde ajusta y realiza su interacción según las posibilidades previstas para el desarrollo de la historia?

En este sentido, podemos considerar que, como argumenta Ryan, "a text can be called a game (...) in a narrower a broader way" (2001: 179), ya que, como en el juego, también en el libro digital interactivo el lector necesita involucrarse físicamente con el dispositivo de lectura, desarrollando una *performance* que pretende dar respuesta a un conjunto de desafíos lanzados por el autor de la narrativa y que son reproducidos, a través de la máquina, en la forma de interacción.

Por lo tanto, si, como explica Huizinga (1955: 13), el juego es una actividad libre, sin interés material, que absorbe intensamente el lector y que le impone sus propias barreras temporales y espaciales, de acuerdo con un conjunto de reglas, entonces, podemos sugerir que, de hecho, encontramos en la narrativa interactiva las mismas características asignadas al juego.

En realidad, igual que en el juego, también la narrativa digital interactiva tiene, por las tecnologías materiales implicadas, una intensa capacidad para absorber al lector/jugador, envolviéndolo en el entorno digital, donde este desarrolla una *performance* que no se traduce en términos de ganar o perder ya que "the reader may win one day and lose the next. The computer erases the program and offers the reader a fresh start" (Ryan, 2001: 184). Por lo tanto, en la narrativa digital, independientemente del éxito o del fracaso de la interacción, el objetivo será siempre mantener un conjunto de posibilidades y significados en abierto para que cada lector pueda, en su actividad de disfrute del texto, continuar jugando con sus potencialidades de significación.

Téngase en cuenta, a este respecto, que la actividad de leer un texto en un entorno digital es una actividad nunca terminada ya que el objetivo del lector no es la búsqueda de un "fin" para la historia sino la tentativa de agotar todas las rutas de lectura, todas las posibilidades narrativas, toda la extensión del texto.

Así, considerando la idea del texto como laberinto a explorar volvemos sobre la noción ya comentada, estableciendo una aproximación entre texto y juego, y afirmando que el objetivo del lector es el de, como el jugador del videojue-

go, navegar, corporalmente, por todas las posibilidades textuales, explorar al máximo todos los itinerarios y, por lo tanto, llegar al mayor número posible de significados del texto.

De este modo, como explica Ryan, en la narrativa digital la aproximación al texto se hace a través de la interacción, esto es, a través de la navegación activa en el interior del hipertexto, como forma de escapar a la tiranía del autor:

approaching the text as a (...) game, some readers (...) experience it as an imprisoning maze of secret pathways devilishly designed by the author to make them run in circles. Their goal is to navigate the system with a purpose, thus escaping the tyranny of the labyrinth master (...) the reconstitution of the underlying map of network (Ryan, 2001: 183).

Por lo tanto, reafirmando, una vez más, que, en la narrativa digital, no se trata, de hecho, de ganar o perder, el principal atractivo de este tipo de textos es proporcionar al lector la posibilidad de experimentar un conjunto de itinerarios, de hipótesis narrativas, en la construcción de su camino – en la conquista del laberinto del texto pre-programado “en potencia”, o, en posibilidad, por el autor.

Y es que, como señala Ryan (2001: 183), encontrar uno de los sentidos del texto es encontrar “[a] hidden treasure (...) is the reward for having played long enough with the text (...)”.

En este sentido, nos interesa, en particular, establecer un diálogo entre juego y narrativa digital interactiva, y mostrar que, de hecho, al convertir al lector en jugador, la literatura digital se aproxima al entorno de los videojuegos donde el usuario se asume como figura central y donde todo el progreso de la narrativa depende de él.

En realidad, también en la literatura digital interactiva, todo el progreso depende de la *performance* del lector/jugador y de su habilidad para superar los numerosos desafíos de interacción que se proponen. En analogía con el videojuego, podemos considerar que los momentos de interacción propuestos se asemejan a “niveles” que el lector debe superar para acceder al desarrollo de la historia. De hecho, en su proceso de lectura, el lector debe ser capaz de jugar con el texto, manipulándolo, tomando decisiones y eligiendo caminos y recursos. En resumen, debe ser capaz de completar una de las posibilidades narrativas establecidas por el autor de la manera más ingeniosa posible.

Si, como afirma Ryan (2001: 181), en los videojuegos el éxito del juego es lo que asegura la participación activa del lector en el entorno ficcional, entonces,

por analogía, podemos decir que, en el contexto de la literatura digital interactiva, un libro interactivo será tanto mejor cuanto más participación e implicación del lector pueda garantizar.

Desde esta perspectiva, sugerimos, entonces, que, en la narrativa digital, autor y lector cumplen funciones similares a las del rey y la reina (en el juego de ajedrez) para desarrollar, a través de sus movimientos físicos, una *performance* en el interior del hipertexto, en el centro del tablero de juego.

No podemos dejar de insistir en la idea de que hay un fuerte vínculo entre juego y narrativa digital y, en particular, entre las figuras del lector y del jugador o, como hemos venido proponiendo, la identificación y caracterización en torno al lector-jugador. En este sentido y como ha considerado Aarseth:

The cybertext reader is a player, a gambler; the cybertext is a game-world or world-game; it is possible to explore, get lost, and discover secret paths in these texts, not metaphorically, but through the topological structures of the textual machinery. (Aarseth, 1997: 4).

Asimismo, con respecto a la narrativa digital, observamos que el concepto de juego se asocia, principalmente, al movimiento de interacción o de relleno que es desarrollado por el lector a través del proceso interactivo.

En ese caso, consideramos, por lo tanto, que la capacidad del lector para “jugar” con el texto está estrechamente relacionada con los movimientos kinestésicos que desarrolla con el fin de dar respuesta a la “brecha cognitiva” (*cognitive gap*) de la narrativa.

En realidad, como se ha mostrado, durante la lectura de un texto digital el lector busca alimentar un cierto deseo de poner orden en la narrativa, de rellenar el cuerpo del texto, de, en cierto modo, ofrecer unidad a un cuerpo textual, estructuralmente desmembrado.

De esto se deriva, de acuerdo con esta perspectiva, que, al leer una narrativa digital interactiva, lo que va hacer el lector es jugar con las posibilidades ofrecidas por el texto para, a través de un conjunto de opciones y decisiones, ofrecerle una organización y una significación particular basada en su lectura.

De hecho, y en conclusión, destacamos la idea de que el entorno digital favorece la figura del lector interactor, del lector jugador, cuya acción o inacción y su capacidad de jugar, condicionan toda la evolución de la narrativa. Es decir, que si todo el libro funciona como un juego donde el lector debe superar los

distintos retos, entonces, sólo un lector preparado para el desafío de la inmersión y de la interacción podrá leer con eficacia este tipo de literatura.

Por consiguiente, observamos que el hecho de la materialidad de lo digital, que hoy da forma a los productos recreativos (como, por ejemplo, los videojuegos), nos ayuda a pensar, a partir de sus características, una aproximación entre literatura digital y videojuegos.

En efecto, sugerimos, por lo tanto, que los textos digitales, inscritos hoy en soportes interactivos y participativos, se encuentran, actualmente, en especial por la forma en que son diseñados, muy próximos a las estructuras y de las características de los videojuegos, igual que los videojuegos parecen adquirir una naturaleza cada vez más narrativa, característica del medio literario.

Por esa razón, en nuestra opinión, no podemos ignorar esta supuesta “contaminación” entre literatura y videojuegos ya que, enmarcados en el mismo medio digital, parecen compartir, a partir de las propiedades de los nuevos dispositivos, un conjunto de características que los aproximan y nos imponen, como observadores externos, la necesidad de reflexionar acerca de sus relaciones.

En suma, concluimos que reflexionar sobre una de las reconfiguraciones del autor – su conversión en lector jugador – es reconocer que, del entrelazamiento entre literatura y videojuegos, resulta el nacimiento de una figura activa que, aunque mantenga algunas de las características asociadas al lector convencional (el de los libros impresos), adquiere, al mismo tiempo, un conjunto de particularidades y competencias que lo aproximan, en concreto, desde el punto de vista de la interacción, a la figura del jugador.

De esta afirmación, nos interesa mostrar como la narrativa interactiva *Pry* nos presenta un lector jugador que, a través de la interacción, acepta jugar con el texto, respondiendo a los desafíos propuestos y construyendo, a partir de ellos, varias rutas y lecturas que reconstituyen la narrativa a cada gesto y le permiten experimentar varias posibilidades narrativas.

Por consiguiente, para navegar por estas posibilidades narrativas, el lector de *Pry* tiene que completar – como un jugador – los momentos de interacción propuestos a lo largo de la lectura y que funcionan como una especie de “niveles” que este debe superar para avanzar en la historia.



on a montana evening

Figura 3. Momento de interacción propuesto en la narrativa interactiva *Pry*

Obsérvese, a este respecto, que el propio mecanismo de progresión de la lectura utilizado en *Pry* para permitir que el lector entienda cuál es su progreso en la actividad de exploración del texto, se aproxima visual y estructuralmente a las barras de progreso que se encuentran en los videojuegos cuando subimos de nivel.

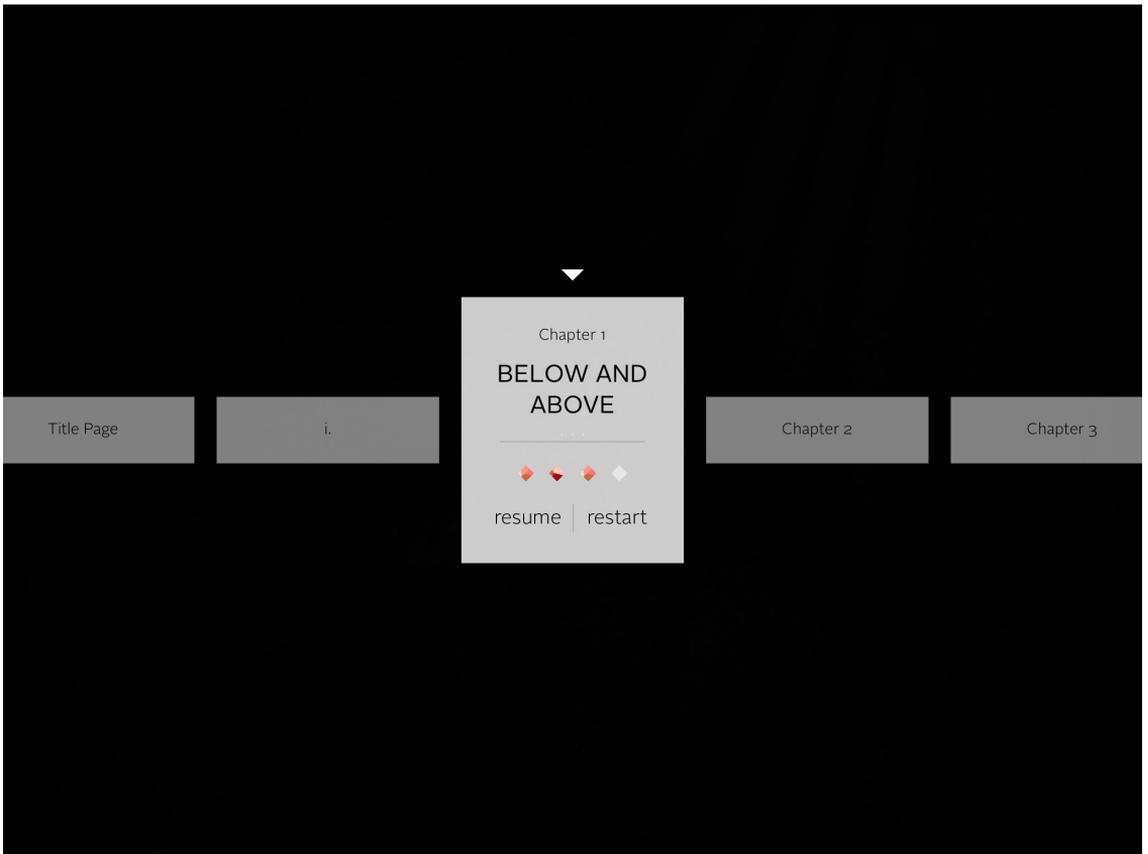


Figura 4. Mecanismo de progresión de la lectura utilizado en *Pry*

De ahí, los diamantes que muestran, en *Pry*, el avance en el texto, parecen asumirse, en analogía, como los distintos niveles de exploración de la narrativa, ya que, cuanto más completo se encuentre el mecanismo de progresión, más avanzado estará el jugador en su tarea de manipulación, navegación y exploración del texto.

Por eso, sugerimos la idea de que leer *Pry* es participar en un texto-juego donde el lector jugador puede explorar la maquinaria textual, perderse, descubrir nuevas rutas en el interior del texto e, incluso, contribuir, a través de su interacción, a la reconstrucción del cuerpo desintegrado de la narrativa digital.

En resumen, observamos que es posible identificar en *Pry* la existencia de un lector jugador, es decir, un lector cuya capacidad de participación en el juego interactivo condiciona la propia evolución narrativa. Desde este punto de vista, sugerimos que es posible reconocer igualmente la presencia de un tex-

to-juego que parece animar al lector a realizar los desafíos interactivos y, con ello, navegar por el texto en el mayor número de rutas posibles.

¿LIBROS DIGITALES, LECTORES ANALÓGICOS? LA PROPUESTA DEL LECTOR 2.0 COMO CAMINO PARA EL DESARROLLO DE NUEVAS ALFABETIZACIONES

Siendo la identidad del lector, como afirman Kirchof y Assumpção (2011: 175-176) una “construção histórica permanente”, una categoría que evoluciona de acuerdo, sobre todo, con los nuevos soportes de escritura y su influencia en las formas de lectura, nos interesa, en particular, plantear la siguiente cuestión: ¿Tenemos libros digitales pero no tendremos, aún, en cierta medida, lectores analógicos? ¿Lectores que, aunque, estén en contacto con los nuevos soportes y las nuevas formas de literatura, no están, aún, munidos de competencias para “leer” con eficacia este tipo de obras?

Desde esta perspectiva, y al referir al lector analógico, justificamos el uso del término “analógico” con la etimología de la palabra griega *analogikós*, que proviene de analogía y que se refiere a una “semelhança ou conformidade de diversas coisas entre si” (Machado J.P., 1956: 532-533). En este caso, los productos analógicos son aquellos que presentan conformidad entre ellos en un conjunto de características. Obsérvese, además, que, en términos informáticos, la palabra analógico se refiere a alguna cosa que “mensura uma grandeza ou demonstra valores de maneira contínua e linear” (Machado J.P., 1956: 532-533). Así que, partiendo de esta última hipótesis (la de la linealidad y de la continuidad), podríamos decir que el lector analógico es un lector que suele leer en un soporte de funcionamiento continuo y lineal – como es el libro impreso – y que, en consecuencia, ha tornado sus propias prácticas de lectura igualmente continuas y lineales. En efecto, ese lector analógico coincide con la figura del lector “pre-digital”, un lector que dispone solamente de las competencias y de los hábitos asociados a la lectura de textos impresos.

Sin embargo, si, como afirma Hayles (2002: 43), el texto digital tiene sus propias especificidades y la comunidad literaria suele mirarlo como si tuviese las mismas propiedades del texto impreso, es necesario comprender que el lector no puede seguir leyendo literatura en soporte digital del mismo modo que lee literatura impresa. Por esa razón, hacemos hincapié en la idea de que el lector necesita dotarse de nuevas competencias que le permitan adaptarse

a la nueva condición del texto, dejando los antiguos paradigmas de la cultura impresa, alterando sus hábitos y percepciones y aceptando el desafío de “reaprender” a leer.

En realidad, el “reaprendizaje de la lectura” se encuentra vinculado a la propia materialidad de los soportes que, presentando hoy nuevas potencialidades, requieren del lector nuevas exigencias y nuevas actitudes en el proceso de recepción de la obras literarias.

Subrayamos que, como hemos mencionado anteriormente, debido al carácter interactivo de los nuevos soportes, el lector siente la necesidad de sumergirse en el dispositivo que los reproduce, interactuando performativamente con el texto y asumiéndose, en el proceso de lectura, como un lector jugador cuya tarea es la de explorar todas as posibilidades narrativas, para poder leer con eficacia la obra.

Por consiguiente, debemos tener en cuenta que es posible encontrar en la literatura digital un conjunto de exigencias (kinésicas, performativas e interactivas) que no encontramos, al menos tan intensamente, en la lectura de un texto impreso.

Por lo tanto, la materialidad de lo digital nos autoriza a pensar en un conjunto de cambios en la figura del lector y en el proceso de recepción de la obra, y, en consecuencia, es importante evaluar, a luz de nuestro tiempo, los cambios en la propia actividad de lectura.

Asimismo, defendemos, de acuerdo con Vouillamoz (2000: 167), la idea de que: “la redefinición estética del producto literario (...) implica un cambio de hábitos en el proceso de recepción de la obra y, en consecuencia, sugiere la necesidad de un replanteamiento de la pragmática de la lectura”.

De ahí, que esta necesidad de replantearse la pragmática de la lectura se encuentre, en nuestra opinión, relacionada con el propio contexto sociocultural ya que, aunque creemos vivir en una sociedad poblada por las nuevas tecnologías, vivimos, aún, en cierto modo, una cierta ignorancia tecnológica ya que, como señala Mark Prensky (2001), nos enfrentamos hoy a dificultades en la comprensión del nuevo lenguaje del digital.

De acuerdo con este autor, dicha dificultad tiene sus raíces en el propio contexto educativo ya que, como destaca:

(...)the single biggest problem facing education today is that our digitalimmigrant instructors, who speak an outdated language (that of the predigital age), are

struggling to teach a population that speaks an entirely new language” (Prensky, 2001: 2).

En ese caso, se puede establecer una analogía entre la cita de Prensky y la literatura digital, considerando, entonces, que el gran problema es el hecho de que, también nuestros lectores, igual que los profesores de los que habla el teórico norteamericano, “hablan” un lenguaje pre-digital y presentan dificultades en comprender que, en realidad, la literatura digital interactiva tiene una materialidad y unas particularidades muy específicas y, por eso, requiere, desde el punto de vista de la recepción, nuevas competencias y nuevas herramientas.

Asimismo, con la cuestión “¿libros digitales, lectores analógicos?” tenemos la intención de subrayar la idea de que la introducción de los medios digitales en la literatura – por su materialidad, por sus especificidades y por sus potencialidades – nos permite anticipar la necesidad de expandir y reforzar la alfabetización mediática y digital, ya que, solo a través de ella se podrá formar el lector, ofreciéndole nuevas herramientas para aprender a leer en contexto digital.

Si, como afirman Lankshear, Snyder y Green (2000: 24-25) “a literacia está a tornar-se tecnológica”, entonces, es necesario mirarla a la luz de las habilidades exigidas por los nuevos soportes y por las nuevas tecnologías digitales.

Reconociendo que también el lector debe hoy, para poder leer competentemente productos digitales, ser digitalmente alfabetizado, consideramos, en nuestra opinión, y de acuerdo con la teorización de Lanham (1995), que el lector debe: ampliar sus competencias en papel a otros soportes digitales, es decir, ya no es suficiente saber “entender e usar a informação escrita” (OCDE, 1995), aunque debe ser capaz de saber “leer”, comprender y contar historias en soporte digital y utilizando distintos lenguajes; debe comprender que “leer” digitalmente significa participar en un proceso de comunicación multisensorial donde la palabra escrita no es el modo de comunicación privilegiado, sino, uno de los modos de comunicación; y, por fin, debe adquirir múltiples competencias de comprensión e interpretación que van más allá de las competencias requeridas por la palabra escrita e incluyen: el sonido, la imagen y otros lenguajes que componen el texto digital.

Asimismo, puesto que, en nuestra opinión, el contexto de recepción frente a nuevos soportes y de nuevos lenguajes conoce, efectivamente, una transformación, es necesario reconocer que, como señala Jewitt (2009), el impacto

visual de la página y de la pantalla y, sobre todo, la forma como la información está organizada plantean la necesidad de nuevos modos de lectura.

Si, en este artículo, ya habemos mencionado algunos de los nuevos “modos” propuestos para la lectura digital solo hay que referir, a conclusión, que la materialidad interactiva de los nuevos dispositivos requiere ahora, por parte del lector, una actitud más activa en comparación con la adoptada en los medios analógicos.

Obsérvese que, al contrario que con el soporte impreso, donde el lector colabora activamente en la interpretación y en la construcción de significados, en las obras literarias digitales, por contra, la participación se intensifica ya que el lector se asume como un constructor de la narrativa y del texto puesto que es a través de su participación física que toda la historia gana vida.

A este dato se suma, además, el hecho de que, habiendo sido el lector entrenado, al largo de siglos de relaciones entre texto e imagen, a leer, en el texto literario, distintos lenguajes, es ahora el momento de, en el entorno digital, poner en práctica su capacidad de lectura multimedia y mostrar que para leer digitalmente no es suficiente saber leer la palabra escrita sino que es necesario también saber leer todos los lenguajes que componen los nuevos enunciados digitales (imagen, imagen en movimiento, sonido, etc.).

Desde esta perspectiva, se abren caminos para pensar, a partir de nuestra propuesta, nuevos modos de leer, condicionados por el surgimiento de nuevos soportes que, consecuentemente, nos introducen a una necesidad de replantear la cuestión de la alfabetización en medios digitales.

Si, como afirma Gilster (1997: 8), ser digitalmente alfabetizado implica adaptar nuestras capacidades a un nuevo medio, entonces, sugerimos que, en la literatura digital interactiva, la alfabetización se encuentra determinada por el modo en que dominamos las competencias básicas implicadas por los nuevos medios y por los nuevos soportes.

Por consiguiente, hacemos hincapié en la idea de que, como señala Gilster, hablar de competencias básicas no es hablar solamente de competencias técnicas u operacionales, ya que “digital literacy involves mastering ideas, not key strokes” (Gilster, 1997: 8).

En este sentido, nos interesa, de forma particular, subrayar la idea de que ser alfabetizado digitalmente no significa solamente dominar, desde el punto de vista técnico y práctico, los medios y dispositivos digitales, sino, incluso, ser capaz de desarrollar investigación en medios digitales, leer a través de

estructuras no-lineales o hipertextuales, relacionar y producir información y, además, ser capaz de evaluar críticamente el contenido al que accedemos.

Asimismo, destacamos, por lo tanto, que la alfabetización digital requiere el mantenimiento y desarrollo de competencias manifestadas en los medios impresos (competencias analógicas), a las cuales deben ser añadidas competencias tecnológicas o computacionales que permitan al lector, desde el punto de vista técnico, poder manejar las nuevas herramientas y dispositivos.

A propósito de eso, si las competencias “analógicas” traducen una capacidad ya adquirida para entender y usar la información, creemos que a estas deben ser, necesariamente, añadidas competencias tecnológicas que permitan al lector acceder y comprender la información transmitida en el medio digital.

Creemos, por esa razón, que pensar la alfabetización digital en los días de hoy implica, necesariamente, pensar en la capacidad del individuo de entender y usar la información, pero, sobre todo, pensar esta capacidad asociada a otra: la de la competencia computacional – que le permite, desde el punto de vista técnico, el dominio de un conjunto de conocimientos básicos para manejar los nuevos soportes digitales y, asimismo, acceder con eficacia a la información disponible.

En conclusión, y después de desarrollada una reflexión introductoria a la alfabetización digital, nos interesa proponer, en la misma línea de pensamiento, y basados en las transformaciones de la figura del lector, la idea de que es necesaria hoy una alfabetización digital aplicada a la lectura en nuevos entornos digitales.

Por lo tanto, y subrayando la ingenuidad que representa mirar al nuevo lector con las “gafas” del texto impreso, consideramos esencial, para la comprensión del fenómeno de la literatura digital y del *lector 2.0*, señalar algunas de las competencias que debe poseer o desarrollar el lector de textos digitales.

En ese caso, y para completar la reflexión, argumentamos que, con la introducción de nuevos soportes en la literatura, deben ser añadidas a las capacidades del lector las siguientes competencias: *la competencia computacional* – que se traduce en el conocimiento de los elementos básicos de la tecnología computacional – funciones, sistemas operativos, dominio de soportes digitales – *softwares*, programas, herramientas – y respectiva manipulación; *la competencia multimedia* – que se traduce en la capacidad para conocer y leer distintos lenguajes – vídeo, sonido, imagen, animación, etc. – englobadas en la lectura y comprensión del texto digital y *la competencia hipertextual* – que se

traduce en la capacidad de lectura y comprensión del texto como estructura no secuencial e compuesta por material dinámico que desplaza el lector de *hiperlink* en *hiperlink*.

En pocas palabras, merece la pena observar que pensar en el lector digital y sus alfabetizaciones implica, ante todo, reconocer la existencia de un lector *per se*.

Este lector *per se*, concepto creado por nosotros, se corresponde, en nuestra teorización, con la figura del lector de textos impresos que, durante años, fue animado por la producción de las vanguardias a dotarse de herramientas (como el aprendizaje de una lectura multimedia y el aprendizaje de una lectura no secuencial) que le serán útiles en el momento de leer el texto digital.

Así que, de acuerdo con nuestra propuesta, el lector *per se*, el lector analógico, se enfrentaría, con la aparición de los nuevos medios digitales, a un proceso de sofisticación que culminaría con la necesidad (para leer con eficacia los textos de los nuevos soportes) de adquirir competencias computacionales, multimedia y hypertextuales que le permitiesen manejar y comprender el texto digital.

CONCLUSIONES

En conclusión, y acortando nuestra propuesta, insistimos en la idea de que el lector ya dispondría – como hemos referido a lo largo de la primera parte de este artículo – de sofisticadas competencias adquiridas por los hábitos de lectura en soportes impresos y que serían, en la era digital, complementados por una alfabetización técnica y tecnológica – manifestada por el dominio de las herramientas de *hardware* y *software* – y que le permitirían, por fin, cumplir con su rol de lector en el medio digital .

Por ese motivo, consideramos importante destacar, una vez más, que, con el surgimiento de los nuevos medios y de los nuevos soportes, la figura del lector se enfrenta a algunas reconfiguraciones de entre las cuales la más importante es, quizás, la necesidad de aceptar el desafío de “reaprender a leer”.

En consecuencia, creemos que, aunque el lector disponga de herramientas para comprender, desde la Antigüedad, la multiplicidad del texto, es necesario reconocer que leer en formato digital no es lo mismo que leer en formato impreso y, por eso, hay un conjunto de nuevas competencias que tienen, necesariamente, que ser desarrolladas.

Argumentamos, por lo tanto, que al lector analógico se le plantea el manifiesto desafío de aprender a leer en medios y soportes digitales, el desafío de

expandir sus capacidades y competencias a las especificidades y materialidades de este tipo de literatura. Por ese motivo, creemos que leer obras digitales interactivas requiere, por parte del lector, nuevos comportamientos y el despertar de nuevos modos de lectura.

Como resumen y conclusión de lo ya expuesto, lo que proponemos en este artículo, es, admitiendo la existencia de una reconfiguración en el rol de lector, el desarrollo de una propuesta para una nueva alfabetización digital para el lector analógico ya que creemos que solamente a través del desarrollo de nuevas competencias este puede adoptar las condiciones necesarias para leer con eficacia los nuevos textos digitales.

REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

- AARSETH, E. (1997). *Perspectives on Ergodic Literature*, The John Hopkins University Press, Baltimore.
- ALQUÉRES, H. y POLICARPO, C. (2016). «A evolução dos textos e os novos Leitores». <http://observatoriodaimprensa.com.br/jornal-dedebates/_ed772_a_evolucao_dos_textos_e_os_novosleitores/>, [27/04/2016].
- CHARTIER, R. (1999). *A Aventura do Livro: do leitor ao navegador*, UNESP, São Paulo.
- BERNARDES, J. A., MIGUÉIS, A., y FERREIRA, C. (2015). *A Biblioteca da Universidade: Permanência e Metamorfoses*, Imprensa da Universidade de Coimbra, Coimbra.
- GILSTER, P. (1997). *Digital Literacy*, Willey, New York.
- GORMAN, S. y CANNIZZARO, D. (2014). *Pry*, Tender Claws LLC.
- HAYLES, K. (2002). *Writing Machines*, MIT Press, London.
- HUIZINGA, J. (1955). *Homo Ludens: A study of the play element in culture*, Beacon Press, Boston.
- JEWITT, C. (2009). *Technology, literacy and learning: a multimodal approach*, Routledge, New York.
- KIRCHOF, E. y ASSUMPÇÃO, S. (2011). "O ciberleitor infante-juvenil: identidade e literatura digital", *Signo*, nº60, 36, pp. 175-194.
- LANCKSHEAR, C., SNYDER, I., GREEN, B. (2000). *Teachers and technoliteracy: managing literacy, technology and learning in schools*, Allen&Unwin, Australia.
- LANHAM, R. (1995). "Digital Literacy: multimedia will require equal facility in word, image and sound", *Scientific American*, nº273, 3, 198-199.
- MACHADO, J. P. (1956). Entrada "Analógico". In J. P. Machado, *Dicionário Etimológico da Língua Portuguesa* (pp. 532-533). Livros Horizonte, Lisboa.

- MURRAY, J. (2003). *Hamlet no Holodeck*, Itaú Cultural, São Paulo.
- PRENSKY, M. (2001). "Digital Natives, Digital Immigrants", *On the Horizon*, Vol.9(5), 1-6.
- RYAN, M.L. (2001). *Narrative as Virtual Reality*, The John Hopkins University Press, Baltimore.
- SANTAELLA, L. (2004). *Navegar no Ciberespaço: o perfil cognitivo do leitor imersivo*, Paulus Editora, São Paulo.
- VOUILLAMOZ, N. (2000). *Literatura e Hipermedia*, Paidós, Barcelona.

CV

Isa Mestre es graduada en Ciencias de la Comunicación, Mestre en Producción, Edición y Comunicación de Contenidos multimedia y está desarrollando el doctorado en Comunicación, Cultura y Artes, en la area de las narrativas digitales. Actualmente es gestora de comunicación en el Centro de Biomedicina, en la Universidad del Algarve.

Es también investigadora en el Centro de Investigación en Artes y Comunicación (CIAC) y desde 2012 a 2015 enseña como profesora invitada en la Facultad de Humanidades y Ciencias Sociales y en la Escuela de Educación y Comunicación, en la Universidad del Algarve.

Isa Mestre has a degree in Communication Sciences and a Master in Production, Edition and Communication of Multimedia Content. She is currently developing a PhD in interactive digital literature. Isa is also a researcher at the Research Center in Arts and Communication (CIAC) and has taught in 2012, 2013 and 2014 as Invited Assistant Professor in the Faculty of Education and Communication and in the Faculty of Humanities and Social Sciences at the University of Algarve, Portugal.

HACIA UN BALANCE DE LA LITERATURA HIPERMEDIA

Luis Pablo Núñez

Universidad de Granada

luispablo@ugr.es

Resumen: La transición de una cultura escrita a una cultura audiovisual que está ocurriendo desde finales del siglo XX hasta la actualidad ha afectado de manera directa al mundo del libro y, como no podía ser de otra manera, también a la literatura.

Con el término literatura digital o literatura hipermedia se hace referencia a aquellas obras literarias creadas mediante algún tipo de software y visualizadas específicamente a través de una pantalla donde texto, sonido e imagen se combinan. Se trata de una nueva textualidad que se aprovecha de los recursos técnicos, gráficos e interactivos suministrados por la computación y posibilita la interactividad con el lector, la modificación del orden de lectura lineal mediante el hipervínculo y la incorporación de elementos audiovisuales que complementan o sustituyen el texto literario.

Este texto busca introducir al investigador en los recursos existentes sobre literatura hipermedia y hacer un balance de las últimas líneas de investigación: ¿qué instituciones promueven su estudio? ¿Qué aspectos destacan los investigadores al analizarla? ¿Qué temas han sido ya tratados? ¿Cuáles son las tendencias y enfoques vigentes en los últimos trabajos?

Para ofrecer este estado de la cuestión, se analizan los últimos congresos de la Electronic Literature Organization (ELO) y los encuentros de su correlato europeo, la Electronic Literature as a Model of Creativity and Innovation in Practice (ELMCIP), así como las antologías de obras seleccionadas en los tres volúmenes de la ELO Collection y en la Anthology of European Electronic Literature.

Palabras clave: Literatura digital; cibercultura; humanidades digitales; ELO; ELMCIP

Abstract: *The evolution happened in the last decades of XXth Century from a written culture to an audiovisual culture has directly affected printed books and, of course, literature.*

Digital or electronic literature (e-lit) refers to literary works created by computer, where text, sound and image are combined. This new textuality uses the technical, graphic and interactive resources provided by the computer, and it enables the reader to interact with, modifying reading order through hyperlinks or audiovisual elements which complement or replace the literary text.

This paper introduces the researcher in the main resources regarding digital literature, and traces the latest lines of research. We will seek to answer questions such as: Which institutions are promoting studies on digital literature? What elements do researchers highlight when studying it? What are the most recent trends and approaches on this field?

In order to achieve this study, the last conferences of the Electronic Literature Organization (ELO) and the meetings of its European correlate, the Electronic Literature as a Model of Creativity and Innovation in Practice (ELMCIP), have been analysed, as well as the literary works included in the ELO Collection volumes and the Anthology of European Electronic Literature.

Key-words: *E-lit; cibercultura; Digital Humanities; ELO; ELMCIP*

CIBERCULTURA, DIGITALIZACIÓN Y LITERATURA

La consolidación del uso de Internet en el modo de vida actual va más allá del intercambio de datos en la sociedad de la información. Lo que en un principio surgió como un sistema de comunicación entre ordenadores se ha convertido décadas después en el soporte inmaterial de difusión y almacenamiento de nuestra cultura. La modificación de costumbres y modos de vida que esto ha supuesto ha dado lugar así al nacimiento de un nuevo término con que definir este hecho: la cibercultura.

La automatización de procesos ha convertido los ordenadores en algo imprescindible. La irrupción de la red ha sido una consecuencia más de ese desarrollo técnico: si la primera etapa consistió en crear grandes cantidades de datos, la segunda ha creado los caminos por los que transmitir esos datos sin importar los lugares. La red se ha convertido en el sistema de autopistas por el que circulan texto, audio e imágenes reducidas a un sistema binario.

Este cambio en la gestión de la información ha provocado una revalorización de las formas y de los contenidos. Lo físico se ha devaluado y, en ciertos casos, ha sido sustituido: ya no es tan relevante poseer algo, como poder acceder a ello cuando es preciso (por ejemplo, el conocimiento enciclopédico, lo que ha provocado el fin de la publicación de enciclopedias en papel). La nueva capacidad de disponer rápidamente de algo ha originado la digitalización, lo que ha supuesto un nuevo paradigma audiovisual. La música y la fotografía han sido digitalizados y procesados en audio e imagen, hasta el punto de hacer desaparecer sus referentes físicos: cintas de casete, carretes y negativos fotográficos son ya testimoniales, y quizá pronto lo serán también los cedés y DVD.

El mundo del libro no es ajeno a estas transformaciones. A través de proyectos de digitalización, manuscritos e impresos han sido reproducidos fotográficamente y convertidos en objetos digitales, accesibles desde repositorios institucionales; paralelamente, han surgido aparatos de tinta electrónica donde poder leer libros en soporte digital. El libro físico ha sido así digitalizado para, mediante esa nueva reproducción, poder acceder a nuevos lugares a través de la red.

Estos cambios mencionados se refieren fundamentalmente a los soportes, pero los contenidos también se han visto influenciados por el desarrollo tecnológico. La transición de la cultura escrita a la cultura audiovisual ha afectado de

manera directa al mundo del libro y, como no podía ser de otra manera, también a la literatura. Una nueva modalidad de textos, creada con ordenadores y pensada para ser visualizada en ordenadores, ha surgido en las últimas décadas. Determinados autores han adaptado esas nuevas capacidades tecnológicas que ofrece la informática a los textos y han dado lugar a obras literarias: poemas electrónicos, cuyos versos aparecen o desaparecen tras un breve periodo de tiempo, novelas que usan hipervínculos, historias narradas en blog que se van escribiendo poco antes de que se lean...

El objetivo de este capítulo es describir esa nueva literatura digital o hipermedia, introducir al investigador en los recursos existentes y hacer un balance de las últimas líneas de investigación en este campo: ¿cuáles son las instituciones que comenzaron a investigar y recopilar esta nueva literatura? ¿Qué estudios se han realizado hasta nuestros días? ¿Cuáles son los aspectos que se han destacado en los estudios y qué perspectivas futuras de investigación hay?

En definitiva, pretendemos ofrecer un estado de la cuestión sobre la literatura digital en nuestros días. Para ello, analizamos las intervenciones de los especialistas en los últimos congresos de la Electronic Literature Organization (ELO) y los encuentros de su correlato europeo, la Electronic Literature as a Model of Creativity and Innovation in Practice (ELMCIP), y prestamos atención a las antologías de obras literarias seleccionadas en los varios volúmenes de la *ELO Collection* y en la *Anthology of European Electronic Literature*.

QUÉ ES LA LITERATURA DIGITAL

Nos referimos con los términos literatura digital, literatura electrónica o literatura hipermedia (*digital literature, electronic literature, e-lit*) a aquellas obras literarias creadas mediante algún tipo de software y visualizadas específicamente a través de una pantalla donde texto, sonido e imagen se combinan.

Se trata de una nueva textualidad que aprovecha los recursos técnicos, gráficos e interactivos suministrados por la computación y que posibilita la interactividad con el lector, la modificación del orden de lectura lineal mediante el hipervínculo y la incorporación de elementos audiovisuales que configuran, complementan o sustituyen el texto literario.

Esta literatura nacida digital, que requiere una pantalla de ordenador o de un dispositivo electrónico para ser leída o visualizada, es completamente distinta de la literatura digitalizada, esto es, aquella que se publica o ha publicado

en papel, pero que ha sido escaneada o transcrita para su lectura o visualización en pantalla.

Durante los años noventa y la primera década del siglo XXI se han potenciado económicamente muchos proyectos de digitalización de fondos librarios que han puesto en la red obras teatrales, narrativas o poéticas mediante el escaneado de sus páginas o la transcripción de su contenido a soporte informático. Así, se han digitalizado textos de nuestros principales autores teatrales del Siglo de Oro (“Proyecto TESORO de edición electrónica del Teatro Español del Siglo de Oro para la difusión del español y la formación a distancia”, Universidad Carlos III de Madrid) y se han creado bibliotecas virtuales de escritores modernos y contemporáneos, españoles y extranjeros: ejemplos de ello son el portal “Internet Shakespeare Editions” o la colección “Theatre Classique” de La Sorbona, con más de setecientos textos teatrales de 1610 a 1802, entre otros muchos¹.

Ha habido incluso iniciativas anteriores, como el Proyecto Gutenberg (1971), *The Oxford Text Archive* (1976) o el Proyecto Perseus² de la Universidad de Tufts (1985), que han transcrito grandes cantidades de obras literarias a formatos de texto TXT, HTML, XML o PDF, e iniciativas empresariales —Google con Google Books, Microsoft y Yahoo con Internet Archive— que han contribuido a crear una biblioteca digital mundial inimaginable décadas atrás. Ahora bien, este auge de la digitalización, que ha sido favorecido con el desarrollo tecnológico de los aparatos lectores de tinta electrónica y con la comercialización de ebooks por parte de editoriales, no debe confundirse con la literatura digital. El libro electrónico, conversión a soporte informático de una obra impresa, aunque ofrezca un texto literario, es literatura digitalizada con un cambio de formato, pero no literatura digital.

Para saber qué es literatura digital hay que partir de una concepción hipermedia desde su origen, lo que supone inevitablemente una nueva forma de realización. No obstante, los límites con otros productos multimedia no es siem-

1. Proyecto Tesoro, <<http://www.bib.uc3m.es/~nogales/xml/tesoro/>> [15/02/2017]; portal “Shakespeare Editions”, (<<http://internetshakespeare.uvic.ca/>> [15/02/2017]; colección “Theatre Classique”, <<http://theatre-classique.fr/>> [12/02/2017]. Véase el directorio de recursos digitales ofrecido por las 48 bibliotecas nacionales de Europa accesible desde The European Library, <<http://www.theeuropeanlibrary.org/tel4/discover>> [12/02/2017], así como otros repositorios y bibliotecas digitales europeas accesibles desde Europeana, <<http://www.europeana.eu/portal/es/allez-literature.html>> [12/02/2017].

2. Cfr. Proyecto Gutenberg, <<http://www.gutenberg.org/>> [25/01/2017]; *The Oxford Text Archive*, <<http://ota.ahds.ac.uk/>>; Perseus Digital Library Project, <<http://www.perseus.tufts.edu/>> [25/01/2017].

pre es sencilla, lo que hace preciso definirla. Para N. Katherine Hayles (2007), quizá la teórica más relevante sobre literatura digital desde los años noventa, la respuesta a la pregunta qué es literatura electrónica sería esta: literatura digital sería toda obra creada por medio de un ordenador que generalmente requiere una pantalla para su visualización o lectura; o, en otras palabras, “toda obra con características literarias que aproveche las capacidades creativas suministradas por un ordenador autónomo o en red”:

Electronic literature, generally considered to exclude print literature that has been digitized, is by contrast “digital born,” a first-generation digital object created on a computer and (usually) meant to be read on a computer. [...] The committee’s choice was framed to include both work performed in digital media and work created on a computer but published in print (as, for example, was Brian Kim Stefans’s computer-generated poem “Stops and Rebels”). The committee’s formulation: “work with an important literary aspect that takes advantage of the capabilities and contexts provided by the stand-alone or networked computer³.”

Las primeras obras de literatura digital surgen en los años 80, pero, salvo estas muestras tempranas —como los poemas (*Texts*) de Alan Sondheim escritos en lenguaje de programación Pascal y el poema chino “Clown” de Shao-lian Su, 1981—, su desarrollo mayor se dará a partir de los años 90. Todavía no estaba extendido Internet cuando estas primeras obras se crearon, por lo que eran almacenadas en discos flexibles y para realizarlas los autores usaron en ocasiones programas informáticos propios. Debido a las limitaciones tecnológicas, se trataba de obras de grafismo limitado que jugaban con la animación, el color y el sonido.

Con la llegada de Internet surge una “segunda generación” de obras de la que es representativo *Storyspace*, el software hipertextual creado por Michael Joyce, Jay David Bolter y John B. Smith. La propia Hayles señala 1995 como el año de transición de estas obras primeras a las posteriores, que usarán la web y otros muchos recursos informáticos como soporte. La obra *Patchwork*

3. Citamos por la edición en línea, aunque existe asimismo una versión impresa del texto que apareció en las actas del congreso de 2008 de la Electronic Literature Organization (ELO) en Vancouver con el propósito de difundir su contenido por bibliotecas físicas: *Electronic Literature: New Horizons for the Literary*. Notre Dame, Ind.: University of Notre Dame Press, 2008, pp. 1-43.

Girl (1995) de Shelley Jackson sería, en su opinión, el ejemplo más importante y representativo de ficción hipertextual de ese periodo clásico⁴.

QUÉ INSTITUCIONES PROMUEVEN EL ESTUDIO DE LA LITERATURA DIGITAL

La literatura digital cuenta con unas pocas décadas de historia, pero ya desde sus inicios surgieron instituciones que se preocuparon por estudiar esta nueva literatura electrónica y recopilar los estudios que iban surgiendo. Podemos destacar tres: la norteamericana ELO, la europea ELMCIP y la canadiense NT2.

ELO. La primera institución y la más influyente es sin duda la Electronic Literature Organization (ELO). Fue fundada como organización sin ánimo de lucro en Chicago en 1999 por Robert Coover, Scott Rettberg y Jeff Ballowe y está integrada por desarrolladores de software, escritores, artistas, profesores y otras personas vinculadas al ámbito académico. En 2001 se trasladó a la Universidad de California (UCLA), en 2006 al Maryland Institute of Technology in the Humanities (MITH) de la Universidad de Maryland y desde julio de 2011 su sede se encuentra ubicada en el Massachusetts Institute of Technology (MIT).

La misión de la ELO es promover la creación, publicación, conservación y difusión de la literatura creada a través de medios electrónicos; para ello ha establecido premios (Electronic Literature Awards program), realiza congresos donde se reúnen regularmente los especialistas y recensa a través de un directorio en línea la bibliografía que se va publicando.

De acuerdo con el propósito de conservación de las obras literarias, la ELO ha realizado varios informes relativos a la conservación y migración de datos⁵ y

4. *Patchwork girl, or, A modern monster by Mary/Shelley, & herself: a graveyard, a journal, a quilt, a story & broken accents* retoma el mito de Frankenstein y plantea la hipótesis de si, más allá de una ficción, Mary Shelley hubiese construido un monstruo (mujer) en la realidad. La obra no es de dominio público, se publicó en CD-ROM y hoy puede comprarse como un usb para Mac (<<http://www.eastgate.com/catalog/PatchworkGirl.html>> [25/04/2017]). Un análisis de esta obra puede verse en ELO Directory (<<http://directory.eliterature.org/node/323>> [25/04/2017]) y ELMCIP Directory (<<https://elmcip.net/node/239>> [25/04/2017]). La crítica sobre esta obra, muy abundante, la ha analizado tanto en relación con la posterior literatura electrónica como con los estudios en torno al cuerpo (cfr. <<http://www.cyberartsweb.org/cpace/ht/pg/pgov.html>> [25/04/2017]).

5. Nick Montfort, Noah Wardrip-Fruin: *Acid-Free Bits: Recommendations for Long-Lasting Electronic Literature*, v1.0 June 14, 2004, <<https://eliterature.org/pad/afb.html>> [26/04/2017]. Fue publicado en 2004, pero fue encargado en 2002 en el primer congreso de la UCLA. El segundo fue el de Alan Liu et al.: *Born-Again Bits: A Framework for Migrating Electronic Literature*, v1.1 August 5, 2005. Da recomendaciones sobre preferencias de sistemas informáticos, formatos y emulación de viejos softwares en nuevas plataformas <<http://eliterature.org/pad/bab.html>> [26/04/2017].

varias colecciones de obras literarias (*ELO Collection* vols. 1-3) que mencionaremos después.

ELMCIP. La europea ELMCIP (Electronic Literature as a Model of Creativity and Innovation in Practice) es el resultado de un proyecto trianual (2010-2013) promovido por el fondo europeo para la investigación en el área de Humanidades (Humanities in the European Research Area, HERA). Surgió en 2010 como una plataforma de apoyo donde reunir los diversos grupos de profesores, investigadores y artistas que estudiaban aisladamente la literatura digital en Europa. Su propósito es además promover el conocimiento y difusión de la literatura electrónica europea en sus múltiples lenguas, en contraposición a la preeminencia ejercida por la estadounidense ELO, que tiene un cariz claramente anglosajón.

En ella participan ocho instituciones, de las cuales una no académica: las universidades de Bergen (Noruega), Ámsterdam (Países Bajos), Liubliana (Eslovenia), Jyväskylä (Finlandia), el Blekinge Institute of Technology (Suecia), el University College Falmouth at Dartington (Inglaterra), el Edinburgh College of Art de Escocia y el New Media Scotland.

Al igual que la ELO, ELMCIP promueve encuentros regularmente y recopila una base de datos sobre autores, obras, eventos y recursos didácticos relacionados con la literatura digital; en 2012 lanzó una antología de obras electrónicas seleccionadas, *A Multilingual Anthology of European Electronic Literature*, acompañada de materiales para su explotación didáctica.

NT2. La tercera institución destacada en el estudio de la literatura digital es el laboratorio canadiense NT2 (Laboratoire de recherche sur les œuvres hypermédiatiques «Nouvelles technologies, Nouvelles Textualités»). Tiene su sede en la Universidad de Montréal (Québec). Fue fundado en 2004 con el apoyo económico de la Fondation canadienne pour l'innovation (FCI) en el marco del programa de Fonds de l'avant-garde (FA)⁶ (a partir, pues, de una iniciativa estatal, similar al caso de ELMCIP). Su propósito es, como en las otras dos mencionadas, promover el estudio, creación y archivo de nuevas formas de texto u obras hipermedia. Para ello promueve la investigación interdisciplinar en artes y literatura (de la que es testimonio sus revistas *Cahiers virtuels* y *Captures*⁷, donde aparecen monográficos sobre estudios literarios, cinematografía, artes visuales y otros medios) y agrupa bajo su seno diferentes inves-

6. <<http://nt2.uqam.ca/fr/chaire-nt2>> [20/04/2017].

7. <<http://revuecaptures.org/a-propos>> [20/04/2017].

tigadores canadienses. Su directorio, que mencionaremos después, es quizá el más amplio y completo de todos, pues no se restringe a la literatura digital, sino a cualquier obra hipermedia creada desde 1986, y se enriquece continuamente. El proyecto NT2 se amplía con un macroportal de referencia donde se pretende dar a conocer todas las novedades sobre las artes electrónicas; este portal, Observatoire de l'imaginaire contemporain (OIC, <<http://oic.uqam.ca/>>), recoge también las investigaciones del grupo de investigación *Figura*.

Podría añadirse también el organismo Electronic Poetry Center (<http://epc.buffalo.edu/>), fundado en 1995 en la Universidad de Buffalo en colaboración con la de Pensilvania, que promueve los encuentros regulares *E-Poetry* y tiene como propósito poner a disposición de autores y estudios recursos sobre poesía electrónica, y The Society for Literature Science and the Arts (SLSA, <<http://litsciarts.org/>>), centrada en las relaciones entre literatura, arte, ciencia y tecnología.

Existen asimismo grupos de investigación en Humanidades Digitales como el Bergen Electronic Literature Research Group (Noruega) o el Electronic Textual Cultures Lab de la University of Victoria, British Columbia (Canadá), entre otros, y redes como la Latin American E-Literature Network, pero las tres instituciones analizadas arriba –ELO, ELMCIP y NT2– son sin duda las más relevantes.

LOS DIRECTORIOS Y LAS ANTOLOGÍAS DE LITERATURA DIGITAL

Las funciones de las instituciones descritas arriba pueden resumirse básicamente a tres: reunir la información académica disponible sobre literatura digital, promover los estudios y la creación de nueva literatura digital mediante premios o encuentros, y conservar la existente, estableciendo un canon con las más representativas.

Directorios. Para cumplir el primer punto se crearon los directorios de literatura digital. Al tratarse de obras tan recientes, para estudiar la literatura digital, primero había que saber qué obras existían y dónde se encontraban, algo no siempre sencillo, pues muchas son creaciones de artistas individuales y se localizan en páginas web efímeras. En los directorios se localizan y enlazan aquellas obras literarias disponibles en la web, se describen otras publicadas en diferentes soportes (cederrón o DVD) y se citan otras impresas que, incluso antes del desarrollo de la informática portátil, comparten las características de las nuevas textualidades creadas para medios digitales (como por ejemplo

las obras del taller de experimentación literaria OuLiPo). También realizan una labor de recopilación bibliográfica, recopilando aquellas obras y artículos que versan o mencionan la literatura digital.

Por orden cronológico el primer directorio fue el de la *Electronic Literature Organization*⁸, que fue creado en el momento de la fundación de la ELO con el objeto de recopilar los recursos existentes sobre literatura digital (obras y estudios relativos a estas); el *Répertoire des arts et littératures hypermédiatiques*⁹ del laboratorio canadiense NT2 surgió seis años más tarde, en 2005, y por último en 2010 la base de datos sobre literatura electrónica (*Electronic Literature Knowledge Base*) del ELMCIP¹⁰, que complementa la información del directorio de la ELO, aunque en ocasiones lo toma como referencia y duplica contenidos.

La información que se recopila en estos directorios versa sobre autores, descripciones de obras (a veces con capturas de pantalla o vídeos), escritos académicos, información sobre encuentros y ejercicios didácticos sobre literatura digital. Puesto que todos tienen en común una misma materia de estudio y unos objetivos similares, sus conexiones entre sí son patentes, aunque, debido al diferente carácter institucional que hay detrás de ellas, cada una cuenta con sus peculiaridades y un número distinto de obras recensadas: NT2, por ejemplo, da noticia de casi 4000 obras (3962 en mayo de 2017), entre las que se encuentran blogs, objetos 3D, textos animados, vídeos, obras hipertextuales, generadores de imagen, texto o sonido, etc. Además de informar sobre ellas, los directorios las clasifican según diferentes criterios (lingüísticos, de género, temáticos) de manera que puedan establecerse paralelismos con otras.

Además de enriquecerse con más datos, los directorios se han modificado técnica y conceptualmente a lo largo del tiempo. Desde la creación del directorio de la ELO en 1999 hasta 2010 este consistió en la identificación y descripción de las obras de literatura digital y de otros recursos bibliográficos. El propósito de la ELO era recoger el mayor número de informaciones sobre este nuevo tipo de obras y sobre la crítica académica que se está realizando en torno a ellas, dejando para un segundo momento el análisis. Desde el año 2011, sin embargo, el directorio sufrió una transformación y ofreció la posibilidad de que esta descripción pudiera ser colaborativa, mediante una plataforma de tipo wiki que incluyera etiquetas (*tags*), descripciones y discusiones. Esto supuso volcar la

8. <<http://directory.eliterature.org/>> [25/01/2017].

9. <<http://nt2.uqam.ca/fr/search/site>> [12/05/2017].

10. <<http://elmcip.net/knowledgebase/>> [15/04/2017]

información procedente de la vieja plataforma y añadir las descripciones y etiquetas que faltaran. La inclusión de este sistema de etiquetado se encuentra asimismo en los otros directorios y ha pasado a ser una de sus características más relevantes.

Existe un proyecto conjunto llamado The Consortium for Electronic Literature (CELL) que agrupa los centros que están desarrollando repositorios o bases de datos sobre literatura digital: ELO, ELMCIP, NT2, Universidade Fernando Pessoa (Po-ex.net), University of Western Sydney, University of Siegen, Brown University, etc. El objetivo de esta red, bajo la dirección de la ELO, es establecer unos estándares que permitan el intercambio de metadatos e interoperabilidad entre los distintos repositorios.

Antologías. Los repositorios informan sobre todas las obras de literatura digital que se han localizado, pero, si lo que se quiere es descubrir las más representativas, tendremos que acudir a las antologías.

La colección de la ELO (*Electronic Literature Collection*)¹¹ es una continuación lógica del directorio. Se trata de una publicación periódica selectiva que recoge los ejemplos más significativos de la literatura electrónica de un periodo concreto. Se publica bajo licencia *Creative Commons* en la web y puede solicitarse con fines educativos en USB. Hasta el momento se han publicado tres volúmenes: el primero en octubre de 2006, el segundo cuatro años y medio después, en febrero de 2011, y el tercero en febrero de 2016.

La ELO *Collection* es el repositorio más prestigioso de la literatura digital electrónica, si bien el carácter anglosajón de la iniciativa ha provocado que ELMCIP haya publicado otra antología que muestre una visión más global.

Aunque no sea intencionado y responda en buena medida a la gran influencia anglosajona y al mayor número de obras existentes, entre las 60 obras recogidas en el volumen 1 solo 7 contienen varias lenguas o están realizadas en una lengua diferente del inglés¹², y la etiqueta usada para estas es precisamente "Multilingual or Non-English", es decir, una oposición que remite a lengua inglesa frente a no inglesa, donde entran las restantes.

11. <<http://collection.eliterature.org/>> [25/01/2017].

12. Estas obras son: *Birds Singing Other Birds' Songs*, *Jean-Pierre Balpe ou les Lettres Dérangées*, *Like Stars in a Clear Night Sky*, *The Set of U* (obra en francés, aunque con versión traducida al inglés), *Translation* (inglés, francés y alemán), *White-Faced Bromeliads on 20 Hectares y Windsound*.

En el segundo volumen de la *ELO Collection* el número de obras bilingües/ plurilingües o en otras lenguas crece, hasta llegar a 14 de las 62 obras recogidas, lo que muestra la voluntad de apertura hacia otras regiones¹³.

El volumen tercero incluye obras en lenguas como el árabe, chino, japonés, neerlandés, noruego, polaco, portugués, ruso y español (16 obras, la mayor parte de autores hispanoamericanos: México, Perú, Colombia y Argentina), pero todavía la primacía del inglés es aplastante, con más de 100 obras en esta lengua.



Figura 1. Captura de pantalla de la *ELO Collection 1*. Fuente: <<http://collection.eliterature.org/1/>>

Para compensar esta desigualdad, ELMCIP hizo en 2011 un llamamiento para crear una antología europea, que fue finalmente publicada en 2012 por el Ble-

13. Estas obras son: *Amor de Clarice*, *Entre Ville*, *Family Tree*, *The Fugue Book*, *Golpe de Gracia*, *In Absentia*, *La casa sota el temps*, *Palavrador*, *Poemas no meio do caminho*, *Senhora on the Rocks*, *Separation / Séparation*, *Sooth*, *Tierra de extracción*, *Universo molécula*. Hay obras en castellano, catalán y portugués, además de francesas.

kinge Institute of Technology con el título *The ELMCIP Anthology of Electronic Literature*¹⁴.

Fueron seleccionadas 18 obras atendiendo a cuatro criterios: diversidad geográfica, diversidad formal, relevancia histórica y relevancia pedagógica (pues uno de los objetivos de estas antologías es proporcionar material para la enseñanza de la literatura digital en los ámbitos educativos). Puede consultarse en línea o, como la *ELO Collection*, pedirse en USB para bibliotecas e instituciones académicas.

La pieza incluida más antigua es el "Retournement" (1991) de Philippe Bootz y las más modernas son del año 2011. Para ver la relación entre esta antología ELMCIP y las de la ELO, baste decir que, aunque las obras seleccionadas no son las mismas, alguna autora como Alexandra Saemmer aparece en ambas antologías, y algún otro autor presente en la antología europea es miembro del consejo de dirección de la ELO, como es el caso del citado Bootz.

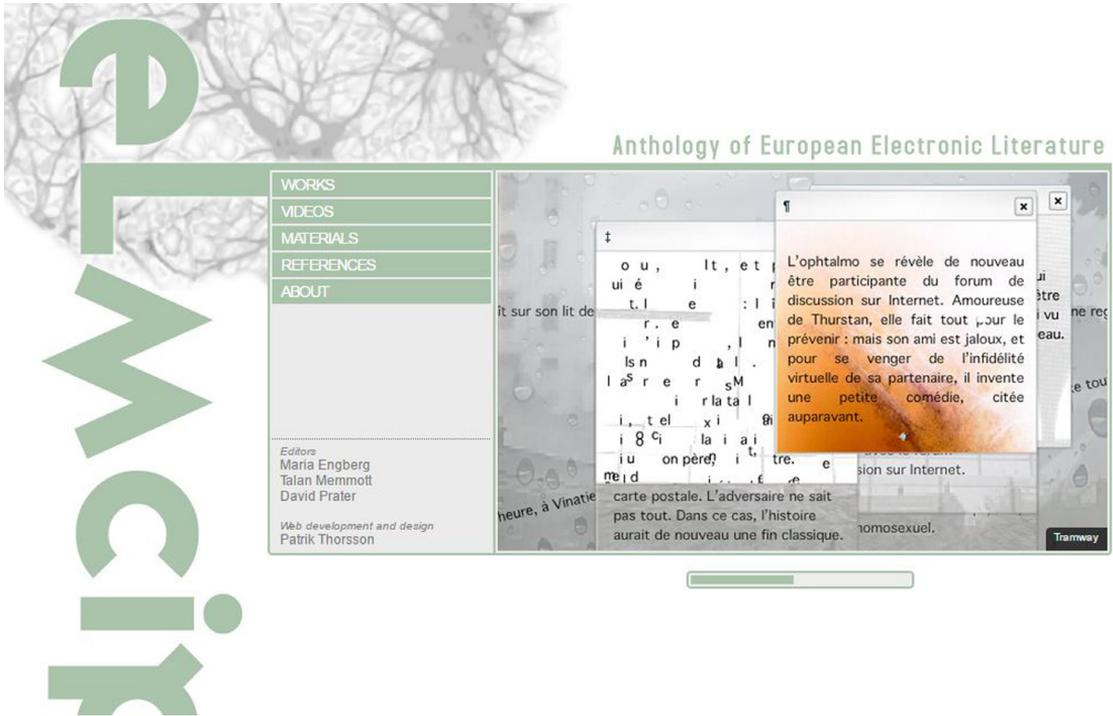
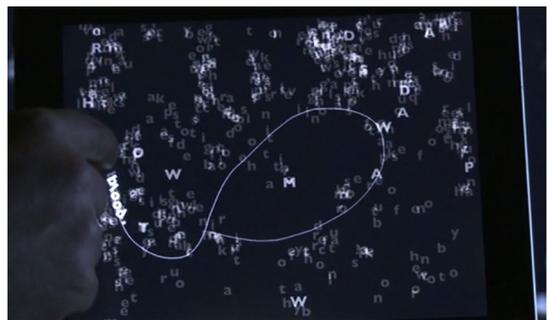


Figura 2. Captura de pantalla de la ELMCIP Anthology. Fuente: <<https://anthology.elmcip.net/>>

14. Puede consultarse la ficha explicativa de la antología en el directorio ELMCIP <<http://elmcip.net/nod/4117>> o directamente las obras en <<https://anthology.elmcip.net/>>. Véase por ejemplo "Tramway", de A. Saemmer, <<https://anthology.elmcip.net/works/tramway.html>> [25/01/2017].

Otra forma de acceder a las obras de literatura digital consiste en acudir a las exposiciones y muestras de obras que se realizan en los congresos de la ELO. La ELO Media Art Show¹⁵ se realiza de forma paralela a los congresos e incluye muestras de arte digital, no solo de literatura hipermedia, como por ejemplo la obra que presentó en 2012 la coreana Yong Hun Kim, donde se sintetizaban en una sola imagen los rostros de 10 000 personas etiquetadas en Flickr con “funeral” o “birthday party”¹⁶.

Algunas de las obras premiadas en estas exposiciones han pasado luego a formar parte de las antologías de la ELO, como es el caso de las del P.o.E.M.M. Project de Jason Edward Lewis y Bruno Nadeau: “Poetry for Excitable [Mobile] Media” es una aplicación informática diseñada para dispositivos táctiles Apple (iPad, iPhone) que conforma versos de poemas a medida que pasamos el dedo por la pantalla táctil, arrastrando letras que se suman en cadena hasta construir palabras. Otra de sus obras, “The World That Surrounds You Wants Your Death”, muestra texto en movimiento en diferentes direcciones relativo a cuestiones sobre el patrimonio lingüístico y cultural de los pueblos indígenas norteamericanos. Tanto esta como otras del mismo colectivo pueden descargarse gratuitamente desde iTunes¹⁷.



Figuras 3 y 4. Capturas de pantalla de los videos de presentación de las obras “The World That Surrounds You Wants Your Death” (arriba) y “Poetry for Excitable [Mobile] Media” (debajo) de P.o.E.M.M. Project

15. ELO 2012 Media Art Show, <<http://dte-wsuv.org/ELIT/elo2012/elo2012/Welcme.html>> [10/02/2017].

16. Véanse imágenes en <<http://dte-wsuv.org/ELIT/elo2012/elo2012/Kim.html>> y <<http://kimyonghun.com/31/31.htm>> [10/02/2017].

17. “Poetry for Excitable [Mobile] Media” is a series of poems written and designed to be read on touch devices, from large-scale exhibition surfaces to mobile screens”, <<http://poemm.net/>> [11/04/2017]. Véase ELO Collection 3, <<http://collection.eliterature.org/3/work.html?work=vital-to-the-general-public-welfare>> [25/01/2017]; “The World That Surrounds You Wants Your Death”, <<http://poemm.net/projects/death.html>>, descargable como aplicación (2013, actualizada en mayo de 2015) desde iTunes: <<https://itunes.apple.com/app/the-world-that-surrounds-you/id778145716?l=fr&mt=8>> [11/05/2017].

Mencionemos por último que algunas revistas especializadas, como la desaparecida en 2004 *Poems That Go - online journal*¹⁸, también ofrecen literatura digital (en este caso, poesía cinética hecha con Flash): “Poems that Go explores the intersections between motion, sound, image, text, and code. The work we feature explores how language is shaped in new media spaces, how interactivity can change the meaning of a sign, how an image can conflict with a sound, and how code exerts machine-order on a text”.



Figura 5. Captura de pantalla del último número de *Poems That Go - online journal*. Fuente: <<http://www.poemsthatgo.com/poems.htm>>

18. Poems that Go, <<http://www.poemsthatgo.com/>>. La presentación que se hizo de la revista en el primer encuentro de la ELO, con Megan Sapner y Scott Rettberg, puede verse en <<https://vimeo.com/180653049>> [11/05/2017].

Algunos vídeos en Youtube y Vimeo subidos por la ELO y ELMCIP permiten también conocer ciertas obras o autores, como por ejemplo el documental *The Exquisite Corpus* (2013, <<http://vimeo.com/76686430>>) de Talan Memmott, donde se entrevistan a investigadores de literatura digital.

Para el español, contamos en la Biblioteca Virtual Miguel de Cervantes de la Universidad de Alicante con el portal *Literatura Electrónica Hispánica*, un trabajo pionero donde se recogen algunas obras literarias digitales (novelas colectivas, hipernovelas, blognovelas, etc.), pero sus contenidos no han sido actualizados desde hace varios años.

EL ESTUDIO DE LA LITERATURA DIGITAL: LOS TEMAS MÁS TRATADOS

Norteamérica y Europa son sin duda las regiones que más esfuerzos han realizado hasta el momento para estudiar la literatura digital. Esto es patente en los congresos y reuniones de especialistas realizados en un continente y en otro.

Desde el simposio de abril de 2002 en la UCLA hasta el de julio de 2017 en Oporto, la ELO ha organizado una serie de encuentros regulares en alguno de los meses comprendidos entre mayo y agosto donde se han tratado los temas más importantes relativos a la literatura digital. Sin ánimo de ser exhaustivos, podemos mencionar los siguientes:

2002, University of California-Los Angeles. The State of the Arts: The Electronic Literature Organization Symposium.

2007, University of Maryland, College Park. The Future of Electronic Literature: A Symposium of The Electronic Literature Organization.

2008, Washington State University, Vancouver. Visionary Landscapes: The Electronic Literature Organization 2008 Conference.

2010, Brown University. Archive and Innovate: The 4th International Conference & Festival of the Electronic Literature Organization.

2012, University of West Virginia, Morgantown. Electrifying Literature: Affordances and Constraints Conference.

2013, Université Paris 8. Chercher le Texte: Locating the Text in Electronic Literature.

2014, University of Wisconsin-Milwaukee. Hold the Light: Identity, Change, Commitment. Electronic Literature Organization 2014 Conference.

2015, University of Bergen. The End(s) of Electronic Literature, Electronic Literature Organization 2015 Conference.

2016, University of Victoria, Victoria, B.C. *Next Horizons: Electronic Literature Organization Conference & Media Arts Festival*.

2017, Universidade Fernando Pessoa, Porto. *Affiliations, Communities, Translations: ELO'17 Conference*.

Analizando los paneles y comunicaciones de los especialistas en estos congresos internacionales de la ELO hemos obtenido un balance sobre los temas candentes relativos a la literatura digital.

Además hemos considerado los estudios publicados en revistas como *Electronic Book Review*¹⁹ o la brasileña *Texto digital*²⁰, que incluyen regularmente estudios críticos sobre literatura y humanidades digitales, junto a otras donde han aparecido monográficos sobre literatura electrónica, como los números 41 y 42 (2012) de *Dichtung Digital: A Journal of art and culture in digital media* (sobre "Electronic Literature Communities") y el monográfico "Electronic Literature and the New Media Art" publicado en la revista eslovena *Primerjalna Književnost* 36/1 (2013).

Indicamos en los siguientes epígrafes los temas más destacados. Citaremos en ocasiones trabajos o comunicaciones que han tratado esos aspectos. Estos trabajos son localizables a través de los repositorios mencionados anteriormente o pueden ser consultados o descargados a través del portal de la ELO donde se archivan algunas de las intervenciones de cada congreso (<<https://conference.eliterature.org/archive>>); no obstante, nuestro propósito es prestar atención a temas y nociones antes que listar autores.

Así pues, ¿de qué hablamos cuando nos referimos a literatura digital?

- **La naturaleza de la obra literaria digital y teorización sobre el nuevo concepto de literatura.** Inevitablemente, uno de los temas primeros en el estudio de la literatura digital es la teorización sobre el nuevo concepto de "literatura" y de lo que puede considerarse literatura (*literariness*). Comparada con el modelo literario basado en el libro y la tradición existente hasta ahora,

19. *Electronic Book Review*, <<http://www.electronicbookreview.com/>> [09/04/2017]. "EBR is a peer-reviewed journal of critical writing produced and published by the emergent digital literary network. Although EBR threads include essays addressing a wide range of topics across the arts, sciences, and humanities, EBR's editors are particularly interested in critically savvy, in-depth work addressing the digital future of literature, theory, criticism, and the arts".

20. Publicación semestral del NUPILL, Núcleo de Pesquisas em Informática, Literatura e Linguística de la Universidade Federal de Santa Catarina, Brasil.

el concepto de lo que es o no literatura ha sufrido una transformación. Esto es patente en varios aspectos:

a) Los géneros de la literatura digital. La delimitación de géneros en la literatura digital no se corresponde totalmente con la establecida: en una misma obra se pueden dar elementos narrativos (o no), pero destacar los poéticos, y, como obra performativa, vincularse con el teatro. La aparición de textos literarios multimodales e interactivos ha situado la literatura electrónica “as an intermedial field of practice, between literature, computation, visual and performance art” (ELO2015 Conference, *call for papers*).

La literatura electrónica puede combinar uso estético de texto, sonido e imagen, lo que supone combinar disciplinas como literatura, arte, música y, también, como obra hecha por ordenador, computación. La experimentación artística, la interdisciplinariedad y el uso de innovaciones tecnológicas que ofrece la informática puede además crear formas literarias nuevas difíciles de categorizar o clasificar, como ocurre con la poesía cinética, la poesía sonora (Sound Poetry), la micronarrativa, la literatura generativa o la literatura combinatoria. La relación con otros medios (como la música, el sonido) es patente también en las menciones de “literatura ambiental” o “poesía concreta”: Amy Spencer (ELO 2017), “Literary Thresholds: Exploring the Edges of Ambient Literature”.

Este punto intermedio entre literatura, obra de arte digital e incluso videojuego no es fácil de deslindar (piénsese por ejemplo en la difusa frontera y los posibles puntos comunes entre el videojuego y la literatura en el caso de una novela policíaca), hasta el punto de que la propia Hayles (2007) así lo indicaba:

The demarcation between electronic literature and computer games is far from clear; many games have narrative components, while many works of electronic literature have game elements.

La consecuencia de este carácter híbrido e intermedial de la literatura electrónica ha llevado a los especialistas a preguntarse la necesidad o no de establecer unos límites entre géneros. Si en 2013 ciertos investigadores se preguntaban por la delimitación tradicional que se ha dado entre medios y mostraban cómo se estaba rompiendo, la cuestión sigue presente en los congresos más recientes (como el ELO 2017) y parece hoy aceptarse como solución el carácter transgénero de la literatura digital. Esto explica, por ejemplo, que en el llama-

miento que hizo la ELO para el show de obras de su conferencia de 2012²¹, se admitieran obras literarias digitales, pero también obras de videoarte y cualquier otro tipo de obra multimedia experimental. Pero si un videojuego, una videopoesía o una obra de arte visual pueden ser considerados también como literatura digital, ¿quién debería analizarla? ¿Un informático, un historiador del arte o un crítico literario? ¿Hasta dónde llega, pues, la valoración de obra como literaria o no literaria, y dónde deberíamos buscarla? Esta última pregunta, formulada por Claudia Kozak en 2013 (Kozak 2013) al buscar “literatura desviada” en otras obras electrónicas audiovisuales, no es fácil de responder todavía:

Is it possible to find a literary impulse in contexts where literature has lost its privileges and migrates “out of bounds”? If the artists mentioned above lean themselves into literary traditions, why are their works more frequently regarded by visual art critics rather than literary critics?

Responder qué es la obra literaria digital resulta pues complejo, y no menos la cuestión de hacia dónde va la literatura electrónica, pues en cierto modo dependerá también de los adelantos tecnológicos (el uso táctil, por ejemplo, no presente hasta hace pocos años). La solución parece ser la de hablar de tecnotextos, la de ampliar la tipología de obra literaria y crear una nueva teoría narrativa. Así lo sintetizaba Daniel Punday en el título de su comunicación en ELO 2015: “Narrative Theory after Electronic Literature”.

b) La construcción y lectura de la obra digital: linealidad, interactividad, hipertextualidad. El cambio de medio (*remediation*), el paso de la página a la pantalla ha supuesto cambios, no solo en el soporte físico, sino también en la construcción de la obra literaria. Determinadas obras, por ejemplo, gracias a algoritmos informáticos, ofrecen un texto generado automáticamente, y otras, como las wikinovelas, ofrecen una literatura escrita en comunidad, colaborativamente, lo que hace replantearse el concepto de autoría en ellas. Por otra parte, ¿dónde están los paratextos?, ¿dónde están los editores?, se preguntaba Patricia Tomaszek en ELO 2013 (“Locating Literary Heritage in Paratexts: An Analysis of Peritexts in Electronic Literature”) y Jeff T. Johnson, Craig Saper y James O’Sullivan en ELO 2014 (“E-Pressing e-Literature Into The Future: The

21. Calls for Works: ELO 2012 Gallery, November 6, 2011. “In addition to the call for presentations at the ELO 2012 conference “Electrifying Literature: Affordances and Constraints”, to be held in Morgantown, WV (June 20-23, 2011), the conference organizers have put out a call for works of electronic literature for a juried gallery show”.

New Modalities of Publishing, 1914-2014”) y ELO 2015 respectivamente (“Electronic Literature: A Publisher’s Perspective”).

Al pasar de literatura impresa a literatura digital, ha surgido una literatura enriquecida (con audio, vídeo, con otros textos vinculados literarios o no literarios, con posibilidad de grabar nuestra voz). Con esto no solo rompe la linealidad, sino que también permite escoger el orden de lectura que vamos a seguir, esto es, decidir qué leer primero y qué después o seleccionar lo que leer y lo que no. La aparición del hipervínculo potencia la interactividad con el lector; la literatura digital involucra más al lector, que debe manipular un texto, o tocar una parte de una pantalla, o decidir un itinerario, en definitiva, le hace participar más, como ocurre en los videojuegos.

La lectura complementada con más medios audiovisuales la convierte, al mismo tiempo, en más fragmentaria: surgen lecturas cruzadas (entre partes de la obra que se conectan, entre diferentes medios audiovisuales empleados). Un ejemplo de análisis aplicado a la poesía sería el que ofreció Karin Wenz, en el seminario Electronic Literature in Europe de Bergen 2008, sobre “The Role of the Reader in Performative Digital Poetry”.

- **La crítica literaria y los estudios sobre la obra digital.** Los investigadores han prestado mucha atención a la teorización sobre la “literaturidad” de la obra electrónica, pero la literatura digital es lógicamente una materia de estudio en sí y como tal puede analizarse.

Se puede decir en términos generales que los estudiosos de la literatura han estudiado en la obra digital los mismos puntos que se analizan en la obra literaria tradicional. Por ejemplo, los estudios culturales y los estudios sobre el cuerpo están presentes, así como los estudios de género: citaremos por ejemplo las intervenciones de Asunción López-Varela Azcárate, “Bridging Intertextuality and Intermediality from a Cultural and Literary Perspective”, en el seminario de Bergen 2008, o la de Kent Aardse, “Posthumanism and Electronic Literature”, en 2014.

En el congreso ELO 2015 se analizó la literatura digital bajo la perspectiva “Feminist Readings”: allí se habló de las voces femeninas en la literatura digital española o las contribuciones de las mujeres a la literatura electrónica en las tres últimas décadas. En ELO 2017 se ha planteado otra mesa sobre *ciberfeminismo*: “Fem-literature: Approaching Female Rhetoric, Voices, and Poetics in Digital Literature”.

Algunos otros enfoques son, no obstante, novedosos, como el estudio del diseño gráfico en la literatura digital.

Por otra parte, la aparición de antologías ha llevado a los investigadores a preguntarse si estaba surgiendo un canon de obras digitales. A través del estudio de de las obras digitales más frecuentemente citadas en los trabajos académicos incluidos en la base de datos del ELMCIP, se ha creado un mapa con las más citadas: de acuerdo con la atención recibida, *Afternoon, a story* sería la más analizada; luego *Patchwork Girl* y en tercer lugar *Victory Garden*, pero esto no sorprende del todo, pues son obras de los años noventa sobre las que se ha podido producir un número mayor de estudios que sobre otras más recientes.

- **La búsqueda y conservación de la literatura digital.** El tema de la obsolescencia de la literatura electrónica ha sido uno de los principales temas que se debatieron ya desde los primeros encuentros de especialistas, como la ELO de 2002 en Los Ángeles. Si para la literatura impresa las bibliotecas son los lugares su conservación bibliográfica, para las obras digitales la cuestión no se resuelve fácilmente. Las obras digitales están creadas con medios informáticos y no tienen corporeidad, pero requieren un soporte físico, servidores, para mantenerse en línea, lo que no siempre se mantiene permanentemente: la red es mudable y los dominios cambian de dueño o desaparecen. Además, las obras informáticas usan programas y plataformas que rápidamente quedan obsoletas, lo que las convierten en “ilegibles” en pocos años. Almacenarlas y mantenerlas en funcionamiento es pues un paso que va más allá de la conservación de la obra. Como señalaba Kyle Rimkus (2013),

The long-term preservation of the content they encode—particularly in the field of electronic literature—has proven to be a challenge. This is because the accessibility of electronic literature depends as much on the preservation of bit-streams as on the long-term viability of specialized computing environments and their constituent hardware and software components.

El tema es relevante y ha sido tratado por numerosos especialistas, como Leonardo Flores, Rui Torres o Philippe Castellin (2013); fue, de hecho, el punto que motivó la redacción de los informes *Acid-Free Bits* (2004) y *Born-Again Bits* (2005) ya mencionados, y uno de los puntos clave del congreso de la ELO 2015 en Bergen.

Tecnología y literatura. Al depender las obras literarias digitales de las herramientas informáticas, otro punto frecuente en los congresos es la descripción de algoritmos, programas y plataformas con las que “escribir” literatura. Asimismo los congresos ELO suelen dedicar una parte de su tiempo a talleres.

Colecciones y antologías. Al igual que la búsqueda de las obras en línea fue el motivo para la creación de los directorios de la ELO, NT2 y ELMCIP, la creación de las colecciones ELO 1 a 3 fue una consecuencia directa de esta preocupación por la obsolescencia: antes de que pudieran desaparecer, había que seleccionar algunas representativas.

El tema de la conservación, mezclado con criterios nacionales, es también el que está motivando la creación de nuevas colecciones de literatura digital, como la *Brazilian Electronic Research Collection* presentada en 2013 por Luciana Gattass (sobre globalización y los caracteres nacionales de la literatura digital tratamos a continuación).

Paralelo al tema de la creación de antologías, está el de selección y montaje de exposiciones de literatura digital. Sobre este hecho han tratado en los congresos Dene Grigar (2013) y otros investigadores, así como los sucesivos responsables de las exhibiciones que se organizan en cada congreso de la ELO con el nombre “Media Art Show”.

- **La literatura digital globalizada y las identidades nacionales.** La literatura digital, por el hecho de estar en línea, no tiene fronteras: una obra puede ser visualizada en cualquier ordenador del planeta. Esto lleva a pensar: si la globalización ha afectado a la literatura, ¿se han perdido las producciones nacionales de literatura en favor de un ámbito global? ¿Se puede hablar de literatura digital argentina, española o francesa? La respuesta es que sí, y precisamente muchos de los esfuerzos más recientes están consistiendo en crear esos corpus de literatura digital específicos de cada país.

Por ejemplo, en 2014 Piotr Marecki trató “The formation of the field of electronic literature in Poland” y Alvaro Seica hizo lo respectivo con Portugal: “A Beam of Light: Reading the Portuguese Electronic Literature Collection”. Por su parte, en 2015, se presentaba el archivo de obras noruegas, y en el panel de la ELO 2015 “Research and Practice in Electronic Poetry in Ireland” se preguntaba lo mismo, el papel de la cultura nacional en el surgimiento de la literatura: “What is the role of national culture in the emergence of electronic/digital literature, and how does this relate to its irreverence of geographical and cultural boundaries?”. Serge Bourchardon, en “Digital Literature in France”, *Dichtung*

Digital 41 (2012), se preguntaba asimismo si “is digital literature a coherent international field or a mere collection of cultural specificities?”.

En todo caso, la preponderancia de la cultura occidental ha tratado de ser mitigada. En el seminario de Bergen 2008, Alice Ferrebe se cuestionaba cuáles y cuántas eran las obras de literatura digital en Japón (“Digital Orientalism: Japan and Electronic Literature”), en la edición de ELO 2012 se analizó la literatura digital china y en la mesa *Global Electronic Literature* que organizó la ELO en 2015 se dio cabida también a las literaturas africanas y árabes, para romper con ese carácter prooccidental que por ahora impregna las obras y estudios de Humanidades digitales. En la exposición “Decentering” se incluyeron obras brasileñas y rusas. En todo caso no solo hay que preguntarse por lo que hay, sino por lo que no hay. Es lo que hacen en 2017 Nirmala Menon y Shanmugapriya, del Indian Institute of Technology Indore, en “Mapping the Ancient Literary Practices of India and Locating its Absence in Digital Literary Works”.

- **Traducción/traducibilidad de la literatura electrónica.** La traducción de obras literarias digitales es compleja: al ser obras virtuales creadas por su autor en una lengua (o lenguas) y con unos medios de expresión particulares, audio y texto, imágenes, la manipulación no es sencilla, ni desde el punto de vista de la informática ni desde el punto de vista de la obra literaria (no lineal, con textos orales y escritos, con juegos de palabras difícilmente traducibles en otras lenguas).

Desde el encuentro de la ELO de 2013 hasta el de 2017 (que lo adopta como tema destacado, “Translating E-Lit: A Roundtable Discussion”), varias intervenciones han tratado sobre este aspecto. En la ELO de 2015, por ejemplo, Jeneen Naji se preguntaba por las “Multicultural Translations in the Digital Space”. Sin embargo, destaca la mesa de la conferencia ELO 2013, donde participaron un grupo de investigadores que discutieron sobre las obras *Sea and Spar Between* al polaco y *Afternoon*, de Michael Joyce; las dificultades serían:

The process of negotiation between the source language and the target language, inherent to every translation, becomes more complex and – with the code involved – happens between more parties and requires more factors.

No existe aún, que sepamos, un traductor dedicado exclusivamente a las obras digitales, como sí ocurre con los géneros tradicionales –traductor de narrativa, poesía, ensayo, teatro– o con la localización de videojuegos; en oca-

siones son los autores mismos quienes traducen o promueven la traducción de sus obras.

Por otro lado, es también importante señalar la aparición de nuevas versiones de obras ya conocidas: se reversionan textos previos, especialmente de las vanguardias, apropiándose de ellos. También, como experimentación, se ha recurrido al traductor automático de Google (Google Translate) y se han realizado experimentos de traducción automática: sobre este aspecto tratará la contribución de Aleksandra Małecka y Piotr Marecki en la ELO de 2017: "Literary experiments with automatic translation. Case study of a creative experiment involving *King Ubu* and Google Translate" y la de Ana Marques da Silva "Writing with Automated Machines: Between Translation and Sabotage".

- **La literatura electrónica infantil y juvenil.** En el año 2014, Mark Marino y Leo Flores se preguntaban por la literatura digital para niños ("E-Lit for Children"), y la respuesta no se hizo esperar: en 2015 se hizo una exposición monográfica durante el congreso de Bergen llamada "Kid-E-Lit: Digital Narratives for the Young" y en 2017 se ha dedicado una sección de las conferencias, "E-Lit for Children", y se realizará una nueva exposición titulada "E-lit for Kids". Otros autores se centran en las experiencias de lectura de la literatura digital por los jóvenes lectores.

Ciberia, el proyecto complutense que promueve el Premio Ciberia de Literatura Digital Infantil y Juvenil y el directorio en marcha de obras de literatura digital españolas, también incluye una sección de literatura digital para niños, aunque alguna obra podría clasificarse como texto interactivo con un fin educativo más que literario.

- **La enseñanza de la literatura electrónica.** La enseñanza de la literatura tradicional forma parte de los currículos académicos de todas las universidades de Letras, pero muy raramente estas incluyen la literatura digital. De aquí que sea uno de los temas con más proyección en los últimos años. Para promover su conocimiento y, por tanto, difusión, tanto la ELO como la ELMCIP ofrecen sus antologías gratuitamente a través de la red o de soporte USB. Intervenciones como las de Barbara Liu ("How a Neophyte Makes Do (and Does Well) Teaching Electronic Literature") y el estudio de las comunidades escolares y prácticas educativas con literatura digital son una muestra de ese interés.

CONCLUSIONES

A lo largo de este capítulo hemos estudiado las características de la literatura digital, las instituciones que la promueven y los temas más relevantes entre la crítica en su descripción y estudio.

Hemos pretendido ofrecer un panorama completo, lo suficientemente amplio y exacto como para conocer los recursos disponibles y las líneas de investigación futura, aunque no haya sido posible mencionar todos los artífices que forman parte de ella.

La literatura digital nació como una nueva manera de entender lo literario y presenta puntos de encuentros con otras otras disciplinas audiovisuales, artísticas e informáticas, lo que provoca una teorización en torno a su concepto que aún no ha finalizado. Las nuevas posibilidades de interacción con el lector que esta literatura ofrece proporciona nuevas modalidades de lectura, híbrida géneros y reta a los investigadores para su análisis.

Al ser una literatura tan reciente y al precisar un cierto conocimiento informático para su creación, la literatura electrónica no está aún demasiado extendida, pero se están creando obras a un ritmo cada vez más rápido y géneros anteriormente ausentes, como la literatura infantil y juvenil, muestran una vitalidad creciente. El balance que hemos realizado aquí recoge su historia y primer desarrollo, pero es seguro que el número de obras seguirá aumentando y sus géneros ramificándose.

REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

- ELECTRONIC LITERATURE ORGANIZATION, «History», <<https://eliterature.org/elo-history/>> [11/02/2017]
- CASTELLIN, P. (2013): «1995-2013: inventaire des poésies numériques en ligne», <<https://conference.eliterature.org/critical-writing/1995-2013-inventaire-des-po%C3%A9sies-num%C3%A9riques-en-ligne>> [22/02/2017]
- GRIGAR, Dene (2008): «Electronic Literature: Where Is It?», *Electronic Book Review*, <<http://www.electronicbookreview.com/thread/technocapitalism/invigorating>> [15/04/2017]
- GRIGAR, Dene (2013): «Curating Electronic Literature as Critical and Scholarly Practice», Electronic Literature Organization Conference, <<https://conference.eliterature.org/critical-writing/curating-electronic-literature-critical-and-scholarly-practice>> [22/02/2017]
- HAYLES, N. K. (2007): «Electronic Literature: What Is It?», <<http://eliterature.org/pad/elp.html>> [22/01/2017]

- MARINO, M. (2008): «The Electronic Literature Collection Volume I: A New Media Primer, *Digital Humanities Quarterly*, 2/1, <<http://digitalhumanities.org/dhq/vol/2/1/000017/000017.html>> [15/03/2017]
- PABLO NÚÑEZ, L.; GOICOECHEA DE JORGE, M (2014): «A Survey of Electronic Literature Collections», *CLCWeb: Comparative Literature and Culture*, 16/5, <<http://dx.doi.org/10.7771/1481-4374.2558>> [22/01/2017]
- RIMKUS, K. (2013): «Hostages of the Ephemeral: A Preservationist View of Electronic Literature», <<https://conference.eliterature.org/critical-writing/hostages-ephemeral-preservationist-view-electronic-literature>> [12/04/2017]
- STARLING GOULD, A. (2012): «A bibliographic Overview of Electronic Literature», <<http://directory.eliterature.org/article/4573>> [22/05/2017]
- TABBI, J. (2009): «The Electronic Literature Directory: Postproduction», <<http://directory.eliterature.org/node/198>> [18/03/2017]

CV

Luis PABLO NÚÑEZ es *doctor europeus* por la Universidad Complutense de Madrid. Ha trabajado en la Unidad de hispanismo del Instituto Cervantes y ha sido investigador visitante en las universidades de Cergy-Pontoise (CNRS-Métadif, París), Lovaina (UCL, Bélgica) y Verona (Italia), contratado “Juan de la Cierva” en el Centro de Ciencias Humanas y Sociales del CSIC e investigador postdoctoral en Humanidades del Campus de Excelencia Internacional Moncloa (CEI Universidad Complutense-Universidad Politécnica de Madrid), donde colaboró en el desarrollo de una herramienta de anotación de textos literarios digitales. Ha trabajado asimismo para varias editoriales.

Sus líneas de investigación se centran en la historiografía lingüística, la lexicografía, la literatura y los estudios de recepción cultural desde una perspectiva editorial y bibliográfica.

Es autor de varios libros (*El arte de las palabras* (2009), *Luz. Light. Licht* (2010), *Hacia una flora universal* (2012) y *Escritorios electrónicos para las literaturas* (editor, 2013) y de artículos aparecidos en revistas como *Bulletin Hispanique*, *Nueva Revista de Filología Hispánica* (ColMex), *Boletín de la Real Academia Española* (BRAE), *Arbor* o *CLCWeb: Comparative Literature and Culture*, entre otras.

Luis PABLO-NÚÑEZ (Ph. D. Complutense University, Madrid) is an Associated Professor at Granada University (Spain).

He has been a visiting researcher at Cergy-Pontoise (CNRS-Métadif, Paris) and Louvain-la-Neuve (UCL, Belgium) universities, and a visiting professor at Verona University in Italy.

He won a postdoctoral fellowship at the Spanish National Research Council (CSIC), where he worked on translation studies and technical dictionaries, and as a postdoctoral researcher on Humanities at the Moncloa International Campus of Excellence (CEI UCM-UPM) he collaborated in the development of an annotating tool for digital literary texts with Google support. He has also worked for several renowned publishing houses and at Cervantes Institute.

His research is focused on Linguistics, Lexicography, Book History, and Literature, with special attention to Cultural Studies and Digital Humanities.

He is author of several books regarding dictionaries, botanical terminology and poetry (El Arte de las palabras (2009), Luz.Light.Licht (2010), Hacia una flora universal (2012) and Escritorios electrónicos para las literaturas, ed., 2013). Some other publications can be found at journals such as Bulletin Hispanique, NRFH (CoIMex), BRAE, Arbor and CLCWeb.

STORY SYSTEMS THE POTENTIAL OF TRANSMEDIA STORYTELLING AS MATERIAL EMBODIMENT OF A COLLECTIVE ENACTMENT OF PLACE AND IDENTITY

Martin Potter

James Cook University, Queensland, Australia

martin.potter@jcu.edu.au

Abstract: The ideas raised in this chapter initially emerged over the course of conceiving and creating the acclaimed multi-year, transmedia Big Stories, Small Towns participatory documentary project (bigstories.com.au). The project has facilitated the telling, recording, archiving and dissemination of over 500 intimate auto/biographical narratives across thirteen towns in six countries to over 1 million viewers. The project was initiated in 2008 with the belief that every community has a living memory and collective identity woven together from a thousand stories. Recognising the intrinsic value of telling and documenting stories – with the active involvement of participants using a variety of media and technologies – reveals emergent and complex processes. The inter-twined combination of context, process, form and relationships heightened through the use of technology is a complex adaptive system. While a level of interconnectivity has always underpinned storytelling within communities, shifting global dynamics and new mediums allow for an alternative examination of multi-layered communities and the complex relations between people, social backgrounds, technology/ media and place. This represents a fundamental shift away from a centralised vision of storymaking (i.e. author/documenter-centric). Thus, this chapter moves attention from the rhetoric of texts to practices of community organisation and technological and embodied material relations, both of which aspire to produce a collectively enacted sense of place and identity.

Keywords: transmedia, participatory media, interactive documentary, community media

Resumen: Las ideas planteadas en este capítulo surgieron inicialmente en el transcurso de la concepción y creación del aclamado proyecto transmedial multianual: Big Stories, Small Towns participatory documentary project (bigstories.com.au). El proyecto ha facilitado la narración, grabación, archivo y difusión de más de 500 narrativas íntimas de autobiográficas en trece ciudades de seis países y más de un millón de espectadores. El proyecto se inició en 2008 con la creencia de que cada comunidad tiene un recuerdo vivo y una identidad colectiva tejida a partir de cientos de historias. Reconocer el valor intrínseco de contar y documentar historias, con la participación activa de los participantes y utilizando una variedad de medios y tecnologías, revela procesos emergentes y complejos. La combinación entrelazada de contexto, proceso, forma y relaciones aumentada a través del uso de la tecnología es un sistema adaptativo complejo. Mientras que un nivel de interconectividad siempre ha sustentado la narración dentro de las comunidades, la dinámica global cambiante y los nuevos medios permiten un examen alternativo de las comunidades a varios niveles y las relaciones complejas entre personas, antecedentes sociales, tecnología/medios y lugar. Esto representa un cambio fundamental desde una visión centralizada de la creación de historias (es decir, centrada en el autor / documentalista). Por lo tanto, este capítulo desvía la atención de la retórica de los textos a las prácticas de organización comunitaria y las relaciones materiales tecnológicas incorporadas, que aspiran a producir un sentido de lugar e identidad colectivamente representado.

Palabras claves: transmedia, medios participativos, documental interactivo, medios comunitarios

INTRODUCTION – BIG STORIES, SMALL TOWNS

In 2008 I initiated the *Big Stories, Small Towns* project – a transmedia, participatory documentary project that has, as of 2017, facilitated the telling, recording, archiving and dissemination of over 400 intimate auto/biographical narratives across fourteen towns in six countries to over 1 million viewers. *Big Stories* shows these local stories and expressions in a variety of situations from television and radio broadcast to art galleries and local archives. Stories are also brought to a global forum via the bigstories.com.au website. This variance in dissemination of materials reflects other transmedia projects where, as Edmond (2015: 1575) notes, “physical and mediated spaces increasingly overlap.” Urrichio (2008: 111) observes this calls attention to the larger ordering strategies that give public memory its contours and offers a way to move beyond what is seen in order to consider a way of seeing or being in the world. This notion of transmedia is comprised of overlapping and variable spaces. In these spaces, opportunities are enabled for shaping public memory and collective identity. This offers a way to move beyond what is seen in order to consider a way of seeing and being in the world.

The *Big Stories* project was driven by my interest in working with communities to produce creative works central to their lives and relevant to the world that may also facilitate communal transformation. In this project, there is an attempt to collectively represent various human experiences, and ultimately my own creative voice through the personal expressions of myriad participants. A foundational assumption from the outset of the *Big Stories* project has been that the collective identity and living memory of a community is woven together from thousands of stories. The stories we tell others and ourselves are how we imagine and re-imagine our world as well as our selves (Potter, 2014: 2). Recognising the intrinsic value of telling and documenting stories, with the active involvement of participants using a variety of media and technologies, reveals an inter-twined combination of context, process, form and relationships. This combination, heightened through the use of technology, is essentially a complex adaptive system. While interconnectivity has always underpinned storytelling within communities, shifting global dynamics and new mediums allow for an alternative examination of multi-layered communities and the complex relations between people, social backgrounds, technology/ media and place. This represents a shift away from a centralised vision of storymaking

defined by a single author or documenter. Instead the focus shifts to a collectivised storytelling practice. Thus, this chapter moves attention from the rhetoric of stories as texts to be read, toward practices of community organisation. Stories from the project can be understood as the material and technological embodiment of communal relations and organisation, which aspire to produce a collectively enacted sense of place and identity.

The *Big Stories* project is an idea that emerges from its doing. It is an evolving and process-led work that seeks to describe a complex reality of multi-layered community and creating complex relations between people, social backgrounds, technology and place and filmmakers and participants. The project is detailed in Potter (2014) and the strategies, inspirations and assumptions that underpin the project are further defined (Potter, 2014: 2-3). To briefly offer key frameworks for this chapter, the process, key roles and principles of the *Big Stories* project are highlighted.

Big Stories is based around filmmakers living in residence in a town producing films and undertaking training and media literacy development in the community. Filmmakers continue to consult with communities and participants during production, post-production and through to distribution (this includes the right to request the removal of content from the website). This sustained consultation fosters a mutual respect and trust between participants and the filmmakers. This process was designed with the understanding that putting the relationship with communities, and thus participants, before all other relationships – including those of funders – has the potential to be more reflexive, sophisticated and ethical than previous approaches.

My roles in the *Big Stories* project are multi-faceted. I am creative director of the project, setting the overall context for the project, one of two producers sharing the role of resource gathering, partnerships, production and delivery and a filmmaker in residence. The residencies are selected based on a variety of location specific factors, but a key element is a form of local engagement with the idea of a participatory, collective and storytelling focussed process. For example, in Strathewen, Victoria, Australia the project was identified by a local group – the Strathewen Community Renewal Association – as a possible mechanism to facilitate a community-led storytelling program that could support local people in dealing with the trauma associated with the Black Saturday fires that had ravaged the town. In Bongkud-Namaus, Sabah, Malaysia,

Sabahan filmmaker Nadira Ilana sought to re-engage with her Dusun heritage. In Maumere, Flores, Indonesia, Javanese filmmaker Dodid Wijanarko and Flores based social entrepreneur Alofonsa Horeng saw an opportunity to share stories of Flores culture and the Lepo Lorun weaving collectives from the perspectives of local residents. In Potter (2014) I observe that in other sites such as Murray Bridge and Raukkan in South Australia and Banlung in Ratanakiri province, Cambodia community members saw the project as an opportunity to create a digital archive of memory and experience. Other outcomes described by participants across various sites including in Port Augusta, South Australia, include learning new skills and opportunities to reflect on community in a new way (Potter, 2014).



Figure 1: Still images from Big Stories, Small Towns residencies 2008 - 2015

To provide consistency, I oversaw management of the process, the professional team, and community and stakeholder management across all locations. To achieve the diverse collaborative, participatory and process driven outcomes that had been articulated as core principles in early proposals for the project (see Potter, 2014: 296 - 300), a re-visioning of the production personnel delivering the documentary project was necessary. The guiding principles of the

project were defined in a briefing document (see: Potter, 2014: 340) provided to key community partners, funders and filmmakers in residence as follows:

- *The community is our key partner - work closely with them, and respect each other's expertise and independence.*
- *Work through ethics, privacy and consent with the community and adapt accordingly.*
- *Encourage local content production through training, mentoring, community screenings, exhibitions and ongoing support.*
- *Make beautiful, inspiring, insightful and engaging stories with the community. However, it's not PR, we are not making commercials for local initiatives.*
- *Track the process and results and spend time to share what has been learnt with multiple communities in many ways - online, in the community and across different media.*
- *Use the process and stories as a catalyst for discussion, reflection and inspiration.*

The addition of online and interactive elements to a project requires further consideration around the roles of production. Skills and expectations of facilitators vary from the production of most documentaries. The role of the filmmakers in residence would come to encompass many functions: research, mediation, teaching, activism and extensive, diverse community engagement, as well as multi-skilling on various production and post-production tasks, including filming, recording sound, taking photos and editing. In direct support of the filmmakers were the web production team - an online producer, designers and developers as well as the production team that would normally have some role in a linear documentary - video editors, sound technicians, musicians and administration support.

TRANSMEDIA DOCUMENTARY

As noted in Potter (2017: 3), with the emergence of new technologies and forms of media and communication, contemporary documentary makers are actively re-thinking the documentary project. Cizek (in Potter, 2014: 33) and Nash (2012: 196) observe that these projects are often consciously framed as

transmedia and positioned as documentary remediated for an online age, moving fluidly across mediums.

Using the word transmedia to describe the practice of creating a system or a world of many stories, in many forms, spanning many media is a relatively recent development, however the actual practice of creating story systems or story worlds pre-dates recent technological developments such as the world wide web and digital production technologies. For example, Swallow (2013) offers a somewhat arbitrary origin story of transmedia with Samuel Richardson's work from 1740 entitled *Pamela*. In what is often taken as a foundational definition from Henry Jenkins' (2006: 257) *Convergence Culture*, transmedia is defined as a complex world and a narrative system. Jenkins (2001) originally invoked the term 'transmedia' to note, "for all the talk about convergence, multiple media would never coalesce into one supermedium." Jenkins also observed that transmedia could foster a new participatory folk culture by giving "average people" access to creative tools, potentially giving rise to a digital renaissance. Theorising from a Western, neo-liberal cultural and theoretical perspective, Jenkins makes, and has continued to make, sweeping statements around the scale of transformation - claiming this will "affect all aspects of all our lives". (See Jenkins: 2006; 2007) Understanding complex transmedia story systems within a continuum of historical transmedia practices is important in order to both maintain perspective on current practices and to potentially work to achieve the global participatory potential of folk media that Jenkins and many other theorists and practitioners, including myself, idealise. As Jenkins (2001) goes on to note - the contradictory forces of new media and technology have been promoting both convergence and divergence in many ways, "pushing both toward cultural diversity and toward homogenization, toward commercialization and toward grassroots cultural production".

At this stage, I would like to reinforce a few key points. Firstly - an origin point of transmedia practices cannot necessarily be located within a limited lens of recent technological developments. Swallow (2013) might locate the 18th century work *Pamela* as a point of transmedia origin however, during the fragmentation of media that occurred throughout the 20th Century practitioners increasingly began to experiment with moving their works to span many media and the term 'transmedia' has become more prevalent from the early 2000s. While I may describe Swallow's nearly 300 year old point of origin story of transmedia as an 'arbitrary' designation, it is nonetheless important to take

a historical perspective. A historical perspective moves attention beyond a technologically deterministic approach and instead situates transmedia practices within longer collaborative lineages of mediamaking, of participatory production and of storytelling. There are historical precedents to transmedia practices that pre-date internet and digital technologies commonly associated with this work. For example in the field of documentary I identify the work of Jean Rouch from the late 1940s and the National Film Board of Canada's (NFB) *Fogo Process* from 1967 as two key points in shaping collaborative, inter-disciplinary and trans-media approaches (Potter, 2014: 22-38). The influences of these works are felt in a number of ways. There is the work of reconciling the aims of institutions, community, participants and filmmakers. There is the historically important reconceptualisation of how documentary and media can be used for community benefit. There is the community engagement, specifically in the creation of particular community roles and there are numerous stylistic approaches that have been influential and there are the filmmakers' reflections on their processes as a whole illuminating a reflective and critical practice as detailed in Potter (2014: 19-35).

Secondly, a participatory 'folk' culture that enables everyday people everyday access to opportunities for creative expression and mediation is key trait of transmedia cultural practices that is both significant and contradictory. Transmedia encompasses both homogenisation and capitalisation of media expression and experience, and simultaneously offers the potential for extraordinary diversity. Transmedia moves toward limited commercialisation and unprecedented opportunities for grassroots production while at the same time enabling new mechanisms for corporate enclosure. In terms of corporate enclosure, for example, Fuchs (2011) observes "cultural expressions of Internet users are strongly mediated by corporate platforms owned by Facebook, Google and others". The same has been said for a wide range of hardware and software developers. Recently, Sullivan (2016: 66) identified a variety of corporate practices described as "artificial scarcity"...

such as paywalls, search engine traffic redirection, application programming interfaces (APIs), and other software tools (that) are increasingly shaping our experiences with audiovisual media. These technological controls allow corporations to restrict access to media content, thereby enabling differential pricing models and expanded policing of digital copyright.

Sullivan also points out Daubs and Manzerolle (in Sullivan, 2016: 57) have argued that online cultural production comprises a form of “cognitive capitalism” wherein the tools and raw materials of production (software code and APIs) are provided by merchant capital (such as Apple and Google) to “harness and articulate the capacities of immaterial labor(ers). The latter includes coders and app developers, but also the more general category of prosumers”. (in Sullivan, 2016: 67). Within the walled gardens of online platforms, and even the source code that constitutes many websites, communities are not only dependent on commodities produced for them, they also become economic resources. As Lewis (2010) observes, “if you’re not paying for it, you’re not the customer; you’re the product being sold”.

Hay and Couldry (2011: 478) note that from the late 1980s increasingly individualised engagements with media were becoming instrumental to the ‘mass customized’ economies and lifestyle programming of TV and media culture, illustrating a pattern that pre-dates broad uptake of networked computers and use of the worldwide web. Although, as Couldry, Livingstone and Markham (2014) report, this individualised engagement with media has clearly been amplified through online platforms. Hay and Couldry (2011: 482) note that,

it is the complex situatedness and embeddedness of the mediation of liberalism and democracy from which ‘convergence studies’ of media, culture and power should begin. From that starting-point, we may be better placed to reflect on the undoubtedly important intersection between many waves, not just one wave, of ‘new’ media (transnational satellite TV, mobile phones, the world-wide web, social media) and the successful and failed political mobilizations that have attracted global attention in recent years.

Hay and Couldry’s insistence on a broad, historical perspective (‘many waves’) is useful in expanding both the timeframe in which we view transmedia, as well as the theoretical lens, seeing this movement not simply as a increased mediatisation of the world, but from diverse perspectives, such as culture centred approach. Thus, it is also necessary here to take some issue with Jenkins’ (2001) statement that multiple, convergent media will never coalesce into one super-medium.

To relate Jenkins’ statement back to a more media studies focus, Benkler (2006: 212) observes that the internet, “fundamentally altered the capacity of individuals, acting alone or with others, to be active participants in the public

sphere as opposed to its passive readers, listeners or viewers". This has enabled representations of multiple and conflicting points of view, where hundreds of thousands of competing perspectives can be linked together. The resulting landscape, that emerges from the internet and diffuses into the physical world constituted of competing sets of meaning, symbols, icons, images and language is conceptualised by Appadurai (2000: 33) as the mediascape. This mediascape has collapsed old and new media, transforming the arena of public opinion and agency. It is, in its very definition, a super-medium. This trans-mediascape is a complex system, allowing for potential engagement in a multiplicity of actions and reflections. Artefacts of transmedia production cannot be studied as something fixed, but need to be addressed through the complex series of relations that form them and are formed by them. This is an inflected and subjective process of mediating and communicating meaning, both in the making and viewing. This process recalls Hall's ([1973] 1980) model of encoding and decoding, initially conceived in relation to television, but which has been applied in almost any setting where there is an audience, viewer or user of a form of media, as seen in Hay and Couldry (2011)(also see: Shaw, 2017). Bodker (2016) in re-situating Hall's model in relation to the circulation of journalism and current affairs in the digital landscape quotes Gurevitch and Scannell's (2003: 232) assertion that Hall's text has been canonised and is "ritually invoked" rather than "engaged with and argued over, contended and challenged". Shaw (2017: 8), however, reinforces that cultural studies approaches to media scholarship are of particular importance at moments of crisis within the humanities – and as outlined in Potter (2014), I believe we are at a critical juncture at this moment.

ENCODING | DECODING TRANSMEDIA

Hall's model of encoding | decoding is a non-linear model of communication. Hall understands that when someone creates something they 'encode' it – they build on pre-existing knowledge, their relationship to the thing, production or person and the technical infrastructure such as the media through which they receive it. The process of encoding is something a creator does. Decoding is something a viewer does. Both encoding and decoding are not a passive or linear process and, as can be seen in *Figure 1*, both take place through a complex series of frameworks, relations and structures. Shaw (2017: 593) notes that Hall's model offers a semiotic framework and extends media and communication studies beyond earlier stimulus-response behaviourist models. However, many

theorists, such as Shaw, choose to focus on the ‘decoding’ side of the equation - perhaps a legacy of the media effects tradition¹. Instead, Hall’s model is, as Hay and Couldry (2011) observe, a complication of the view that media power resided mostly in State and commercial media institutions.

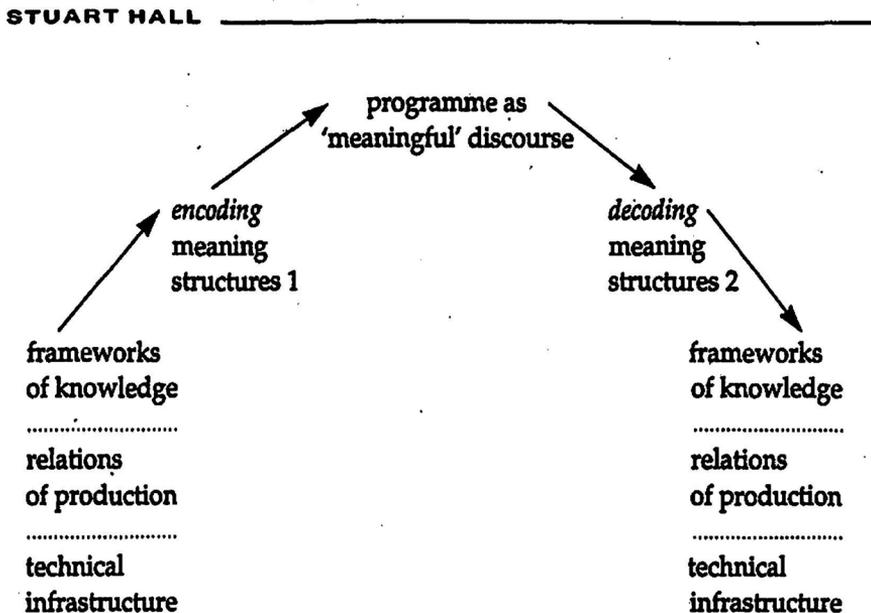


Figure 2: Stuart Hall's model of encoding | decoding. Hall ([1973] 1980)

It is clear that the particular vision or intent of a creator does not necessarily flow through to every viewer. The act of creation builds on a series of assumptions such as frameworks of knowledge, relations of production, technical infrastructure. There is the construction of a host of meanings encoded into a work. And when the work is mediated, meaning continues to evolve across the various mediums of dissemination. Put simply - viewers view it, users use it and they go through a process of decoding based on their frameworks of knowledge, relations of production and technical infrastructure. Hall’s model speaks to the dynamic and complex model of a contemporary transmedia story system where relationships are formed and insight is gathered in the making of

¹ For a sustained critical analysis on the limitations of the media effects approach, and an active and hopeful approach to new models of understanding of audience see: Gauntlett (2007)

stories, viewings and discussions. Transmedia projects such as *Big Stories*, projects display a relational quality, in particular the capacity for multi-vocality and the significance of social relations in making or sustaining the project. As I note in Potter (2014: 8) the turn towards localised production of everyday experiences combined with the possibility of a global, or at least a globalised, audience can offer the possibility for a radical re-imagining and re-imagining of place and communal identity.

IMAGINED COMMUNITY

Anderson's *Imagined Communities* (1983) describes how communities may remotely manifest themselves through shared stories that give rise to shared memory and collective identity. Key to Anderson's argument is that a tapestry of stories defines both community and individual experience, and that communal identification is 'empowering.' Communal identity is embodied in acts of imagination such as images and stories, and shared through various media. Our personal stories and representation may be directly connected to an understanding of collective identity and community. A community's living memory, embodied in individual stories, is its collective identity. This identity is in a state of perpetual flux as the community, like an individual, re-examines their stories and re-defines their identity. An approach to this process of re-examination, that is both participatory and transmedia, can build upon the significance attributed by Berrigan (1979) to self-representation, participation and media democracy where two-way communication, access and participation are considered to be crucial. In addition, such an approach that focuses on communal modes of production across media can fracture the singular narrative of a single imagined community. Instead this approach offers a vision of many and varied imaginings nesting and intersecting across space and time. Fuchs (2002) describes this as a complex dialectical relationship focussed on information flows between the communal and the individual, representing a dynamic that facilitates the constant re-creation of society.

Implicit in this constant re-creation is encouragement of diversity, resulting in the diminishing of centralised authorial control. In terms of *Big Stories*, as the Project developed and showed increasingly complex and dynamic organisational characteristics, a new authorial voice coalesced between the filmmakers' voice and that of participants. Stories became increasingly blended and it became harder to discern which voice was being heard. This coalescence, as the

key example of self-organisation within the project, relates to a key element around the contradictory tensions implicit in the coalescence | divergence of transmedia works.

AGONISTIC PLURALITY: CONTRADICTION AND COALESCENCE

As the *Big Stories* project has developed and shown potential for self-organising and self-sustaining, a new authorial voice has begun to coalesce between the filmmakers' voice and that of the participants. Stories become increasingly blended and it becomes harder to discern which voice is being heard. This synthesis of voices resulting in a new perspective is emblematic of a key idea within the *Big Stories* project, which is that communities are complex; and can have evolving and agonistic viewpoints that can co-exist without having to move to consensus in order for the community to function. Because of the agonistic and complex tendencies of community representation and the potential multiplicity of representation and poly-vocality of the online space, the rational, consensual approach to the public sphere advocated by thinkers such as Habermas ([1962] 1991) and echoed by many contemporary media theorists (including Rheingold, 2008; Dahlgren, 2001) is no longer as relevant when exploring transmedia works. As I point out earlier, transmedia is inherently contradictory. The Habermasian conception is of a consensus for the common good achieved through rational debate that tolerates pluralism of views as long as this is based on some kind of shared reason (Mouffe, 1996: 245). Mouffe instead proposes a project of "radical and plural democracy" that recognises the plurality of views in society defining this as agonistic plurality. This notion is summarised in Potter (2014: 41 – 42) in relation to participatory documentary. I observe that the prime task of agonistic plurality is to mobilise passions towards democratic designs as,

passion and emotional attachment are vital to collective identity formation, as is evident in even cursory examinations of the online fora of shared communities. From the perspective of agonistic pluralism, transforming antagonism into agonism through the provision of channels through which "collective passions will be given ways to express themselves" is the aim of democratic politics and the centre of what Mouffe describes as the site of hegemonic struggle.

In Potter (2014: 43) I note that Couldry (2006) sees an apparent contradiction in Mouffe's idea that empowerment comes through capability over the condi-

tions of self-assertion through sustained communal exposure to moderated conflict. A motivation in the *Big Stories* project has been to explore how individuals or small groups in a community might engage with institutions to create the conditions for such a space of agonistic plurality. This requires looking at how individuals or small groups might transcend external convention as well as their own expectations. The process of producing a space of agonistic pluralism that embodies Mouffe's expectations is not a neat, linear set of affairs. The roughness of human being and feeling cannot be reduced, subsumed or abstracted into neat determinations. Yet this roughness of everyday spatial practices and lived experience is often ignored or made to fit with the dominant discourse – whether this be on media, on culture, or on space. However, it is here in this face-to-face coalescence of co-creativity and the everyday that there exist opportunities for emancipatory potential. The key remains in a mutual recognition of the value of shared stories and sustained relationships between people. When the local stories are produced in an intimate setting with an eye to create works that can move into a broader, global setting that represents an intensification of the experience of the everyday. As I note in Potter (2014: 8) this intensification is an attempt to transform social and creative effort into collective discovery and learning. This interdependent view is connected with a broader thesis about our relations to the institutional and discursive structures we build and inhabit. I would argue that decentring the media-centric reading of transmedia studies begins to address Hay and Couldry's (2011: 479) important point that by placing media at the centre of the world (and the structures in dominance) of theory and analysis we lose the importance of the 'robust' view of mediamaking that emphasises the little, the everyday and the multi-form making and productivity that surrounds media.

CONCLUSION: COALESCED LOCALISED PRODUCTION

In 1953, influenced by the emerging theory of cybernetics and the works of R. Buckminster Fuller, Norbert Weiner and Jay Forrester architect and designer Knud Lonberg-Holm and architect and academic C. Theodore Larson produced a series of graphics designed to illustrate the interrelations of a variety of cultural and social factors, considered essential to the practice of design. The Development Index was intended to be a dynamic screening system to support the organisation of information to management of incoming and outgoing streams of data. The diagram shown in Figure 3 represents an early attempt at

a systems-thinking approach and research tool in order to study interactions of human activity, environmental relations, and communication. It is also a reflection on some of the complexity that exists when seeking to conceptualise frameworks for communal relationships.

community relationships

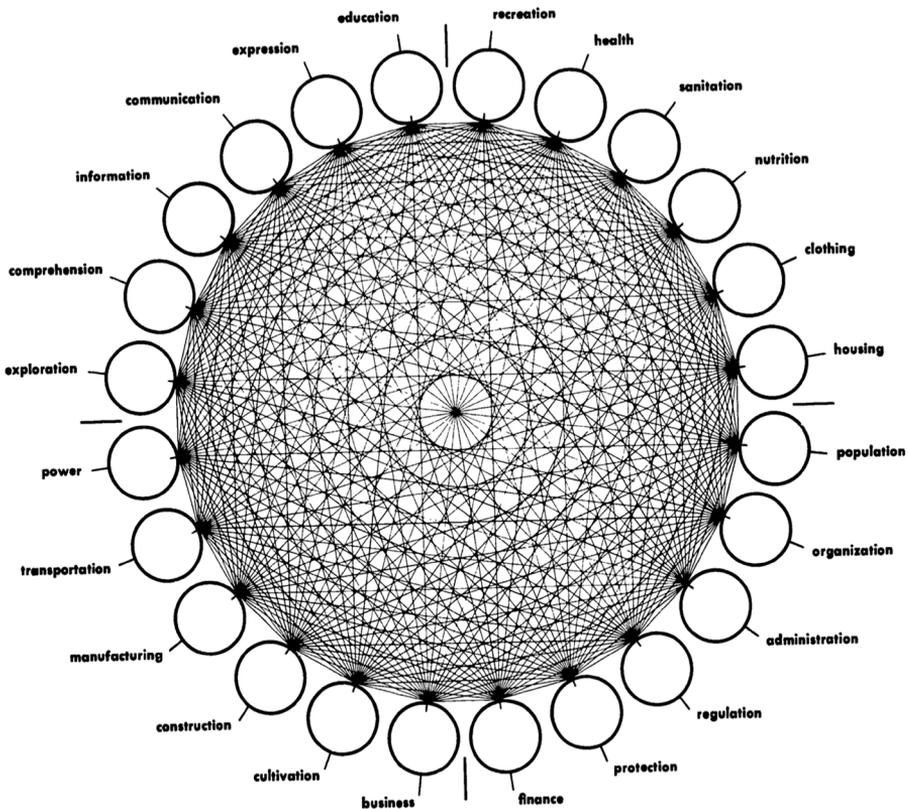


Figure 3: Knud Lonberg-Holm and C. Theodore Larson's diagram of the inter-related factors connected to community relationships, part of the "Development Index" (1953).

While Lonberg-Holm and Larson's model can be interpreted as both reductive and dehumanising, they framed it as a hopeful proposition for organizing and facilitating flows of information in order to foster human development, with particular reference to the development of buildings and communities. The aim of the index was to create a tool that would help designers improve

the built environment. The index was an attempt to manage information flows and to provide relevant data through, what was then, a cutting edge centralised media and technology system. It was the newest of new media. In terms of conceiving transmedia works as a system and looking to this pattern as an early visualisation of a community-based system it may be seen as a visual embodiment of Benkler's notion of new managed system. In Potter (2014: 54) I recount Benkler's (2006, 2011) observations that practices of productive social co-operation enabled through new technologies are proof of the possibilities of human-centric systems and relate these observations to transmedia projects such as *Big Stories*. Benkler notes key hallmarks of such systems:

- (a) location of authority and practical capacity to act at the edges of the system, where potentialities for sensing the environment, identifying opportunities and challenges to action and acting upon them, are located;
- (b) an emphasis on the human: trust, respect, cooperation, judgment, dialogue and empathy;
- (c) communication over the lifetime of the interaction; and
- (d) loosely-coupled systems: systems in which the regularities and dependencies among objects and processes are less strictly associated with each other.

To relate this model to *Big Stories* we see resonance in that the *Big Stories* project emerged from a community based organization (the Media Resource Centre). The project developed principles and a process that reflected the human emphasis and ongoing communication between facilitators and participants. *Big Stories* took place in remote production settings that enabled innovation and thus is a project that is encoded from the edges of our social structures, and is designed around building capacity at the edges of those communities. Finally the project established mechanisms over time that allowed for nimbleness in relation to dealing with changing communal and institutional expectations.

Extending on the fragile notion of transmedia work as a human system, systems theorists such as Waldrop (1992: 255) note that real ecosystems are not totally connected, they are loose and dispersed. In any ecosystem every individual group only interacts with a subset of the total number of other groups, and from these interactions a web-like structure can be said to develop. The same is true of the online environment, with multiple worlds and systems existing. In

this 'web', shaped by multiplicity, interactions are unable to be contained by a universal understanding. This leads into a generally accepted principle of complexity theory that emerges from the study of self-organisation, the notion that information continues to increase, resulting in the system, or interrelated systems, driving toward greater and greater complexity. This raises some important points around designing systems in this environment notably the presence of many, often conflicting perspectives, which I have explored in light of Mouffe's concept of agonistic pluralism. Transmedia projects such as *Big Stories* draw on a variety of traditions from documentary film, art and photography as a way of recording everyday life through story and as a reflexive interplay between subjects and filmmakers in residence. The incorporation of multiple techniques and distribution models allows for makers and participants to engage in a multiplicity of actions and reflections. Communal identity is embodied in acts of imagination such as images and stories, and shared through various media. This is a complex dialectical relationship focussed on the information flows between the social and the individual, representing a dynamic that facilitates the constant re-creation of society.

The turn to localised production is therefore one step towards reflecting a hyper-local dynamic network that features a high magnitude of contact among many nodes and both interactive and iterative behaviour. A collective identity and living memory of the community who tell and share and change these stories is woven together from these stories. As I observe in Potter (2017) there is a tradition of engaged, dialogic practice there is a pathway towards overcoming these obstacles. This alternative path highlights production processes that are not completely dependent on the displacement of individual agency by hierarchical production systems, reflecting Hay and Couldry's challenge to focus the little, the everyday and the multi-form making and productivity that surrounds media in order to maintain a 'robust' view of media.

REFERENCES

- ANDERSON, B. (1983): *Imagined Communities*. London: Verso.
- APPADURAI, A. (2000): *Modernity at Large. Cultural Dimensions of Globalization*. Minneapolis, London: University of Minnesota Press.
- BENKLER, Y. (2006): *Wealth of Networks: How social production transforms markets and freedom*. New Haven, London: Yale University Press.

- BERRIGAN, F. (1979): *Community Communications: The Role of Community Media in Development*. Paris: UNESCO.
- COULDRY, N. (2006): *Listening beyond the echoes: Media, ethics, and agency in an uncertain world*. Boulder, CO: Paradigm Publishers.
- COULDRY, N., LIVINGSTONE, S. AND MARKHAM, T. (2007): *Media Consumption and Public Engagement: Beyond the Presumption of Attention*. Basingstoke. Palgrave Macmillan.
- DAHLGREN, P. (2001): "The Public Sphere and the Net: Structure, Space and Communication", in L.W. BENNETT AND R.M. ENTMAN (eds.) *Mediated Politics: Communication in the Future of Democracy*, Cambridge: Cambridge University Press: 33-55.
- EDMOND, M. (2015): "All platforms considered: Contemporary radio and transmedia engagement", *New Media and Society*, vol. 17(9): 1566-1582.
- FUCHS, C. (2002): "Social Information and Self-Organisation", in TRAPPL, R. (ed.), *Cybernetics and Systems 2002*, vol. 1, Vienna: 225-230.
- FUCHS, C. (2011): *Against Henry Jenkins. Remarks on Henry Jenkins' ICA Talk "Spreadable Media"*, May 30, 2011, <<http://fuchs.uti.at/570/>> [21/6/2013].
- GAUNTLETT, D. (2007): *Creative Explorations: New approaches to identities and audiences*, London: Routledge.
- HABERMAS, J. ([1962] 1991): *The Structural Transformation of the Public Sphere: An Inquiry into a Category of Bourgeois Society*, trans. Thomas Burger with Frederick Lawrence, Cambridge, MA: MIT Press.
- HALL, S. ([1973] 1980): "Encoding/decoding", CENTRE FOR CONTEMPORARY CULTURAL STUDIES (Ed.): *Culture, Media, Language: Working Papers in Cultural Studies, 1972-79*. London: Hutchinson: 128-38.
- HAY, J. & COULDRY, N. (2011): "Rethinking convergence/culture an introduction", *Cultural Studies*, vol. 25, no. 4-5: 473-486.
- JENKINS, H. (2001): "Convergence? I Diverge", *MIT Technology Review*, June 1, 2001, <<https://www.technologyreview.com/s/401042/convergence-i-diverge/>> [01/04/ 2016]
- JENKINS, H. (2006): *Convergence Culture: Where Old and New Media Collide*. New York: New York University Press.
- JENKINS, H. (2007): "Transmedia storytelling 101", *Confessions of an Aca-Fan: The Official Weblog of Henry Jenkins*, <http://henryjenkins.org/2007/03/transmedia_story-telling_101.html> [10/04/ 2016]
- LEWIS, A. (2010): blue_beetle's profile **on Meta Filter website**, <<http://www.metafilter.com/user/15556>>, [01/10/2010]

- LÖNBERG-HOLM, K. AND LARSON, C.T. (1953): *The Development Index*. Ann Arbor: University of Michigan Press, <<https://catalog.hathitrust.org/Record/001388401>> [01/06/2017]
- MOUFFE, C. (1996): "Radical Democracy or Liberal Democracy", in TREND, D. (ed.), *Radical Democracy: Identity, Citizenship, and the State*, Routledge: New York: 19-26.
- NASH, K. (2012): "Modes of Interactivity: Analysing the Webdoc", *Media, Culture & Society*. Vol 34 (2): 195-210.
- PATEMAN, C. (1970): *Participation and Democratic Theory*. Cambridge University Press, Cambridge.
- POTTER, M. (2014): *Big Stories, Small Towns; a participatory and web-based documentary*. Unpublished PhD Thesis. Flinders University. <https://www.academia.edu/11786257/Big_Stories_Small_Towns_a_participatory_and_web-based_documentary_and_exegesis_www.bigstories.com.au_>
- POTTER, M. (2017): "Critical junctures: place-based storytelling in the Big Stories, Small Towns participatory documentary project", *Media International Australia*, Vol. 164(1): 117-127.
- RHEINGOLD, H. (2008): *Using Participatory Media and Public Voice to Encourage Civic Engagement. Civic Life Online: Learning how digital media can engage youth*. L. Bennett. Cambridge, MA, MIT Press.
- SHAW, A. (2017): "Encoding and decoding affordances: Stuart Hall and interactive media technologies", *Media, Culture & Society*. Vol. 39(4): 592-602.
- SULLIVAN, J.L. (2016): "Software and the Artificial Scarcity in Digital Media", *Political Economy of Communication*. 4(1): 66-84.
- SWALLOW, K.P. (2013): The New, Old Way to Tell Stories: With Input From the Audience. The Atlantic, OCTOBER 18, 2013, <[HTTPS://WWW.THEATLANTIC.COM/ENTERTAINMENT/ARCHIVE/2013/10/THE-NEW-OLD-WAY-TO-TELL-STORIES-WITH-INPUT-FROM-THE-AUDIENCE/280682/](https://www.theatlantic.com/entertainment/archive/2013/10/the-new-old-way-to-tell-stories-with-input-from-the-audience/280682/)> [01/04/2016]
- URICCHIO, W. (2008): 7 IMAG(IN)ING THE CITY: SIMONIDES TO THE SIMS in WEBBER, A. AND WILSON, E. (eds.) *Cities in transition: The moving image and the modern metropolis*. London: Wallflower Press.
- WALDROP M. (1992): *Complexity: the Emerging Science at the Edge of Order and Chaos*. New York: Touchstone.

CV

Martin Potter is a multi-award winning creative director and producer of transmedia and a Lecturer in Creative Arts and Media at James Cook University in Queensland, Australia. As a creative practitioner, Martin has developed and produced transmedia works including the multi-year, multi-site Big Stories, Small Towns (www.bigstories.com.au) and The White Building program (www.whitebuilding.org) which included a film school, art gallery, exhibitions, performances and archival programs. Martin has an extensive publication record as a media producer including 18 hours of commissioned broadcast documentaries in Australia. In 2012 he was Asialink Dunlop Fellow and Communication and Ian Potter Trust Fellow. His project Stereopublic: crowdsourcing the quiet (with Jason Sweeney) won numerous awards including a TED City2.0 award in 2012 and premiered at the Adelaide Festival in 2013. In 2013 he was filmmaker in residence at the Bophana Centre in Cambodia, and finalist in the Communication for Social Change Award and in 2015 his PhD won the Flinders University Vice-Chancellor's Prize for Doctoral Thesis Excellence. Martin's current book with Jonathon Louth is *Edges of Identity: the Production of Neoliberal Subjectivities*, published by Chester University Press.

LUDWIG: A LINGUISTIC SEARCH ENGINE FOR ENGLISH WRITERS

Antonio Rotolo

Ludwig s.r.l.s

antonio@ludwig.guru

Salvatore Monello

Ludwig s.r.l.s

salvo@ludwig.guru

Roberta Pellegrino

Università di Messina

roberta@ludwig.guru

Francesco Aronica

Ludwig s.r.l.s

aronica@ludwig.guru

Abstract: The Web is a huge source of readily available data. Almost all of this data consists of text, and language is the soul of written text. Naturally, this makes the study of human languages and the analysis of text from the web – including big data, natural language processing and artificial intelligence (AI) – so interesting to digital humanists. In this paper, we use Ludwig (a startup operating in the field of computational linguistics and AI) as a case study to disentangle what cultural innovation is, and to show how we are pragmatically using the “Web as a corpus” in order to solve a real problem: helping non-native English speakers write better in English, and with more confidence.

Ludwig is a web service that helps non-native English speakers resolve their doubts. Ludwig assist users figure out how to write what they want to write in English when they don't know quite how to phrase it. It works as a linguistic search engine, optimized for solving linguistic doubts: the user searches for their doubts, finds similarities and differences between their sentence and a set of relevant ones from the corpus, and in the end, is able to critically understand the answer to their doubt autonomously.

Keywords: Web as a corpus; NLP - Natural Language Processing; Linguistic Search Engine; Ludwig, EFL - English as a Foreign Language.

Abstract: La Red es una fuente casi inagotable de datos al alcance de todos. La mayor parte de estos datos consisten en textos. El lenguaje es el alma de un texto escrito; por esta razón el estudio de los lenguajes humanos y el análisis de los textos procedentes de la red (incluidos los Big Data, el procesamiento del lenguaje natural (NLP) y la inteligencia artificial (AI)) son campos de investigación extremadamente interesantes para los humanistas digitales.

En este artículo, utilizamos Ludwig (una startup que opera en el campo de la lingüística computacional y de la inteligencia artificial) como caso de estudio para demostrar qué es la innovación cultural y cómo usamos pragmáticamente la «Web como corpus» para resolver un problema real: ayudar a los hablantes de inglés no nativos a escribir mejor en inglés y con mayor confianza.

Ludwig es un servicio web que ayuda a los que no son madre lengua inglesa a resolver sus dudas cuando escriben en inglés. Ludwig permite averiguar y descubrir cómo escribir correctamente lo que un usuario quiere escribir en inglés cuando éste no sepa cómo hacerlo de forma correcta. Ludwig funciona como un motor de búsqueda lingüística, optimizado para resolver dudas lingüísticas: el usuario busca sus dudas, encuentra similitudes y diferencias entre su oración y un conjunto de oraciones semejantes y correctas procedentes del corpus y, al final, puede comprender críticamente la respuesta a su duda de forma autónoma.

Palabras clave: La red como corpus, PNL - Procesamiento de Lenguajes Naturales, motor de búsqueda lingüístico, ILE - inglés como lengua extranjera

1. INTRODUCTION

We all know that most events of global importance happen every day outside our linguistic borders (Jefferson, 2003). English is the language of science, of the Web, of ICT and of international politics and economy. One out of every four people in the world (which is around 1.75 billion people) speaks English at a useful level. This number will keep growing in the following years and will reach two billion by 2020 (Crystal, 2008: 4-5. For forecasts about the growth of English, see also Graddol, 2006). With non-native English speakers outnumbering native speakers by three to one, English must be de facto regarded as “the language” of the world.

Even if we will avoid tackling the thorny – and ideologized – debate that has risen around the “Globish” or ELF language (Pennycook 2007; Jenkins 2007; Hülbauer and Seidlhofer, 2013; Gazzola and Grin, 2013; Motschenbacher, 2013; Baker, 2015) it is impossible to deliberately ignore the competitive advantage that native speakers have over non-native English users. Such competitive advantage hampers economic opportunities and limits cultural integration.

The production of technological tools that help to mitigate such linguistic inequality among English natives and English-as-a-Foreign-Language (EFL) users is an exercise of democracy and a perfect field of research for a team of digital humanists. In this paper, we present how we used the Web as a resource to build Ludwig¹: a linguistic search engine that helps scholars, professionals and anyone else to write better and with more confidence in English, bridging the linguistic gap between native and non-native English users.

In pursuing such an ambitious goal, we conceive of language as a medium of expression and communication that can be addressed through humanistic inquiry and manipulated with digital technologies.

Our approach can be described as the anti-disciplinary synthesis of our own practical working experience in the area. In fact, the team working at Ludwig has extremely diverse backgrounds, namely: Archaeology, Philosophy, Software Engineering, IT law, Journalism and Design. Our different expertise found a common ground in the solution of a practical problem (lessening the linguistic gap between native and non-native English users) and in the framework of the Digital Humanities. Beyond the entrepreneurial goals of our company, we are animated by the idea of contributing to the cultural innovation of society.

1. As a foreword, it is important to make clear that Ludwig has involved an initial analysis process from a business perspective.

The structure of this paper is as follows. The next three paragraphs explain why the “Web as a corpus” has been having a crucial role in innovating culture, how Ludwig exploits it and why its approach is innovative. In the second part of the paper we describe the implementation of the project, users’ behaviors and competitors landscape. The final part provides limitations, future works and a final wrap-up.

A last word goes to the name “Ludwig”, which comes from Ludwig Wittgenstein, who inspired us with his famous quote from the *Tractatus*: “The limits of my language, mean the limits of my world.”

2. THE WEB AS A CORPUS

The World Wide Web is the place where all the disciplines converge and their boundaries get dissolved. It is a source of knowledge, a privileged field of research and at the same time the main outlet for any project. The Web is a digital humanist’s playground: it is a huge, almost free and easily accessible source of human traces.

Despite these apparent advantages, the web has been used as a corpus to solve linguistic problems only in recent times. In fact, only in the early 2000’s a growing number of researchers started using the web for linguistic purposes (Volk, 2002; Kilgarriff and Grefenstette 2003; Baroni et al. 2009; Schäfer and Bildhauer 2013). To the best of our knowledge the first attempt was a method based on a combination of web searches and WordNet to disambiguate the meaning of words in a text (Mihalcea and Moldovan, 2000). We can identify two main approaches: 1) the so called “Googleology” – i.e. the use of search engines to produce linguistic information, which is regarded by many linguists as not suitable for a rigorous linguistic research (Kilgarriff 2007) –, or 2) traditionally compiled corpora, which are often too reduced in size. More recently the WaCky (Baroni et al., 2009) and WOC (Schäfer and Bildhauer, 2013) initiatives have produced high quality web corpora for a handful of European languages.

According to Kilgarriff and Grefenstette, “a corpus is a collection of texts when considered as an object of language or literary study” (Kilgarriff and Grefenstette, 2003: 2). In order to comply with the need of linguistic researchers, a corpus should have the following requisites:

- Size and representativeness. Corpora should be as large and as representative of as many linguistic domains as possible.

- Noise reduction. Documents must be made of clean text and enriched of linguistic annotations.
- Stability. Since such corpora serve a scientific purpose, they must be stable and produce comparable and verifiable results over time.

3. THE WEB AS A CORPUS TO HELP WRITERS

Ludwig's scope is slightly different from the scope of pure linguists. In fact, it aims to solve a concrete pain: helping EFL to write more effectively and efficiently in English. Our center of interest is the need of the user (students, researchers, managers, startupper and any professional whose career depends on the production of good quality English content), not the scientific need of the linguist. As a consequence, when building our corpus, we took pragmatic and arbitrary decisions about the kind of sources that we would include in our corpus. We did not need to comply with all of the above-mentioned requisites, but to fit our users' needs:

1. We carefully selected texts coming from multiple different linguistic domains (formal writings, scientific papers, news, reports, fiction, informal dialogues) in order to represent the whole spectrum of domains EFL writers might be interested in.
2. We tried to hand pick the best sources of language per linguistic domain.
3. We are constantly growing our corpus in order to increase the number of correct sentences that our corpus contains.

Based on our freedom to operate analyses, in building our corpus we selected only freely accessible sources on the web. We took the following measures to respect copyright and intellectual property of the works that Ludwig uses and to comply with the "fair use" (Hugenholtz, 2016):

1. We reproduce only a modest portion of a text (at most 220 characters).
2. We credit and redirect (via hyperlink) to the original source to comply with author's right to be recognized as the creator of the work.
3. We are using texts that have already exhausted the informative function they were created for (e.g. newspaper articles that are at least 3 years old).
4. Ludwig's use does not deprive the copyright owner of income nor undermines a new or potential market for the copyrighted work. Oppositely it gives a new life to old documents and potentially brings a new source of income for authors and editors.

5. Transforming on both a structural and on a functional level copyrighted materials, we create something new, bringing benefits for society as a whole.

4. OUR APPROACH

The assumption behind Ludwig is that having the possibility of comparing one's sentences with "real-world" language, a person with a discrete dominance of the English language would be able to:

1. Check autonomously what is acceptable and meaningful. If the sentence that the users want to write has already been written by a prominent journalist writing for the New York Times, it is probably ok to use it.
2. Find similarities and differences between his/her sentence and a set of relevant ones from the corpus, and understand how to improve the phrasing and correct mistakes.
3. Evaluate the context in which the sentence is used.
4. Assess the relative frequency of different expressions.
5. Critically understand the resolution to his or her doubt.

In order to do this, we needed to pair the corpus with a retrieval system that would allow the user to get a set of similar correct sentences in response to a query containing a linguistic doubt.

Natural Language Processing (NLP) gave us a set of technologies that allowed us to accomplish this task: parsing, tagging, summarizing, translating from one language to another, and much more.

5 IMPLEMENTATION

Ludwig is a Linguistic Search Engine, based on NLP algorithms. Differently from standard search engines, which are specialized in retrieving generic information, our hybrid information retrieval algorithm conjugates adaptive statistical search and semantic techniques. Ludwig is a REST service-based software system with a multi-layered infrastructure oriented to web services. The system has been drawn on Cloud Computing infrastructure in order to ensure speed, scalability and to respond to thousands of searches in a few milliseconds.

Ludwig has two main components:

1. A database of structured texts that constitutes our knowledge base. It is made up of reliable sources of correct English (e.g. scientific journals, encyclopedias, newspapers, legal documents, grammar books, fiction etc.). Our corpus already includes 100 million sentences, a number that is constantly growing.
2. A Statistical Semantic Retrieval Algorithm (SentenceRank) – based on Latent Semantic Analysis and an adaptive weighted scoring system – that enables the program to search through the sentences in the knowledge base and to sort them according to their similarity to the query sentence.

The data workflow, along with the components mentioned above can be coherently described as follows:

1. The raw data (i.e. correct English documents) is collected from the web by a Data Source Manager. This harvests, cleans and prepares the texts for storage in the index of documents (Document Store).
2. These documents are processed by our proprietary Natural Language Analyzer, that is made of a Sentence Extractor and a Sentence Processor. The first splits a document into sentences, while the latter analyzes each sentence (i.e. Tokenization, Lemmatization, PoS Tagging, Stemming, Synonym, NER, etc.).
3. Each analyzed sentence is finally definitively stored with such multi-layered information (inverted index data structure) in our Knowledge Base (Lin and Dyer 2010: 65-86) by the Data Manager.

During the recovery phase, once a query is submitted by the user, this is processed through the above described NLP pipeline, while our proprietary retrieval algorithm (SentenceRank) selects and sorts a set of sentences from the Document Store in order of relevance to the query. The result is then displayed within a snippet (to contextualize the sentence) and highlights in the web interface.

In order to enrich the functionalities of our service and increase its usability, we added a translation service that relies on Google Translate API. After having the source sentence translated we search it on our corpus following the above described pipeline (Fig. 1).

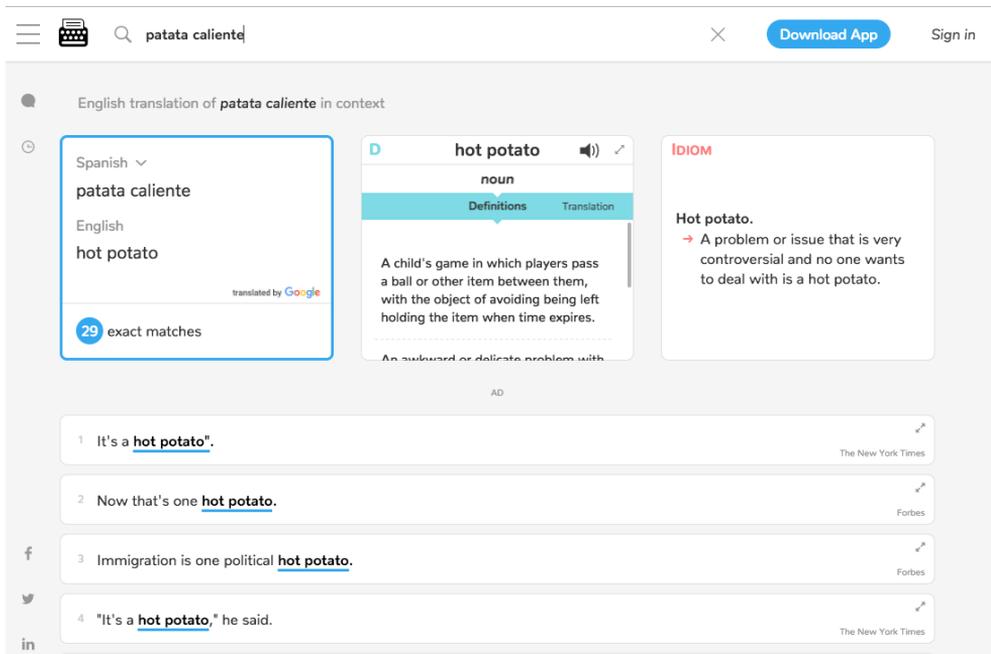
Figura 1. Ludwig results page and user interface

6. ALTERNATIVE SOLUTIONS

Even if Ludwig doesn't have a direct competitor, there is a growing number of services that help non-native-English users comparing sentences with "real-world" language.

6.1 STATISTICAL SEARCH ON GOOGLE OR OTHER SEARCH ENGINES

Search engines are sometimes used to check if a sentence is correct by searching it between inverted commas and looking at the number of occurrences: the higher the number the likelier it is correct. Unfortunately, the us-



ability of this search trick is quite limited for the following reasons:

- Search algorithms are good at retrieving information, not at comparing sentences.
- False positives. Grammatically incorrect sentences (especially frequent mistakes) may have a lot of exact matches (e.g. "I'm looking forward to meet you" has more than 400.000 exact matches on Google).
- The criteria of selection of the results is not based on linguistic criteria and is often biased by other reasons.

- Bad sources of English and noise are too frequent. As a consequence, searches often lead to misleading linguistic suggestions.
- The context shown in the search engine results page is too limited.

Actually, we have to admit that the above-mentioned limitations prompted us to start Ludwig, a service in which processing and querying is designed explicitly to meet non-native-English writers' needs.

Recently WritefullApp² has released an interface to perform linguistic searches on Google and on Google Ngrams. It is a lightweight app, but suffers from the shortcomings above described.

6.2 MULTILINGUAL CORPORA

The multilingual corpora such as Linguee³ and Reverso.net⁴ offer translated sentence pairs, which come from the World Wide Web. They offer a good aid when it comes to translation, but bilingual corpora are less extended and the quality of the translation is hardly biased depending on which is the source language. They don't allow the comparison of an English sentence against a corpus of English sentences, which is the main goal of Ludwig.

7. EVALUATION: "THE USER WORKS IN MYSTERIOUS WAYS"

As already explained above, Ludwig provides the user with a set of similar correct sentences in response to a query containing a linguistic doubt. We are assuming that the most similar sentences are also the most relevant to solve that doubt; unfortunately, in some cases it may happen that a completely different phrase could be a more relevant suggestion.

Similarity, and therefore relevancy, has several layers. In fact, two chunks of text may be similar in some respects but different in others: it all depends on the subjective doubt of the user. For instance, as long as the user is interested in figuring out if it is correct to use the gerund after the phrase "looking forward to", then the sentences "I am looking forward to seeing" and "I was looking forward to meeting" can be regarded as similar. Oppositely, if the user was interested in knowing which of the two sentences is more frequently used, the same pair of sentences would be considered different.

² <https://writefullapp.com/>.

³ <http://www.linguee.com/>.

⁴ <http://www.reverso.net/>.

Similarity and relevance depend on which elements are important to a specific user in a specific linguistic context and therefore cannot be measured unequivocally. Also, the kind of results that a user will get on Ludwig is a function of how good they are at searching for the right chunk of sentence and at writing in English.

In order to overcome these limitations and evaluate Ludwig’s performances, we thought we could ask our users to score their satisfaction per each query they made. We realized quite soon that this method was completely useless because our users were much more eager to give us a feedback only when they were satisfied with the results (when we decided to stop collecting this kind of feedback, we had a suspiciously high 95% satisfaction rate).

We are currently trying to look at indirect qualitative and quantitative metrics from a different angle. Regarding to the indirect qualitative metrics, we are assessing Ludwig’s performances by sampling random queries made by the users and repeating them with the goal of understanding if Ludwig has reasonably solved their doubt⁵. In some cases, we observed that the same user performs a sequence of similar queries until he is either able to solve his doubt (Tab. 1) or surrenders, because he is unable to find a suggestion that puts him on the right path.

Nr.	Query	Timestamp	Place	Inferences
1	except for few hours per weeks	2017-02-23 11:05:30	Milan (Italy)	The user is probably unsure whether the sentence is acceptable or not
2	except for few	2017-02-23 11:05:33	Milan (Italy)	The user has restricted the search to a more precise doubt, the use of “except for”
3	except for few hours	2017-02-23 11:05:36	Milan (Italy)	The user broadens the research. He wasn’t probably satisfied with the previous results.
4	for few hours per week	2017-02-23 11:05:45	Milan (Italy)	The user moves his attention on another part of the sentence
5	for a few hours per week	2017-02-23 11:06:01	Milan (Italy)	The user has found a set of examples that have probably solved his doubt

Tab. 1. Indirect qualitative metrics: an example of a sequence of queries made by one single user and inferences on his/her behavior that probably lead to a positive outcome. Source: elaborated by the authors.

5. The only information that we save is: location, timestamp and query.

Another way of assessing user satisfaction is growth. A stable rate of returning users coupled with a general growth of the user pool may be a good indicator of user satisfaction (Tab. 2).

Insights on users (18 Feb 2017-19 Mar 2017)	
Mean number of users per day	1850
Month over Month user growth	+14%
Percentage of returning users	66%

Tab. 2. Returning users and growth. Source: elaborated by the authors.

8. CURRENT LIMITATIONS

Computers don't understand text. This is unfortunate, because that's what the web almost entirely consists of. M. Honnibal⁶

The most frustrating limitations of Ludwig are:

1. Database quality and noise. As Kilgarrieff and Grefenstette affirmed, "the web is a dirty corpus" (Kilgarrieff and Grefenstette, 2003: 9). In spite of our pickiness at the time of selecting our sources, and of our efforts in cleaning them (i.e. HTML stripping, boilerplate removal, deletion of content in languages other than English and deletion of duplicate content), it is impossible to have a flawless corpus. Of course, correct usage is the standard, but some erroneous forms are still present. This noise is mainly made up of typos and chunks of texts written in foreign languages that have escaped our language detection. Some typos are easier to identify and to target (e.g the non-existing word 'woudl' for 'would'), others are definitely subtler (i.e. the existing word 'froward' when used in the place of 'forward'). These kinds of errors are often present in scientific literature and in informal writing sources, but they are also found in highly respected newspapers. A different case is that of sentences the likes of "I wish I was", which is so widely spread that reflects the actual language use and is eventually the standard for the grammatically correct form "I wish I were".
2. Despite Ludwig's corpus already counts more than 100 million sentences and whatever number of useful correct examples Ludwig contains,

6. Honnibal, 2003 [22/07/2017].

the number of possible correct sentences that may be formed in one language is almost endless.

3. How to interpret what is relevant is a hot topic and a crucial limitation for Ludwig. Being impossible to uncover the “true” similarity of two different sentences, we can only rely on common sense.
4. It is currently impossible to check an entire text, but the user has to select and search on Ludwig for specific chunks.

9. FUTURE WORK

We are incessantly working on overcoming the above-mentioned limitations:

Basing on TensorFlow⁷, we are developing more sophisticated ways for refining the data and clearing the noise in the corpus.

We are growing the corpus by including new sources from new linguistic domains. The quantitative growth of the corpus has to ensure the highest possible diversity among the sentences included.

We are categorizing each document according to the linguistic area, in order to allow the user with more precise search functions.

We will soon introduce a syntactic parsing function that will allow a drastic improvement to the whole pipeline and bring us a step forward in understanding meaning through a computer. We are currently exploring with SyntaxNet, Google’s dependency parsing library⁸.

10. CONCLUSION

In this paper, we have analyzed how the “Web as a corpus” can be a crucial resource to sustain and enhance cultural innovation. Furthermore, we have talked about our experience with Ludwig and use it as a key study to show and explain how new approaches can be adopted in order to exploit the Web to solve daily problems. As we have already pointed out, Ludwig s.r.l.s. is a private company that, beyond the goal of increasing the knowledge in the field of NLP, has a pragmatic goal: create innovative technologies to commercialize.

Within the conceptual framework of digital humanities, we found the perfect framework to blend humanistic questioning and computational linguistics in order to solve a problem with a strong social relevance. In fact, with Ludwig we are also conjugating entrepreneurship and cultural innovation. Creating and

7. <https://www.tensorflow.org/> [25/07/2017].

8. <https://www.tensorflow.org/versions/r0.11/tutorials/syntaxnet/> [25/07/2017].

making freely accessible a software that democratize the English language is our contribution to: fostering the internationalization of SMEs, helping entrepreneurs to overcome the limitations of their geographical location, facilitating the information flow between enterprises, customer and suppliers, promoting economic and social growth and virtuous integration processes.

Availability

<https://ludwig.guru/>

Disclaimer

This article was written by a non-native English speaker with the use of Ludwig.

REFERENCES

Baker, W. (2015): *Culture and Identity through English as a Lingua Franca. Rethinking Concepts and Goals in Intercultural Communication*, De Gruyter Mouton, Berlin, Boston.

Baroni, M., Bernardini, S., Ferraresi A., and Zanchetta E. (2009): "The WaCky Wide Web: A Collection of Very Large Linguistically Processed Web-Crawled Corpora". *Language Resources and Evaluation*, 43(3): 209-226.

Crystal, D., "Two thousand million?", *English Today*, 24: 3-6.

Gazzola, M. and Grin, F. (2013): "Is ELF more effective and fair than translation? An evaluation of the EU's multilingual regime", *International Journal of Applied Linguistics*, 23 (1): 93-107.

Graddol, D. (2006): *English Next. Why global English may mean the end of 'English as a Foreign Language*. British Council, London.

Honnibal, M. (2003): «Introducing Spacy», <<https://explosion.ai/blog/introducing-spacy>>, [22/07/2017].

Hugenholtz, P. B. (2016): "Flexible copyright: can EU author's right accommodate fair use?", in Stamatoudi, I. A. (ed.), *New developments in EU and international copyright law*, Kluwer Law International, Alphen aan den Rijn:

Hugenholtz, P. B. (2016): "Flexible Copyright. Can EU Author's Right Accommodate Fair Use?", in Okediji, R., *Copyright Law in an Age of Limitations and Exceptions*, Cambridge University Press, Cambridge: 242-258.

Hülmbauer, C. and Seidlhofer, B. (2013): "English as a Lingua Franca in European Multilingualism", in Berthoud, A.C.; Grin, F. and Lüdi, G. (ed.), *Exploring the dynamics of multilingualism. The DYLAN project*, John Benjamins, Amsterdam: 387-406.

- Jefferson, M. (2003): "On Writers and Writing; The Fortress of Monoglot Nation", *The New York Times*, 26/10/2003 <<http://www.nytimes.com/2003/10/26/books/on-writers-and-writing-the-fortress-of-monoglot-nation.html>> [22/03/2017].
- Jenkins, J. (2007): *English as a Lingua Franca: Attitude and Identity*, Oxford University Press, Oxford.
- Kilgarriff, A. (2007): "Googleology is Bad Science". *Comput. Linguist.*, 33, 1(March 2007): 147-151.
- Kraus, P. (2008). *A Union of diversity: Language, identity and polity-building in Europe*. Cambridge University Press, Cambridge.
- Lin, J. and Dyer, C. (2010): *Data-Intensive Text Processing with MapReduce*, Morgan & Claypool, San Rafael.
- Motschenbacher, H. (2013): *New perspectives on English as a European lingua franca*. John Benjamins: Amsterdam.
- Pennycook, A. (2007), *Global Englishes and Transcultural Flows*, Routledge, London.
- Schäfer, R. and Bildhauer, F. (2013): *Web Corpus Construction (Synthesis Lectures on Human Language Technologies)*, Morgan & Claypool Publishers, San Francisco.
- Volk, M. (2002): "Using the web as a corpus for linguistic research", in Pajusalu, R., and Hennoste, T. (ed.), *Tähendusepüüdja. Catcher of the Meaning. A festschrift for Professor Haldur Õim*, University of Tartu, Tartu: 1-10.

CV

Antonio Rotolo is a digital humanist and an archaeologist turned entrepreneur. His specialization is decoding human traces in order to understand both past and present societies. He uses a wide range of qualitative and quantitative methods. Antonio received his BA degree in Archaeological Heritage from Tuscia University in 2005 and holds a MA in Archaeology from Tuscia University, 2007. He earned a second MA in Landscape Archaeology from the University of Granada (2009) and completed his PhD in History with honors at the University of Granada in 2013. After finishing his first research contract with the University of Granada, he was a post post-doc fellow at MIT (2013-2014). He left the USA to become a ZIF-Marie Curie post-doc fellow at the Zukunftskolleg at the University of Konstanz (2014-2017). He has published more than 10 papers in the field of Archae-

ology and has conducted a research project in Sicily for 4 years. In 2014 he co-founded Ludwig, where he serves as the CEO. At Ludwig Antonio deals with strategy and product management.

Antonio Rotolo es un humanista digital, arqueólogo, empresario y emprendedor. Su especialización es descifrar las huellas humanas tanto para comprender las sociedades antiguas como las actuales, usando una amplia gama de métodos cualitativos y cuantitativos. Antonio recibió su BA en Arqueología por la Universidad de la Toscana en 2005. Consiguió un MA en Arqueología en la misma Universidad de la Toscana en 2007. Obtuvo un segundo MA en Arqueología del Paisaje en la Universidad de Granada (2009) y completó su doctorado en Historia (matricula de honor) en la Universidad de Granada en 2013. Después de su primer contrato de investigación con la Universidad de Granada, fue becario de post-doc en el MIT (2013-2014) de los EE. UU. Sucesivamente fue becario postdoctoral ZIF-Marie Curie en el Zukunftskolleg de la Universidad de Konstanz (2014-2017). Ha publicado más de 10 artículos en el campo de la Arqueología y ha dirigido un proyecto de investigación arqueológica en Sicilia durante 4 años. En 2014 cofundó Ludwig, donde desempeña el papel de CEO, ocupándose de la estrategia y de la gestión del producto.

Roberta Pellegrino is co-founder at Ludwig. Roberta holds a bachelor's degree in Philosophy (focus on language and epistemology) from the University of Palermo, a master in Cognitive Science and Decision Making from the University of Milan. In 2017 Roberta completed her PhD in Management with honors at the University of Messina. During her PhD, she was a visiting fellow at the Wharton Business School at the University of Pennsylvania (2015-17). Roberta's main research topics are Technology Transfer, R&D, Heuristics and Business Models. At Ludwig, Roberta serves as a CMO, i.e. she takes care of both marketing and business aspects of our business.

Roberta Pellegrino es cofundadora de Ludwig; obtuvo la licenciatura (BA) en Filosofía (con un enfoque sobre lenguaje y epistemología) en la Universidad de Palermo, un máster en Ciencias Cognitivas y Decision en la Universidad de Milán. En 2017, Roberta completó su doctorado en Business Administración (matrícula de honor) en la Universidad de Messina. Durante

su doctorado, fue investigadora visitante en la Wharton Business School en la Universidad de Pensilvania (2015-17). Las principales áreas de interés científico de Roberta son: Technology Transfer, R&D, Heurísticas y Modelos de Negocio. En Ludwig, Roberta desempeña el papel de CMO y se ocupa de los aspectos comerciales y del marketing.

Salvatore Monello completed an MSc in Computer Engineering with honors from the University of Catania in 2013. The same year he was intern at the Italian Institute of Volcanology and Geophysics (INGV) where he developed a question-answering system based on a dynamic knowledge base. Since 2014 he serves as a back-end engineer at Ludwig, with a specific focus on Natural Language Processing.

Salvatore Monello completó su MSc en Ingeniería Informática con matrícula de honor en la Universidad de Catania en 2013. En el mismo año fue becario en el Instituto Italiano de Vulcanología y Geofísica (INGV) donde desarrolló un sistema de preguntas y respuestas basado en una base de datos dinámica. Desde 2014 es ingeniero back-end en Ludwig, con un enfoque en el procesamiento del lenguaje natural (NLP).

Francesco Aronica earned a BA in Computer Engineering from the University of Catania in 2008 and successively a MSc in Computer Engineering from the University of Roma Tre in 2012. He has been working as a Java back-end developer for Hewlett Packard s.p.a. between 2012 and 2013. In 2013 he worked for Staer Sistemi s.r.l., as a software developer. He joined Ludwig in 2014, where he serves as a back-end engineer, with a specific focus on database management.

Francesco Aronica obtuvo un BA en Ingeniería Informática en la Universidad de Catania en 2008 y sucesivamente en Ingeniería Informática en la Universidad de Roma Tre en 2012. Ha estado trabajando como desarrollador back-end de Java para Hewlett Packard entre 2012 y 2013. En 2013 trabajó para Staer Sistemi. Se unió a Ludwig en 2014, donde es ingeniero back-end y se ocupa sobre todo de la administración de la base de datos.

LA ARQUEOLOGÍA VIRTUAL, GENERADORA DE RECURSOS PARA LA COMUNICACIÓN Y PARTICIPACIÓN

Dr. Lara Delgado Anés

Universidad de Granada

ldelgadoanes@gmail.com

Pablo Romero Pellitero

Universidad de Granada

pablroromero86@gmail.com

Resumen: La Arqueología Virtual es una disciplina científica que genera recursos que permiten representar, acercar y enseñar sobre patrimonio a través de herramientas virtuales (Carta de Sevilla, 2011). Como veremos, estos recursos digitales abren un abanico de posibilidades tanto en la comunicación a todos los públicos como nuevos horizontes participativos. En los últimos años el desarrollo de estas tecnologías ha jugado un papel fundamental en la enseñanza, aumentando el interés y, por consiguiente, el aprendizaje del alumnado.

La aplicación de las denominadas nuevas tecnologías posibilita vías de comunicación y participación en diferentes ámbitos: escuelas, museos, parques arqueológicos, etc. Dentro de la arqueología virtual tenemos la reconstrucción virtual, restauración virtual, realidad aumentada, impresoras 3D, apps, juegos, redes sociales especializadas, museos virtuales, etc. Estos recursos generan caminos bidireccionales y democráticos accesibles e inclusivos a todo tipo de público, permitiendo, en algunos casos, la participación e involucración del público con el patrimonio. Todas ellas nos permiten acercar el patrimonio a un público no especializado, superando barreras, permitiendo una mayor accesibilidad al patrimonio y a la historia, especialmente a un público que hasta ahora se encontraba con grandes limitaciones, como las personas con movilidad reducida, discapacidad cognitiva u otros problemas sensoriales. Pre-

Abstract: *Virtual archaeology is a scientific discipline that generates resources that allow the representation, approach and teaching of heritage through virtual tools (The Seville Principles, 2011). As we will see, these digital resources open up a range of possibilities in communication to all audiences as well as new participatory horizons. In recent years the development of these technologies has played a fundamental role in teaching, increasing interest and, consequently, learning the students.*

The application of the so-called new technologies makes possible ways of communication and participation in different areas: schools, museums, archaeological parks, etc. Within virtual archaeology we have virtual reconstruction, virtual restoration, augmented reality, 3d printers, apps, games, specialized social networks, virtual museums, etc. These resources generate two-way and democratic ways accessible and inclusive to all types of public, allowing, in some cases, the participation and involvement of the public with the patrimony. All of them allow us to bring the heritage to a non-specialized public, surpassing barriers, allowing greater accessibility to heritage and history, especially to an audience that until now was with great limitations, as people with Reduced mobility, cognitive impairment or other sensory problems. Pretending that people are not limited to mere spectators, but can interact with heritage.

Multimedia projects have a long-term awareness of the preservation of heritage elements. Researchers are realizing the wide variety of services offered by ICTs and can enrich a heritage

CON LA RED EN LA RED

CREACIÓN, INVESTIGACIÓN,
COMUNICACIÓN CULTURAL Y
ARTÍSTICA EN LA ERA DE INTERNET

tendiendo que las personas no se vean limitadas a meros espectadores, sino que puedan interactuar con el patrimonio.

Los proyectos multimedia conciencian a largo plazo en la preservación de los elementos patrimoniales. Los investigadores se están dando cuenta de la gran variedad de servicios que ofrecen las TICs pudiendo enriquecer un proyecto patrimonial. Para ello es imprescindible analizar dónde, para quién, para qué y cuándo emplear estas técnicas y recursos.

Palabras clave: Arqueología virtual, 3D, Comunicación, Participación y Redes sociales

project. To do this it is essential to analyse where, for whom, for what and when to use these techniques and resources.

Keywords: Virtual Archaeology, 3D, Communication, Participation and Social Networking

INTRODUCCIÓN

La Arqueología afronta en su práctica habitual el hecho de tratarse de una praxis eminentemente destructiva, ya que a medida que vamos obteniendo información esta va desapareciendo de su contexto. Por ello es necesario un proceso exhaustivo de documentación para registrar el mayor volumen de información posible. Una vez realizado todo el proceso de documentación e investigación, los resultados del estudio arqueológico suelen limitarse a publicaciones dentro del ámbito científico e incluso, en ocasiones, solo disponemos del informe publicado en los Anuarios Arqueológicos. Así pues, el acceso a la información por parte del público no especializado dependerá de si los arqueólogos realizan actividades de difusión relacionadas con dicho patrimonio, o si los técnicos de la Delegación Provincial de Cultura, en nuestro caso de la Junta de Andalucía, optan por musealizar dicho espacio.

Centrándonos en la fase de comunicación del patrimonio es necesario analizar la información que se quiere ofrecer, el lenguaje que se emplea y el soporte material más óptimo según el contexto. El objetivo es facilitar el conocimiento y la lectura del patrimonio al público, para ello podemos recurrir a diferentes tipos de soluciones, que suelen estar limitadas a problemas de financiación, accesibilidad al territorio, criterios y normativas de musealización, evaluaciones de impacto, etc. En estas propuestas debemos cumplir con unos objetivos mínimos, por ejemplo, si organizamos una exposición sin cartelería informativa puede resultar difícil la interpretación del patrimonio arqueológico, ya que dependerá del tipo de estructuras y su estado de conservación.

Generalmente las propuestas de difusión en relación al yacimiento arqueológico se han hecho mediante la musealización del mismo (Gómez Merino, 2013: 115). Sin embargo, en las últimas décadas la irrupción de las denominadas nuevas tecnologías está permitiendo no solo que el registro arqueológico sea más exhaustivo, facilitando el tratamiento de los datos, sino también la producción de recursos que acercan la historia a la sociedad, a fin de que resulte más comprensible y emocional (Vicent, Rivero Gracia y Feliu Torruella, 2015: 88). La principal ventaja de este tipo de aplicaciones es que nos ayudan a llevar dicho patrimonio a personas, tanto profesionales como particulares, sin que estas estén presentes físicamente en la localización del mismo. De esta forma, en el caso de los museos, se puede acercar su contenido a personas que no se encuentran en la ciudad y, en el caso de profesionales, no necesitan

desplazarse para realizar tareas de investigación o análisis sobre el mismo (Díaz Gómez, Jiménez Peiró, Barreda Benavent y Asensi Recuenco, 2015: 35).

Desde hace años vivimos inmersos en la Revolución Digital, y en esta última década el desarrollo y aumento de estas tecnologías ha sido exponencial, generando un entorno cambiante pero repleto de interesantes oportunidades. La sociedad ha alcanzado un elevado nivel de conectividad y comunicación. En el 2015 el número de dispositivos móviles a nivel global llegó a los 7,9 mil millones, destacando sobremanera la presencia de los teléfonos móviles inteligentes (smartphones). En Europa, de cada 100 habitantes 78 cuenta con uno de estos smartphones y en España suponen el 87% del total de los teléfonos móviles, situándola a la cabeza a nivel europeo. La importancia de estos datos no radica solo en su volumen sino también en las implicaciones que tiene en la sociedad, ya que en el caso de España un 98% de los jóvenes entre 10 y 14 años cuenta con un teléfono de última generación con conexión a Internet¹.

Estos datos nos hacen ver la importancia y la repercusión que puede llegar alcanzar si aplicamos los avances digitales a la Arqueología, generando recursos para la comunicación del patrimonio y la participación. Estamos ante una oportunidad de conectar de manera más intensa y mejor con el público no iniciado en la materia, de una manera más intuitiva y visual, facilitando la transmisión del conocimiento y ayudando a la salvaguarda del patrimonio.

¿QUÉ ES LA ARQUEOLOGÍA VIRTUAL?

El término Arqueología Virtual tiene su origen en 1991, planteado por Paul Reilly. En esos primeros pasos se reflexionaba sobre la idoneidad de una representación tridimensional de la realidad, su problemática de plasmación en soportes bidimensionales y su complejidad de interpretación para el público no especializado. Desde entonces la disciplina ha avanzado enormemente. Actualmente la Arqueología Virtual es una disciplina científica que genera recursos que permiten representar, acercar y enseñar sobre patrimonio a través de herramientas virtuales.

En 2011 se redactaron los Principios de Sevilla², en el ámbito de la SEAV (Sociedad Española de Arqueología Virtual) y del Forum Internacional de Arque-

1. Datos correspondientes al "Informe ditrendia: Mobile en España y en el Mundo 2015": <http://www.ditrendia.es/wp-content/uploads/2015/07/Ditrendia-Informe-Mobile-en-España-y-en-el-Mundo-2015.pdf> [18/05/2017]

2. Carta de Sevilla. <http://www.arqueologiavirtual.com/carta/wp-content/uploads/2012/03/BORRADOR-FINAL-FINAL-DRAFT.pdf> [11/05/2017]

ología Virtual. El marco teórico de referencia de dichos Principios fue la Carta de Londres (2009)³ cuyo objetivo era establecer unos fundamentos generales sobre la metodología de visualización computarizada aplicada al Patrimonio Cultural, por lo que los principios de la carta de Sevilla nacieron para poner en práctica y aplicar los de la carta de Londres al patrimonio arqueológico.

En la carta de Sevilla se define la Arqueología Virtual como “la disciplina científica que tiene por objeto la investigación y el desarrollo de formas de aplicación de la visualización asistida por ordenador a la gestión integral del patrimonio arqueológico” (Carta de Sevilla, 2012: 3). También se recogen otros conceptos relacionados con el 3D y la representación del patrimonio de forma virtual como restauración, anastilosis, reconstrucción y recreación.

Entre los objetivos marcados destacamos aquellos relacionados con su faceta de comunicación para el público en general:

- establecer directrices encaminadas a facilitar al público un mayor entendimiento y mejor apreciación de la labor que desarrolla la disciplina arqueológica;
- promover el uso responsable de las nuevas tecnologías aplicadas a la gestión integral del patrimonio arqueológico;
- contribuir a mejorar los actuales procesos de investigación, conservación y difusión del patrimonio arqueológico mediante el uso de nuevas tecnologías;
- abrir nuevas puertas a la aplicación de métodos y técnicas digitales de investigación, conservación y difusión arqueológica.

Estos objetivos se mueven entre varios principios básicos:

- interdisciplinariedad, tanto para la investigación y documentación como para la difusión;
- finalidad, para elaborar una visualización en 3D del patrimonio debemos tener siempre claro cuál va a ser su finalidad, la principal debe ser servir a la sociedad para mejorar y contribuir al conocimiento en relación al patrimonio arqueológico;
- complementariedad, estos recursos visuales deben ser entendidos como complementos de la gestión integral del patrimonio;

3. Carta de Londres. http://www.londoncharter.org/fileadmin/templates/main/docs/london_charter_2_1_es.pdf [11/05/2017]

- autenticidad y rigurosidad histórica, los productos que se presenten deben ser veraces y reales en relación a la interpretación o reconstrucción del patrimonio;
- Eficiencia, cuando generamos este tipo de herramientas de comunicación debemos tener presente las necesidades de mantenimiento económico y tecnológico.

ARQUEOLOGÍA Y 3D: DE LA INVESTIGACIÓN A LA DIFUSIÓN

Desde mediados de la década de 1990, con el desarrollo de Internet, se fueron produciendo cambios en los modos de comunicarse. En el ámbito de las ciencias, las tecnologías de la información y la comunicación (TIC) transformaron sustancialmente las vías de acceso a la información (Nava Muñoz, 2007: 51). A partir del año 2000 se desarrolló la denominada Web 2.0, que supuso el uso abierto de servicios y espacios participativos. Estos cambios posibilitaron nuevos planteamientos de investigación y difusión en relación a la cultura. En el ámbito científico la Web 2.0 introdujo cambios significativos tanto en lo que respecta a las metodologías de obtención y registro de datos, como en lo referente a los entornos de educación y comunicación pública de la ciencia (Salerno, Frère, González y Spengler, 2016: 51)

En los últimos tiempos ha quedado patente la importante evolución de las nuevas tecnologías aplicadas a la digitalización del patrimonio arqueológico. Se ha producido un incremento de las posibilidades gracias al continuo desarrollo de softwares, a la mejora de la calidad de los procesos y a un auge de los dispositivos móviles. Todo ello ha hecho que se mejore la calidad del registro, la precisión y la efectividad con un coste menor, facilitando las tareas del arqueólogo.

El uso de estas tecnologías va encaminado a asentarse dentro del ámbito de la investigación científica en el sector del Patrimonio. Como ya hemos mencionado, en numerosos casos la obtención de información en Arqueología hace necesaria la destrucción del contexto que la contiene, tal es el caso de una excavación arqueológica; en otros casos son dinámicas externas las que hacen peligrar esa información, como es la destrucción que sufren muchos elementos debido a malas gestiones, a la edificación desmedida, a conflictos bélicos, etc. Es por ello que la Arqueología Virtual, a través de la documentación tridimensional, introduce mayores posibilidades de experimentar con los datos,

pudiendo comprobar de modo empírico numerosas veces las diversas hipótesis interpretativas y representar aquello que de otro modo resultaría mucho más complejo.

La Arqueología Virtual, como ocurre frecuentemente en Arqueología, ha adaptado herramientas y técnicas de registro y modelado 3D procedentes de otras disciplinas tales como la Arquitectura, la Ingeniería y las Ciencias de la Computación, para de este modo mejorar la obtención de datos y la comunicación de los mismos de un modo adecuado al conocimiento digital pero coherente con los principios de la Arqueología (Fiorini y Archetti, 2013: 73-74).

El entorno tridimensional destaca, además de por la captura y edición de los datos, por el potencial de difusión, pues permite transmitir información geográfica, volumétrica y morfológica a unos niveles que la representación bidimensional no alcanzaba. Las oportunidades de compartir recursos, información y sugerencias entre investigadores se han incrementando. Debemos entender que Internet y las redes sociales son herramientas que nos enlazan con una comunidad científica más amplia, a la que poder exponer con gran inmediatez los avances y cuestiones más complejas de nuestra investigación, desarrollando una labor más transparente que nos ayude en nuestra tarea y relegando así tendencias dañinas para la labor científica. Así lo entienden cada vez más instituciones y grupos de investigación que implementan esta disciplina en sus proyectos.

Las herramientas digitales han abierto un abanico de posibilidades tanto en la comunicación a todos los públicos como nuevos horizontes participativos. En las últimas décadas en la Arqueología ha habido un cambio hacia una mayor comunicación y participación de la sociedad. Las denominadas nuevas tecnologías han posibilitado a los arqueólogos e investigadores trabajar en esta línea en diferentes ámbitos: escuelas, museos, parques arqueológicos, etc.

En el caso concreto de la Arqueología, la Web 2.0 ofrece una amplia variedad de herramientas para comunicarse con el público general y difundir el patrimonio cultural. Este tipo de comunicación no es solamente emitir mensajes sino también la acción de escuchar. Hoy en día los proyectos de Arqueología que cuentan con estas tecnologías permiten aportar más transparencia al trabajo dentro del sector como también de cara a las comunidades locales. Proyectos como Çatalhöyük (Turquía) disponen de una página web oficial⁴ donde se incluyen las distintas actividades que se están ejecutando, así como los informes

4. Çatalhöyük Research Project. <http://www.catalhoyuk.com> [03/10/2017]

de excavación, el catálogo de materiales arqueológicos aparecidos en las distintas campañas, etc. La esencia de la presentación de proyectos de Arqueología y museos en Internet es permitir dar a conocer el patrimonio a las comunidades locales, integrar en el día a día de esta ciencia a la sociedad, generar opinión positiva hacia la investigación, etc. Los arqueólogos deben comenzar a trabajar por una cultura de colaboración online y considerar la labor de comunicación como una parte más de su trabajo. Esta ciencia social es la suma de investigación, protección y difusión. La ausencia de la comunicación entre la Arqueología y la sociedad provoca tensiones y soporta una difusión involuntaria no precisa.

El desarrollo de la arqueología virtual ha jugado también un papel fundamental en el área de la enseñanza por sus cualidades didácticas y por presentarse en un lenguaje más atractivo para los estudiantes. Los bienes patrimoniales son elementos divulgativos que nos acercan y nos presentan la historia y la cultura de las sociedades pasadas y actuales. La virtualidad aplicada a la Arqueología permite viajar en el espacio y en el tiempo (Husillos García, 2012: 37). Así pues, en el ámbito digital se ha extendido el uso de modelos y tecnologías 3D como herramientas que incrementan la calidad del registro, y consecuentemente son la base para una mejor interpretación y difusión de los mismos (Caro y Hansen, 2014: 58). Numerosos proyectos e instituciones están apostando por la Arqueología Virtual ya que permite generar recursos eficaces para su difusión, donde se sintetiza y se presenta el conocimiento de forma intuitiva e inteligible para todos. Como veremos a continuación, podemos encontrar numerosos tipos de recursos y aplicaciones para la presentación del patrimonio al público, desde planteamientos de comunicación unidireccional a otros formatos que facilitan la participación del público en la ciencia. Debemos de ser conscientes del abanico de posibilidades del que disponemos actualmente para optar por aquel que sea más adecuado a los objetivos que queremos alcanzar, la información que queremos ofrecer y al público que queremos llegar.

TIPOS DE RECURSOS. FORMATOS Y EJEMPLOS

Dentro de la Arqueología Virtual encontramos una amplia variedad de formatos y aplicaciones que pasan por la reconstrucción virtual, la restauración virtual, la realidad aumentada, las impresoras 3D, apps, juegos, redes sociales especializadas, museos virtuales, etc. Estos recursos generan caminos bidireccionales y democráticos accesibles e inclusivos a todo tipo de público, per-

mitiendo, en algunos casos, la participación e involucración del público con el patrimonio. Estos nos permiten acercar el patrimonio a un público no especializado, superando barreras más allá de la ubicación geográfica y de la disponibilidad de tiempo. Además permiten una mayor accesibilidad al patrimonio y a la historia a un público que hasta ahora se encontraba con grandes limitaciones, como las personas con movilidad reducida, discapacidad cognitiva u otros problemas sensoriales. Pretendiendo que las personas no se vean limitadas a meros espectadores, sino que puedan interactuar con el patrimonio.

Cada vez son más los proyectos multimedia relacionados con la cultura que permiten dar a conocer y concienciar en la preservación de los elementos patrimoniales. Los investigadores que apuestan por la gran variedad de servicios que ofrecen las TICs deben analizar previamente dónde, para quién, para qué y cuándo emplear estas técnicas y recursos.

REALIDAD VIRTUAL

El término "Realidad Virtual" (de aquí en adelante RV) se atribuye a Jaron Lanier, quien en 1986 introdujo conceptos como entornos virtuales. Dicho concepto se introdujo tarde con respecto a los avances que se habían producido en este campo décadas anteriormente, ya que en 1956 se documentó la primera experiencia virtual multisensorial con Morton Heling. Se realizó con una máquina recreativa de videojuegos llamada "Sensorama" donde se combinaba película, audio y vibración para contribuir a la inmersión del espectador en la película⁵.

RV es definida como "una aplicación de la tecnología computacional cuyo objetivo es el de generar representaciones visuales que simulan mundos reales o ficticios" (Martín Varisto, Pinassi, Larrea, Bjerg y Flores Choque, 2012: 59). Por lo tanto se entiende como un conjunto de técnicas que permiten la visualización interactiva de objetos y espacios de forma tridimensionales. En ambos el usuario puede moverse a través de la representación de un mundo virtual e interactuar con los elementos representados. La RV permite la restauración, reconstrucción o anástilosis (recreación virtual), con un alto nivel de detalle sin intervenir físicamente sobre un bien patrimonial o en un espacio cultural, evitando así posibles acciones perjudiciales sobre el bien. El objetivo es poder representar una imagen fidedigna de cómo sería en un momento determinado ese espacio.

5. Información obtenida de <http://medialab.com.ar/como-la-vida-misma-historia-minima-de-la-realidad-virtual/> [18/05/2017]

La RV puede ser de dos tipos: inmersiva o no inmersiva, para ello se recurren a diferentes tipos de soportes que facilitan la proyección de la imagen virtual como pantallas estereoscópicas, domos para audiovisuales 360º y cascode RV que permiten producir un efecto similar al 3D debido a que proyecta una imagen diferente para cada ojo (Barrera Mayo y Baeza Santamaría, 2010: 69). Otro tipo de formato puede ser vídeo o ruta de visualización, cuyo contenido es un recorrido virtual sobre un lugar donde una cámara se va desplazando en un modelo 3D mostrando todos los detalles de interés y donde se pueden incluir información como comentarios o imágenes, que enriquezcan el recorrido y su explicación (Díaz Gómez, Jiménez Peiró, Barreda Benavent, Asensi Recuenco y Hervás Juan, 2015: 33).

Un ejemplo de inmersión sería la propuesta del proyecto Çatalhöyük (Turquía)⁶ que ha realizado la representación inmersiva de una casa neolítica de ladrillo de barro localizada en el yacimiento. La experiencia inmersiva permite al público experimentar, conocer y estudiar la casa, además de las unidades estratigráficas y la visualización volumétrica de las áreas excavadas. Se ha realizado también una anastilosis virtual que muestra una representación de cómo era el edificio antes de su abandono. Para su representación virtual ha requerido un proceso de documentación exhaustivo previo como escaneado láser terrestre, fotogrametría, modelos 3D, GIS, dibujos, imágenes, vídeos estéreo y metadatos.

Recientemente el Ministerio de Cultura español ha financiado el desarrollo de la aplicación VirTimePlace. Consiste en una app para smartphones y tablets que, a través del 3D y la RV, permite a sus usuarios conocer lugares históricos en un periodo en concreto como por ejemplo la Mezquita de Córdoba, la Mezquita de Medina Azahara, Baelo Claudia (Cádiz), Alcazaba de Almería, Alhambra de Granada, Cástulo (Jaén), etc. La aplicación permite ver al enfocar sobre los restos arqueológicos cómo era ese período histórico. Esta herramienta aporta un gran potencial a los sectores turístico y educativo.

El Museo Arqueológico Nacional es otra de las instituciones que se ha sumado a la RV gracias a un acuerdo de colaboración con la compañía Samsung, quien aporta los dispositivos necesarios para desarrollar esta experiencia virtual llamada "Vivir en...". Para ello se han instalado cinco escenarios (Prehistoria, Protohistoria, Hispania Romana, Edad Media y Edad Moderna) en diferentes salas en cada una de las cuales se ubica un punto con gafas de RV, un

6. Duke immersive virtual environment. <http://virtualreality.duke.edu/project/catalhoyuk/> [15/05/2017]

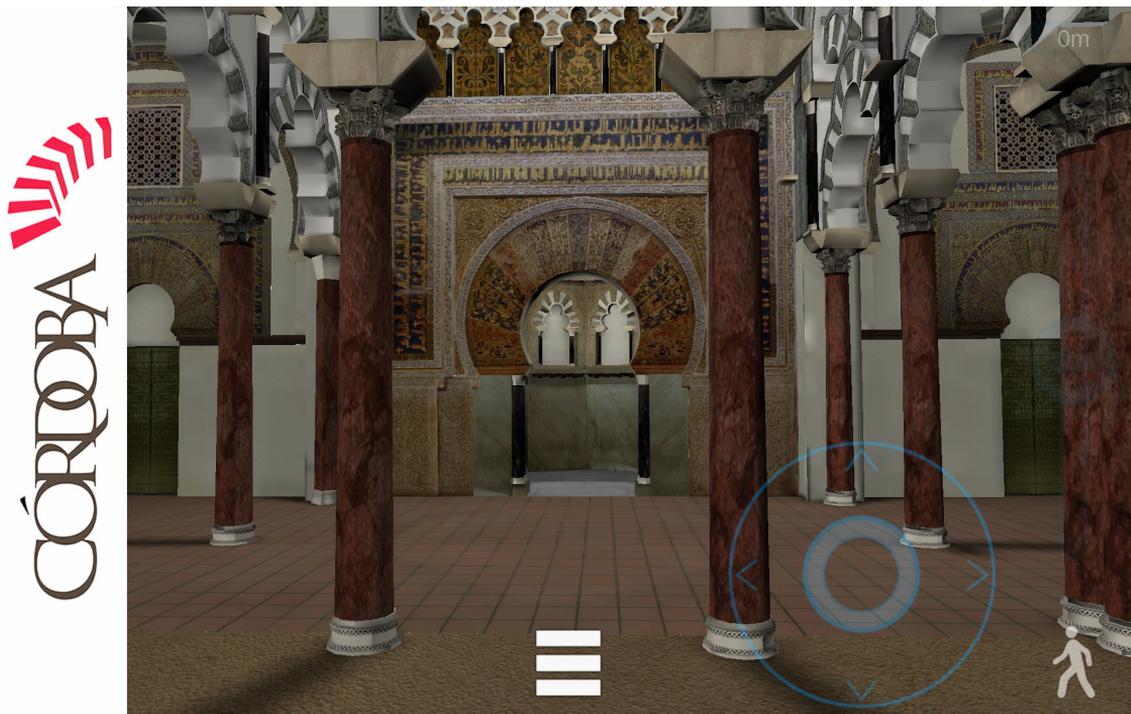


Figura 1. VirTimePlace. Realidad virtual de la mezquita de Córdoba en el siglo X

smartphone y unos auriculares. Todo ello permite al visitante disfrutar de la explicación de una guía virtual al tiempo que se desplaza por los distintos escenarios. Un proyecto que seguramente siga creciendo.

REALIDAD AUMENTADA

El origen del término “Realidad Aumentada” (de aquí en adelante RA) suele atribuirse a los investigadores Thomas Caudell y David Mizell, de la compañía aeroespacial Boeing, quienes expusieron su trabajo en “Augmented Reality: An Application of Heads-Up Display Technology to Manual Manufacturing Processes” (1992). Esta tecnología ya tenía un largo desarrollo anterior, pero es a finales de los años 80 y sobre todo en los 90 cuando tomó mayor relevancia.

Este término RA es definido por Caldera-Serrano (2014: 643) como la “tecnología que por medio de diferentes dispositivos incorpora información digital (virtual o real) a información obtenida de un entorno real aportando información adicional”. A través de ella los objetos virtuales pueden ser manipulados por el individuo, permitiéndole coordinar sus movimientos con las manos para obtener el punto de vista que desea. Para que una aplicación sea considerada

como RA debe combinar elementos reales y virtuales, interactividad en tiempo real y alineación de los objetos reales y virtuales entre sí (Azuma, Bailiot, Behringer, Feiner, Julier y MacIntyre, 2001: 34).

Normalmente al hablar de este formato se suele pensar en las gafas de RA, también conocidas por HMD (*head-mounted display*), pero lo cierto es que estos dispositivos aún no están consolidados, incluso se han dado algunos reveses como el ocurrido con el prototipo Google Glass, retiradas de producción a inicios de 2015. Aunque la gama es amplia (guantes, cascos, gafas, etc.) actualmente los dispositivos más empleados en esta materia son los smartphones y las tablets, los cuales gracias a sensores integrados como el acelerómetro y el magnetómetro, permiten una correcta orientación y posición espacial.

A este recurso acuden instituciones museográficas para desarrollar una experiencia más interactiva del visitante con la exposición. Encontramos aplicaciones como la de "Maos no Barro da Cidade"⁷, de Zanetti Arqueologia, la cual a través de unos códigos QR (*quick response*) situados sobre unas manos permite visualizar piezas de cerámica localizadas en las excavaciones de Sítio Pinheiros 2 en São Paulo (Brasil) y pertenecientes a la exposición que se realizó sobre dicha excavación.

En España, concretamente en Tarragona, encontramos otra práctica de RA relacionada con el yacimiento de la Ciudadela Ibérica de Calafell. La peculiaridad de este yacimiento radica en que fue objeto de un proyecto de restitución arqueológica mediante técnicas de arqueología experimental. Obviamente esta reconstrucción sólo podía ser parcial ya que resulta complejo expresar de esta manera las distintas fases del yacimiento que se superponen, además de la pérdida de parte del entorno del yacimiento por causas naturales y antrópicas. Por ello la mejor forma de poder afrontar ambos aspectos y plantear diversas interpretaciones del yacimiento resultó ser la restitución virtual. Ese trabajo condujo al equipo responsable a la realización de una app de telefonía móvil que recogiese todo el trabajo de análisis de documentación arqueológica y generación de documentación gráfica (Santacana Mestre, Martínez Gil y López Benito, 2014: 161-166).

En Conjuntos y Parques Arqueológicos también se apuesta por este tipo de recursos, como por ejemplo en el proyecto Forvm MMX de Cástulo⁸ (Linares,

7. Zanettinia arqueologia. <http://www.zanettiniarqueologia.com.br/imagens-olaria.html> [06/05/2017]

8. "Cástulo Virtual", app de Realidad Aumentada para dispositivos Android. <http://estresd.com/castulo-virtual-app-de-realidad-aumentada-para-dispositivos-android/> [06/05/2017]

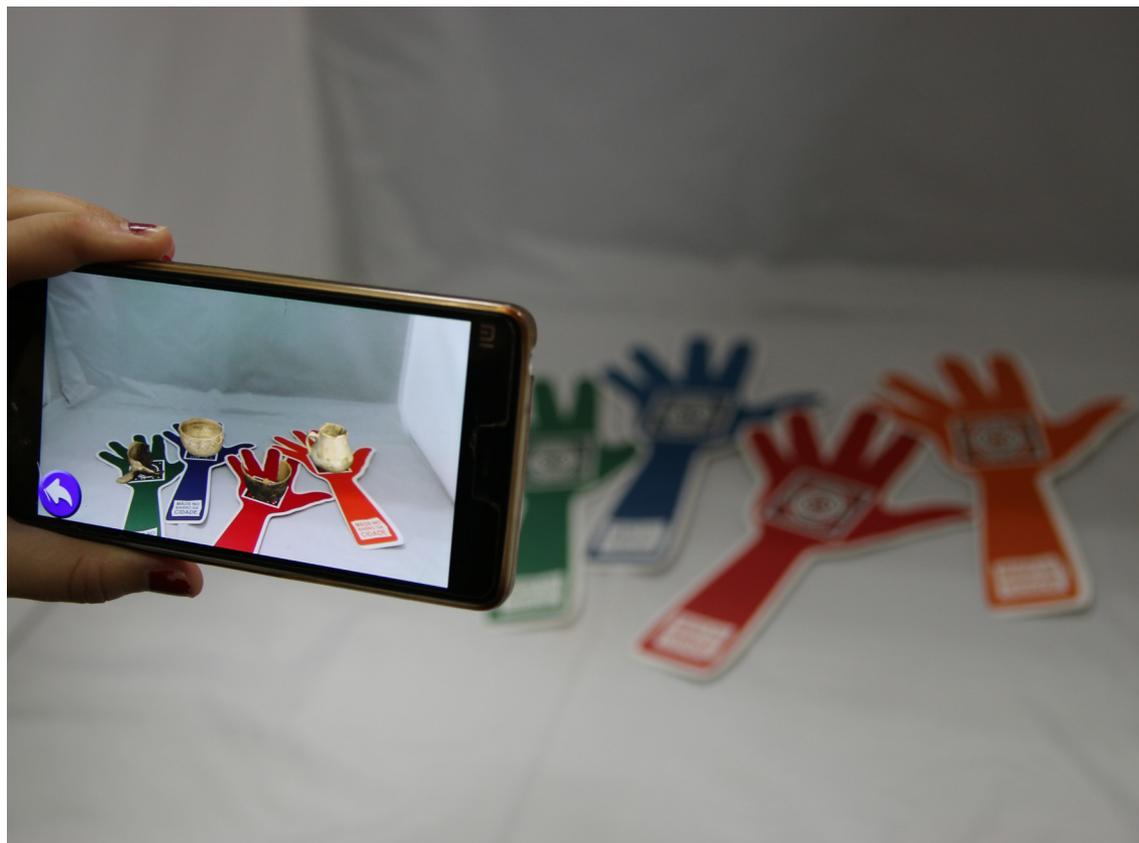


Figura 2. Maos no Barro Da Cidade. Visualización de piezas arqueológicas a través de códigos QR.

Jaén). A través de una app se permite al visitante poder conocer cómo sería ese espacio o edificio enfocando, mediante un smartphone o tablet, a un código situado al lado de los restos arqueológicos.

Un importante ejemplo de implementación de RA en la difusión de contenidos culturales es la aplicación realizada en 2012 por el Instituto Tecnológico de Castilla y León (ITCL) junto con la Fundación Española para la Ciencia y la Tecnología (Fecyt) para el Museo de la Evolución Humana (MEH) de Burgos. Gracias a este recurso interactivo el visitante puede observar la evolución de las especies desde hace un millón de años y los paisajes de la Sierra de Atapuerca a lo largo de la prehistoria⁹. Más reciente tenemos el caso del Instituto de Artes de Detroit, que inauguró a principios de 2017 un tour de RA en el que los visitantes

9. La realidad aumentada llega al museo de la Evolución Humana. <http://www.museoevolucionhumana.com/es/noticias-meh/la-realidad-aumentada-llega-al-museo-de-la-evolucion-humana> [15/05/2017]



Figura 3. Cástulo Virtual. Código para la visualización virtual de un edificio público del siglo I d.C.

pueden contemplar, entre otros ejemplos, la radiografía de rayos X de la momia contenida en un sarcófago¹⁰.

APLICACIONES GEOLOCALIZADAS, IMÁGENES Y VISITAS VIRTUALES

En este epígrafe hemos querido recoger aquellas aplicaciones cuya finalidad (que es aportar información en un entorno real) se enmarca en el ámbito de la RA, pero su contenido no responde al resultado de una documentación y/o modelado tridimensional, sino a la interacción del usuario con documentación fotográfica.

En primer lugar tenemos las aplicaciones que buscan la movilidad del usuario por el territorio, por lo que en ellas resulta importante el aspecto de la geolocalización. Se trata principalmente de bases de datos de fotografías históricas localizadas en un espacio determinado. El usuario se desplaza por

10. Detroit Institute of Arts. <http://www.dia.org/news/1952/Detroit-Institute-of-Arts-to-premiere-Lumin-a-mobile-tour-using-augmented-reality-Jan-25-Developed-by-DIA-in-partnership-with-Google-and-mobile-developer-GuidiGO-.aspx> [15/05/2017]

la ciudad en busca de los puntos marcados en un plano virtual que visualiza en la aplicación. Al llegar a este punto se puede activar la imagen y observarla, desde su smartphone, superpuesta a la realidad actual mediante el uso de la cámara del teléfono.

Un ejemplo destacado de esta tipología es la aplicación “StreetMuseum”, creada en 2010 por el Museo de Londres. Esta aplicación permite observar fotografías históricas de Londres en los espacios donde se realizaron originalmente. De este modo, el usuario puede comprobar cómo ha cambiado la ciudad, sus oficios, sus técnicas constructivas y el uso de los espacios¹¹. Otro ejemplo es la “App Anne’s Amsterdam”, desarrollada en 2012 y ganadora de varios premios. Permite conocer la vida de Anna Frank, explorar la ciudad y descubrir lo que ocurrió en cada lugar durante la Segunda Guerra Mundial a través de imágenes de la época¹². En Rusia encontramos otra app, “Know Moscow, Photo”, que consiste en “capturar” personajes históricos de Moscú y que permite hacerte un selfie con sus representaciones 3D. Nace con la idea de aprovechar la popularidad del juego “Pokémon Go” y aplicarlo al patrimonio y a la historia de la ciudad., incentivando al usuario a recorrer la ciudad en búsqueda de los códigos QR que permiten visualizar a los personajes.

La segunda tipología que queríamos reflejar es la de los recorridos virtuales basados en el empleo de fotografías e imágenes 360º, muy usada en los recorridos virtuales cerrados. Nuevamente debemos mencionar el caso del Museo Arqueológico Nacional y su guía multimedia, diseñada para usarse durante la visita al museo, aunque puede usarse independientemente. En cuanto a las visitas virtuales basadas en imágenes 360º podemos citar los ejemplos del museo arqueológico-etnográfico de Puebla de Don Fadrique o las Rutas del teatro en Andalucía, en la que podemos recorrer una serie de teatros romanos y del Siglo de oro de Andalucía¹³.

REPOSITARIOS VIRTUALES

En la última década ha sido destacable el nivel de desarrollo que han alcanzado los softwares de fotogrametría y modelado 3D. Esto, junto al abarata-

11. StreetMuseum. <http://www.museumoflondon.org.uk/Resources/app/you-are-here-app/home.html> [15/05/2017]

12. App Anne’s Amsterdam. <http://www.annefrank.org/en/News/News/2012/May/App-Anne-Franks-Amsterdam/> [10/05/2017]

13. Rutas del Teatro en Andalucía. http://www.juntadeandalucia.es/cultura/rutasteatro/es/01_07.html [17/05/2017]

miento de los dispositivos, ha permitido una mayor accesibilidad a los usuarios que ahora pueden afrontar una curva de aprendizaje más asumible. Desde el sector del patrimonio, y concretamente la Arqueología, numerosos investigadores se han lanzado a registrar y recrear el patrimonio material existente: yacimientos, esculturas, edificaciones, etc.

En los primeros momentos toda esa información (renderizados, animaciones y demás) eran compartidos principalmente como imágenes fijas y videos, ya que se encontraban con el problema de cómo compartir información que se hallaba en un entorno tridimensional. Ante esa situación muchos proyectos e instituciones desarrollaron sus propias plataformas y servidores en los que poder implementar estos elementos. Un ejemplo que podríamos citar es el proyecto "Paleocatálogo 3D", con este catalogo virtual se pretendía lograr esa comunicación con el público, que permitiese acercar la Prehistoria y la Arqueología a la sociedad (Maqueda García-Morales y Luque Cortina, 2016: 38).

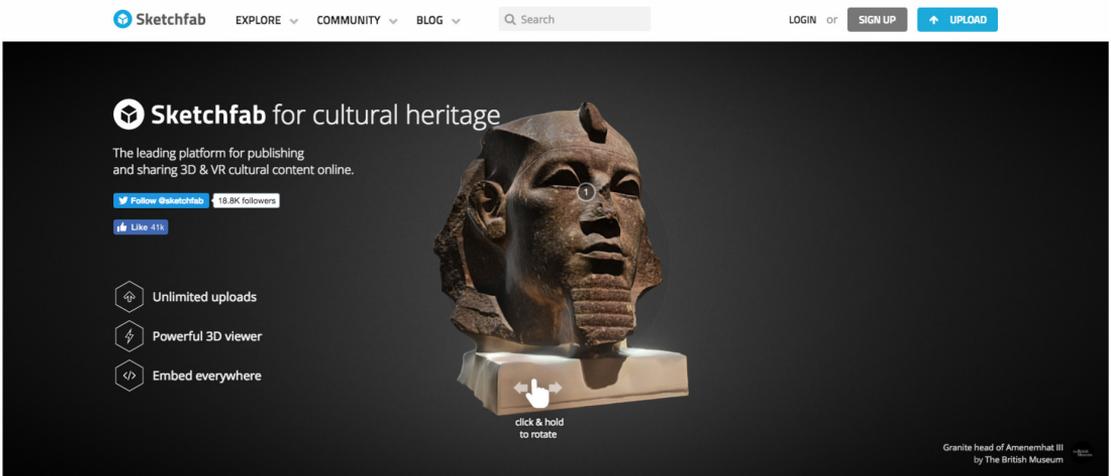


Figura 4. Sketchfab. Red social basada en modelos 3D

Paralelamente se fueron desarrollando repositorios virtuales de carácter más general, en los que imperaba la filosofía de la redes sociales: compartir e interactuar. Estas redes sociales tienen una orientación más especializada ya que se basan en compartir modelos tridimensionales. La principal red social de

este tipo actualmente es Sketchfab, una plataforma gratuita pero que dispone de la posibilidad de crear una cuenta de pago para acceder a mejoras. Desde su aparición Sketchfab ha estado en continuo desarrollo, incorporando la posibilidad de visualizar los modelos con gafas RV o la posibilidad de disponer de modelos aptos para impresión tridimensional. Aunque se trata de una red social, la necesidad de crear una cuenta de usuario es sólo para aquellos que quieran subir sus modelos o comentar en los de otros usuarios. Para la visualización no es necesario crearse una cuenta, existiendo incluso la posibilidad de compartir modelos en otras redes sociales mediante de un código embed.

Son numerosas las instituciones que disponen de un perfil en esta red social, tales como el British Museum, Museo Arqueológico Nacional o el MEMO-LA Project entre otros¹⁴. No debemos pensar que esto suponga un perjuicio para los museos porque les reste afluencia sino todo lo contrario, les permite mostrar parte de sus fondos y crear una expectación a un público potencial

VIDEO MAPPING

La técnica del video mapping consiste en plasmar imágenes, fotografías, animaciones 2D y 3D y videos sobre superficies fijas, estructuras, edificios, etc. Es un tipo de RA que permite interactuar con el patrimonio sin necesidad de alterarlo. El concepto nació en la década de los años 70 del siglo XX en Estados Unidos y fue descrito como una nueva conciencia que utiliza la tecnología en entornos multimedia, a través de pantallas múltiples y RV entre otros, con el propósito de crear eventos artísticos inmersivos (Mateos-Rusillo y Gifreu-Castells, 2014: 529)

En Andalucía contamos con el centro de interpretación “La Axerquía en el tiempo”, en Córdoba; en él se ofrece una visión histórica sobre esta parte de la ciudad. Se trata de un recurso audiovisual en el que podemos contemplar reconstrucciones virtuales de la historia de esa zona.

IMPRESIÓN 3D

Alsina González define la impresión 3D como “aquel proceso mediante el cual, un cable de un material generalmente plástico o derivado, se moldea por adición para tomar una forma específica que se corresponde a unos planos desarrollados por computadora”¹⁵. En los últimos años la impresión 3D ha ido

14. Sketchfab para el patrimonio cultural. <https://sketchfab.com/museums> [19/05/2017]

15. Definición obtenida de ABC “Impresión 3D” de Guillem Alsina González. <https://www.definicionabc.com/tecnologia/impresion-3d.php> [19/05/2017]

adquiriendo un mayor protagonismo en el área de la cultura. La representación de replicas impresas en 3D abre un abanico de posibilidades en difusión y divulgación. El incremento de la definición en estos dispositivos tiene un potencial científico muy alto y las posibilidades en el campo de la restauración de edificios y obras de arte son enormes.

Este formato físico se está aplicando para la restauración del patrimonio histórico artístico como en Bruselas, con el caso de la Iglesia de Santa Catalina y de Nuestra Señora de Laeken. Los capiteles, que se encontraban en mal estado de conservación, han sido sustituidos por unos realizados con este método. Ello ha supuesto un ahorro tanto en tiempo como en dinero¹⁶. También se está aplicando para copiar elementos patrimoniales que han sido destruidos, como por ejemplo en el caso de Palmira (Siria). El Instituto de Arqueología Digital, junto con las universidades de Harvard y Oxford y el Museo del Futuro de Dubái, están trabajando en reproducir mediante impresión 3D el arco del triunfo de Palmira, cuyas piezas serán expuestas en Trafalgar Square en Londres y en Times Square en Nueva York¹⁷.

La impresión 3D permite también acercar la Arqueología a personas con discapacidad visual. Se pueden representar piezas concretas de forma fidedigna que permita a este sector del público poder conocer el patrimonio arqueológico. En esta línea el Museo Provincial de Huelva acogió la exposición "Arqueotáctil 2.0", iniciativa de la Asociación CROMA y la Fundación FAICO con el apoyo de la ONCE. Se imprimieron en resina piezas arqueológicas de la Colección del Museo Provincial de Huelva para que fueran manipulables por el visitante y facilitar su comprensión.

Igualmente altas son las posibilidades en el ámbito de la educación, facilitando una relación más cercana del público infantil. Encontramos un caso destacable en los centros del sur de Francia en colaboración con la empresa Sculpteo. Se llevó a cabo la impresión de cuarenta artefactos para que fueran descubiertos y manejados por alumnos de los ciclos de infantil y primaria. La impresión 3D permitió representar objetos de cerámica, hueso, metal y piedra¹⁸.

16. Impresión 3D para restaurar el patrimonio. <http://imprimalia3d.com/noticias/2016/12/08/008405/impresi-n-3d-restaurar-patrimonio-hist-rico-art-stico-bruselas> [19/05/2017]

17. Réplica impresa en 3D del arco de Palmira.

<http://imprimalia3d.com/noticias/2016/01/01/005609/londres-nueva-york-albergar-n-una-r-plica-impresa-3d-del-arco-destruido> [19/05/2017]

18. Sculpteo. <https://www.sculpteo.com/blog/2015/02/25/children-discover-archeology-3d-printed-artifacts/> [19/05/2017]

CONCLUSIONES

En la sociedad actual el uso de las TIC's forma parte de nuestro día a día. Como hemos podido ver a través de diferentes ejemplos, su aplicación al patrimonio cultural nos permite acercar la Arqueología a la sociedad y conseguir una mayor proyección y comunicación. Es habitual que recurramos a páginas web y redes sociales como fuentes de información, por lo que la presencia de los proyectos, museos o instituciones en la red es vital para ofrecer los datos científicos. La generación de contenidos virtuales permite no solo crear espacios más interactivos de relación con los yacimientos u objetos arqueológicos, democratizando el acceso de la cultura, sino que están suponiendo una solución ante su destrucción. Así pues la Arqueología Virtual está introduciendo en las últimas décadas nuevas posibilidades y líneas de trabajo tanto en el ámbito de la investigación como en la comunicación.

Sin embargo, a pesar del gran desarrollo que están teniendo las tecnologías en nuestra disciplina, su extensión y uso por los organismos y administraciones es más limitado. Los datos analizados en 2014 mostraban que el uso de apps en los yacimientos arqueológicos en España era muy reducido, tan solo un 2% disponían de ellas (de una muestra de 285 yacimientos). Todo ello a pesar de que son herramientas muy útiles porque facilitan la lectura y comprensión del yacimiento a través de las reconstrucciones volumétricas virtuales *in situ* (López Benito, Martínez Gil y Santacana Mestre, 2014: 81).

Esa tendencia parece haber mejorado en estos años, siempre ligado a los avances en este campo que se suceden a un ritmo acelerado, y parece más que evidente que es una senda con un largo recorrido por delante. El grado de virtualidad en la sociedad es cada vez mayor al igual que los niveles de conectividad. Vivimos un momento en el que la sociedad puede adquirir un volumen mayor de información, con unos estándares de precisión más altos y con mayor grado de inmediatez, y estas herramientas y técnicas de la Arqueología Virtual nos pueden permitir cumplir con esa demanda.

REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

- AZUMA R., BAILLOT, Y., BEHRINGER, R., FEINER, S., JULIER, S. y MACINTYRE, B. (2001): "Recent advances in augmented reality", *IEEE computer graphics and applications*, 21(6): 34-47.

- BARRERA MAYO, S. y BAEZA SANTAMARÍA, U. (2010): "La Realidad Virtual aplicada a la explotación sostenible del Patrimonio Arqueológico. Un caso éxito: la Cueva de Santimamiñe", *Virtual Archaeology Review*, 1(1): 69-72.
- CALDERA-SERRANO, J. (2014): "Realidad aumentada en televisión y propuesta de aplicación en los sistemas de gestión documental", *El profesional de la información*, 23(6): 643-650.
- CARO, J. L. y HANSEN, S. (2014): "De la fotogrametría a la difusión del patrimonio arqueológico mediante game engines: Menga un caso de estudio", *Virtual Archaeology Review*, 6(12): 58-68.
- CAUDELL, T. P., y MIZELL, D.W. (1992): "Augmented reality: an application of heads-up display technology to manual manufacturing processes", *International Conference on System Sciences*, (2): 659-669.
- DELGADO ANÉS, L. (2017). "Gestión, comunicación y participación social en los paisajes culturales de Andalucía. El caso del proyecto MEMOLA". *Tesis doctoral*. Universidad de Granada. [<http://hdl.handle.net/10481/47164>]
- DÍAZ GÓMEZ, F.; JIMÉNEZ PEIRÓ, J.; BARREDA BENAVENT, A.; ASENSI RECUECO, B y HERVÁS JUAN, J. (2015): "Modelado 3D para la generación de patrimonio virtual", *Virtual Archaeology Review*, 6(12): 29-37.
- FERNÁNDEZ DÍAZ, M. (2016): "Reflexiones sobre la aplicación de tecnologías al trabajo arqueológico y la divulgación científica del patrimonio", *La Linde*, 6: 64-78.
- FIORINI, A. y ARCHETTI, V. (2013): "Modelli interattivi 3D nei file PDF. Applicazioni in campo archeologico", en Gianolio, S. (ed.) *Archeologia Virtuale: Comunicare in digitale. Atti del III seminario* (Roma, 19-20 giugno 2012), Espera s.r.l, Roma: 72-84.
- GÓMEZ MERINO, J. L. (2013): "La comunicación multimedia de la Arqueología. Punto de inflexión", *Virtual Archaeology Review*, 4(8): 114-116.
- HUSILLOS GARCÍA, M. L. (2012): "La Arqueología Virtual: Construyendo un puente entre la sociedad moderna y la escuela innovadora", *Virtual Archaeology Review*, 3(6): 36-39.
- LÓPEZ BENITO, V.; MARTÍNEZ GIL, T. y SANTACANA MESTRE, J. (2014): "Aplicaciones: ¿también instrumentos educativos para descodificar el mundo de los museos y la cultura?", en SANTACANA MESTRE, J. y LÓPEZ BENITO, V. (ed.) *Educación, tecnología digital y patrimonio cultural: para una educación inclusiva*, Trea, Gijón: 71-84.
- MAQUEDA GARCÍA-MORALES, R. y LUQUE CORTINA, M. (2016): "Paleocatálogo 3D: fotogrametría para realización de un catálogo virtual en 3D de alta calidad, accesible y gratuito", *Virtual Archaeology Review*, 6(13): 35-40.

- MARTÍN VARISTO, Y.; PINASSI, A., LARREA, M., BJERG, A. y FLORES CHOQUE, D. (2012): "Tics y difusión del patrimonio cultural. Realidad aumentada y virtual en el área fundacional de Bahía Blanca", *Realidad, Tendencias y Desafíos en Turismo* (10): 53-73.
- MATEOS-RUSILLO, S.M. y GIFREU-CASTELLS, A. (2014): "Reconstrucción y activación del patrimonio artístico con tecnología audiovisual. Experiencia de Taüll 112", *El profesional de la información*, 23(5): 527-533.
- NAVA MUÑOZ, R. (2007): "Socialización del conocimiento académico con el uso de tecnologías de información y comunicación (TIC)", *Enl@ce: revista venezolana de información, tecnología y conocimiento*, 3: 41-56.
- REILLY, P. (1991): "Towards a Virtual Archaeology", en LOCKYEAR, R. y RAHTZ, S. (eds.) *Computer Applications and Quantitative Methods in Archaeology 1990*. BAR International Series, 565, Oxford: 133-139.
- SALERNO, V.M.; FRÈRE, M., GONZÁLEZ, M.I. y SPENGLER, G. (2016): "El uso de recursos digitales para la comunicación pública de la Arqueología", *ArqueoWeb*, 17: 50-60.
- SANTACANA MESTRE, J., MARTÍNEZ GIL, T. y LÓPEZ BENITO, V. (2014): "Una aplicación experimental para tecnología móvil: planteamiento didáctico y desarrollo", en SANTACANA MESTRE, J. y LÓPEZ BENITO, V. (ed.) *Educación, tecnología digital y patrimonio cultural: para una educación inclusiva*, Trea, Gijón: 161-166.
- VICENT, N.; RIVERO GRACIA, M^a.P. y FELIU TORRUELLA, M. (2015): "Arqueología y tecnologías digitales en Educación Patrimonial", *Educatio Siglo XXI*, 33(1): 83-102

CV

Lara Delgado Anés.

Doctora en Historia por la Universidad de Granada (2017), especializada en gestión, comunicación y participación social. Máster en Historia del Arte: Conocimiento y tutela del Patrimonio Histórico por la Universidad de Granada (2011). Licenciada en Historia por la Universidad de Málaga (2010).

Experiencia en organizar y ejecutar actividades educativas, de difusión y participación social en el patrimonio, así como en la elaboración de recursos educativos y productos audiovisuales. Coordinadora de gabinete de prensa y gestora de redes sociales de proyectos internacionales. Ac-

tualmente investigadora y coordinadora de difusión del proyecto europeo del programa FP7 "Mediterranean Mountainous Landscapes: an historical approach to cultural landscapes based on traditional agrosystems"

PhD in History by the University of Granada (2011), specialized in management, communication and social participation. Master in Art History: knowledge and protection of the historical heritage Degree in History from the University of Malaga (2010).

Experience in organizing and executing educational activities, outreach and social participation in the cultural heritage, as well as in the elaboration of educational resources and audiovisual products. Coordinator of press media and management of social network in international projects. Currently researcher and outreach coordinator of FP7 project "Mediterranean Mountain Landscapes: a historical approach to cultural landscapes based on traditional agroecosystems".

Pablo Romero Pellitero

Arqueólogo especializado en sistemas de información geográfica y tecnologías digitales de documentación gráfica arqueológica, fotogrametría 3D, así como topografía. Experiencia en reconstrucción virtual del patrimonio y elaboración de materiales de divulgación en 3D, además de exposiciones virtuales para redes sociales como Skechtfab. Doctorando en Historia sobre "Remote sensing y paisaje cultural. Estudio del ecosistema agropastoril de Sierra Nevada desde una perspectiva histórica" por la Universidad de Granada. Máster en Culturas Árabe y Hebrea: pasado y presente por la Universidad de Granada (2011). Licenciado en Historia por la Universidad de Málaga (2010). Actualmente investigador en el proyecto europeo del programa FP7 "Mediterranean Mountainous Landscapes: an historical approach to cultural landscapes based on traditional agrosystems".

Archaeologist specializing in geographic information systems and digital technologies of archaeological graphic documentation, 3d photogrammetry, as well as topography. Experience in virtual reconstruction of the heritage and elaboration of outreach materials in 3D, as well as virtual exhibitions for social networks like Skechtfab. PhD student in history on "remote sensing and cultural landscape Study of the agropastoral ecosystem of

Sierra Nevada from a historical perspective” by the University of Granada. Master in Arabic and Hebrew cultures: past and present by the University of Granada (2011). Degree in history from the University of Malaga (2010). Currently researcher in the European project FP7 “Mediterranean mountainous landscapes: an historical approach to cultural landscapes based on traditional agrosystems”.

#ARTEENREDADO: EXPERIENCIAS Y REFLEXIONES SOBRE EL USO PROFESIONAL DE LA WEB SOCIAL PARA EMPRENDER, COMUNICAR E INNOVAR EN ARTE Y CULTURA

María Sánchez González

Universidad de Málaga/ Universidad Internacional de Andalucía

m.sanchezgonzalez@uma.es / m.sanchez@unia.es

Resumen: Como en otras disciplinas, la transformación digital y la sociedad red, especialmente ante el auge de los llamados social media en Internet, han cambiado la forma de producir, comunicar y distribuir arte y cultura. Además de nuevas prácticas de arte digital, Internet es hoy un ecosistema donde artistas e instituciones están presentes, mediante websites y canales en redes sociales. La web es también un escenario donde surgen proyectos de emprendimiento nativos de promoción y difusión de arte y cultura y donde, incluso, se busca financiación mediante sistemas de micromecenazgo como el crowdfunding.

Son muchas las posibilidades de estar online. Pero para sacarles partido se requiere del desarrollo de determinadas competencias digitales que abarcan no sólo el manejo técnico de tecnologías y herramientas sino también cuestiones como, entre otras, saber comunicar online o manejar licencias de publicación de contenidos en red.

El presente capítulo recoge las reflexiones y experiencias compartidas, en torno a estas cuestiones, en el workshop gratuito "Arte Enredado: Emprender, Comunicar e Innovar en Red", organizado por María Sánchez en el Centro de Arte Contemporáneo de Málaga el 2 de marzo de 2017 y en el que distintos profesionales del arte y de la cultura compartieron sus proyectos.

Palabras clave: web social, cultura digital, arte, innovación, comunicación

Abstract: As in other disciplines, digital transformation and the Network Society, especially with the increasing importance of the social media on the Internet, have changed the way we produce, communicate and distribute art and culture. Besides new digital art practices, nowadays the Internet is also an ecosystem where artists and institutions are present on websites and channels on social networks. In addition, The Word Wide Web currently is an ecosystem with new native entrepreneurship projects for the promotion and diffusion of art and culture, and in which the professionals can search for resources through collaborative patronage systems such as crowdfunding.

There are many possibilities of being online. But to take advantage of them requires the development of several digital skills, which include not only technical management of technologies and tools, but also issues such as online communication or licenses for publishing content on the network management.

The present chapter collects the thoughts and experiences addressed, on these issues, in the open workshop "Arte Enredado: Emprender, Comunicar e Innovar en Red", organized by María Sánchez at the Centro de Arte Contemporáneo de Málaga on March 2, 2017 and where different professionals of art and culture shared their projects.

Keywords: social web, digital culture, art, innovation, communication

INTRODUCCIÓN: OPORTUNIDADES Y POSIBLES USOS DE INTERNET EN ARTE Y CULTURA

La transformación digital, con el auge de nuevas tecnologías y herramientas en red, también ha llegado al mundo del arte y de la cultura (Martín Prada, 2012: 28-35). Hoy somos testigos de innovadoras prácticas de arte digital mediante, por ejemplo, realidad aumentada o diseño en 3d, narrativas transmedia o representaciones visuales e interactivas de información atractivas y funcionales, que hace unos años no hubiese sido posible realizar, que hoy encuentran en la red, un magnífico escaparate y que están conformando nuevas salidas profesionales para artistas y creadores en campos como el diseño y la animación, la creación de videojuegos, o la fabricación digital (Rooter, 2012).

La Red es, al tiempo, el ecosistema en el que surgen proyectos de difusión de arte y cultura, impulsados por profesionales o, incluso, por algunas de las grandes empresas punto.com, como sucede con *Google Arts and Culture*, sitio web arrancado en 2011 del Instituto Cultural de Google con obras de arte y un recorrido por los principales museos del mundo. Otro ejemplo significativo son las llamadas ferias 2.0, como *Vip Art Fair*¹, que arrancada por varios expositores neoyorkinos e informáticos en 2011 logró, en su primera edición, exhibir 200 obras que vieron 40.000 visitantes de cerca de 200 países, y que hoy aún se mantiene.

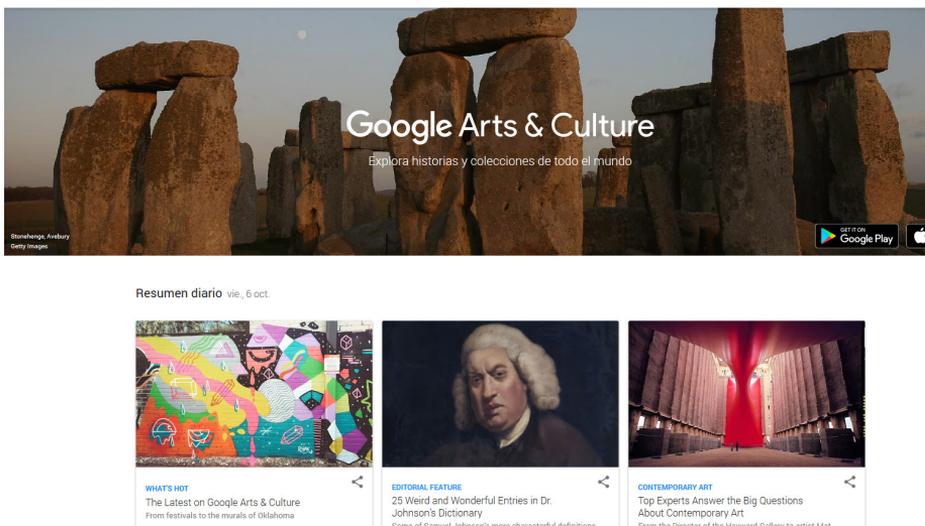


Figura 1. Portada de *Google Arts and Culture* (fecha: 08/10/2017). Fuente: <https://www.google.com/culturalinstitute/beta/u/0/>

1. Cfr. www.vipartfair.com/

Pero también Internet acoge hoy portafolios, repositorios o galerías de artistas e instituciones que operan fuera de la Red. Es, incluso, escenario de eventos producidos y/o emitidos en directo mediante sistemas de *streaming* o similares (como viene haciendo el Teatro Real desde Facebook, por ejemplo) o vía para que creadores nóveles y experimentados puedan lanzar sus proyectos mediante sistemas de micromecenazgo como el crowdfunding, gracias a la proliferación de plataformas que apuestan por proyectos artísticos, como Verkami² en España, que en mayo de 2017 aglutinaba un total de 280 de este ámbito.



Figura 2. Apartado de Arte en Verkami (fecha: 08/10/2017). Fuente: <https://www.verkami.com/browse/category/1-arte>

El arte hiperlocal está, así, al alcance del mundo y puede ser visionado de forma internacional. Estar presente en este ecosistema digital, especialmente ante la eclosión de redes sociales y otras plataformas y herramientas de la llamada web social, supone por tanto una oportunidad para que profesionales del arte y la cultura creen o impulsen su marca digital, pongan en valor y comuniquen de forma más directa y participativa sus proyectos, encuentren colaboradores o financiadores mediante fórmulas de micromecenazgo online como el *crowdfunding* o lleguen a nuevos públicos más allá de lo local.

Al tiempo, la propia red se conforma en una excelente fuente de información e inspiración, aprendizaje, gestión del tiempo o medición de tendencias y opiniones para profesionales y entidades del arte y cultura, mediante la crea-
2. Cfr. www.verkami.com



Figura 3. Página de acceso, en Miriadax, al MOOC sobre Velázquez en el Museo del Prado de Madrid (fecha: 08/10/2017). Fuente: <https://miriadax.net/web/velazquez-en-el-museo-del-prado>

ción de los llamados Entornos Personales de Aprendizaje (PLE), esto es, un conjunto de herramientas, fuentes de información, conexiones y actividades que cada persona emplea asiduamente para aprender. Esta idea no es nueva de Internet, pero el auge de la web social facilita que cualquier persona pueda construir, de acuerdo a sus preferencias y según su propio estilo de aprendizaje, un entorno en el que aprender de manera informal y, al tiempo, permanente³.

Ni siquiera es necesario ser residente digital, esto es, pasar parte de nuestras vidas online (White y Le Cornu, 2011), para sacar partido, en cuanto a aprendizaje, a la red, sino que de forma puntual puede hacerse uso de los múltiples recursos educativos en abierto y propuestas formativas gratuitas, como los llamados MOOCs (cursos masivos online en abierto) especializados en arte y cultura. Entre los proyectos recientes más significativos, pueden citarse el

3. Fuente: Wikipedia (última modificación 02/11/2016). Un PLE se compone de tres elementos: 1) Los recursos por los cuales accedemos y gestionamos la información (fuentes de información); 2) los recursos que utilizamos para crear, editar y compartir información (por ejemplo, blogs, editores de texto colaborativos, repositorios de videos y fotos, etc.); y 3) los recursos con los que nos relacionamos y comunicamos en comunidad (el caso de las redes sociales). Implica por tanto una parte individual, lo propio, pero también es un entorno social para aprender. Además de las herramientas, las actividades que realizamos (debates, reuniones, etcétera) así como las actitudes o mecanismos con las que se realicen las interacciones (asertividad, capacidad de consenso, etcétera) forman parte de este aprendizaje en red.

curso sobre la Alhambra de *UGR Abierta*⁴, o el que ha producido Telefónica para la plataforma *Miriadax*⁵ sobre Velázquez en el Museo del Prado de Madrid.

Como en otros campos, la sociedad-red trae, pues, nuevas oportunidades. Pero también nuevos retos, a los profesionales del ámbito del arte y de la cultura, que deben adquirir las competencias necesarias para sacar provecho a las nuevas tecnologías y herramientas del entorno digital, cuyo potencial para comunicar, emprender e innovar, es enormemente amplio.

El desarrollo, en este sentido, de marcas digitales profesionales -ya sea a nivel individual, ya sea a nivel organizacional- coherentes a la misión, objetivos estratégicos y visión de los proyectos, resulta imprescindible. Entendiendo que estas marcas digitales se conforman no sólo por la presencia y aportación propias de contenido online, la llamada identidad digital, sino también de lo que otros dicen sobre ello, la llamada reputación online (Alonso, 2011: 5-10).

Disponer de una marca digital positiva y de una comunidad de seguidores más o menos consolidada -o tener las herramientas para crearla-, así como crear comunicar online de forma atractiva, resulta esencial para sacar partido, por ejemplo, a campañas de *crowdfunding*: si bien se dispone de múltiples plataformas específicamente orientadas a la microfinanciación online que dan cabida a proyectos creativos, el *engagement* y la participación de los usuarios resulta esencial para lograr el objetivo (Sánchez y Palomo, 2014: 101-110).

Esto es, se trata de adquirir competencias digitales básicas (Magro et al, 2014)⁶, entendidas éstas en sentido amplio, esto es, mucho más allá de lo meramente instrumental (Cobo, 2008). Manejar la tecnología es fácil, pero ser digital requiere ciertas habilidades y destrezas, relacionadas con la forma de comunicar y colaborar en red, la gestión del tiempo o de la información o la consideración de cuestiones jurídicas y legales al publicar contenidos propios, como creadores, o al (re)usar los de terceros, en un ecosistema en el que prácticas como la remezcla, la remediación y el bricolaje (Deuze, 2006: 63-75) son cada vez más frecuentes, gracias, entre otras cuestiones, a la expansión de licencias del tipo *Creative Commons* (Lessig, 2008).

4. Cfr. <https://abierta.ugr.es>

5. Cfr. <https://miriadax.net>

6. En el estudio *Cultura digital y transformación de las organizaciones* de RocaSavaltella (Magro et al, 2014) se mencionan ocho competencias básicas: conocimiento digital, gestión de la información, comunicación digital, trabajo en red, aprendizaje continuo, visión estratégica, liderazgo en red y orientación a la comunidad.

Con este planteamiento, se organizó, durante marzo de 2017 en el Centro de Arte Contemporáneo de Málaga, bajo la coordinación de quien escribe estas líneas, María Sánchez, un workshop gratuito que, con el título de “Arte Enredado: Emprender, Comunicar e Innovar en Red”, abordó estrategias e ideas de plataformas y herramientas online y, sobre todo, sirvió para recoger experiencias de artistas gráficos, músicos, emprendedores y gestores culturales empleado la Red para poner en marcha proyectos innovadores, hacer más visibles obras e iniciativas, buscar financiación online o interaccionar con otros profesionales, públicos y entidades⁷. En el workshop participaron Curro Moreno (especialista en comunicación y gestión cultural universitaria, del Contenedor Cultural de la UMA); María Rosa Jurado (arquitecta y gestora cultural en Málaga y en Madrid, emprendedora en *eldevenir Art Gallery*, Arquitecta y licenciada en Bellas Artes); José Luis Puche (artista plástico malagueño, considerado en el top de los emergentes a nivel internacional, en la última década ha expuesto y sido galardonado en diversos países); Lena Bu (cantante, compositora, escritora y blogger en *La mejor mamá del mundo eres tú*); Mery Espinosa (vocalista en *Radio Focaccia*, experta en Gestión y organización de eventos musicales y *management* musical y Graduada en Periodismo); y Javier Moral (socio fundador de *Plandegira*).

A continuación se recogen estas experiencias así como el debate generado en torno al uso profesional de la web social en arte y cultura.

2. CLAVES PARA COMUNICAR EN RED EN ARTE Y CULTURA

2.1. GESTIÓN Y COMUNICACIÓN CULTURAL 2.0 PARA EL ENGAGEMENT DE JÓVENES USUARIOS: EL CONTENEDOR CULTURAL DE LA UMA

Implicar al público joven en la comunicación institucional es complejo pero, al tiempo, imprescindible, en determinadas instituciones culturales como las Universidades. Y en unos tiempos en la que la mayoría de este público “vive” online, las redes sociales son la mejor fórmula para lograrlo. Así lo viene haciendo el *Contenedor Cultural* de la Universidad de Málaga, proyecto que ofrece formación y/o exhibición sobre música y artes escénicas o visuales innovadoras y alternativas y que, lanzado por el Vicerrectorado de Cultura y Deporte de

7. En este enlace puede consultarse más información sobre los resultados de la actividad: <http://www.cibermarikiya.com/asi-da-gusto-despedir-a-ryden-resumen-del-workshop-artenredado-en-cac-malaga/>

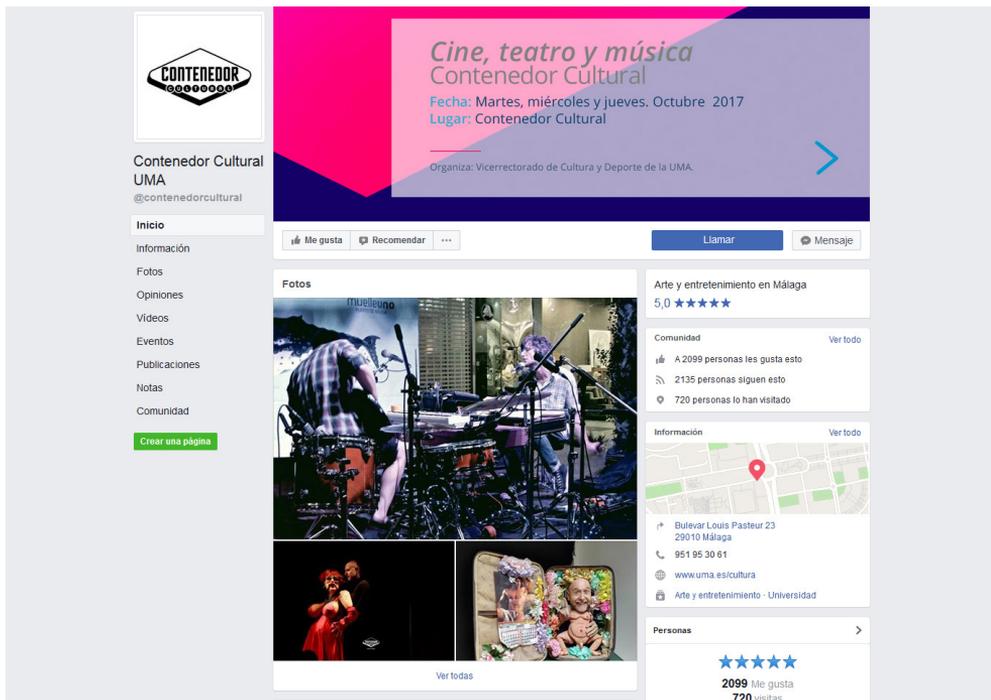


Figura 4. Fanpage del Contenedor Cultural de la UMA en Facebook (fecha: 08/10/2017). Fuente: <https://www.facebook.com/contenedorcultural/?fref=ts>

dicha Universidad hacia 2016, hoy dispone de canales en *Twitter*, *Facebook*, *Instagram* o *Youtube* como parte de su estrategia de Gestión Cultural 2.0.

Como contaba su responsable de comunicación, Curro Moreno, el *Contenedor Cultural* tiene una programación semanal que invita a volver al espacio presencial común, donde los creadores y el público se sientan como en casa. Su objetivo es que acudir allí se convierta en toda una experiencia. Y es en este sentido donde cobra importancia el factor humano. Los hábitos, tanto a nivel de relaciones personales como de consumo cultural, han cambiado, y buena parte de éste sucede online. Pero no debemos olvidarnos que todas estas impresiones y estas experiencias surgen en la vida real. Esta es la estrategia de comunicación de esta iniciativa, que emplea la comunicación en red para amplificar estas experiencias mediante el contacto con su público. Así, por ejemplo, además de consultar la programación, en las redes sociales del *Contenedor Cultural* se realizan actividades como “A la cuarta pregunta”, una especie de entrevista infinita donde los propios artistas son los entrevistados y los entrevistados. Se trata de ir generando contenido y de ir documen-

tando los eventos, con material visual sobre todo, que suben los viernes para generar interacción durante los fines de semana. Con ello se genera interés por un evento incluso aunque ya haya sucedido.

De nada sirve únicamente publicar, sino que como apuntaba Curro Moreno en las jornadas de #arteenredado, es esencial estar pendiente de las opiniones de los usuarios y mejorar siempre:

“Aquí tenemos el caso de un compañero que vino a tocar con su banda al contenedor cultural y al día siguiente de la actuación nos valoró tan solo con 4 estrellas en nuestro Facebook sin más comentarios. Le preguntamos qué pasaba y editó su publicación indicando que echaron en falta unos monitores de escenario. En ese momento nos pusimos a trabajar sobre las necesidades técnicas de los grupos de música y compramos un par de monitores. Cuando los compramos avisamos, vía Facebook también, para que no se quedara en una mera anécdota”

La revisión periódica de los perfiles, para valorar su evolución en cuanto a usuarios y los temas que tienen más repercusión, también forma parte de esta gestión cultural 2.0.

2.2. IDENTIDAD DIGITAL, CAMINAR PARA EL ARTISTA: JOSÉ LUIS PUCHE

Aunque sus comienzos fueron en Málaga hace más de una década, donde se dio a conocer a través de distintos concursos y del contacto con profesionales, entidades y medios de comunicación, al joven artista visual José Luis Puche, disponer de una identidad digital y gestionar su marca a través de la Red con la ayuda de su pareja, periodista, le ha abierto nuevas posibilidades, y hoy ha expuesto en importantes galerías y ferias nacionales, como Arco (2013) e internacionales.

Entre las redes sociales que emplea con fines profesionales, su *Instagram* @jlpuche, porfolio de sus trabajos donde cuenta, en mayo de 2017, con cerca de 3.700 seguidores y un número de “Likes” similar o superior en sus publicaciones más recientes. A través de esta red lo descubrió una persona de Sydney, que empezó a proponerle participar en iniciativas en el mercado australiano. Algunas de las imágenes que publica aglutinan más de 10.000 likes, y ello, según Puche “no es sólo un número”: el mismo día que estaba impartiendo su conferencia en #arteenredado, el 2 de marzo de 2017, exponía su obra en una feria de Nueva York, con una obra que se convirtió en *trending topic*. No se trata

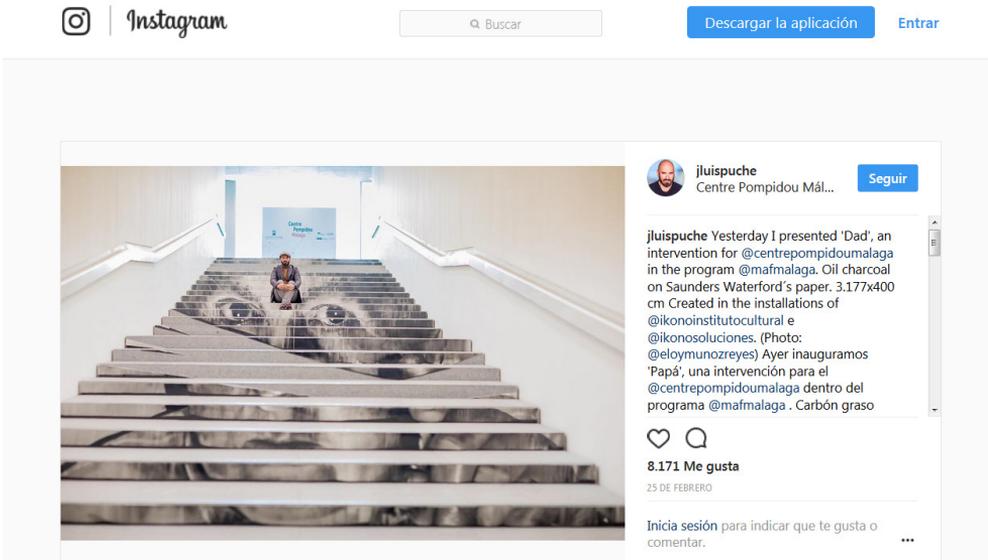


Figura 5. Uno de los posts de José Luis Puche en *Instagram*, datado de finales de febrero de 2017, sobre su intervención de la escalera del Centre Pompidou de Málaga (fecha: 08/10/2017). Fuente: <https://www.instagram.com/p/BQ84nZPAPIP/?taken-by=jluispuche>

de comprar seguidores ni “me gusta”, sino que ello se logra utilizando las etiquetas adecuadas, “los más pujantes”, ordenarlos adecuadamente y tener en cuenta el horario, cuando se trabaja a nivel internacional, a la hora de publicar una imagen en *Instagram*. En esta red social, que muchos comisarios emplean para “cazar artistas”, sube dos publicaciones como máximo cada semana, emplea tanto español como inglés puesto que se dirige a un público global.

Igualmente, sus normas básicas, en el caso de *Facebook*, que también usa como profesional, son lanzar una publicación como máximo al día, no hablar siempre de uno mismo, evitar temas polémicos y acompañar los post con imágenes de calidad.

Pero la comunicación online tiene otras posibilidades muy efectivas a la hora de dar a conocer sus obras y actividades. Es el caso, así, de los vídeos, que en su caso emplea para compartir sus procesos de trabajo con su público online, o de las listas de distribución, gestionadas a través de herramientas como *Mailchimp*. La ventaja de emplear este sistema como vía de difusión es la cantidad de información que proporciona al artista (qué destinatarios han abierto un email o cuántas veces lo han abierto, por ejemplo, lo que puede denotar interés).

2.3. EL AMOR AL ARTE COMO VALOR EN LA COMUNICACIÓN EN RED: LENA BU

Elena Buggedo Gómez, “Lena Bu”, es un ejemplo de cómo desarrollar una marca personal online diferenciada y con personalidad. Cantante, compositora, escritora y *blogger* en *La mejor mamá del mundo eres tú*⁸, se caracteriza por el sello personal de sus publicaciones en red, donde con frecuencia mezcla lo profesional y lo personal (su hijo Hermes como protagonista) en textos, imágenes y otro contenido que, como ella misma apuntaba en su charla durante el workshop en que se basa este artículo, guitarra en mano, es “artesanal”, como creación y arte online que, digamos, “sana” a su autor en cuanto a que le sirve de vehículo de expresión de sus emociones al mundo.



Figura 6. Portada del blog de Lena Bu (fecha: 08/10/2017). Fuente: <https://lenabu.com/>

Fuera de la Red, Lena Bu mantiene la misma impronta y una gran capacidad de que el público empatice con su obra. Y es que, en un entorno donde la lógica de autenticidad/ invención –e incluso (auto)engaño o falsedad– en la identidad digital se cuestionan continuamente, y muchos usuarios y profesionales abandonan las redes sociales tras sentirse incómodos actuando de forma impostada, lo más efectivo para crear marcas digitales que enganchen al público, a veces, es ser simplemente uno mismo y no crear falsas expectativas al público.

8. Cfr. <https://lenabu.com/>

2.4. COMUNICACIÓN DIGITAL EN BANDAS MUSICALES NOVELES EN PRIMERA PERSONA: MERY ESPINOSA

Lo habitual es que los grupos de música cuenten con un representante que gestione su agenda y su comunicación. Pero, ¿qué ocurre cuando no se tiene, como en el caso de muchas bandas noveles que no se lo pueden permitir? La periodista Mery Espinosa, vocalista de *Radio Focaccia*, comenzaba, de esta forma, trasladando su experiencia en su doble rol con la banda, para la que también ejerce de *community manager*. Entre las ventajas de hacerlo, la espontaneidad y la oportunidad de publicar sobre la marcha lo que está sucediendo, si bien ello requiere un sacrificio: “a veces no se puede disfrutar del momento -comentaba- si tras un concierto quieres atender la cantidad de mensajes que te han llegado vía redes sociales”. Aunque comunicar en red supone una formación permanente, la mejora, en los sistemas de estadística, de las redes sociales en los últimos años, facilita el seguimiento de las publicaciones de primera mano.

Otra de las claves para hacer esta autogestión está en escoger no un número amplio de herramientas y formas de comunicación, sino únicamente aquellas que se ajusten a un objetivo, sean asumibles y funcionen según los públicos. En el caso de *Radio Focaccia*, disponen de una web propia como espacio informativo y centralizador de su marca digital, espacios en *Instagram*, *Facebook* y *Twitter*, canales musicales del tipo *Soundcloud* o *Bandcamp*, y un dossier y un *rider* (indicaciones musicales) en formato digital, visuales, atractivos y permanentemente actualizados.

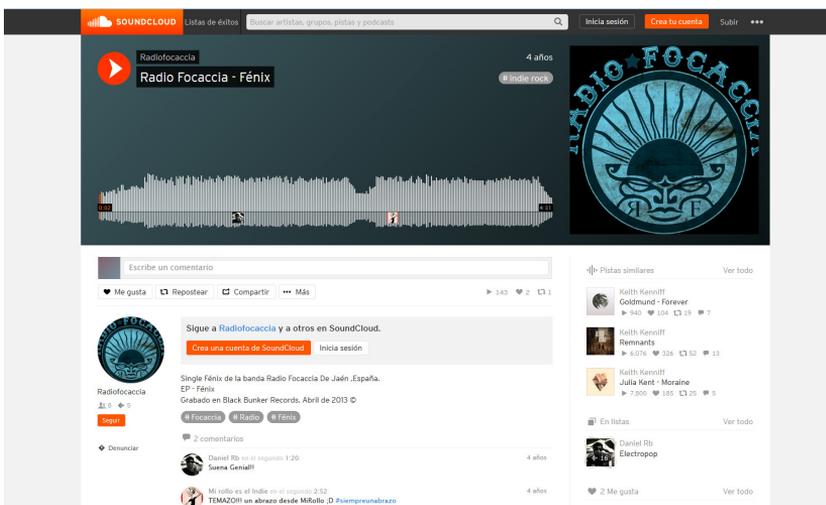


Figura 7. Uno de los espacios desde los que Radio Focaccia ofrece de forma abierta su música (fecha: 08/10/2017). Fuente: <https://soundcloud.com/radiofocaccia-1/radio-focaccia-f-nix>

Desde estos espacios interaccionan directamente con las audiencias, aunque ello no implica olvidar el contacto con la prensa, online y de forma tradicional, imprescindible. Y en este sentido, además de invertir en disponer de imágenes de calidad, crear expectación forman parte de sus estrategias. También entre sus planes está completar su plan de marketing, elaborado a partir de un análisis DAFO, de una identificación del público, mercado y competencia y con pautas propias en cuanto a la forma de comunicar en red o hacerse más visible en estas, lo que incluye invertir en publicidad en canales como Facebook. Se trata de no desanimarse, de apropiarse de su potencial.

3. EMPRENDER EN ARTE Y CULTURA EN TIEMPOS DE MODERNIDAD LÍQUIDA

3.1. ELDEVENIR, GALERÍA DE ARTE ONLINE: ROSA JURADO

La Red puede servir para poner en valor y, sobre todo, comercializar, obras. Con este objetivo surge *eldevenir Art Gallery*⁹, proyecto arrancado en 2017 con la intención, según su responsable, Rosa Jurado, de “democratizar el arte contemporáneo”. Y es que, como apuntaba durante su intervención a partir de la frase de Juana de Aizpuru “Los que más saben de arte son los artistas”, si la gestión de arte online se hace correctamente, puede devolver el papel protagonista a estos creadores frente a sistemas de comercialización y galerías de arte tradicionales.

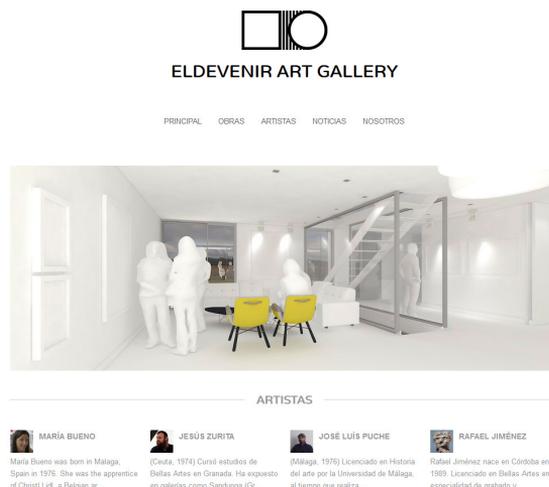


Figura 8. Portada de *eldevenir* (fecha: 08/10/2017). Fuente: <http://www.eldevenirartgallery.com/>

9. Cfr. <http://www.eldevenirartgallery.com/>

Así, una galería online puede ser más accesible, cercana y transparente para el público: los precios pueden consultarse en el momento y son iguales para todos, con lo que desaparece una barrera. Incluso, como sucede en la *Virtual Gallery*, llegan a conformarse comunidades virtuales donde los usuarios, con distintos roles (artistas, coleccionistas, curadores...), pueden interactuar. Al tiempo que revaloriza el papel del coleccionista, eslabón fundamental en la historia del arte, y facilita que cualquier ciudadano, independientemente de su ubicación geográfica, pueda convertirse en uno.

La web de *eldevenir*, que emplea la gamificación como estrategia de captación de usuarios, realiza servicios de venta de arte online, asesoría para nuevos coleccionistas y edición propia. Todas las obras van acompañadas de certificado de autenticidad.

3.2. LECCIONES TRAS EL CIERRE DEL PROYECTO PLAN DE GIRA: JAVIER MORAL

Como en otras disciplinas, emprender en arte y cultura es una aventura que no siempre llega a buen fin pero que supone siempre una magnífica experiencia de aprendizaje. Es el caso del portal *Plandegira.com*, una web iniciada en 2011 con el respaldo de la Asociación de Jóvenes Empresarios de Málaga que ofrecía servicios integrales a grupos musicales, desde reserva de salas hasta planificación de conciertos y giras, con herramientas de interacción y recomendación propias de comunidades virtuales. Pese a tratarse de un proyecto innovador y que sacaba partido a las posibilidades de *networking* y gestión de la información y del tiempo de la web social, cinco años después de su inicio ha cesado su actividad.

Uno de sus promotores, Javier Moral, realizaba un análisis extenso en un post reciente en la web *Disruptivos.com* (MORAL, 2017), base de su intervención en el workshop en que se basa este artículo. Al margen de cuestiones vinculadas a la gestión, la propia lógica de Internet, donde a veces no son necesarios intermediarios, y del mundo del arte y de la cultura, donde en ocasiones los eventos se gestionan de forma oficiosa, forman parte de las razones por las que esta idea no llegó a ser rentable y el equipo decidió abandonar. Eso sí, aparte de la experiencia, lo han hecho siguiendo los propios principios abiertos de la cultura digital: además de compartir, de forma transparente y honesta su experiencia en el citado post, como know-how para otros emprendedores,

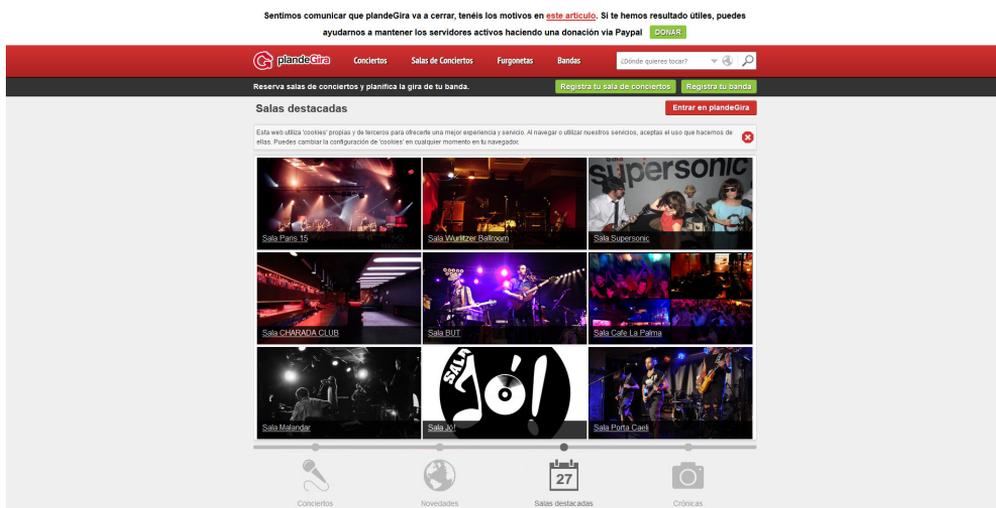


Figura 9. Aspecto de la web de Plan de Gira tras su cierre (fecha: 08/10/2017). Fuente: <http://www.plandegira.com/>

de momento su web sigue abierta, gracias a un sistema de donaciones online, para la consulta de usuarios interesados.

4. REFLEXIONES FINALES

Ser digital consiste en saber utilizar, conforme a unos valores, objetivos y a una estrategia previa, de las posibilidades de Internet y los llamados social media. No basta con estar, sino que esta presencia debe ir acompañada de una planificación, realizarse conforme a unos principios básicos y de forma social, esto es, cuidando la interactividad con los públicos y su fidelización, la calidad y la personalización de los contenidos y, en síntesis, la creación de un valor añadido en red (Castelló, 2012). Como apuntábamos en un artículo sobre comunicación en red publicado hace un tiempo (Sánchez y Paniagua, 2014), lo importante no son tanto las tecnologías, que por otro lado son cambiantes, sino la apropiación que cada profesional o entidad haga de ellas. Crear pautas y guías de estilo, como han hecho ya muchas organizaciones online, puede ayudar en la labor de comunicar, emprender e innovar en arte y cultura, así como formarse ante las nuevas funciones y roles que, para los propios creadores, ha traído el actual contexto de sociedad red.

Terminamos recogiendo algunas otras ideas comentadas durante la sesión de #arteenredado que, si bien a modo de experiencias personales, pueden servir de orientación en este sentido:

- *Hoy hay proyectos “nativos” de arte digital pero la red también es un escenario perfecto para poner en valor el “arte analógico” (María Sánchez).*
- *El coleccionista es un eslabón esencial en la historia del arte, e Internet permite conectarlos con artistas (M^a Rosa Jurado)*
- *En la Red, hay que entender comunicar como compartir (Lena Bu), ser social... (María Sánchez). Aunque tampoco se trata de limitarse a un uso “activo” de la red: también te puede dar ideas o servirte para gestionar información, organizarte... (María Sánchez).*
- *Se trata de desarrollar tu propia estrategia digital en redes sociales (canales, tono...), poniéndote tus normas (José Luis Puche).*
- *Ser auténtica es una de las claves para estar online (Lena Bu). Otra, la coherencia entre la vida analógica (que no real, porque la virtual también la es) versus vida virtual (María Sánchez).*
- *Hay que aprender a crear, también online, entendiendo la creación y el arte como artesanía (para ti, curación)(Lena Bu).*
- *Publicar con licencias del tipo CC o reusar de otros conlleva una responsabilidad (María Sánchez)*
- *Algunas técnicas al comunicar online: crear expectación (Mery Espinosa), hacer partícipes del proyecto a las personas (Curro Moreno), transmitirles tu entusiasmo y ser transparente para generar confianza (María Sánchez), no saturar de información (José Luis Puche), hacer de cada instante, y de la vida, un arte, y contarlo (Lena Bu).*
- *Las redes sociales son básicas, pero no hay que infravalorar “métodos viejóvenes” (Mery Espinosa) como el mailing, que en muchos casos es lo más efectivo... (José Luis Puche).*
- *No hay que olvidar que las apps son importantes pero las personas son el centro (Curro Moreno).*
- *Los periodistas tienen que ponerse en lugar de los artistas, y viceversa (Mery Espinosa).*
- *Al emprender, como en las relaciones, si el amor se acaba o te enamoras de otra cosa, el tiempo ha terminado (Javi Moral)*

REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

- ALONSO, J. (2011): «Identidad y reputación digital», en VV.AA. *Cuadernos Evoca* (5). *Identidad digital y reputación online*, pp. 5-10. Madrid: Evoca Comunica-

- ción e Imagen <<http://www.evocaimagen.com/cuadernos/cuadernos5.pdf>> [08/10/2017].
- BAUMAN, Z. (2002): *Modernidad líquida*, México: Fondo de cultura económica de España.
- CASTELLÓ, A. (2012): "Del ROI al IOR: el retorno de la inversión de la comunicación empresarial y publicitaria en medios sociales", en *Comunicación y riesgo: comunicación en el III Congreso Internacional AE-IC, Tarragona, Asociación Española de Investigación de la Comunicación*, 2012. <<http://rua.ua.es/dspace/bitstream/10045/20513/1/25.pdf>> [08/10/2017].
- COBO, C. (2008): «Rumbo a Costa Rica», en *E-rgonomic*, 13 de junio de 2008. <<http://e-rgonomic.blogspot.com.es/>> [08/10/2017].
- DEUZE, M. (2006): "Participation, Remediation, Bricolage. Considering Principal Components of a Digital Culture", en *The Information Society*. nº 22, pp. 63-75.
- LESSIG, L. (2008): *Remix. Cultura de la remezcla y derechos de autor en el entorno digital*, Barcelona: Icaria, ed. 2012. <http://www.icariaeditorial.com/pdf_libros/REMIX.pdf> [08/10/2017].
- ROOTER (2012): *Perfiles profesionales más demandados en el ámbito de los Contenidos Digitales en España. 2012-2017* (estudio promovido por la Fundación de Tecnologías de la Información en colaboración con la Asociación de Empresas de Electrónica, Tecnologías de la Información, Telecomunicaciones y Contenidos Digitales de España, y subvencionado por el Servicio Público de Empleo Estatal y el Fondo Social Europeo), en ametic.es <http://ametic.es/sites/default/files/pafet_vii_perfiles_profesionales_cd_fti-rooter_1.pdf> [08/10/2017].
- MAGRO, C. et al (2014): *Cultura Digital y transformación de las organizaciones*, Barcelona: RocaSalvatella, febrero de 2014. <http://www.rocasalvatella.com/sites/default/files/maqueta_competencias_espanol.pdf> [08/10/2017].
- MARTÍN PRADA, J. (2012): "Los social media como ámbito de referencia de las nuevas prácticas artísticas", en *DeFORMA*, núm. 3, pp-28-35. <http://www.juanmartinprada.net/textos/martin_prada_j_los_social_media_como_ambito_de_referencia.pdf> [08/10/2017].
- MORAL, J. (2017): "PlandeGira cierra tras 5 años: un resumen de la experiencia", en *disruptivos.com*, 25 de enero de 2017. <<http://www.disruptivos.com/cerramos-plandegira/>> [08/10/2017]
- O'REILLY, T. y BATTELLE, J. (2009): *Web Squared: Web 2.0 Five Years On*, O'Reilly Media/ Techweb (presentado en Web2.0 Summit Conference, San Francisco, California, 17 a 19 de octubre de 2011) <http://assets.en.oreilly.com/1/event/28/web2009_websquared-whitepaper.pdf> [08/10/2017].

- SÁNCHEZ, M. y PANIAGUA, F. J. (2013): "Estrategias de comunicación 2.0 en asociaciones profesionales. Estudio del caso de los Colegios Oficiales de Médicos en España", en Revista *Mediterránea*, vol.4, núm.1 de 2013, pp. 21-51. Universidad de Alicante. <<http://www.mediterranea-comunicacion.org/article/view/2013-v4-n1-estrategias-de-comunicacion-20-en-asociaciones-profesionales-estudio-del-caso-de-los-colegios-oficiales-de-medicos-en-espana>> [08/10/2017].
- SÁNCHEZ, M. y PALOMO, M.B. (2014): "Conocimiento y valoración del crowdfunding en Comunicación: La visión de profesionales y futuros periodistas", en *Comunicar*, núm. 43, pp. 101-110. <<http://dx.doi.org/10.3916/C43-2014-10>> [08/10/2017].
- WHITE, D. S. y LE CORNU, A. (2011): "Visitors and Residents: A new typology for online engagement", en *First Monday*, vol. 16, núm. 9 <<http://journals.uic.edu/ojs/index.php/fm/article/viewArticle/3171/3049>> [08/10/2017].
- WIKIPEDIA (2016): "Entorno personal de Aprendizaje", en *Wikipedia* (última modificación 02/11/ 2016) <https://es.wikipedia.org/wiki/Entorno_personal_de_aprendizaje> [08/10/2017].

CV

María Sánchez González. Doctora en Periodismo (2007), profesora asociada e investigadora en Periodismo en la Universidad de Málaga (2009-) y técnico responsable de proyectos de elearning, cultura digital y formación de profesorado en el Área de Innovación de la Universidad Internacional de Andalucía (2007-). Miembro de varios grupos y proyectos de I+D+i universitarios sobre comunicación y educación en red, cibermedios, innovación, participación ciudadana o contenidos digitales. Ha asesorado sobre estos temas a diversas entidades, ha realizado estancias académicas en diversas universidades de Europa, Estados Unidos y Latinoamérica, y ha sido coordinadora de varios proyectos de capacitación docente e innovación educativa (ejemplo: #MOOCecompetentes), y de distintas actividades divulgativas y de transferencia (ejemplos: DataBeers Málaga sobre análisis y visualización de datos; #Tipomasters, sobre diseño e infografía; o #Arteenredado, sobre comunicación online en este sector). Más información en su blog, www.cibermarikiya.com.

María Sánchez. PhD in Journalism (2007), associate professor and researcher in Journalism at the University of Málaga (2009-) and technical responsible of projects on elearning and digital culture and programs on teachers training in the Innovation Area at the International University of Andalusian (2007-). Member of different projects of research on online communication and education, cibermedia, innovation, citizen participation or digital contents. She has advised about these issues to different entities and she has been academic visitor in several universities in Europe, the United States and Latin America, and has coordinated several projects for teacher training and educational innovation (eg: #MOOCecompetentes). In addition she has coordinated different transfer activities (eg: DataBeers Málaga on data analysis and visualization, #Tipomasters on design and infography, or #Arteenredado on online communication in this sector). Further information on her blog, www.cibermarikiya.com.

FAN CULTURE AT THE SERVICE OF SOCIAL TRANSFORMATION IN BRAZIL: AN ANALYSIS OF LGBT ACTIVISM IN FANDOM CLARINA

Marcus Antônio Assis Lima

University State of Southwest of Bahia, Brazil
malima@uesb.edu.br

Halanna Souza Andrade

University State of Southwest of Bahia, Brazil
halanna.andrade@yahoo.com.br

Summary: Claiming to be a fan of any artist, band, television series or writer is a rather popular type of practice today, despite the negative charge gained over time. The rise of the Internet and its popularisation has profoundly changed the culture of fans. The virtual world has allowed voluntary association for current affairs in every corner of the planet, from the most popular to the most unknown. This new type of setting is known as a fandom, an abbreviation for fan kingdom. Among its key features are the sharing of common feelings and interests, criticism, production of content, cooperation and solidarity. However, what happens when a fandom goes beyond the boundaries of entertainment and continues to act as an activist? It is important to emphasise that the activism understood here is not about the fight against the cancellation of a program, for the agility in the publication of the next book of a certain author or well-publicized divulgation of a new cd. The sense defended is that linked to social transgression and solidarity. Fandom Clarina is an example of this behaviour. Its name comes from the shipp of the lesbian couple Clara and Marina, characters from the Brazilian soap opera *Em Família* shown by TV Globo in 2014. One of the main advertising notes of the plot was the promise of a relationship between the women. We will discuss in this chapter the organisation of this fandom, both about the relationship of the fans between themselves and their productions, as well as their activist interventions in social networks on the Internet for the equal treatment of LGBT people in Brazil.

Keywords: Fans; Activism; Cyberculture; Participation; Fandom.

Resumen: Afirmar que es un fan de cualquier artista, banda, serie de televisión o escritor es un tipo bastante popular de la práctica de hoy, a pesar de la carga negativa acumulada con el tiempo. El surgimiento de Internet y su popularización ha cambiado profundamente la cultura de los aficionados. El mundo virtual ha permitido la asociación voluntaria para los asuntos comunes en cada rincón del planeta, desde el más popular hasta el más desconocido. Este nuevo tipo de ajuste se conoce como fandom, una abreviatura para el reino del fan. Entre sus principales características destacan el compartir sentimientos e intereses comunes, la crítica, la producción de contenidos, la cooperación y la solidaridad. Sin embargo, ¿qué sucede cuando un fandom va más allá de los límites del entretenimiento y pasa a actuar como un activista? Es importante destacar que el activismo entendido aquí no se trata de la lucha contra la cancelación de un programa, por la agilidad en la publicación del próximo libro de un autor determinado o bien divulgación de un nuevo cd. El sentido defendido es el vinculado a la transgresión social y a la solidaridad. Fandom Clarina es un ejemplo de este comportamiento. Su nombre proviene del shipp de la pareja de lesbianas Clara y Marina, personajes de la telenovela brasileña *Em Família* que muestra TV Globo en 2014. Uno de los principales motivos publicitarios de la trama era la promesa de una relación entre las mujeres. Discutiremos en este capítulo la organización de este fandom, tanto en relación a la relación de los aficionados entre ellos mismos y sus producciones, como a sus intervenciones activistas en redes sociales en Internet para la igualdad de trato de las personas LGBT en Brasil.

Palabras clave: Fans; Activismo; Cibercultura; Participación; Fandom.

INTRODUCTION

Claiming to be a fan of any artist, band, television series or writer is a type of practice quite popular these days, not just for young audiences. As for the etymology of the word, a fan is an abbreviation for fanatic, which has a root in the Latin *fanaticus*. In its earliest sense, *fanaticus* had no negative connotation. It was the word used to designate those who belonged, served or were devotees to some temple (Jenkins, 2015).

However, over time, some negative notions have been incorporated. The term “fanatic” went from referring to certain excesses in religious belief and reverence to any excessive or deceived enthusiasm, generally raised in criticism of oppositional political beliefs, and then, more broadly, to insanities, “such as those arising from possession by deity or demon” (Jenkins, 2015: 31). Despite the linkage with excesses, even linked to supernatural forces, Henry Jenkins (2015) reports that the word “fan” was used in a humorous and acidic way by American journalists to treat followers of professional teams at the end of the nineteenth century during the process of transformation of sports, into mass spectacles. As soon as it became popular, the expression came to encompass all the devotees of commercial entertainment.

The invention of television and its success around the world in the mid-twentieth century has created a huge number of fans of television programs. For Critical Theory, a milestone in the discussions about cultural industry and mass culture, fans are considered as alienated beings, with no capacity for discernment or criticism of reality. The influence of this thought, coupled with the treatment of fans as something exotic and unusual by television itself, has contributed to the consolidation of negative stereotypes. Jenkins (2015: 30) lists a number of constructions of the social representations of fans of television programs: a) Compulsive consumers of products connected in any way to your favorite program; b) Dedication faithful and exacerbated to knowledge considered useless by society; c) Appraisers of unworthy cultural products; d) Fictions stories that have difficulties to integrate socially, generating suppression of social experiences; e) Infantile people, without emotional and intellectual maturity, who can not discern reality; f) Feminized or desexed.

There are still differences in the construction of the image of fans according to the object of dedication and gender. Fans of sports, which are men, have a very different status compared to TV lovers. Because it is devotion linked to

non-fictional spectacles and said to be masculine, the fanfare practice is naturalised and consequently further away from negative stereotypes. In Brazil, for example, it is quite common for parents to buy their newborn children's clothing and accessories of all kinds from their favourite soccer team. Whole bars are thematically decorated and frequented by the fans of a certain team. The fans are considered virile, and the practical fan of soccer is taken as part of the identity of the Brazilians.

Television fans, on the other hand, occupy a position below this hierarchy in both sexes. Male fans occupy the space of the comic, the psychotic, who have no interest in sexual matters. Women fans, on the other hand, are eroticized; hysterical, hyper-emotional and willing to even submit sexually to the men they are dedicated. For Jenkins (2015), this differentiation is directly linked to the machismo that constructs a female representation:

These women are not only incapable of maintaining critical detachment from the image; they want to take it within themselves, to obtain 'total intimacy'. Still, these representations make the process one step further: the female viewer herself turns into an erotic spectacle for regular male viewers, while her renunciation of any detachment from the image becomes an invitation to the erotic fantasies of those who watch (Jenkins, 2015: 34).

Some striking facts certainly make it difficult to end negative representations of female and male fans.

INTERNET AND FAN CULTURE

Undoubtedly, the mass media act as spaces of great importance for public debate, regarding the volume of exposure, dissemination and visibility (Gomes, 2008). With the legalisation and bureaucratization of the political system and the growing distance from the public sphere of the public decision-making process, the media environment, in general, has specially marked political experience. However, the very structure and the fundamental constitution of private interests in such platforms give rise to other problems.

Newspapers, radio and television were the target of a series of academic critiques aimed at standardizing its content, its manipulation capacity (Adorno, 1977), its functioning as a showcase of prefabricated opinions (Habermas, 1984) and the risk of postponing reflections on ethics (Bucci, 2000). As a consequence, its role in fostering the critical questioning of reality and of acting

as spokespersons for the interests of different segments of society was questioned (Miter, Doimo, Maia, 2003: 65).

In this context of “abstract public spheres” and growing discontent with the effects generated by the traditional means of mass communication, the internet appears as a ray of hope in the approach of citizens in public life. Its decentralised structure allows the connection of individuals anywhere on the planet, information exchange - including those not published by media corporations - and interactivity.

Rousiley Maia (2011) points out that several authors argue that the Internet contributes to creating virtual communities, increasing networks of contact, relationships of people by subjects of mutual interest and voluntarily, and facilitating the organisation of collective actions. Wilson Gomes (2011) defines three types of digital initiatives of democratic relevance: strengthening citizenship, with accountability of political representatives and state transparency, as well as civil participation; defense of the organization of society as a rule of law; expansion of diversity in the public sphere and decision-making bodies, so as to offer greater opportunity for influence and representation to minority groups. Without forgetting the potential of freedom of opinion and expression.

The Internet would also act as a “lever and propeller of collective intelligence, capable of creating content and disseminating information; and also as free space for data storage” (Capone, 2015: 22). All scholars of the subject, however, do not share the optimism. Maia (2011: 70) points out some points considered negative on the Internet: a) Removal of face-to-face interactions, including the next ones, such as family and friends; b) Use of time that could be spent in civic engagement; c) Risk of trust and tolerance due to anonymity and weak ties; d) Increased stress and depression, as the relationships and collections of work begin to penetrate the private domain. Also, political participation would be restricted to those who have access to the internet and new technologies, leaving aside the principle of universal debate.

“Not too much and to not too little,” the proverb said. It is true that the Internet has enormous potential for citizens’ civic engagement and political debate. However, it has its limits and must be analysed within a social context, because in itself is not enough to solve the problems of democracy. “The internet must be understood in an integrated way to the whole of life by supplementing the face-to-face interactions and the use of other more traditional communication technologies” (Maia, 2011: 71).

Wilson Gomes (2011) differentiates actions from users in the network of policy practices. Searching for news about elections, social problems, monitoring blogs of social movements or watching a video on causes of unemployment on YouTube cannot be considered as political participation (Gomes, 2011: 37). Such involvement would be done only in the active process of engagement, through the construction of an online campaign against deforestation or violation of human rights, debate in an electronic forum on the budget management of a municipality, schools and related institutions, for example.

While the lack of citizen engagement is a contemporary problem, fan groups take the opposite route. They move increasingly from the stigma of the marginalised segment to claim space, visibility and effective participation, including in decision-making on matters related to mass culture. Agostini (2010) points out that fans need much more than the cultural industry provides. When the popular weekly program closes, there is no satisfaction, because one has to discuss, exchange ideas with other fans to make the experience complete. Jenkins, Green and Ford (2014) consider that this transformation of distribution of content into circulation is one of the characteristics of the connection culture.

This shift - from distribution to movement - signals a movement toward a more participatory model of culture in which the public is no longer seen as simply a group of consumers of prebuilt messages but as people who are shaping, sharing, reconfiguring and remixing media content in ways that could not have been imagined before. Moreover, they are doing this not as isolated individuals, but as members of wider communities and networks that allow them to propagate content far beyond their geographical neighbourhood (Jenkins, Green, Ford, 2014: 24).

The rise of Internet and its popularisation has profoundly changed the culture of fans. Contrary to what happened decades ago, fan clubs no longer need a physical meeting place, or face-to-face meetings to discuss a particular subject or activity, nor do they need to attend major conventions to find fans from another location. The virtual world has allowed voluntary association for current affairs in every corner of the planet, from the most popular to the most unknown. Duffet (2013) believes that fans were one of the first groups to take over the Internet in the early 1990s when the network was still restricted especially to university campuses in the United States.

This new type of setting is known as a fandom, an abbreviation of the expression fan kingdom. Among its key features are the sharing of common feelings and interests, criticism, production of content, cooperation and solidarity. The term comes even in 1990, referring to the transformation of mass culture products into a product exclusive to the subculture of fans, due to their re-appropriations, which happened as a consequence of their organizational system even before the internet, but only With the help of this, their actions gained greater notoriety (Mascarenhas, Tavares, 2010: 3).

Jenkins (2015) characterises fandom as a kind of semi-structured institution that combines theory and practice. Participants are effectively their lives, which depend vitally on the discussion of interpretations, re-readings, criticisms of the mass media, and a myriad of other possibilities. Jenkins (2015: 280-282) detected five levels of fandom activities: a) It is a specific modality of reception, which requires full attention, a mixture of emotional closeness and critical distance; b) Specific set of critical and interpretive practices. Criticism is linked not only to what the product exposes, but also what it fails to show. It has no fear of being speculative, subjective and playful; c) Can constitute a consumer activism that seeks ways to interfere in the destiny of its object of devotion; d) Have a profile of cultural production and aesthetic practices appropriate to the specific interest of the community; e) Alternative social community whose values can be more humane and democratic than those established by society.

In Culture of Convergence (2009), Henry Jenkins questions society's passivity about the media through the study of fan groups. There is no longer a clear dividing line between producers and consumers, with pre-established rules. Media convergence plays a major role in this process because it forces companies to rethink their practices according to the reality of social connection between consumers, the Internet and new technologies. Convergence then is defined as the "flow of content across multiple media platforms, the cooperation between multiple media markets and the migratory behaviour of media audiences" (Jenkins, 2009: 30). He warns about the importance of the diversification of communication channels for the consequent plurality of voices to be transmitted.

Although some voices have more prominence than others, no voice speaks alone with unquestioned authority. The new media operates under principles different from those governing broadcast media that have dominated Amer-

ican politics for so long: access, participation, reciprocity, and peer-to-peer communication rather than one-to-many. Given these principles, we can foresee that digital democracy will be decentralised, dispersed in a different way, deeply contradictory and slow in its emergence. These forces tend to emerge first in cultural forms a different sense of community, a greater sense of participation, less reliance on official expertise, and greater reliance on collective problem solving (Jenkins, 2009: 298).

In this way, convergence contributes to the creation of new forms of participation and collaboration. The public has demanded the right to integrate itself with culture, the way it thinks it is best, and respect for its conditions.

Jenkins (2009) makes use of an expression of W. Lance Bennet, "paradigm of disengaged youth", to situate the moment of youth's departure from traditional civic engagement and the exchange for the world of fiction, which is not related to overcoming the problems. Despite recognising the difficulties, Jenkins lists positive factors that are also part of this context of modifying the forms of participation and collaboration, such as the culture of knowledge.

Such new culture of knowledge arises at the same time as our ties to old forms of social community are breaking down, our entrenchment to physical geography is diminishing, our ties to the extended family, or even to the nuclear family, are disintegrating, and our alliances with nation-states are TV fined. However, new forms of community are emerging: these new communities are defined by voluntary, temporary and tactical affiliations, and reaffirmed through emotional investments and common intellectual endeavours. Members can move from one group to another as their interests change, and can belong to more than one community at a time. Communities, however, are maintained through mutual production and reciprocal exchange of knowledge (Jenkins, 2009: 55).

The culture of knowledge is linked to what Pierre Lévy calls "collective intelligence": "No one knows everything, everyone knows something, all knowledge is in humanity" (Lévy, 2004: 19). The reference encompasses all forms of intelligence, including non-official forms. To him, legitimised knowledge is a slight part of the assets of humanity. The Internet and new technologies contribute positively to coordinate the interactions in the virtual universe of knowledge and can lead to the effective mobilisation of competencies (Lévy, 2004), establishing a positive breakthrough for democracy and citizenship.

Fan groups are therefore embedded in this complex web of participation, connectivity, and knowledge sharing. For Jenkins (2009), fan activities are not a “waste of time” and draws attention to this new form of organisation demonstrably able to bring together scores of people working collectively for something common. Something that probably will be used in the future as a “serious things”.

Fandom, according to Jenkins, stems from the balance between fascination and frustration, since “if the media did not fascinate us, there would be no desire to be involved with it; but if it did not frustrate us in some way, there would be no urge to rewrite it and recreate it” (Jenkins, 2009: 340). The idea of consuming something exactly the way it is regulated and governed by media conglomerates is not appreciated by fans. Traditional gatekeepers try to control cultural content and fans struggle to build their own culture (Jenkins, 2009: 282).

I. V. Cunha (2007: 37) believes that fans produce a “narrative of their own that may correspond in part to reality, but which is completed and filled by assumptions and entanglements that give rise to new narratives about the original text”. Creativity is taken as unlimited, so as not to be exhausted with the reality of the facts. In this scenario, three characteristics are pointed out as important: discrimination, inclusion and dissemination. The first term refers to the differentiation between who is part of the fandom and who is not. The second is precisely the feeling of belonging to a fellow community. Finally, the third characteristic is related to the process of narrative construction and its public manifestation, usually on the Internet (Cunha, 2007: 4).

Fans are also classified as passive and active. Ordinary consumers, because they do not have a greater degree of interest in cultural products, are considered passive fans. Assets are linked by notions of “sensitivity and affection” thereby generating a high level of involvement and a desire to interfere, to produce and participate in some form of it, becoming a “creative agent” (Cunha, 2007: 5-6). This Chapter focuses its interests on especially the current fans, who can interact with the cultural production and to realise interferences, what Jenkins (2015) denominates “invaders of the text”.

As discussed earlier, there are some characteristics and practices about fans, which vary according to the object of devotion and degree of personal involvement in the fan activity. In *Understanding Fandom*, Mark Duffett (2013) establishes a detailed analysis of the practices of the fan community and its

origins. From his study, we will list the following ones considered more relevant for analysing Fandom Clarina, the case study object of that Chapter.

A spoiler is an act of releasing extra official information before the planned release. For fans of television spoiler programs may mean the announcement that certain character will suffer a serious accident in the coming chapters. Music fans may consider a spoiler to have the date of a surprise release from a cd. The desire to know more about the cultural product, to interact with it, to challenge the order of the cultural industry itself, and to gain respect within the fan community for "insider trading" are some of the things that motivate spoiler fans. However, the practice is not a consensus among the fan community itself. Some believe that knowing the information in advance spoils experience the object of devotion. Others question how the news was conquered, suggesting the need for a sort of an ethical spoiler in practice.

Fanfic is fictional writing created by fans from inspiration in the products of which they are dedicated. Like the general literature, there are some fanfic classifications. Examples include genfic (general interest fiction), cross-universe (stories with characters from different works that interact with each other), real person fiction (creating scenarios about the life of real-world celebrities) or even Slash (fictions about erotic relationships or between same-sex characters). Writing fanfic is one way of materialising fan dissatisfaction with the original work. It is born of fans' desire to explore points of lesser importance to producers, to subvert plots according to specific needs, to reinvent what fascinates and frustrates them at the same time. Like the spoiler, the fans consider the production of fanfics as a negative practice, as it "violates" and "distorts" the original work.

Fanzines are a kind of independent handmade magazine published by fans with diverse content linked to the fan universe (film, music, television, politics, literature). Zines, as they are known, are created without the prospect of profit, distributed on newsstands, music stores or by correspondence. In the 1970s, they rose during the punk subculture when underground publications discussed politics of liberation, anarchism, and music. Fanzines also contributed to the spread of other fan productions such as fanfics and fanart. However, production costs, in general, were not was paid with the distribution and the zines often collapsed.

With the emergence of the Internet, fanzines have been somewhat replaced by blogs. By offering a space for public discussion, low cost, high ease of con-

tent storage and a platform that allows the dissemination of fan production, they have become more viable than paper publications. Although seemingly easier to find, users need to know their address to access it. Even on the Internet, with its potential for extensive public debate, blogs are often used for individual expression of opinion.

Another practice in the fan culture is the Shipp. The term is an abbreviation for "relationship" and means twisting for a particular couple on a television series, soap opera or even by real life couples as musicians, actors or various celebrities. In Brazil, the expression shipp was adapted into Portuguese and transformed into the verb "shippar". Cheering for a couple in the fan universe is more than "sending good energy" or "making wishes for happiness". It is about producing content such as montages, gifs, monitoring social networks, sending messages, discussing gossips and other activities that involve the lives of the celebrities or characters in question.

Although the shipping was also applied to real life, the practice was born of fanfics, whose authors created in their productions couples different from the original stories. There are still some shipp ratings: a) Canon Shipp: are couples that actually exist in the original plot; b) Cult Shipp: characters that do not have a relationship in the plot, but fans believe that would be a good combination; c) One True Paring - OTP: expression to designate the favorite couple of a fan of the several productions that consumers. Despite the term, it is common for OTP to be used for more than one couple; d) Ghost shipp: couple in which at least one character dies in the course of the story; e) Crack shipp: cheer for a couple made up of characters from different stories; f) Slash: gay relationship; g) Femslash: lesbian relationship.

LESBIANS AND SOAP OPERAS IN BRAZIL

However, what happens when a fandom goes beyond the boundaries of entertainment and continues to act as an activist? It is important to emphasise that the activism understood here is not about the fight against the cancellation of a program, for the agility in the publication of the next book of a certain author or well-publicized divulgation of a new cd. The sense defended is that of "collective actions that produce transgression and solidarity" (Assis, 2006: 13). Henry Jenkins advocates a more accurate concept of fan-produced activism.

Fan-activism refers to the forms of civic engagement and political participation that emerge from within the fan culture itself. Often in response to shared

interests, others realised through the infrastructure of existing practices and relationships, or even framed by metaphors drawn from popular and participatory culture. I describe as “civic” those practices that are designed to improve the quality of life and strengthen social bonds within a community, whether defined in geographically local or dispersed terms (Jenkins, 2012).

Fandom Clarina is an example of this activist behaviour. Its name comes from the shipp of the lesbian couple Clara (Giovanna Antonelli) and Marina (Tainá Müller), characters from the Brazilian soap opera *Em Família*, shown in the prime time of the country’s largest TV station, the TV Globo, in 2014. From the beginning of the plot, fans began discussions about the possible lesbian couple, announced as one of the subjects to be treated by the soap opera.

In addition to consumer activism, which fans engage with in order to get producers to respond to their claims about the fate of characters or scripts, fandom has associated the shipp Clarina with the fight for representation, lesbian visibility on Brazilian television and against homophobia. Therefore, it has surpassed the common practices of the fan universe for the use of forces in the process of contribution to the social transformation.

During almost the entire period of the soap opera’s show, from February 3 to July 18, 2014, the fandom held virtual protests to pressure TV Globo to affect the lesbian couple denounce homophobia and defend the equal treatment of Brazilian LGBTs. The actions include, for example, putting hashtags (TAG) on Trending Topics (TT) of Twitter, messages for TV Globo’s *Fale Conosco* (a kind of ombudsman service), photo campaigns on social networks, media scheduling and sending emails to the author of the soap opera.

This action is because although Brazil has approved the same-sex civil union and allows adoption by homosexual couples, it is not a country “open” to homosexuals. According to the report of the Gay Group of Bahia, from 2011 to mid-2016, more than 1,600 people were murdered for homophobic motivations, which make Brazil one of the most dangerous countries for LGBTs worldwide¹. Back in 1987, the sociologist and founder of the Gay Group of Bahia Luiz Mott wrote a book on lesbianism in Brazil, in which he portrays through various testimonies the cruel reality of Brazilian homosexual women: “When a family suspects that a daughter reveals homosexual tendencies, all resources are triggered in order to correct and heal the unwanted abnormality” (Mott, 1987: 140).

1. View more in <http://exame.abril.com.br/brasil/brasil-e-o-pais-mais-perigoso-para-homossexuais-diz-nyt>

Moreover, even with the widening of the debate in the public sphere on LGBT issues in Brazil, coming from the gay groups, it is still common the association of LGBT individuals only with gays, relegating to the background other identities, such as the lesbian. This practice does not happen by chance; it is the result of what we can call a “politics of forgetfulness” (Navarro-Swain, 2000).

The roots of lesbian invisibility are intrinsically linked to the machismo of patriarchal society, which to this day is present and active. If lesbians are invisibilized, then they do not have social representativeness. Mott (1987: 143) warns about the problems of this reality for lesbian: “To be or not to be lesbian, that’s the question! fruitful/.../ The lack of a model of happy and fruitful lesbians in life, the fear of the unknown and the misfortune of some unsuccessful tribes certainly provokes fear, anguish, fear /.../”.

Thus, for lesbian, in addition to confronting machismo and lesbophobia, it is also necessary to fight for visibility and representativeness. Soap operas become, therefore, a significant space of dispute in the cultural imaginary of the Brazilian. Even with the popularisation of Internet access and the fall of the television audience in Brazil, soap operas still exert a strong influence on the daily lives of the population. Songs dictate fashion, create idols, slang, new musical hits, as well as guide themes to be debated or are already under discussion in the public sphere.

Unexpected and unusually elevated to the position of the main product of big industry, the soap opera became one of the most important and ample spaces of problematization in Brazil, from private intimacies to public policies. This sui generis capacity to synthesise the public and the private, the political and the domestic, the news and fiction, the masculine and the feminine, is inscribed in the text of the soap operas (Hamburger, 1998: 468).

Therefore, as a product for consumption, the soap opera needs to discuss potential social issues. Although gay characters, usually gay men in comic roles, have been in the plot for some time, the LGBT theme was not significant and relevant.

According to Arab (2015), the first Brazilian soap opera to portray a homosexual couple was in *O Rebu*, broadcasted in 1974 by TV Globo. Only in 1998 TV Globo broadly publicised the love-story of two lesbians in *Torre de Babel*. Both women were a successful, public couple with friends who did not seem to care about their sexual orientation, who owned a jewellery store in the mall that centralised much of the plot. However, “the frankness with which the relation-

ship of the two was exposed aroused the public's rejection" (Arab, 2015: 50). To please the conservative portion of the audience, the author included the couple in the deaths caused by the shopping explosion.

The next lesbian couple of relevance was Rafaela (Paula Picarelli) and Clara (Alinne Moraes) in 2003 in the soap opera *Mulheres Apaixonadas*, also written by Manoel Carlos, the same of *Em Família*. They were teenage girls who faced the prejudice of family and school. The relationship was not explicit in much of the plot until Clara tells her mother in a fight that Rafaela is his girlfriend (Arab, 2015). The only intimate physical contact between the two was a touch of lips during a play while playing Shakespeare's *Romeo and Juliet*.

The following year the soap opera *Senhora do Destino* of TV Globo brought a couple more advanced than in *Mulheres Apaixonadas*. Jenifer (Barbara Borges) was a student who falls in love with medical doctor Eleonora (Mylla Cristie), an assumed lesbian. The involvement between the two was gradual until they decided to take over the relationship with the family, which despite the initial prejudice comes to live with the couple (Arab, 2015). They come to live together and adopt a child, however, without scenes of kisses or intimate caresses.

The soap opera *A Favorita*, presented in 2008, introduced the relationship of restaurant owner Stela (Paula Burlamaqui) and the housekeeper Catarina (Lília Cabral). Stela was Catherine's friend and counselor, who suffered domestic violence and decided to separate from her husband Leonardo (Jackson Antunes). Several men assaulted Stela, until she decides to confess her passion to Catherine. As punishment for the approaching ex-wife, Leonardo tries to rape Stela. The two do not live an explicit relationship, but at the end of the soap opera, Catarina abandons her current boyfriend and makes a trip together with Stela to Argentina (Arab, 2015).

The first Brazilian lesbian kiss in soap opera happened in *Amor e Revolução* broadcasted by SBT in 2011. The plot portrayed the period of military dictatorship in Brazil, where Marina (Gisele Tigre) owned a newspaper opposed to the army regime that considered herself heterosexual but falls in love with the attorney Marcela (Luciana Vendramini). The scene had an unfortunate repercussion on the part of the conservative audience, a fact responsible for making the SBT retreat concerning the exhibition of other scenes of explicit affection between the couple. Because it was shown to a broader audience than TV Globo, the lesbian relationship did not get much visibility.

Given this brief history of lesbian representation in Brazilian soap operas, it is possible to identify a series of problems for the experience of lesbianism in Brazil, including in fictional productions. The non-acceptance of the public of soap operas is an important fact to be taken into account because it is a television genre intrinsically linked to daily life and moral values.

Brazilian soap operas are written in the course of its exhibition in a way “when the characters coincide with that of the viewer, and identification is given. When it does not coincide, there is frustration, disappointment” (Gomide, 2006: 54). So, broadcasters, especially TV Globo, which maintains them as one of its greatest products, including exporting these products specifically, carry out a series of surveys with the public to define the direction of the characters. If the audience does not like a certain approach, it can be readily corrected in the next soap opera episode.

When *Em Família* was announced in 2014, there was a high expectation from the public. However, the renowned novelist Manoel Carlos did not fall into the graces of popular taste. *Em Família* did not reach high ratings. According to the Brazilian Institute of Public Opinion and Statistics (Ibope), the soap opera averaged 30.9 points. In updated data for 2015, it means that more than 7.2 million households were tuned Monday through Saturday on the countrywide program. It seems a lot, but her predecessor *Amor à Vida* reached 34.3 points and other successes of the time, as *Senhora do Destino* in 2004 surpassed 50 points.

The story of *Em Família* deals with two families from the interior of the State of Goiás and passes through childhood, adolescence and adult life of the cousins Laerte (Gabriel Braga Nunes) and Helena (Júlia Lemmertz), who live a love from an early age. After a childhood together, the couple was about to get married, while at the bachelor party, Laerte betrayed Helena with Shirley (Vivianne Pasmanter). Seen by his best friend Virgílio (Humberto Martins), who had a secret passion for Helena, highly jealous he fights with the fiancé and ends up unconscious. Laerte thinks his friend is dead and decides to hide the body, burying him alive. Virgílio manages to escape and unmasks Laerte during the marriage, which is arrested for attempted murder. After serving a one-year sentence, Laerte goes to a music time study in Europe.

After the tragedy, Helena moves to Rio de Janeiro pregnant, taking with her mother and siblings to start a new life. As Virgílio’s mum worked for Helena’s family, he also moved on to Rio. A jump of 24 years in time is given to the early

adulthood of the characters, at which time most of the story unfolds. Helena appeared like an auctioneer of a house of jewels and married with Virgílio, father of its daughter Luíza (Bruna Marquezine). On a holiday trip to Austria, Luíza goes to a music show of Laerte, and he is enchanted with the girl by the resemblance with his ex-fiancé and love of youth. Luíza is also attracted to the musician. Both do not know the ties of the past that unite them; it is even the doubt for the spectator if they are father and daughter. Laerte returns to Brazil and decides to move to Rio de Janeiro. From then on the main story of the soap opera is developed by the love triangle between Helena, Laerte and Luíza.

The nucleus that interests to the Fandom Clarina and consequently to this study is the one that involves Helena's younger sister, Clara (Giovanna Antonelli). A housewife married to Cadu (Reynaldo Gianecchini) and mother of a healthy and quiet little boy named Ivan (Vitor Figueiredo). The character is presented without major initial problems. She loves her husband, she was reciprocated, but she suffered from her absence, since Cadu was busy setting up a small bistro. Clara had a comfortable life in an apartment in the same family building, with financial problems not very significant. One day she accompanies her husband in a photographic exhibition on women where they meet the star of the night, the successful photographer, admittedly lesbian and with the air of a conqueror named Marina (Tainá Müller). It was love at first sight between the two women.

At first, there is doubt whether Marina wants to conquer Clara only by sexual desire. However, she quickly surrenders to the passion felt by the housewife, making it clear at every moment how much she wants her. The photographer lives and works with ex-girlfriend Vanessa (Maria Eduarda de Carvalho), who does not hide the desire to resume the relationship and plans diverse situations to put jealousy in Clara.

The drama lies in Clara's dilemma in breaking away from the heteronormative family model, with no violence problems, with a handsome and caring man to live a lesbian romance. As complicating element of the situation, Cadu discovers that he has a disease in the heart and needs a transplant. Also, to stay with the beloved threatens to take custody of the child if the mother decides to live a love between women.

Unlike most of the previously mentioned approaches of lesbians in soap operas, In Family brought from the beginning a greater prominence for love

between women, with fine and romantic scenes. In an interview with O Globo² newspaper about the characters, novelist Manoel Carlos stated, “I wanted [as actresses] two stunning women, with personal magnetism and dear ones from the public”.

The strategy worked out well in parts. In May 2014, about two months after the launching of the soap opera, Globo Network conducted a survey to assess, among other issues, public acceptance for the upcoming impending lesbian couple. These characters were very well evaluated by the interviewees, even better than the central core of the soap opera (Helena-Laerte-Luíza). However, they did not accept that women enter into a relationship as heterosexual, showing affection and family formation, for example³. After the research, TV Globo began a process of changing the plot for the characters, who were on the way to engage in a relationship, starting to leave doubts if they would indeed become a couple.

Days after the announcement of the results of the research, fan Bruna Cezário, creator of the blog Boteco Clarina, proposed in a blog post that the members of the Fandom Clarina sent e-mails in defence of the couple to the Globo Service Center (CAT). The fan’s argument was that the station was presenting Clara’s “cute scenes” with her husband after the heart transplant, leaving her wondering if she would stay with Marina afterwards. Another worsening is that the conservative audience would defend the perspective that “Clara has remained with the Cadu and that Marina is destroying a happy family”⁴. Almost 200 people commented on the post confirming the sending of the messages and reaffirming the need for equal treatment of LGBT people.

FANDOM CLARINA ORGANIZATION

According to Jenkins (2015), a fandom cannot be considered as a fully organised similar body. Also, we should not assume that a particular fan base is made up only of the audience whose cultural product targets. To say, however, in a generic way that fandom is made up of casual fans scattered all over the Internet on its most diverse platforms would be complacent. After all, the richness of fan culture in the digital age is precisely in the exchange of ideas

2. Available in <https://oglobo.globo.com/cultura/revista-da-tv/manoel-carlos-confessa-nao-ter-disciplina-para-criar-comenta-sua-nova-trama-em-familia-11265204>

3. Read on <http://www.revistaforum.com.br/blog/2014/05/familia-lesbicas-novela-e-o-machismo-evidente>

4. See in <http://botecoclarina.blogspot.com.br/2014/05/utilidade-clarina-mutirao-somos-todos.html>

and content production of people with common interests of the sites and more different profiles.

For this Chapter, we will analyse the organisation and performance of Fandom Clarina from two important platforms in which various fan discussions took place: the Boteco Clarina blog and the Twitter @viaclarina profile. Although both spaces were fan-specific, a broad dialogue was held daily between the fandom. It is worth mentioning that from May 2014, when the blog improved its internal system, some posts reached more than 3,000 comments, becoming almost a forum.

For the survey of the core profile of who composes the Fandom Clarina, we analyse comments from the blog Boteco Clarina. Most of the users use feminine names, characterising the majority presence of women. However, we cannot accurately estimate the age group. Because it is a lesbian issue, we could say that they are lesbians. However, commentary shows that fandom is not just made up of lesbian.

In the post [*Clarina Utility*] *Campaign to support Clarina*, an anonymous fan said, “Me and my boyfriend, we are in the crowd by Clarina!! I find unreasonable people in my conviviality for example co-workers, saying that it’s bad for Clarina”. She then reports on how her boyfriend’s cousin became lesbian and how his family was prejudiced, as well as the importance of their support in getting her through this difficult time. Other fans also pointed out the participation of heterosexuals in fandom. In the post [*Clarina Utility*] *#ChutaOBaldeClara*⁵ - a call by the fandom to send photos with a bucket plate with the hashtag - the fan Minna says, “Girls I can not show my face. I’m a Clara out of the closet just for some. What to do? I’d like to participate”. The fan Luciana Brito defended that “she has a lot of support, too! It has nothing to do with being in Narnia!”.

The presence of men could also be detected in the comments of the post [*Utility Clarina*] *Spend the word!*⁶ Sami fan welcomes fan Batman calling him “muso do boteco”, something like “the muse of the beerhouse”. He promptly replies, “I’m Sami myself, I decided to take it up here, and I’m a silly insecure. I’m the muse of the same bar”.

As we have seen, the blog Boteco Clarina, despite having only Bruna Cezário as a post producer, has become a large space for Clarina fan discussion and therefore, an essential element for understanding the inner life of the fandom.

5. See in <http://botecoclarina.blogspot.com.br/2014/05/utilidade-clarina-chutaobaldeclara.html>

6. Check it out <http://botecoclarina.blogspot.com.br/2014/05/utilidade-clarina-passe-palavra.html>

This contrast with the perspective of a fan blog pointed out by Duffett (2013), who considers them generally as spaces for expression of individual opinion.

Ironically, on April 1, 2014, known in Brazil as Lies Day, Boteco Clarina was put on the air with its first post “What if Clarina was the protagonist of *Em Família*?” The post stuffed with irony and humour featured a fanfic, in which the characters would have full prominence in the plot.

There happens those things all we've seen because I'm not beast or anything to change all these beautiful, beautiful scenes of my life all I've seen so far, but the only difference is that I was not going to have those cursed picks that the edition is giving, Because anyone who got drunk would be fired and would only get a job selling Nova Schin [a Brazilian draft beer] on the beach⁷.

From its first day of activity to the last, on September 15, 2014, Boteco Clarina gathered more than 300 posts, among fanfics, reviews of critical moments for the story of the characters, discussion of spoiler, memes and texts for organization of Actions pro-Clarina activists, located mainly in the editor By Boteco always with the indication [*Utility Clarina*].

Fans believe that one of the greatest opponents to the consolidation of the love affair between the lesbian couple is the so-called “Traditional Brazilian Family”. To *Fandom Clarina*, this portion of the public is homophobic and employs its influence - materialised in the audience to the transmitter - to prevent the fair treatment of Clarina. The expression and its variations are present in several moments in the posts and comments of the blog *Boteco Clarina*.

The post *Brazilian Family is fandom (SQN)*, published on May 20, 2014, makes this relationship clear, starting with the title. The expression “is fandom” is used by Bruna Cezário to demarcate political position or attitude considered positive coming from fictional characters or real people. Clara's sister, Juliana, played by actress Vanessa Gerbelli, was one of the few characters in the plot that clearly supported the Clarina love affair. The fandom soon chose her as queen and went on to use Juliana is the fandom in her texts. “(SQN)” is a common expression in social networks in Brazil, an abbreviation for “só que não”, i.e., “only not”. It is used to challenge something in an ironic way.

The post in question refers to the previously discussed survey conducted by TV Globo on the evaluation of the public about the soap opera *In Family*. The fan Bruna Cezário promptly issued her opinion on the situation.

7. See in <http://botecoclarina.blogspot.com.br/2014/04/e-se-clarina-fossem-as-protagonistas-de.html>

It came out recently that the Fandom Clarina was completely unfair to the Brazilian family, because different from what we thought they do support the love affair between Clara and Marina, as long as it has not shrunk in the bistro, destructive flashback and not even kissing in hands, because frankly, where have you ever seen people changing caresses when they are in a relationship, isn't it?⁸

The text also includes a series of fictional interviews with caricature characters presenting reasons why the "Traditional Brazilian Family" is contrary to public displays of affection among homosexuals.

During the analysis of the comments and posts of the blog, Boteco Clarina did not observe fans contrary to the practice of spoiler. One of the possibilities for this characteristic is perhaps the fact that it is common in Brazil to divulge spoilers of soap operas. The soap opera's official website itself offers summaries of the upcoming episodes. Besides, there are specialised magazines on this subject.

The groups of fans that interact in Boteco Clarina treat the spoiler mainly in two ways: parameter for the planning of activist actions and source of information for the production of memes and fanfics. The fans accompany the spoilers of scenes, and if they are cut from the soap opera, practical demonstrations are organised to pressure the broadcaster, especially in its official communication channels.

Already the News editor of the *Boteco Clarina* announces the spoilers like fanfics of humour. The post *Notícias: Vai ter Copa sim*, published on June 11, 2014, soon in its title refers to a fandom joke that relates the possible kiss between Clara and Marina with the Soccer World Cup held in Brazil from June 12 to June 13, 2014. "Yes, it will have Cup" for the fandom means "Yes, it will have Clarina kiss". Also, all posts in this editor are started with original prints from the episode summary of the Em Família website or some montage that mimics the official website style.

The post begins with the narration that Clara and Marina will eventually become a shipp canon and that Cadu will leave home after separating from his wife. In the sequence, possible dialogues are created between the characters, sometimes with the right to print the later scenes made available by TV Globo. According to the spoiler of this post, Clara and Marina would appear together

8. Available in <http://botecoclarina.blogspot.com.br/2014/05/familia-brasileira-e-o-fandom-sqn.html>

walking hand in hand talking about plans. The fan Bruna described the fictional dialogue initiated by Clara in the following way:

- Sometimes I think: what if we found a nice little corner for both of us? A smaller place? Is it crazy to think like this?

- Are you serious?

Marina will ask for fandom because nobody will believe it is real life because it seems like a dream.

"I've been thinking about it since I was a resident of the closet. As soon as Ivan understands that having you as a mother is a good thing, as he will have someone expert in Xavecós & Cantadas to help you with your girlfriends, I want to watch the new season of Orange is the new Black with you. Don't you?"

- Of course yes! Even with Laura Prepon only appearing in 4 episodes, I cannot wait for that. It's going to be the happiest day of my life.

- Of our lives. Including fandom that he could not stand. I hope I'm excused for everything after that. - Clara will say kissing Marina⁹.

Regarding the internal organisation of the Fandom Clarina, it is important to discuss the relationship established with TV Globo. The relationship between fans and industry is complex. For some, "the noncommercial nature of fan culture is one of its most essential characteristics" (Jenkins, 2009: 287). The market from time to time prioritises the creation of products for a certain segment of the public, previously little explored, as is the case of lesbians, generating productions to meet specific tastes and interests. However, the situation creates a paradox.

To be desired by networks is to have your desires transformed into commodities. On the one hand, becoming a commodity expands the group's cultural visibility. Groups that do not have recognised economic value are ignored. On the contrary, it is also a form of exploitation. Groups turned into commodities become the target of more aggressive marketing and often feel that they have lost control over their own culture as it is mass-produced and marketed. These groups cannot avoid conflicting feelings because they want to be represented but do not want to be exploited (Jenkins, 2009: 98).

Fans can elaborate and disseminate diverse content on what they consume. The reverse path is also possible. Companies appropriate copyrighted productions both to get closer to the public, as in the case of video clips made by fans, in a sense considered negative. A typical example is the books of the trilogy "50

9. See in <http://botecoclarina.blogspot.com.br/2014/06/noticias-vai-ter-copa-sim.html>

shades of grey" by E. L. James. The story began to be written like a fanfic of the saga "Twilight" and was transformed into commercial literature, which generated revolt in part of the fans that accompanied the fanfic. Also, issues related to copyright infringement are not yet passed to various media conglomerates. As companies use sharing, as well as fan-made re-readings to increase the influence and dissemination of their products, others choose to punish active consumers or remove fan works from broadcasting.

TV Globo is framed to some extent in the more rigid posture towards the fans. Materials that are not easily marketed targets, such as fanfics and fanart, do not undergo embarrassment policies. However, sharing the videos of the broadcaster on YouTube, for example, are not allowed.

Due to such a policy, Em Família fans who wanted to watch a scene again or follow a lost chapter accessed the official site of the soap opera, on the website of the station with mandatory advertising before the videos. In 2015, the company launched Globo Play, an online video platform with old and current productions, as well as live broadcast. In addition to advertising, full content and unlimited access is available to subscribers only. It is worth mentioning that despite the restrictions, during the soap opera broadcasting, fans mocked the decision of TV Globo and published complete episodes subtitled so that fans of other countries could watch, clips and montages of the pair Clara and Marina in the video platform Vimeo that by not having so much visibility, was less likely to suffer censorship.

FANDOM CLARINA ACTIVISM

One of the most striking and distinguishing features of the Fandom Clarina is its activism. Fans who interact in the spaces analyzed are fully convinced of their role as contributors to creating a positive lesbian representation in a soap opera, which, as already discussed, exerts a considerable influence on the imaginary of the Brazilian population. The fan Bruna Cezário made clear this position in the post [Clarina Utility] Clarina support campaign on April 20, 2014.

Our voice has to be heard, Clarina can be the first homosexual couple on TV Globo to be represented in a natural way. All couples deserve this, every group, especially the minorities, as is the case of homosexuals, who cries for something paramount: REPRESENTATION. They are the representation that unhappy women in marriage and who fell in love with another woman hoped for, are the representation that young women and gays can identify with, are the representation that gay

men and females of all ages hope to show that two people of the same sex can love each other, make a family, live like any other couple, because unfortunately, a good part of the population ignores this¹⁰.

In a discussion of the fandom about this post, the comments agree with the points raised by Bruna fan and two-draw attention to the way they discuss the causes of the discrimination of lesbians and the need for organisation. The first is from an anonymous user who does not conform to society's intolerance against homosexuals.

For me, it is a basic question that is grounded in machismo. Of course, that's not the only reason, but I think it's the main one. There is a lot to be combated yet, but as long as society does not heal itself from this cancer, there will not be any major breakthroughs. When I say "society", I speak of only a part of it, because I honestly see a lot of people going against prejudice, whatever it is. And this we notice in the comments of things posted related to such matters. There are a lot of people defending the freedom of each one, and this is stimulating. The problem is the head of those who have not yet been cured of this disease that is the judgment, which is to think that there is only one way to see life and it is over. Because come and agree, not everyone has to agree with this or that, after all the differences so there to be respected; the problem is the way to face this regard. It has to have space for all, in any media and outside¹¹.

The second comment is from fan Larissa Tatin who dialogues directly with the previous comment. It reaffirms points made by the fandom companion and encourages the engagement of others to advance the claim.

That's for the "anonymous girl" above. I liked what you wrote. We are all feeling fragile, frustrated, and helpless. It is very shocking to see the reaction against love between two women. I sympathise with her ideas about the marked differences between male and female homosexuals. The former have greater public acceptance and occupy better jobs. The number of lesbian with a social projection about gay men is still unimpressive. We have little representation, and when there is the possibility of seeing ourselves portrayed, even in fiction, the right parents become stoned. Let more Clarinas come! Let's not destabilise! And yes, to make these adversities strengthen us and keep us united in this cause¹².

10. Check it out: <http://botecoclarina.blogspot.com.br/2014/04/utilidade-clarina-campanha-apoio-clarina.html>

11. Idem to the inner note.

12. Idem to the inner note.

According to Jenkins (2015), this frustrating feeling about the soap opera presented by the fans comes from the fact that the fans have little voice in what happens to their favorite programs or characters. This dissatisfaction can “easily become the focus of large-scale mass campaigns directed at producers who grossly or often violate the sense that fans attach to the program” (Jenkins, 2015: 130). In the case of the Fandom Clarina, in addition to the frustration with the characters’ own story, it is evident through the texts and comments that the fans place themselves in a role of political subject capable of contributing to the transformation of the reality classified as oppressive.

For this, the Fandom Clarina performed some measures. We have previously discussed sending emails to TV Globo, so we will focus on the two activist actions we consider most relevant to the visibility of the fan group: Twitter hashtags uploads for trending topics and media scheduling.

At this moment it is necessary to discuss the engagement of the fan Pepé, creator of the Twitter @viaclarina profile. Like the fan Bruna Cezário, Pepé coordinated several mobilisations pro Clarina and had the merit of organising the insertion of fandom on Twitter, because as fandom is not a uniform set, the actions occurred spontaneously.

Since when *Em Família* has been launched, blogs, social media profiles, including pages and groups in social networks, began to emerge, many appropriating, manipulating, propagating and circulating content coming from corporate convergence. Even before Pepé and her fan-activist group started their actions, there were already TAGs appearing on Twitter about Clarina, but in a disorderly fashion, with even more than one TAG coming in every day. Not only on Twitter, but also in various social networking environments, comments on *Em Família* episodes were already taking place (Arab, 2015: 25).

The goal of uploading hashtags on Twitter is to give visibility to a certain subject. To achieve this, it is necessary a high degree of participation of the users, and in cases of planned actions, it requires a high level of organisation. In 2008, when the microblogging was launched, trending topics (TT) functioned as a sort of ranking of the most used words in the network. The average calculation to be among the most commented subjects of Twitter was between 1200 and 1900 messages from 500 to 900 different users. Two years later the logic was changed. It is no longer a question of repetition of terms, but of a sudden increase in discussion of a particular subject. Therefore, for a hashtag to go up to trending topics, it is necessary a huge number of users speaking a specific

topic in a short time. Also, the social network algorithm creates strategies to exclude from the count a series of messages to hinder the monopolisation of TTs by restricted user groups. In this sense, the activist action of Fandom Clarina was remarkable.

Pepé organised a Fandom Clarina commission that “aimed to elect a single TAG to be used by the Fandom Clarina on Twitter to increase visibility and reach trending topics more easily” (Arab, 2015: 130). According to Pepé, the commission collected the TAG suggestions that fans indicated on Twitter and chose one for the day.

After that, the fan produced a banner with the name of the TAG, date of the day, start time of use and some guidelines to circumvent the algorithm of Twitter against the monopolization of TTs by groups. The fans basically could not use the same hashtag more than once in the same tweet, use numbers after the TAG, put the TAG alone or at the beginning of the tweet and start using it before the stipulated time, which was usually consilient with the beginning of Em Família at 9pm. Fans were also encouraged to brand journalists and media outlets, but we'll discuss this later.

From June 5 to July 10, 2014, the period of material collection for this study, it was observed that the Fandom Clarina was able to place its TAGs daily in Twitter trending topics. The research conducted by Analú Arab (2015) from June 25 to July 18 on the Fandom Clarina also concluded the success of the intervention on Twitter. Although there were no formal surveys on the previous months, fandom already organised these actions.

However, being in the TTs was only the first stage of the intervention, which leads us to the second modality of activism: the scheduling of the media. Pepé's quoting of journalists and media outlets was a way of drawing the media's attention daily to mobilising for Clarina, as social networks became a source for contemporary journalism. Besides, after the TAG was in the trending topics, prints were taken and posted with new quotes for press agencies and communicators involved in the area.

The mobilisation gained visibility, and the Clarina fandom managed to base its claims on some websites and specialist magazines. Even the novelist Manoel Carlos published in his blog on April 26, 2014, the following text.

Many people tell me about Clarina. Some of them pass me by and say, “You're not going to separate Clarina, are you?” And others, with the intimacy of those who

know me here from Leblon [a neighbourhood in Rio], are even more demanding. And even sympathetically threatening: "If you separate Clarina, I will not see the soap opera anymore!" And it was only after some of these public interventions, made with the authority that every viewer has about what he or she sees on the little screen, that I came to know that Clarina is the junction of the names Clara and Marina, the two young women who live a great love, actresses Giovanna Antonelli and Tainá Müller in my soap opera *Em Família*, shown on TV Globo. Clarina. The creativity of the person who sees a soap opera is greater than that of the writer. Long life to Clarina. To all the Clarinas, they have the name they have¹³.

Arab (2015) also brings relevant information about the behaviour of TV Globo about activist actions of fandom. On the day of the first kiss of the characters Clara and Marina, on June 30, 2014, the station used the mobilisation of the fans as marketing. The broadcaster itself, which at other times was against alternative convergence, banning the video #ClarinaAmorSemCensura campaign from YouTube, on the day of the first kiss of Clara and Marina, came to use in its profile at Twitter a spotlight referring to the fandom: "/.../ Beijo Clarina vencendo o preconceito [the Clarina kiss will win prejudice], which the Fandom Clarina was using on Twitter" (Arab, 2015: 149).

FINAL CONSIDERATIONS

On June 11, 2014, was presented an episode of *Em Família* in which Cadu ends his marriage with Clara, putting an end to the biggest obstacle that prevented Clarina from materialising. From then on, the following episodes depict the couple's approach, implying that they are together, but in a very subtle way (Arab, 2015). Only on June 25, "Marina does a photo rehearsal of her and Clara for a couples' show. At this moment the union of the two is finally sacralized" (Arab, 2015: 142). The much acclaimed Clarina kiss claimed by the fandom happened five days later when Marina asked Clara to marry her. It is important to emphasise that it was not a sensual kiss, like the ones exchanged by the heterosexual protagonist couple. However, it was a fine and romanticised scene, as much of the character story.

Other relevant facts happened up the end of *Em Família*. The second kiss on July 10, as they celebrated the approval of their engagement by Clara's family. Other plots were solved as the friendship relationship between Cadu and Clara, as well as the acceptance of the lesbian relationship between Clara's son

13. Available in <http://vejario.abril.com.br/blog/manoel-carlos/drops/>

Ivan. As if that were not enough, the couple staged the first lesbian wedding in Brazilian soap opera - whose ceremony was concluded with a new kiss in the presence of almost all cast - and discussed the adoption of a daughter. Thus, a successful representation of lesbian relationship and home parental family is achieved.

We cannot say that the fight of the Fandom Clarina forged the path taken by the characters. However, it is impossible to deny the significant pressure exerted by the fans to realize explicit lesbian love, especially in view of the history of the lesbian representations in the soap operas of TV Globo. As we discussed, fandom typically presents cultural practices of fans, however, activism guided by a sense of social responsibility about homophobia in Brazil was part of the core of their actions, showing that it is possible for a fandom to act as an engaged political agent.

With the end of *Em Família*, shortly after Fandom Clarina also dissolved a confirmation of the ephemerality characteristic of the culture of fans. That situation was well defined by fan Bruna Cezário in the title of the last blog post *Boteco Clarina*, on September 15, 2014, "Thanks, it was good, goodbye!"¹⁴. Jenkins (2015) warns of the non-idealization of fandom and fan culture but presents an interesting insight into the issue.

The fan community sometimes suffers from fights and personality conflicts. Here also they are selfish and slanderous, greedy and coarse; Different from mundane reality, however, fandom remains a space where commitment to democratic values can be renewed and nurtured. Non-cooperative behavior is understood negatively, as a violation of the social contract that unites the fans and often becomes the focus of indignation /.../. In the few short hours they spend each month interacting with other fans, they find something more than relationship and lower values of consumer culture. They find a space that allows them to discover 'what the utopia would feel like' (Jenkins, 2015: 284-285).

Does the phenomenon leave us room to think about what would happen if this enormous creative and organisational potential of the fan culture were to be employed, as was the case with the Clarina fandom, in support of the struggle for social change?

14. Check it out <http://botecoclarina.blogspot.com.br/2014/09/o-laudo-valeu-foi-bom-adeus.html>

REFERENCES

- AGOSTINI, Adriana. (2010): *Lésbicas na TV: The L Word*, Malagueta, São Paulo.
- ARAB, B. Analú. (2015): *Fã-ativismo na telenovela Em Família*, Universidade Federal de São Carlos, São Carlos.
- BATISTA, Jandré. (2012): *Apropriações ativistas em sites de redes sociais: cartografia das ações coletivas no twitter*, Pontifícia Universidade Católica do Rio Grande do Sul, Porto Alegre.
- CAPONE, V. Leticia. (2015): *Twitter e esfera pública: Pluralidade e representação na discussão sobre o Marco Civil da Internet*, Pontifícia Universidade Católica do Rio de Janeiro, Rio de Janeiro.
- CUNHA, I. V. Maria. (2007): <<A figura do fã enquanto criador>>, <<http://www.bocc.ubi.pt>>, [03/04/2016].
- GOMES, Wilson. (2008): "Da discussão à visibilidade", in: GOMES, Wilson; MAIA, C. M. Rousiley. *Comunicação e Democracia: problemas e perspectivas*, Paulus, São Paulo: 117-162.
- GOMES, Wilson. (2011): "Participação política online: questões e hipóteses de trabalho", in: MAIA, C. M. Rousiley; GOMES, Wilson; MARQUES, P. J. A. Francisco. *Internet e participação política no Brasil*, Editora Sulina, Porto Alegre: 19-45.
- GOMIDE, D. V. Silvia. (2006): *Representações das identidades lésbicas na telenovela Senhora do Destino*, Universidade de Brasília, Brasília.
- HAMBURGER, Esther. (1998): "Diluindo fronteiras: a televisão e as novelas no cotidiano", in MELLO E SOUZA, Laura; NOVAIS, A. Fernando. [História da Vida Privada no Brasil](#), Companhia das Letras, São Paulo: 438-487.
- JENKINS, Henry. (2009): *Cultura da Convergência*, Editora ALEPH, São Paulo.
- (2012): <<Cultural acupuncture: Fan activism and the Harry Potter>>, <<http://journal.transformativeworks.org/index.php/twc/article/view/305/259>>, [01/02/2016].
- (2015): *Invasores do texto: fãs e cultura participativa*, Marsupial Editora, Nova Iguaçu.
- JENKINS, Henry; FORD, Sam; GREEN, Joshua. (2014): *Cultura da Conexão*, Editora ALEPH, São Paulo.
- MAIA, Rousiley. (2001): <<Sociabilidade: apenas um conceito?>>, <<https://xa.yimg.com/kq/groups/15007704/1408985252/name/Rousiley+Maia++Sociabilidade+apenas+um+conceito.pdf>>, [15/03/2016].
- MAIA, C. M. Rousiley. (2011): "Internet e esfera civil: limites e alcances da participação política" in MAIA, C. M. Rousiley; GOMES, Wilson; MARQUES, P. J. A. Francisco. *Internet e participação política no Brasil*, Editora Sulina, Porto Alegre.

- MASCARENHAS, Alan; TAVARES, Olga. (2010): A inteligência coletiva do fandom na rede, XXI Congresso de Ciências da Comunicação na Região Nordeste, Campina Grande.
- MITRE, Maya; DOIMO, Ana Maria; MAIA, Rousiley. (2003): Movimentos sociais, internet e novos espaços públicos: o caso da DH Net, Revista Comunicação & Política, n.s., v.X, n.1, 63-185, Rio de Janeiro.
- NAVARRO-SWAIN. Tania. (2000): O que é lesbianismo, Editora Brasiliense, São Paulo.
- SOUZA, Andressa; MARTINS, Helena. (2012): A Majestade do Fandom: a Cultura e a Identidade dos Fãs, XXXV Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação, Fortaleza.
- TREVISAN, João. (2000): Devassos no paraíso: a homossexualidade no Brasil da colônia à atualidade, Record, Rio de Janeiro.

CV

Marcus Antônio Assis Lima: Graduated in Journalism, Master in Communication and PhD in Linguistics. He holds a postdoctoral degree from the Department of Media and Communications at Goldsmiths College / University of London. Full Professor at University State of Southwest of Bahia.

Graduado en Periodismo, Maestría en Comunicación y Doctor en Lingüística. Tiene post-doctorado junto al Departamento de Medios y Comunicaciones en el Goldsmiths College / University of London. Profesor titular en la Universidad Estatal del Suroeste de Bahia.

Halanna Souza Andrade: Graduated in Journalism and Master in Literature: Culture, Education and Languages. She is currently a Communications Advisor at the Teachers Union of University State of Southwest of Bahia.

Graduada en Periodismo y Maestría en Letras: Cultura, Educación y Lenguajes. Actualmente es Asesora de Comunicación en el Sindicato de los Profesores de la Universidad Estatal del Suroeste de Bahia.

POESÍA Y REDES TÉCNICAS Y EFECTOS DE LA VIGILANCIA TECNOLÓGICA¹

Encarna Alonso Valero

Universidad de Granada

enalonso@ugr.es

Resumen: La revolución que han supuesto en el mundo cultural los recursos digitales y las redes sociales ha motivado un cambio radical en la manera de concebir la poesía, así como de escribirla y de leerla. Por ello, la propuesta que presentamos explora el desarrollo de la poesía española actual ligado a medios digitales. Partimos de la idea de que la poesía es, tras la irrupción de los medios digitales y de manera particular de las redes sociales, un campo en transformación que ha vivido en los últimos años una alteración profunda y los consiguientes movimientos sucesivos de reordenación. Es necesario, por tanto, desarrollar herramientas y marcos de análisis adecuados para la nueva coyuntura, para lo que nos situamos en nuestro trabajo en la línea de los nuevos paradigmas interpretativos abiertos por el medio digital y el pensamiento computacional. Para ello, utilizamos los conceptos y técnicas de la vigilancia tecnológica y herramientas como los algoritmos de análisis de grafos o la búsqueda de patrones emergentes en grandes bases de datos para mejorar la comprensión del hecho poético en la red en general y en las redes sociales (fundamentalmente, twitter y facebook) en particular. Estudiar cómo ciertos factores asociados a la nueva era digital operan sobre la producción poética permite potenciar su reflexividad y aportar herramientas adicionales a las que la tradición de la historia literaria maneja para pensar la relación de la poesía y del campo literario con

Abstract: The revolution in digital resources and social networks has led to a radical change in the way we conceive poetry, and to write and read it. Therefore, this paper explores the development of current spanish poetry linked to digital media.

We start from the idea that poetry is, after the irruption of the digital media and in particular of the social networks, a field in transformation, that has lived in the last years a deep alteration and the consequent successive movements of re-ordering.

It is necessary, in the current situation, to develop tools and frameworks of analysis suitable for the new conjuncture; we place in the line of new interpretive paradigms opened by the digital medium and computational thinking. We use the concepts and techniques of technology surveillance to improve understanding of the poetic fact in social networks (fundamentally, twitter and facebook).

The research that we present proposes the application of an unpublished methodology in the field of Spanish Literature and will give unpublished data on the configuration of the literary field at present, in our case applied to the field of poetry. Our line of research is, therefore, innovative and differentiated.

Keywords: Poetry, digital culture, social networks, technology surveillance.

1. Este trabajo es resultado del proyecto "La configuración del patrón poético español tras la instauración de la democracia: relaciones literarias, culturales y sociales" (FFI2016-80552-P), financiado por el Ministerio de Economía y Competitividad y FEDER.

CON LA RED EN LA RED

CREACIÓN, INVESTIGACIÓN,
COMUNICACIÓN CULTURAL Y
ARTÍSTICA EN LA ERA DE INTERNET

el nuevo medio en el que tiene lugar. La investigación que presentamos propone la aplicación de una metodología inédita en el campo de la Literatura española y arrojaría datos igualmente inéditos sobre la configuración del campo literario en la actualidad, en nuestro caso aplicado al ámbito de la poesía. Todavía no se ha pensado como objeto de estudio el seguimiento e interacción de poetas en las redes sociales. La nuestra pretende ser, en este sentido, una línea de investigación innovadora y diferenciada.

Palabras clave: Poesía, cultura digital, redes sociales, vigilancia tecnológica

POESÍA, CAMPO LITERARIO Y NUEVOS RECURSOS DIGITALES

En la actualidad, la revolución que en el mundo cultural y social han supuesto los recursos digitales y las redes sociales ha motivado un cambio radical en la manera de concebir la poesía, así como de escribirla y de leerla. Por ello, la propuesta que presentamos explora el desarrollo de la poesía española actual ligado a medios digitales, en el marco general del proyecto de I+D+i “La configuración del patrón poético español tras la instauración de la democracia: relaciones literarias, culturales y sociales” (FFI2016-80552-P), financiado por el Ministerio de Economía y Competitividad y FEDER. Este proyecto, que se propone trazar el mapa del campo poético español desde los últimos años del franquismo y el inicio de la democracia hasta la actualidad, se abre en la parte final del arco temporal propuesto a las Humanidades Digitales.

Partimos de la idea de que la poesía es, tras la irrupción de los medios digitales y de manera particular de las redes sociales, un campo en transformación que ha vivido en los últimos años una alteración profunda y los consiguientes movimientos sucesivos de reordenación. Si, como nos enseña Pierre Bourdieu, “comprender significa comprender primero el campo con el cual y contra el cual uno se ha ido haciendo” (Bourdieu, 2006: 17), el análisis tanto de los discursos poéticos como de las trayectorias de los y las poetas están marcados en los últimos años por la aparición de los recursos digitales, que han contribuido además de manera práctica a estructurar el campo literario (y, dentro de él, el subcampo relativo a la poesía).

El concepto de campo desarrollado por Pierre Bourdieu (2000) hace referencia a un espacio social relativamente autónomo y dotado de una lógica específica, irreductible a la de los otros campos. En cada campo hay intereses propios y, al mismo tiempo, una lucha por cambiar el peso de los distintos capitales dentro del campo y por conseguir aumentar el capital social, siempre distribuido desigualmente, lo que tendrá profundas implicaciones (por ejemplo, de género: las mujeres tienen menos y mucho más inestable).

En esas luchas no participan solamente los agentes que producen directamente las obras (poetas, en nuestro caso) sino todos aquellos que se relacionan con la edición, producción, publicación, distribución, etc, de esas obras: revistas, editoriales, suplementos de revistas, revistas especializadas... De nuevo, resulta fundamental detener la mirada en los cambios que la irrupción de los recursos digitales y las redes sociales han traído consigo, de manera que

podamos reflexionar sobre cuestiones como la anulación (total o parcial) de la jerarquización tradicional del mundo literario (con figuras como la de editor o de crítico) gracias a la posibilidad de relación directa con el público lector que ofrecen los medios digitales.

Un campo es, por tanto, una configuración de relaciones objetivas entre posiciones ocupadas por individuos o instituciones. Cada posición es definida por el capital específico detentado y por el volumen y la estructura de diferentes especies de capitales que se poseen. La irrupción de las redes sociales en el campo literario ha ayudado a cuestionar (y a disminuir dentro del campo) las jerarquías verticales entre los seres y los productos simbólicos o, por lo menos, ha potenciado la interrogación acerca de cómo se producen y, de manera inevitable, a cuestionar las clasificaciones canónicas.

Del mismo modo, el uso de las redes sociales en el campo literario y en particular en el ámbito de la poesía nos señala la necesidad de pluralizar el concepto de consagración dentro de la nueva situación y la nueva estructura del campo, por una parte, y de revisar el concepto de escuela (estética, literaria, poética...) en el nuevo marco. En ambos casos, será necesaria la construcción de herramientas adecuadas para la recopilación de datos que nos permitan estudiar si es posible detectar redes de seguimiento e intercambio entre poetas o si de ello puede trazarse algún agrupamiento. Estudiaremos, por tanto, esa nueva herramienta para ver si se revela como una variable importante y si ofrece luz sobre el actual equilibrio de fuerzas en el campo literario.

Si pretendemos pluralizar el concepto de consagración intelectual en el campo de la poesía tendremos, por una parte, que diferenciar lo máximo posible las distintas vías de consagración intelectual y explorar sus complementariedades y discordancias en el marco de la nueva situación generada por las redes sociales y los recursos digitales; por otra parte, es necesario definir cómo esos posibles poéticos e intelectuales actúan en cada momento de una carrera literaria. Igualmente, tendremos que preguntarnos si la red proporciona posibilidades reales a aquellas personas o grupos que tenían un acceso más improbable a la posición de poeta en las redes y medios convencionales (editoriales, prensa periódica, etc).

En cuanto al segundo punto señalado, entendemos la capacidad para construir escuela como un conjunto de personas que se definen en relación con la figura del poeta o la poeta estudiado (en este apartado habría que tener en cuenta las calidades -medida según su volumen de capital intelectual- de

los discípulos). Habrá que comprobar en qué medida el concepto de escuela, sometido a una rigurosa elaboración semántica, puede ser un útil fecundo para la comprensión del fenómeno de la presencia de poetas en las redes sociales y el seguimiento que en ellas tienen.

Con todas esas vías abiertas y la necesidad de desarrollar herramientas y marcos de análisis adecuados para la nueva coyuntura, nos situamos en la línea de los nuevos paradigmas interpretativos abiertos por el medio digital y el pensamiento computacional. Para ello, utilizamos herramientas como los algoritmos de análisis de grafos o la búsqueda de patrones emergentes en grandes bases de datos para mejorar la comprensión del hecho poético en la red en general y en las redes sociales (fundamentalmente, twitter y facebook) en particular. Estudiar cómo ciertos factores asociados a la nueva era digital operan sobre la producción poética permite potenciar su reflexividad y aportar herramientas adicionales a las que la tradición de la historia literaria maneja para pensar la relación de la poesía y del campo literario con el nuevo medio en el que tiene lugar.

LA NUEVA VANGUARDIA

Otra de las hipótesis de partida que manejamos es la de la escritura y la poesía en internet como práctica de vanguardia literaria, es decir, como una nueva vanguardia. El uso del término está, creemos, justificado por las coincidencias con algunos de los pilares fundamentales de las vanguardias históricas: lo específico de la vanguardia es que aspiraba a producir un cambio radical en el conjunto del arte como institución (Bürger, 1997); todo ese proceso ocurrió dentro del planteamiento de comunidad de las artes, de ruptura de los límites entre las artes, lo que se convirtió en un principio emblemático en la formulación de las poéticas de vanguardia. En la actualidad, la revolución que han supuesto los recursos digitales ha motivado un cambio radical en la manera de concebir la literatura, de escribirla, de leerla y de percibirla. Como resultado de todo ello, el arte como institución ha sido puesto en duda con más radicalidad que nunca y, en el caso de la poesía, también es más radical que nunca la ruptura con los límites tradicionales de la disciplina y la comunidad con otras artes y prácticas.

De este modo, sería necesario comenzar la sistematización, definición y caracterización del nuevo concepto y desarrollo de la literatura y en particular de la poesía en internet (conceptos de lírica, reescrituras, poesía experimen-

tal y demás innovaciones surgidas de la práctica poética en la red). Esta línea de investigación ha empezado a desarrollarse centrada fundamentalmente en recursos digitales en lengua inglesa pero en el caso español permanece prácticamente inédito. Uno de los antecedentes más importantes lo constituiría el proyecto iniciado por Kenneth Goldsmith, creador de la plataforma digital Ubu-Web para la digitalización de recursos de la vanguardia histórica pero que ha devenido en un espacio considerado una obra de arte por muchos escritores, músicos, poetas o cineastas. A la vez, Goldsmith ha desarrollado una enunciación de literatura asociada a la web como máquina generadora de textos y basada en principios tan diversos como la reescritura (sobre la que reflexiona, por ejemplo, en *Uncreative Writing*, de 2011), la puesta en duda de los derechos de autor o el código alfanumérico, entre otros muchos.

Hay que señalar que el debate teórico sobre la literatura hasta ahora se ha ocupado poco de los desarrollos poéticos ligados a los medios digitales, así como del análisis de sus prácticas más innovadoras. Sin embargo, el interés de los lectores y la actualidad de estas propuestas (actualidad también editorial e incluso museográfica si hablamos de las distintas formas de poesía experimental desarrollada en redes) muestran la necesidad de desarrollar herramientas de análisis adecuadas a la diversidad de propuestas y formatos utilizados por la poesía ligada a las redes sociales y a los espacios digitales. Por todo ello, se hace necesario llevar a cabo el diseño de un mapa de las complejas relaciones desarrolladas por la poesía ligada a lo digital y estimular el debate sobre nuevos discursos críticos y herramientas de análisis pertinentes y eficaces para comprender y explicar lo que constituye ya buena parte del panorama poético actual.

LA CORRESPONDENCIA EN TIEMPOS DE INTERNET

Los intercambios y las interacciones entre autores, en cualquiera de sus formas (correspondencia, citas, alusiones en entrevistas...) son un tema de estudio habitual en el campo de las Humanidades en general y de la literatura en particular. Tradicionalmente, esta línea de trabajo se ha centrado de manera predominante en el análisis de la correspondencia entre autores. Así, podemos recordar intercambios epistolares que en el siglo XX han sido considerados emblemáticos por la luz que sobre la obra de sus protagonistas ha arrojado su estudio (pensemos en el epistolario de García Lorca, por ejemplo, o en su intercambio epistolar con Dalí, por poner solamente un ejemplo de primer nivel).

Las nuevas herramientas existentes desde el campo de la informática se han puesto en los últimos años al servicio de estos materiales. En España tenemos el caso del Proyecto Epístola, impulsado por la Fundación Francisco Giner de los Ríos en colaboración con la Residencia de Estudiantes de Madrid, que tiene como objetivo la recuperación y edición digital de los epistolarios de los autores más destacados de la Edad de Plata.

Aplicada a gran escala, esta metodología de estudio requiere del uso de herramientas informáticas complejas y, a nivel internacional, ha arrojado también importantes resultados. Puede citarse el proyecto desarrollado en la universidad de Stanford "Mapping the Republic of Letters"², en el que la utilización de técnicas de visualización de redes que también nosotros utilizaremos (entre ellas, buscar patrones emergentes en grandes bases de datos y usar herramientas como los algoritmos de análisis de grafos) ha contribuido de manera fundamental a la comprensión de la propagación de las ideas ilustradas en Europa a partir del análisis de los envíos de las cartas de los grandes autores del siglo XVII.

Otros resultados igualmente destacables son los obtenidos por el proyecto "Early Modern Letters Online"³ o "Seis grados de Francis Bacon"⁴.

Esos proyectos, por tanto, analizan relaciones basadas fundamentalmente en la correspondencia, dado que era el mecanismo de intercambio más importante en las épocas históricas estudiadas. En la actualidad, por el contrario, la interacción epistolar no es tan relevante pero han surgido otras formas de intercambio y relación. Hablamos de las redes sociales (fundamentalmente, twitter y facebook) o de blogs. Estas nuevas formas permiten además establecer redes de seguimiento que resulta necesario recorrer para tener una idea completa del panorama poético del momento.

Con ese objetivo, nuestro proyecto tiene tres fases; la primera consiste en el desarrollo de una herramienta que capture la información. Esencialmente, se trata de una réplica de las ideas y las técnicas de vigilancia tecnológica pero aplicada, en nuestro caso, a poetas que tienen una presencia destacada en las redes.

La segunda fase correspondería a la alimentación de esa herramienta, su puesta en funcionamiento y el análisis de los resultados que el proceso arroje.

2. <http://republicofletters.stanford.edu/>

3. <http://emlo.bodleian.ox.ac.uk/>

4. <http://sixdegreesoffrancisbacon.com/>

En este caso, el objetivo sería trazar un mapa de la correspondencia e interacción digital de poetas en España, en el que aparezcan situados/as poetas, obras, vinculaciones, trayectorias, páginas y recursos más visibles y, por tanto, más influyentes, redes literarias e intelectuales y cualquier otra variable que se establezca como relevante. Con el estudio de ese mapa, podrán identificarse polos centrales, influencias, focos de visibilidad (y qué los posibilite), seguimientos e intercambios. Se trata, por tanto, de un trabajo estadístico, digital, literario y sociofilosófico. Del mismo modo, se definirán periodos temporales útiles. Esa diferenciación cronológica será precisada, por tanto, teniendo en cuenta las temporalidades plurales del campo.

A esta parte técnica y analítica se sumarán métodos propios del análisis literario, la historia cultural o la sociología de la literatura, e incluirá un importante trabajo bibliográfico y de fuentes (en este caso, dadas las características del proyecto, todo ese trabajo de campo se lleva a cabo de manera digital, a través de la web).

Una vez conseguidos esos objetivos, la tercera fase consistiría en el estudio de ese mapa, de manera que puedan identificarse polos centrales, influencias, focos de visibilidad (y qué los posibilite) y el resto de variables que se establezcan como pertinentes. Se trata, de nuevo, de un trabajo estadístico, literario y sociofilosófico.

Este trabajo tiene una importante línea dedicada a los estudios de género. El proyecto se enmarca en la línea de los nuevos conocimientos sobre la vida de las mujeres y, en este caso, de sus producciones culturales y sus posiciones en el campo literario en general y en la nueva era digital en particular. Caracterizado por una gran diversidad, el conocimiento relativo al género está cada vez más presente en la vida académica, transformando no solamente el contenido sino también a menudo la metodología de las investigaciones. En la actualidad, los nuevos conocimientos sobre la vida de las mujeres han transformado de manera efectiva o virtual todas las disciplinas, sobre todo en Humanidades y Ciencias Sociales, y han supuesto además un desafío a los métodos tradicionales de investigación. Toda defensa de los estudios de género podría comenzar, por tanto, argumentando que muchas de estas transformaciones han sido muy benéficas para la búsqueda del conocimiento y de la verdad.

USO DE LAS HERRAMIENTAS DE VIGILANCIA TECNOLÓGICA E INTELIGENCIA COMPETITIVA EN EL ESTUDIO DE LA POESÍA

La investigación que presentamos propone la aplicación de una metodología inédita en el campo de la literatura española y arrojaría datos igualmente inéditos sobre la configuración del campo literario en la actualidad, en nuestro caso aplicado al ámbito de la poesía. No puede hablarse, en rigor, de antecedentes y resultados previos en esta materia específica debidos a otras investigaciones nacionales o internacionales. Hasta donde llega nuestra información, todavía no se ha pensado como objeto de estudio el seguimiento e interacción de poetas (y el posible intercambio estético) de poetas en las redes sociales, ni en España ni a nivel internacional. Hasta el momento, la llamada vigilancia tecnológica (es decir, un proceso sistemático de búsqueda y recolección de datos de información pública estratégica, así como de seguimiento y análisis de dichos entornos) no es una técnica que se haya aplicado a los estudios literarios. La nuestra pretende ser, en este sentido, una línea de investigación innovadora y diferenciada.

La relevancia de esta vía de estudio viene dada, como hemos señalado, por la enorme difusión e importancia en los procesos de interacción y visibilización del mundo cultural que las redes sociales han adquirido en la última década. La estructuración del campo literario no ha sido ajena a ese proceso, por lo que el uso de las herramientas digitales se ha convertido en los últimos años en una variable fundamental en la configuración de dicho campo. Su estudio sería fundamental, por tanto, para comprender la literatura española actual.

Los conceptos y las técnicas de vigilancia tecnológica e inteligencia competitiva han sido tradicionalmente utilizados en instituciones pertenecientes al sector privado (empresas, de manera preponderante) para mejorar sus resultados y su competitividad. Recientemente, se han empezado a utilizar estas técnicas y herramientas en sectores académicos, aunque todavía permanecen en un segundo plano en las entidades públicas (Tamarit Giménez, 2012: 4-5).

Aunque las Humanidades Digitales han conocido una gran expansión en los últimos tiempos, ni la vigilancia tecnológica ni la inteligencia competitiva ocupan en la actualidad un lugar importante entre las técnicas y las herramientas utilizadas en ese campo, y permanecen inéditas en el ámbito de la poesía. No obstante, teniendo en cuenta la creciente presencia de los y las poetas en las redes sociales y el lugar cada vez más importante que ello ocupa tanto en sus trayectorias como en su propia producción poética, serían técnicas

y herramientas que arrojarían mucha luz sobre el panorama poético tal como se constituye en la actualidad. Entre otras cosas, resultarían fundamentales para dos de los objetivos que señalábamos en este trabajo: la pluralización del concepto de consagración intelectual en el campo de la poesía, diferenciando las distintas vías de consagración intelectual y explorando sus complementariedades y discordancias en el marco de la nueva situación generada por las redes sociales y los recursos digitales, por una parte, y la revisión del concepto de escuela para determinar su utilidad en la comprensión del fenómeno de la presencia de poetas en las redes sociales y el seguimiento que en ellas tienen, por otra.

Partimos en este trabajo de la definición de vigilancia tecnológica que ofrece la norma UNE 166006:2011 (Gestión de la I+D+i: Sistema de Vigilancia Tecnológica e Inteligencia Competitiva). El objeto de dicha norma es facilitar la formación y estructuración en cualquier organización del proceso de escucha y observación del entorno para apoyar la toma de decisión a todos los niveles de la organización hasta devenir en la implantación de un sistema permanente de vigilancia tecnológica. De este modo, el campo de aplicación de la norma serían, en principio, todos los grupos, de cualquier naturaleza, que realicen proyectos de I+D+i⁵.

En su apartado 3.39, la norma UNE 166006:2011 entiende la vigilancia tecnológica como un “proceso organizado, selectivo y sintomático, para captar información del exterior y de la propia organización sobre ciencia y tecnología, seleccionarla, analizarla, difundirla y comunicarla, para convertirla en conocimiento con el fin de tomar decisiones con menor riesgo y poder anticiparse a los cambios”. Es fácilmente reconocible en esta definición el hecho de que está pensada fundamentalmente para el mundo empresarial pero también puede resultar útil si intentamos aplicarla a los estudios literarios.

En cuanto a la inteligencia competitiva, si atendemos también a la definición de la norma UNE 166006:2011, se trata de un “proceso ético y sistemático de recolección y análisis de información acerca del ambiente de negocios, de los competidores y de la propia organización, y comunicación de su significado e implicaciones destinada a la toma de decisiones”. De nuevo, resulta transparente que este esquema está pensado para el sector privado, fundamen-

5. Para una explicación y desarrollo más completos sobre la estandarización de los procesos de vigilancia tecnológica e inteligencia competitiva y la norma vigente se puede consultar Aldasoro, Cantonet y Cilleruelo: 2012.

talmente, y para el sector empresarial, pero el proceso sistemático de recolección de datos que describe y el análisis de la información que ese proceso proporcione arrojaría mucha luz sobre el impacto de lo digital en el mundo cultural actual.

Nuestro proyecto de investigación se presenta, por tanto, en un cruce de caminos entre los conceptos y herramientas tecnológicas, las humanidades y los estudios literarios, en un intento, en última instancia, de ofrecer o colaborar en la creación de un enfoque epistemológico apropiado para las Humanidades Digitales que se proponen estudiar el impacto del mundo digital y de las redes sociales en el ámbito de la literatura. Analizar de qué modo los factores asociados a la nueva era digital y al uso de las redes sociales operan sobre la producción poética permite, como antes señalábamos, potenciar su reflexividad y aportar herramientas adicionales y complementarias a las que la tradición de la historia literaria maneja para pensar la relación de la poesía y del campo literario con el nuevo medio en el que se desarrolla.

REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

- AENOR (2011): *UNE 166006:2011 (Gestión de la I+D+i: Sistema de Vigilancia Tecnológica e Inteligencia Competitiva)*, AENOR, Madrid.
- ALDASORO, J.C.; CANTONET, M.L. y CILLERUELO, E. (2012): "La vigilancia tecnológica y la inteligencia competitiva en los estándares de gestión de la calidad en I+D+i", en AA.VV., *XVI Congreso de Ingeniería de Organización*, Universidade de Vigo, Vigo: 1162-1168.
- BOURDIEU, P. (2000): *Propos sur le Champ Politique*, Presses Universitaires de Lyon, Lyon.
- BOURDIEU, P. (2006): *Autoanálisis de un sociólogo*, Anagrama, Barcelona.
- BÜRGER, P. (1997): *Teoría de la vanguardia*, Península, Madrid.
- TAMARIT GIMÉNEZ, C. (2012): *Aplicación de la inteligencia competitiva y la vigilancia tecnológica en la Universidad Politécnica de Valencia: creación de un modelo de vigilancia tecnológica en el Centro de Apoyo a la Innovación, la Investigación y la Transferencia de Tecnología*, proyecto final de carrera, Universitat Politècnica de València, Valencia.

CV

Encarna Alonso Valero es profesora del departamento de Literatura Española de la Universidad de Granada. Doctora en Filología Hispánica por la misma Universidad, realizó su estancia postdoctoral en el CREC (Universidad de Paris III-Sorbonne Nouvelle), donde estuvo incorporada durante tres años. Es investigadora principal de los proyectos de I+D “La configuración del patrón poético español tras la Guerra Civil: relaciones literarias, culturales y sociales” y “La configuración del patrón poético español tras la instauración de la democracia: relaciones literarias, culturales y sociales”, ambos financiados por el Ministerio de Economía y Competitividad y FEDER. Su trabajo de investigación se centra en la poesía española del siglo XX, los estudios de género, las relaciones entre filosofía y literatura y las humanidades digitales. En 2015 fue la ganadora del XVI Premio de Ensayo Miguel de Unamuno por *Machismo y vanguardia. Escritoras y artistas en la España de preguerra*.

Encarna Alonso Valero is professor in the Department of Spanish Literature at the University of Granada. PhD in Hispanic Philology from the same University, she spent her postdoctoral stay at the CREC (University of Paris III-Sorbonne Nouvelle), where she was incorporated for three years. She is the principal investigator of projects “The configuration of the Spanish poetic pattern after the Civil War: literary, cultural and social relations” and “The configuration of the Spanish poetic pattern after the Transition time: literary, cultural and social relations”, both funded by the Ministry of Economy and Competitiveness and FEDER. Her research work focuses on Spanish poetry of the twentieth century, gender studies, the relationship between philosophy and literature and the digital humanities. In 2015 she was the winner of the XVI Essay Award Miguel de Unamuno by *Machismo and avant-garde*.

INNOVACIÓN CIUDADANA EN CULTURA Y TURISMO: LA EXPERIENCIA DE LABIN GRANADA

Esteban Romero Frías

Medialab UGR - Universidad de Granada
erf@ugr.es

Giselle García Hipola

Medialab UGR - Universidad de Granada
giselleghipola@ugr.es

Resumen

La participación ciudadana constituye una de las claves políticas de nuestro tiempo. Los procesos participativos buscan por un lado mejorar la adopción de decisiones incorporando mayor información y actores en el proceso y por otro incrementar la legitimidad social de las decisiones tomadas. En el ámbito de la cultura estos enfoques son particularmente relevantes al objeto de no considerar al ciudadano como un mero espectador sino también como un promotor directamente implicado en el desarrollo de proyectos. La propuesta LabIN Granada, acrónimo de Laboratorio de Innovación de Granada, pretende ser una respuesta a estas necesidades. Conformar un ecosistema de innovación ciudadana, con una dimensión digital, que proporciona una capa permanente de interacción, y con una dimensión física con acciones presenciales para el diseño de propuestas entre ciudadanos. La plataforma digital LabIN Granada (<http://labingranada.org>) funciona como una infraestructura epistemológica que trabaja sobre tres conceptos principales: idea, prototipo y proyecto, generando una secuencia iterativa que permite remezclar y visualizar la generación de innovaciones y su ejecución. Esta plataforma se ha empleado de forma experimental en el desarrollo de propuestas innovadoras en la ciudad de Granada.

Palabras clave: innovación social, innovación ciudadana, participación ciudadana, cultura, e-participación.

Abstract

Citizen participation is one of the political keys of our time. Participatory processes seek on the one hand to improve decision-making by incorporating more information and actors in the process and, on the other hand, to increase the social legitimacy of the decisions taken. In the field of culture, these approaches are particularly relevant in order not to consider the citizen as a mere spectator but also as a promoter directly involved in the development of projects. The proposal LabIN Granada, acronym of the Laboratory of Innovation of Granada, aims to be a response to these needs. It forms an ecosystem of citizen innovation, with a digital dimension, which provides a permanent layer of interaction, and with a physical dimension with face-to-face actions for the design of proposals among citizens. The digital platform LabIN Granada (<http://labingranada.org>) works as an epistemological infrastructure that works on three main concepts: idea, prototype and project, generating an iterative sequence that allows to remix and visualize the generation of innovations and their execution. This platform has been used experimentally in the development of innovative proposals in the city of Granada

Keywords: social innovation, citizen innovation, citizen participation, culture, e-participation.

INTRODUCCIÓN: PARTICIPACIÓN CIUDADANA E INNOVACIÓN ABIERTA

La participación ciudadana constituye una de las claves políticas de nuestro tiempo, derivada de la desintermediación y la re-intermediación que se ha producido, en buena medida, gracias a la horizontalidad que Internet promueve.

El desarrollo de las tecnologías digitales en su conjunto y particularmente el componente social o colaborativo desarrollado a partir del auge de la Web 2.0 ha propiciado el interés por lo *smart*, los sistemas inteligentes alimentados por las tecnologías de la información y la comunicación. El concepto *Smart City* es el resultado de la aplicación intensiva de tecnologías digitales para abordar retos económicos sociales y medioambientales generados en las urbes. El Parlamento Europeo empleaba en 2014 esta definición de *ciudad inteligente*: “A *Smart City* is a city seeking to address public issues via ICT-based solutions on the basis of a multi-stakeholder, municipally based partnership”. En este informe la definición se hacía operativa seleccionando iniciativas de ciudades en las que al menos se daba una de estas características: *Smart Governance*, *Smart People*, *Smart Living*, *Smart Mobility*, *Smart Economy* y *Smart Environment*. En el marco de una definición más amplia, *Smart People* hacía referencia a aquella cualidad que permitiría que “people and communities to themselves input, use, manipulate and personalise data, for example through appropriate data analytic tools and dashboards, to make decisions and create products and services” (Parlamento Europeo, 2014: 28). El proyecto LabIN Granada se enmarca dentro de un enfoque de *smart city* centrada en las personas, permitiendo, a través de la participación mediante medios tecnológicos la activación de la inteligencia colectiva.

Anthopoulos (2015) realiza una revisión de la literatura en torno al concepto de *Smart City* distinguiendo 4 grandes áreas temáticas: *Smart city*, propiamente dicho; *Smart Growth*; *Living Labs* y *Creative Industry*. Nos interesa particularmente el área de los *Living Labs*, donde se distinguen algunos temas significativos, como, por ejemplo, la generación de espacios para la innovación a partir de la ciudadanía (Komninos 2002; Pallot et al. 2011) o la consideración de los ciudadanos como sensores en un enfoque bottom-up de recogida de información (Arribas-Bel 2014; Sanchez et al. 2011). Desarrollaremos más adelante sus implicaciones en el proyecto que se presenta, el cual presenta como rasgo distintivo la aplicación de la inteligencia colectiva de la ciudadanía para el desarrollo de propuestas en el ámbito de la cultura, el patrimonio y el turismo.

Aunque son varios los trabajos (Meijer y Bolívar, 2016) que discuten la preponderancia del componente tecnológico, el humano o una combinación de ambos en el desarrollo de las *Smart cities*, no hay modelos puros que prescindan totalmente de uno u otro componente. Dameri (2013) muestra cómo el concepto de *Smart City* ha ido derivando con el tiempo hacia un enfoque más centrado en la ciudadanía.

El mayor foco en la ciudadanía también responde a motivos políticos, ya que a través de la participación se refuerza la legitimidad de las decisiones en la esfera pública a partir de la generación de un mayor sentido de pertenencia y compromiso (Parlamento Europeo, 2014). Para que esta participación sea efectiva es fundamental que los proyectos presten especial atención al nivel de compromiso ciudadano (*citizen engagement*) con la propuesta que se formula desde las instituciones. El *European Innovation Partnership on Smart Cities and Communities* (2015) publicó una serie de principios y facilitadores de este compromiso que pretenden avanzar en esta línea.

Sin lugar a dudas, un elemento clave para el desarrollo de *Smart Cities* es la capacidad de las urbes de atraer a una ciudadanía creativa y educada, lo que Florida (2002) denominaba “creative class”. Por ejemplo, para Meijer y Bolívar (2016: 398), la *inteligencia* (smartness) de una ciudad se refiere a “its ability to attract human capital and to mobilize this human capital in collaborations between the various (organized and individual) actors through the use of information and communication technologies.”

La generación de capital humano y el nivel educativo nos conecta con el papel de la institución universitaria como motor creativo y de desarrollo económico de las ciudades. En este caso, es particularmente relevante esta relación ya que el proyecto LabIN Granada es un modelo de participación e innovación ciudadanas que se diseña y gestiona desde la Universidad de Granada.

Al margen de la importancia en la generación de capital humano, elemento clave en el desarrollo de ciudades inteligentes, las universidades constituyen instituciones con una fuerte vinculación con el territorio generando estrechos lazos con las comunidades locales (Goddard et al., 2014).

Más allá del modelo de transferencia de conocimiento, conocido como *triple hélice* (Etzkowitz y Leydesdorff, 1997), el modelo de *cuádruple hélice* integra tanto a universidades, empresas y administraciones públicas, como a los usuarios o a la ciudadanía en el caso del proyecto LabIN Granada que nos ocupa (Arnkil et al., 2010).

Las relaciones entre Universidad y los modelos de *Smart City* del entorno en que se sitúan (Agnello, 2013) constituyen un tema de gran interés. El entorno universitario, a través de prácticas democráticas y del ensayo de formas innovadoras de participación en un entorno centrado en aprendizaje e investigación, permite poner en práctica fórmulas que puedan ser de aplicación al marco más global de la ciudad en su conjunto. A través de la participación, la universidad puede ensayar formas de innovación abierta, social y ciudadana que puedan transferirse a la ciudadanía en su conjunto.

La innovación abierta (Von Hippel, 2005) se desarrolla en el ámbito privado, siendo aún un tema no del todo analizado el cómo se puede convertir también en una herramienta efectiva para el ámbito público (Bakici et al, 2013; Mergel, 2015). Para conseguir el desarrollo de esta innovación abierta, Gascó (2017: 90) destaca la importancia del papel de los intermediarios de innovación, los cuales define como “external organizations and individuals that support companies in their innovative activities by gathering, developing, controlling and disseminating external knowledge by providing various resources and regulating the innovation networks”. Entre otros agentes, destaca el papel de los *Living labs* (Almirall et al., 2011; Bakici et al., 2013), instituciones que como veremos tienen mucho en común con el proyecto que presentamos.

Justamente este tipo de iniciativas intentan proporcionar los medios que, según Dvir y Pasher (2004), los gobiernos deberían proporcionar: esto es, las condiciones adecuadas para que la ciudadanía pueda participar en la creación e intercambio de conocimiento, así como en la innovación.

Nos centramos a continuación en el desarrollo del caso que presentamos, una vez dibujado el marco teórico en el que se sitúa.

INTRODUCCIÓN AL PROYECTO LABIN GRANADA

El proyecto LabIN Granada, acrónimo de Laboratorio de Innovación de Granada, se concibe como un laboratorio ciudadano para Granada con interés en fomentar la participación y la innovación de la ciudadanía en su conjunto. El Laboratorio se aproxima a la idea de Urban Living Lab (Nesti, 2015). El Living Lab básicamente ofrece un ecosistema pensado para fomentar la experimentación en entornos reales (Almirall et al., 2012) y la co-creación permitiendo integrar a distintos agentes sociales, empresariales y políticos para realizar un trabajo en común a favor de la ciudadanía.

En nuestro caso, la idea de Living Lab viene apoyada por el desarrollo de una plataforma digital que facilita la innovación y la co-creación. En este caso se trata de una herramienta de participación ciudadana centrada no en la toma de decisiones sino en la innovación y la generación de propuestas de forma participada. Desde el punto de vista de la innovación el modelo se centra en la generación de ideas, el prototipado de soluciones y el desarrollo de proyectos para la ciudad y su entorno.

Como se puede observar en la Figura 1 este proyecto se materializa tanto en un entorno digital, a través de la plataforma <http://labingranada.org/>, como en un espacio físico, aún no establecido de manera permanente, que se diseñaría como un lugar de referencia para el encuentro de los ciudadanos.

labin Granada

Laboratorio de Innovación Ciudadana

espacio digital



Generación de ideas basadas en observaciones realizadas tanto por ciudadanos de Granada residiendo en la ciudad o por el mundo como por personas de fuera de Granada vinculadas a la ciudad (turistas, Erasmus, etc.)



espacio físico



Un espacio físico que permite el encuentro de la ciudadanía para experimentar, innovar, aprender y desarrollar prototipos.



Figura 1. Dimensión digital y dimensión física de LabIN Granada.

La iniciativa y el liderazgo del proyecto corre a cargo de Medialab UGR (Universidad de Granada), lo cual, dadas las características de la ciudad supone un valor añadido y un modelo diferente de gestación de un laboratorio ciudadano, al tiempo que atiende a la demanda social de conexión de universidad y sociedad.

La invitación que formula la Universidad a las instituciones del gobierno local y provincial es a que adopten un papel protagonista generando un espacio de innovación sobre Granada en su conjunto, adoptando así un papel protagonista en el desarrollo del proyecto. El Laboratorio se convierte en un instrumento para la política local con aplicaciones en áreas tan diversas como: participación ciudadana, educación, accesibilidad, cultura y patrimonio, *smart city*, igualdad, empleo, etc.

Las aplicaciones en este sentido sería múltiples:

- Activación de la ciudadanía y generación de un marco para la participación, la emoción y la generación de historias.
- Captación de las mejores ideas y proyectos que se realizan por todo el mundo.
- Posicionar a Granada como espacio de innovación ciudadana.
- Elaboración de proyectos europeos y detección de socios globales.
- Anticipar y resolver retos derivados de problemas en transporte, ocio, sanidad...

OPORTUNIDAD DEL PROYECTO EN EL ÁMBITO CULTURAL

Granada es una ciudad que cuenta con aproximadamente 235.000 habitantes siendo el centro de una área urbana de aproximadamente 530.000 habitantes. La ciudad dispone de un gran activo de conocimiento, la Universidad de Granada, conformada por una comunidad de aproximadamente 70.000 personas, en su gran mayoría estudiantes: personas activas y formadas cuya integración en la ciudad a través de la participación, del conocimiento y de la innovación resultaría clave para activar la participación y la innovación ciudadana.

La ciudad precisa la activación de la participación ciudadana con el fin de generar un entorno más innovador y emprendedor, que no solo atiende a los retos del mercado, sino de igual medida a los retos culturales, sociales y políticos. Esta necesidad quedó plasmada en el Plan Estratégico de Granada "Estrategia Granada 2020" - EG2020 (Consejo Social de Granada, 2015), donde se incluía el reto de la participación social en la toma de decisiones de la ciudad

como un objetivo de alta prioridad que debería resolverse en el corto plazo. El diagnóstico realizado señala que la participación ciudadana en el día a día de la ciudad es muy baja, lo cual requiere la experimentación de fórmulas que, a través de las tecnologías digitales y del encuentro físico, permitan la escucha, la innovación, el diálogo y la toma de decisiones.

De manera particular se considera muy relevante la conexión y participación de la amplia comunidad universitaria de nuestra ciudad en los asuntos comunes, en tanto que oportunidad para la innovación y la dinamización de la ciudad. En este sentido se trata de una propuesta que resuelve tanto una necesidad de la ciudad como de la propia institución universitaria, que afronta de manera recurrente críticas relativas a la falta de conexión con su entorno. Así pues, en este caso, el proyecto puede servir para dibujar nuevas formas de relación de la Universidad con su entorno. Lejos de un enfoque de transferencia de conocimiento que es unidireccional: de la Universidad a la sociedad; aquí se parte del reconocimiento de que diversos tipos de conocimiento se hayan distribuidos en los distintos actores sociales, siendo necesario conectarlos y activarlos para el bien común.

El diseño de LabIN Granada, como se explicitará en las próximas páginas, constituye una apuesta por activar la parte más social del proyecto “Granada Smart City”, una propuesta de ciudad inteligente que abunde no únicamente en un enfoque instrumental mediante desarrollos tecnológicos ajenos al ciudadano, sino que incorpore sus preferencias y su participación de una manera explícita. La activación de la ciudadanía es fundamental para un desarrollo adecuado de una ciudad inteligente (Centre for Cities, 2014).

La propuesta tiene una especial significación para abordar retos del ámbito cultural, como ya se ha hecho en las primeras pruebas piloto del proyecto. Justamente la cultura es un elemento clave en el desarrollo de la ciudad. De hecho la capacidad de generar capital humano a través de la educación es clave para el desarrollo de ciudades creativas (Florida, 2002). De acuerdo con el “Cultural and Creative Cities Monitor” (Comisión Europea, 2017) publicado en junio de 2017, Granada sobresale en este indicador con una puntuación de 33 frente a la media de ciudades similares en términos de población (21), empleo (23) y riqueza (19). El nivel educativo se relaciona con el crecimiento económico y con mayores estándares de vida (Faggian et al., 2016). Es justamente en este ámbito donde el citado Plan Estratégico destaca la necesaria participación de la sociedad civil en el apoyo y el fomento de la cultura y la conservación

de bienes culturales. Granada, de acuerdo con el “Cultural and Creative Cities Monitor” (Comisión Europea, 2017) destaca como la tercera ciudad de España solo por detrás de Madrid y Barcelona en el índice; siendo la primera ciudad española si solo se tiene en cuenta la actividad cultural. Uno de los grandes retos planteados en este diagnóstico es el desarrollo de una industria cultural moderna que permita la generación de empleo en sectores creativos.

Granada además trabaja para postularse como Ciudad Europea de la Cultura en 2031, coincidiendo con el 500 aniversario de la fundación de la Universidad. Un proyecto que se pretende que esté protagonizado por la participación ciudadana, tanto en su planificación como en su desarrollo, y por la integración de la tecnología en las futuras propuestas culturales. Como veremos más adelante las primeras pruebas piloto de LabIN Granada se desarrollaron en torno a esa problemática.

Se combinan pues en este proyecto tres elementos clave: democracia, cultura y participación ciudadana.

OBJETIVOS DEL PROYECTO

Es frecuente, en el desarrollo de la acción política municipal, la creación de comisiones de expertos o de grupos de interesados para analizar problemas y plantear soluciones. Estos modelos suelen en muchos casos dejar fuera a agentes relevantes y a la ciudadanía en su conjunto en determinados temas de gran impacto social en los que podrían realizar aportaciones críticas para el desarrollo de propuestas innovadoras y consensuadas por una amplia base social.

Así pues el objetivo del proyecto es permitir dotar de una nueva infraestructura epistemológica a la ciudad, de modo que complemente los modelos actualmente existentes, al tiempo que genere posibilidades de encuentro y aprendizaje para la ciudadanía. La detección de problemas y retos para ser abordados por la comunidad presenta una doble vía (Centre for Cities, 2014):

- a) Debate y generación de propuestas para afrontar retos y problemas propuestos por las propias instituciones (enfoque *top-down*). Un ejemplo de aplicación sería el diseño del proyecto de Granada como Ciudad Europea de la Cultura en 2031, una propuesta que surge de las instituciones públicas, pero que pretende situar a la ciudadanía como protagonista tanto en su planificación como en su desarrollo. Otras propuestas de este tipo se pueden referir a la dedicación y equipación de espacios pú-

blicos u otros temas vinculados a transporte, medioambiente, igualdad, sanidad, etc.

- b) Debate y generación de propuestas para afrontar retos y problemas propuestos por la propia ciudadanía (enfoque *bottom-up*). En este caso es la propia ciudadanía la que detecta retos, combina ideas existentes y genera propuestas para su resolución. En este caso las instituciones se ven interpeladas a través de propuestas que llegan por iniciativa ciudadana a partir del mismo canal que la institución pública emplearía para plantear sus problemáticas.

Adicionalmente se podría permitir que empresas o instituciones incluyan retos o problemas a resolver, generando un programa de patrocinios que permita la sostenibilidad del proyecto.

La Figura 2 muestra, tanto la pluralidad de actores implicados en la generación y compartición de ideas, propuestas y proyectos como los enfoques *top-down* y *bottom-up* recién mencionados.

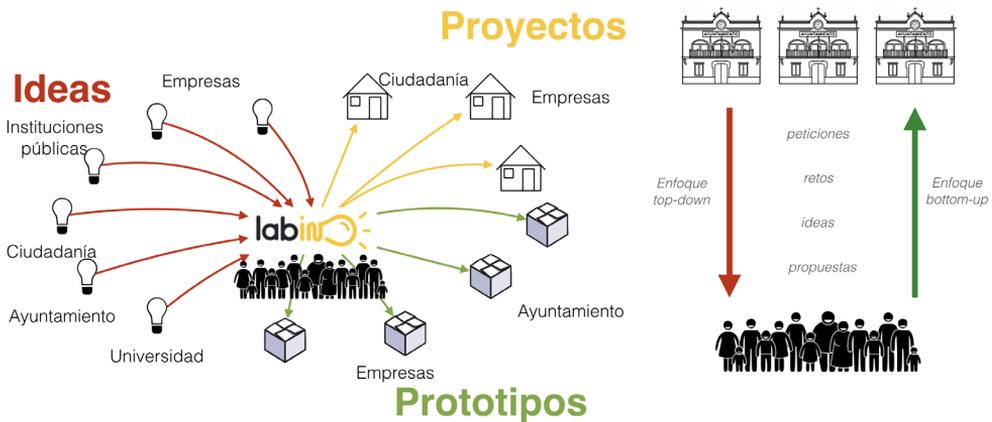


Figura 2. Agentes implicados en LabIN Granada y enfoques

El proyecto persigue además otros objetivos adicionales:

1. Generación de nuevas comunidades de aprendizaje en torno a proyectos concretos y temas de interés, proporcionando así nuevas formas de participación ciudadana complementarias a asociaciones u otros movimientos sociales.

2. Aprovechamiento de la capacidad de detección de ideas y oportunidades por parte de granadinos que se encuentran expatriados de forma temporal o permanente o de aquellos que viajan al extranjero y están expuestos a innovaciones; así como de la comunidad de visitantes temporales en nuestra ciudad (por ejemplo, turistas y estudiantes Erasmus). Como se observa en la Figura 3, los ciudadanos actúan como agentes innovadores detectando las mejores ideas que observan en otros lugares.



Figura 3. Detección de la mejores ideas observadas alrededor del mundo.

1. Selección de ideas y de oportunidades de mejora para hacerlas llegar a los actores competentes en su desarrollo, funcionando como un agente intermediario de innovación abierta y de co-creación (Gascó, 2017).
2. Adaptación de las ideas al entorno granadino mediante la formulación de prototipos.
3. Fomento de la participación y colaboración entre ciudadanos.
4. Articulación de una potencial red social centrada en innovación y conocimiento vinculada al territorio.

La consecución de estos objetivos convertirían a LabIN Granada en un instrumento de transformación social para la ciudad dentro del movimiento “Smart”.

COMUNIDADES

El proyecto se destina de forma amplia a la ciudadanía en su conjunto residente o vinculada de alguna manera con Granada. Sin embargo, por su origen, desde el ámbito de la universidad, y por su potencial como elemento educador y de aprendizaje, hay varios grupos a los que se tendrían en especial consideración para su puesta en marcha y consolidación.

- Comunidad universitaria, con la que se tiene un contacto directo dado que la Universidad de Granada es la promotora del proyecto, pudiendo activar potencialmente a más de 60.000 estudiantes.
- Comunidad educativa. Se pretende realizar talleres de participación en colegios y comunidades de aprendizaje con el objetivo de poner a los más pequeños en el centro de la transformación de la ciudad, canalizar su creatividad hacia posibles mejoras de la provincia, despertar su interés por el entorno en el que viven, y fomentar la colaboración entre diferentes entidades —universidad, colegios e institutos, asociaciones de padres y madres.
- Movimientos sociales, generando un nuevo espacio de encuentro y diálogo centrado en innovación social.
- Ciudadanía de Granada en general. Es prioritario alcanzar a aquellos ciudadanos que hasta el momento no articulan sus capacidades innovadoras a través de modelos tradicionales de asociacionismo. Personas con motivación para participar en proyectos concretos de una manera flexible.
- Otras personas vinculadas a Granada. Como se apuntaba anteriormente, la plataforma digital está pensada para que cualquier persona vinculada a Granada, con independencia de donde se encuentre pueda compartir ideas vistas en otros lugares y que consideren deseable que se implementen en el territorio.

FUNCIONAMIENTO Y DISEÑO DE LA PLATAFORMA DIGITAL

El proyecto LabIN Granada, se concibe como un laboratorio ciudadano para Granada con interés en fomentar la participación y la innovación. Granada

cuenta con miles de ciudadanos activos capaces de detectar retos y de generar ideas de cambio para su entorno. La plataforma LabIN Granada digital (<http://labingranada.org/>) articula un mecanismo para que estos retos y estas ideas puedan expresarse y visualizarse de modo que la comunidad pueda trabajar en su evaluación y potencialmente en su desarrollo.

Desde el punto de vista de la innovación el modelo se centra en la generación de ideas, el prototipado de soluciones y el desarrollo de proyectos para la ciudad y su entorno, como se observa en la Figura 4.

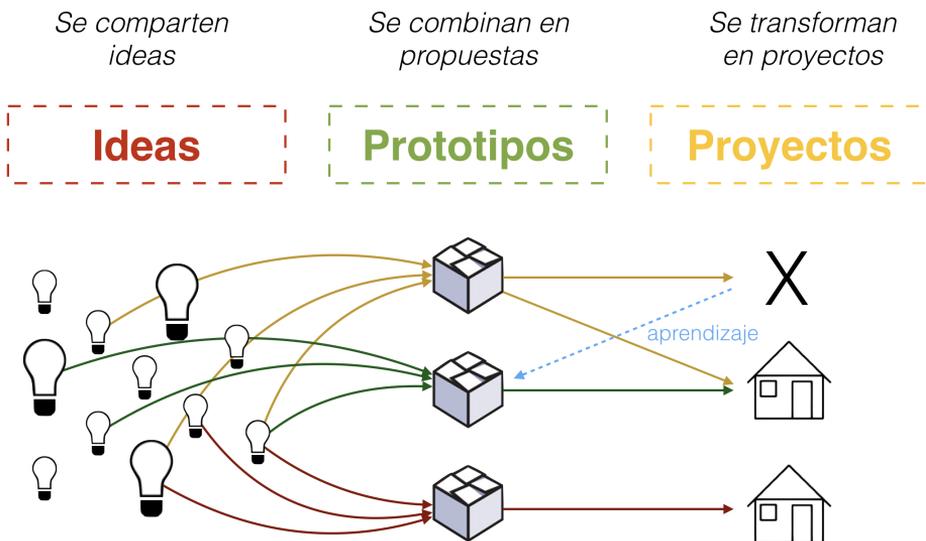


Figura 4. Ideas, prototipos y proyectos en LabIN Granada.

La aplicación de la plataforma LabIN en un contexto de innovación ciudadana, no busca tanto la "originalidad" de las ideas, sino su transferibilidad, esto es, la capacidad de detectar innovaciones que se aplican ya en otros lugares, compartirlas y combinarlas para generar propuestas adecuadas para un nuevo contexto. Es por ello que se habla de innovación basada en evidencias.

De alguna manera la estructura LabIN acaba conformando una red social de conocimiento que permite conectar a personas activas y comprometidas con un territorio, al tiempo que un canal de ayuda y soporte para las instituciones que pueden plantear retos y necesidades a los ciudadanos o bien recibir propuestas de ellos.

La propuesta LabIN conforma un ecosistema de participación e innovación ciudadana, que al margen de esta importante dimensión digital, que proporciona una capa permanente de interacción, cuenta con la indispensable dimensión física con acciones presenciales que se pueden realizar de forma puntual o mediante la creación de un espacio de innovación ciudadana.

¿CÓMO FUNCIONA LA PLATAFORMA DIGITAL?

Las ideas son pequeñas aportaciones que se suben a la plataforma acompañadas de una imagen o vídeo descriptivos, un título, un resumen breve y una descripción amplia. Pueden ser desde pequeñas innovaciones de diseño aplicadas a elementos concretos hasta propuestas más amplias y ambiciosas. Las ideas subidas se atribuyen a estos usuarios, contribuyendo a desarrollar su propia identidad digital. Todos los contenidos se licencian con Creative Commons siendo reutilizables y pudiendo ser evolucionados mediante la generación de una "copia" a la que otro usuario añade su propia contribución, reflejando siempre la trazabilidad de la idea. Estas ideas se conciben como piezas de un lego que posteriormente se podrán recombinar en prototipos.

El modo de reflejar el lugar donde una idea ha sido vista se hace mediante la geolocalización de la misma en el lugar de origen y la geolocalización en destino indicando el espacio en el que la idea se desarrollaría. Las ideas podrían igualmente incluirse en diversas áreas temáticas.

Los prototipos en la plataforma hacen referencia a propuestas elaboradas a partir de la combinación de al menos dos ideas subidas previamente al sistema, de modo que se obligue al usuario a navegar y descubrir otras aportaciones y combinarlas. Los prototipos pueden ser, al igual que las ideas, votados y comentados. Su realización dependerá de diversas instancias: desde los propios ciudadanos hasta las instituciones públicas, pasando por iniciativas empresariales.

La Figura 5 muestra un esquema del funcionamiento de la plataforma digital.

La ciudadanía es la protagonista de la plataforma, compartiendo ideas y generando prototipos para resolver los retos de la ciudad. La ciudadanía puede comentar, compartir y marcar las ideas como favoritas, añadir contactos a su propia red, etc. Para contribuir en la plataforma es preciso generar un perfil personal, de manera que cada aportación esté identificada.



Figura 5. Esquema del funcionamiento de la plataforma digital.

PROPUESTA DE ESPACIO FÍSICO

Los laboratorios ciudadanos son espacios en los que personas con distintos conocimientos, habilidades y diferentes grados de especialización académica y/o práctica se reúnen para desarrollar proyectos juntos. Los laboratorios ciudadanos requieren nuevos contextos espaciales de producción abiertos, horizontales y colaborativos, que tienen la característica de ser efectivamente accesibles e inclusivos ampliando además de la cantidad y la diversidad de los usuarios que participan en sus actividades.

El espacio en que se situaría el laboratorio conformaría un espacio permanente de exposición, información, escucha y encuentro, donde se desarrollarían convocatorias abiertas para la presentación de propuestas y la participación en el desarrollo colaborativo de proyectos. Se trabajaría sobre un

programa compuesto por talleres de producción y de formación, seminarios y debates, reuniones de diferentes grupos de trabajo, muestras de proyectos, conferencias y otros eventos.

Hasta el momento, en las actividades presenciales que se han realizado se han utilizado espacios tanto de Ayuntamiento como principalmente de la propia Universidad de Granada, que cuenta con instalaciones distribuidas por toda la ciudad.

EXPERIENCIAS DESARROLLADAS EN EL ÁMBITO DE LA CULTURA

El proyecto LabIN Granada se presentó oficialmente el 25 de mayo de 2017 en un acto público en el Palacio de la Madraza en Granada, concretamente en la Sala Caballeros XXIV que era el lugar donde hasta el siglo XIX residía el Gobierno de la ciudad. En el acto estuvieron presentes representantes de las principales instituciones granadinas, incluyendo Ayuntamiento, Junta de Andalucía y Universidad de Granada.

Junto con el lanzamiento de la plataforma digital, se realizaron unas experiencias piloto presenciales con talleres centrados en el diseño de propuestas en torno al reto "Diseña Granada como Ciudad Europea de la Cultura en 2031". Tanto con grupos de trabajo presenciales como con propuestas enviadas por ciudadanos a través de correo electrónico, se desarrollaron 10 propuestas mostrando una forma alternativa para activar a la ciudadanía con el fin de innovar. Las temáticas giraron sobre cuestiones como: artesanía, arquitectura, jardinería, cultura, turismo, entre otras.

Dado que la plataforma digital no se había presentado aún, se publicó una guía de trabajo autónomo que pretendía ayudar a aquellas personas que no pudieran asistir a las sesiones presenciales, de modo que reuniéndose donde quisieran o a título personal generaran propuestas de cara al evento de presentación de LabIN Granada.

Meses después, en septiembre de 2017, con el mismo reto en el horizonte pero centrados en la celebración del Día Internacional del Turismo, se desarrolló una campaña que, tomando como centro la plataforma digital, permitió generar

más de 350 ideas con más de 1.000 usuarios registrados, que bien aportaron las propuestas o apoyaron las de otros participantes.

Los temas más recurrentes de las propuestas fueron la movilidad (fomento de la bicicleta y el transporte público), el reciclaje y medioambiente, la con-

exión de la ciudad a través de wifi y diferentes propuestas culturales como la creación de espacios nuevos para la cultura o el desarrollo de eventos.

Como se ha podido comprobar, la iniciativa LabIN Granada supone una propuesta diferente para afrontar de manera colaborativa y distribuida los procesos de generación de proyectos culturales, desde grandes retos a largo plazo, como puede ser el diseño de un proyecto de Ciudad Europea de la Cultura, como pequeños proyectos que pueden ser encabezados por los propios ciudadanos.

REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

- AGNELLO, D. (2013): "Università e Smart Cities", *Rivista Di Storia Delle Idee*, 22: 27-31. <http://doi.org/10.4474/DPS/02/02/LSS103/05>
- ALMIRALL, E.; LEE, M., y WAREHAM, J. (2012): "Mapping living labs in the landscape of innovation methodologies", *Technology Innovation Management review*, September: 12-18.
- ANTHOPOULOS, L.G. (2015): "Understanding the Smart City Domain: A Literature Review", en RODRÍGUEZ-BOLÍVAR, M.P. (editor) "Transforming City Governments for Successful Smart Cities", Springer: 9-21.
- ARNKIL, R.; JÄRVENSIVU, A.; KOSKI, P. y PIIRAINEN, T. (2010): "Exploring quadruple helix. Outlining user-oriented innovation models", Tampere: University of Tampere-Institute for Social Research - Work Research Centre.
- ARRIBAS-BEL, D. (2014): "Accidental, open and everywhere: Emerging data sources for the understanding of cities", *Applied Geography*, 49: 45-53.
- BAKICI, T.; ALMIRALL, E. y WAREHAM, J. (2013): "The role of public open innovation intermediaries in local government and the public sector". *Technology Analysis & Strategic Management*, 25(3): 311-327.
- CENTRE FOR CITIES (2014): "Smart Cities", <<http://www.centreforcities.org/wp-content/uploads/2014/08/14-05-29-Smart-Cities-briefing.pdf>> [04/09/2017].
- COMISIÓN EUROPEA (2017): "Cultural and Creative Cities Monitor", <<https://composite-indicators.jrc.ec.europa.eu/cultural-creative-cities-monitor/>> [04/09/2017].
- CONSEJO SOCIAL DE GRANADA (2015): "Plan Estratégico de Granada - Estrategia Granada 2020", <<http://www.granada.org/inet/ConsejoSocial.nsf/05687d-46128ba0c5c1257f3a00473881/27430f9e035afa6bc125808b00479df9!OpenDocument>> [04/09/2017].
- DAMERI, R.P. (2013): "Searching for Smart City definition: a comprehensive proposal", *International Journal of Computers & Technology*, 11(5). <<https://www.>>

- researchgate.net/profile/Renata_Dameri/publication/283289962_Searching_for_Smart_City_definition_a_comprehensive_proposal/links/5630cd6608ae2df441bb7e5d.pdf> [04/09/2017].
- DVIR, R., y PASHER, E. (2004): "Innovation engines for knowledge cities: An innovation ecology perspective", *Journal of Knowledge Management*, 8(5): 16-27.
- ETZKOWITZ, H., y LEYDESDORFF, L. (1997): "Introduction to special issue on science policy dimensions of the Triple Helix of university-industry-government relations", *Science and Public Policy*, 24(1): 2-5. <http://doi.org/10.1093/spp/24.1.2>
- EUROPEAN INNOVATION PARTNERSHIP ON SMART CITIES AND COMMUNITIES (2015): "Smart Cities and Communities principles and enablers for citizen engagement: the experience from the European Innovation Partnership on Smart Cities and Communities", <https://eu-smartcities.eu/sites/all/files/CitizenFocus_FINAL_DOC_%282%29_0.pdf> [04/09/2017].
- FAGGIAN, A.; PARTRIDGE, M. y MALECKI, E. (2016): "Creating an environment for economic growth: creativity, entrepreneurship or human capital?", MPRA Paper, <<https://ideas.repec.org/p/prapa/mprapa/71445.html>> [04/09/2017].
- FLORIDA, R.L. (2002): *The rise of the creative class and how it's transforming work, leisure, community and everyday life*, Basic Books.
- GASCÓ, M. (2017): "Living labs: Implementing open innovation in the public sector", *Government Information Quarterly*, 34(1): 90-98. <http://doi.org/10.1016/j.giq.2016.09.003>
- GODDARD, J.; COOMBES, M.; KEMPTON, L. y VALLANCE, P. (2014): "Universities as anchor institutions in cities in a turbulent funding environment: vulnerable institutions and vulnerable places in England", *Cambridge Journal of Regions, Economy and Society*, 7(2): 307-325. <http://doi.org/10.1093/cjres/rsu004>
- KOMNINOS, N. (2002): *Intelligent cities: Innovation, knowledge systems and digital spaces* (1st ed.), London: Routledge.
- MEIJER, A., y BOLÍVAR, M.P.R. (2016): "Governing the smart city: a review of the literature on smart urban governance", *International Review of Administrative Sciences*, 82(2): 392-408. <http://doi.org/10.1177/0020852314564308>
- MERGEL, I. (2015): "Opening government. Designing open innovation processes to collaborate with external problemsolvers", *Social Science Computer Review*, 33(5): 599-612.
- NESTI, G. (2015): "Urban living labs as a new form of co-production", *Insights from the European experience*. Artículo presentado en ICPP - International Conference on Public Policy II. Milan, July1-4.

- PALLOT, M.; TROUSSE, B.; SENACH, B.; SCAFFERS, H. y KOMNINOS, N. (2011): "Future Internet and living lab research domain landscapes: Filling the gap between technology push and application pull in the context of smart cities", en CUNNINGHAM, P. y CUNNINGHAM, M. (Eds), eChallenges e-2011 Conference Proceedings, IIMC International Information Management Corporation, 2011.
- PARLAMENTO EUROPEO (2014): "Mapping Smart Cities in the EU", <[http://www.europarl.europa.eu/RegData/etudes/etudes/join/2014/507480/IPOL-ITRE_ET\(2014\)507480_EN.pdf](http://www.europarl.europa.eu/RegData/etudes/etudes/join/2014/507480/IPOL-ITRE_ET(2014)507480_EN.pdf)> [04/09/2017].
- SANCHEZ, L.; GALACHE, J.A.; GUTIERREZ, V.; HERNANDEZ, J.; BERNAT, J.; GLUHAK, A. y GARCIA, T. (2011): "Smartsantander: The meeting point between future internet research and experimentation and the smart cities", en *Proceedings of the IEEE Future Network and Mobile Summit (FutureNetw)*, Warsaw, Poland.
- VON HIPPEL, E. (2005): "Democratizing innovation: The evolving phenomenon of user innovation", *Journal Fur Betriebswirtschaft*, 55(1): 63-78. <http://doi.org/10.1007/s11301-004-0002-8>

CV

Esteban Romero Frías, *Medialab UGR - Universidad de Granada*

erf@ugr.es / <http://estebanromero.com/> / twitter [@polisea](https://twitter.com/polisea)

Doctor en Contabilidad (Universidad de Granada 2010). Profesor Titular del Departamento de Economía Financiera y Contabilidad de la Universidad de Granada. Director de Medialab UGR (<http://medialab.ugr.es/>) – Laboratorio de Investigación en Cultura y Sociedad Digital dentro del Vicerrectorado de Investigación de la Universidad de Granada. Director de LabIN Granada (<http://labingranada.org/>) – Laboratorio de Innovación Ciudadana de Granada. Sus trabajos de investigación se enmarcan en el e-research, abordando la investigación en ciencias sociales a partir de datos y herramientas basados en Internet. La mayor parte de su producción científica se centra en el empleo de técnicas webmétricas para el análisis de instituciones científicas y empresariales, así como en la aplicación de tecnología en educación. Desde 2007 utiliza blogs, wikis y redes sociales en su labor docente así como instrumentos para la comunicación de su trabajo investigador. Ha realizado además diversas

estancias de investigación en el extranjero, entre otras: University of Western Ontario, Canada; University of Wolverhampton, Reino Unido; Virtual Knowledge Studio, Amsterdam, Holanda; Centre de Recherche Interdisciplinaire, Université Paris Descartes, Paris, Francia. Ha impartido numerosos seminarios sobre Web 2.0, aprendizaje, ciencia abierta, conocimiento libre y emprendedores en España, México y Francia.

Esteban Romero Frías, Medialab UGR - Universidad de Granada

erf@ugr.es / <http://estebanromero.com/> / twitter [@polisea](https://twitter.com/polisea)

Doctor in Accounting (University of Granada, 2010). Professor at the Department of Finance and Accounting at the University of Granada (Spain). Director of Medialab-UGR (<http://medialab.ugr.es/>) - Laboratory for Research on Digital Culture and Society at Vice-Rectorate for Research and Knowledge Transfer of the University of Granada. Director of LabIN Granada (<http://labingranada.org/>) - Laboratory of Citizen Innovation of Granada.

His research works are framed in the field of e-research, using Internet tools and methods in social sciences. Most of his scientific production focuses on the use of webmetric techniques for the analysis of business and universities, as well as in the application of technology in education. Since 2007 he uses blogs, wikis and social networks in his teaching. He has made several research stays abroad, among others: University of Western Ontario (Canada); University of Wolverhampton (United Kingdom); Virtual Knowledge Studio (Amsterdam, The Netherlands); and, Center de Recherche Interdisciplinaire (Université Paris Descartes, Paris, France). He has given numerous seminars on Web 2.0, learning, open science, free knowledge and entrepreneurs in Spain, Mexico and France.

Giselle García Hípola, Medialab UGR - Universidad de Granada

giselleghipola@ugr.es

Doctora en Ciencia Política (Universidad de Granada 2014) en el Departamento de Ciencia Política y de la Admón., Máster en Co-

municación (Universidad de Granada, 2006) y Máster en Marketing Político, estrategias y comunicación política (Universidad Autónoma de Barcelona, 2008). Actualmente es Directora de la Casa del Estudiante- Centro Cultural Universitario Casa de Porras del Vicerrectorado de Estudiantes y Empleabilidad. Investigadora en el Grupo de Investigación en Ciencias Sociales de la Junta de Andalucía (SEJ-113) desde 2009, ha realizado estancias de investigación en el Instituto de Ciencias Políticas y Sociales, (Barcelona (dos años), Sciences Po, Paris (tres meses) y Dublin City University, Irlanda (tres meses). Entre sus principales líneas de investigación se encuentra la comunicación política, las campañas electorales, el comportamiento político y electoral (voto, regionalismo, gobierno multinivel); partidos políticos y liderazgo; medios de comunicación de masas e internet y métodos de investigación aplicada a la Ciencia Político.

Giselle García Hípola, Medialab UGR - Universidad de Granada

giselleghipola@ugr.es

Doctor in Political Science (University of Granada, 2014) at the Department of Political Science and Public Administration. Master in Communication" (University of Granada, 2005). Master in marketing: political communication and strategies" (Autonomous University of Barcelona, 2006- 2008). Director of the University Cultural Center "Casa de Porras"- Home's Students, Vice-rectorate of Students and Employability. I belong to a research group "Political Science" (SEJ-113), since April 2009. He has made research visits in Institut de Ciencies Politics i Socials, Barcelona, Spain (two years); Université de Sciences Po, Paris, France (three months) and Dublin City University, Ireland (three months). Research interests: Political Communication (Electoral and Political Campaings); Political Behaviour (vote, Regionalism, Multi-level governance, Regionalist dynamics); Political Parties and Leadership; Mass media and internet and Elite Methods and Qualitative Methodology applied to Political Science.

**ARTE Y
ECOSISTEMAS
DIGITALES:
LA IMPORTANCIA DE
LA CREACIÓN,
SENSIBILIZACIÓN Y
PARTICIPACIÓN
COLECTIVA**

CON LA RED
EN LA RED

GENEALOGÍA DE UN ARTE EXPANDIDO EN EL ENTORNO DIGITAL: PROYECTOS ARTÍSTICOS CON LA RED/ EN LA RED

Ana García-López

Universidad de Granada

agarcial@ugr.es

Belén Mazuecos

Universidad de Granada

bmazue@ugr.es

Resumen: Desde Ducham y Beuys el arte se expande hacia una categoría dúctil y maleable que no ha cesado de dilatarse y que trasciende sus propios límites hasta resultar elásticos. El campo del arte supera el entorno físico y se expande a la red de redes, utilizando Internet como un infinito ámbito de experimentación de posibilidades ilimitadas en el que el artista propone nuevos códigos, materiales y lenguajes para el arte contemporáneo. Este artículo propone un breve viaje por algunas poéticas nacidas a la luz de este nuevo gran soporte que desde finales de la década de los años noventa del siglo pasado no ha parado de evolucionar y ofrecer planteamientos que propician una evolución de los postulados asumidos en el arte contemporáneo. La revisión de algunos casos de estudio paradigmáticos ejemplificará diferentes formas de expandir el arte en el entorno digital con la red o en la red recurriendo a diferentes estrategias como el apropiacionismo, la hibridación, el hacktivism, el juego, etc.

Palabras clave: Arte expandido, Internet, Arte post-Internet, red, Net-Art, proyectos artísticos, apropiacionismo, Arte Digital, Art Games, sistema del arte.

Abstract: From Ducham and Beuys art expands into a ductile and malleable category that has never ceased to expand and that transcends its own limits until it becomes elastic. The field of art surpasses the physical environment and expands into the network of networks, using the Internet as an infinite field of experimentation of unlimited possibilities in which the artist proposes new codes, materials and languages for contemporary art. This article proposes a brief journey through some poetics born in the light of this new tool and support that since the late nineties of the last century has not ceased to evolve and offer approaches that propitiate an evolution of the postulates assumed in contemporary art. The revision of some paradigmatic case studies will exemplify different ways of expanding art in the digital environment with the network or in the network, using different strategies such as appropriations, hybridization, hacktivism, art game, etc.

Keywords: Expanded art, Internet, Post-Internet art, Network, Net-Art, artistic projects, appropriations, Digital Art, Art Games, art system.

1. INTRODUCCIÓN

Resulta evidente que en la actualidad se ha consolidado una definición dilatada del arte (anticipada por Duchamp y Beuys y antes aún por artistas humanistas como Leonardo Da Vinci y su visión holística de las artes) que, desmontando tipologías, amplía sus posibilidades en el campo de un arte expandido (Perniola, 2015). Desde la superación de los postulados de Clement Greenberg en los años 40 sobre la pureza de la pintura (Fanés, 2006) y el posterior viraje hacia una idea de arte dúctil y maleable de Rosalind Krauss (1979), los límites del arte no han hecho más que estirarse hasta resultar elásticos.

La ortodoxia de la modernidad comienza a ser obviada a finales de los años 60 y principios de los 70 por muchos artistas que buscaban los medios más adecuados para vehicular su propósito expresivo, sin importarles transgredir los límites formales o conceptuales que tradicionalmente encorsetaban las distintas disciplinas artísticas. Tal es el caso de movimientos como Fluxus, el Accionismo Vienés, las primeras manifestaciones del Body Art, el Land Art o el Arte Povera... hasta desembocar en el Arte Conceptual.

Desde ese momento, la muerte del arte (Danto, 1995) y su crisis de legitimidad ha centrado el debate de la posmodernidad y las disciplinas puras tradicionales han ido quedando relegadas a un espacio periférico, desbancadas por medios como la fotografía, la performance o la instalación.

Superadas las teorías formalistas de Greenberg cuatro décadas después por las de Krauss en la posmodernidad, el paradigma moderno fundamentado en la autonomía de las artes y la búsqueda de la pureza, comienza a virar forzosamente hacia un nuevo paradigma postmoderno dúctil y maleable, un sistema complejo integrado por una multiplicidad de prácticas artísticas híbridas difícilmente clasificables que atomizan la escena artística contemporánea.

El punto de tensión de rotura se alcanza en 2013 con la 55 Bienal de Venecia, titulada "El Palacio Enciclopédico", comisariada por Massimiliano Gioni, que supone un nuevo cambio de paradigma de lo que hasta el momento se había considerado arte, al poner al mismo nivel en una reseña artística prestigiosa el "insider" y el "outsider art" (equiparando a artistas profesionales y diletantes, salud mental y locura, artefactos y ready-mades, producciones antropológicas y obras de arte, etc), desestabilizando por completo el mundo del arte "institucional". La Bienal de Gioni radicaliza la idea populista de que cualquiera puede hacer arte, implícita en el desarrollo de las neo-vanguardias y abandera-

da por Beuys, (“todo hombre es un artista”), integrando lo marginal e incluso lo ajeno al ámbito artístico y generando no solo un mundo del arte sino una multiplicidad de mundos del arte paralelos (Gioni, 2013). Algo que internet y sus efectos virales también han puesto de manifiesto, con la democratización de los talentos artísticos y la autopromoción a través de la red.

2. ARTE EN LA RED VS. ARTE CON LA RED

Las transformaciones digitales y la globalización afectan de modo muy especial a la concepción del arte contemporáneo –y no solo a su distribución y consumo– al abordar nuevos soportes, técnicas y tecnologías basadas en el entorno digital que ocupan un nuevo espacio en el sistema del arte actual. Las nuevas generaciones de artistas y también el resto de agentes del mundo del arte (comisarios, críticos, coleccionistas, gestores culturales o historiadores del arte, entre otros) se imbuyen de forma natural en el arte basado en los medios digitales, sus posibilidades únicas y su potencial para el futuro del arte contemporáneo. Es una nueva generación la que habita el sistema del arte actual (en su doble dimensión, física y virtual); esa generación ya ha crecido con el *smartphone*, el ordenador y los videojuegos (Lieser, 2011) y se desenvuelve en un contexto en el que Internet, la red de redes, es a la vez soporte y materia prima de la propia obra de arte. Hablamos de un entorno en el que se suele incluir el *Net. Art*, el arte del código, la pintura digital, las experiencias cinematográficas en red, las instalaciones electrónicas, así como otros comportamientos tales como el activismo en red, los blogs y un conjunto muy extenso de prácticas artísticas articuladas en torno a las nuevas tecnologías y la red Internet.

Compartimos la idea de que el impacto de las nuevas tecnologías digitales en la creación artística contemporánea ha marcado el final del periodo posmoderno que caracterizó la historia del arte de los últimos 30 años, dando inicio a una nueva modernidad (Martín Prada, 2012). Sin embargo, la calificación a partir del soporte presenta limitaciones, pues categoriza en una aparente disciplina lo que realmente es un vehículo para la creación, por mucho que la herramienta abra nuevas vías para la misma. La tecnología per se, ha devenido en moda pasajera o demostración simple de habilidad tecnológica cuando no se ha apoyado sobre un discurso bien armado; por eso, cuando los artistas han podido situar sus trabajos en este nuevo entorno, han sido capaces de abordar sus propuestas conceptuales como un nuevo escenario de posibilidades, para

experimentar y discurrir por nuevos contextos creativos. Como sugiere Algora, “el arte ha de fluir constantemente para mantener su poder. Y cuando los medios a través de los cuales se expresa no se expanden, de forma casi mágica, encuentra nuevos cauces que lo elevan a un nivel superior” (Algora, 2008).

La evolución de los medios y de los soportes ha contribuido a cambiar la forma de pensar y de crear para los artistas. Cada vez más, prevalecen obras y experiencias híbridas que mezclan diferentes medios, soportes y disciplinas. El significado mismo de estos términos se va difuminando: el medio se convierte en contenido, el soporte en medio y la información en arte (Bosco y Caldana, 2003).

La relación de las prácticas artísticas con Internet es doble, pues se refiere tanto al uso de la red como campo de investigación y creación, por un lado, como a la utilización de dicho soporte como instrumento de difusión, presencia, búsqueda de reputación y promoción, por otro. En este sentido, Internet es tanto un contenedor como un generador de contenidos, y en ocasiones los límites entre una y otra función son difusos.

Cuando la red constituye un campo de creación propio e inherente a la propia obra, nos aproximamos tanto a la actualidad de las *obras en red* (activismos, instalaciones en RRSS, arte con datos, *blog-arts*, instalaciones conectadas a la red, etc.), como a las manifestaciones artísticas que trabajan relacionando sus propuestas con Internet en cualquiera de sus dimensiones y a través de cualquier medio de expresión o disciplina (vídeo, imagen digital, fotografía, performance, etc.) sin ser propiamente obras en línea.

A partir de dicha relación se plantean interesantes temas de reflexión como el papel de las RRSS en la creación artística, la autoría, los derechos sobre la obra de arte, la exploración de los límites de lo que se puede calificar arte en la red, etc., y se establecen estimulantes intersecciones con otras prácticas disciplinares próximas que podrían igualmente ser calificadas como experimentos políticos, sociológicos, geosociológicos, antropológicos, etc.

3. CASOS DE ESTUDIO EN LA NUEVA ESCENA ARTÍSTICA

Una vez esbozado el estado del arte actual, en este capítulo abrimos una ventana al análisis de proyectos de artistas que experimentan con lenguajes y soportes que suponen nuevos retos para la creación contemporánea con la red y en la red. Entre los artistas que se mueven en este ecosistema intangible (aunque a veces también material, como veremos más adelante), encontramos

que las propuestas de arte contemporáneo que responden a cuestiones digitales en la red no tienen un solo mensaje y sus límites son difusos, ya que se mueven en el terreno de la hibridación, la versatilidad de soportes y la amplitud poética. Los ejemplos que revisaremos a continuación responden a una categorización permeable y en continua metamorfosis, por lo que debe ser tomada como tal y no como una sistematización estanca y fija.

3.1. APROPIACIONISMO Y MIXTURAS DIGITALES

El artista como nuevo coleccionista de imágenes y hacedor de collages digitales se inicia a través de Internet como campo de absorción de la memoria global en línea, apropiándose de imágenes desde los archivos digitales que encuentra, eligiendo secuencias y fotografías para recomponer una mezcla, en ocasiones caótica y desordenada o bien perfectamente estructurada. Esta gestión de la obra encontrada, recuerda a una versión actualizada del *Ready Made*, el *Art Trouvé*, el *Assemblage* o incluso el *Arte Povera*, donde el artista se nos aparece como un recolector que persigue la integración y la fusión de imágenes otorgando una nueva estructura de sentido.

La utilización de los grandes repositorios colectivos como *YouTube*, *Flickr* o *Instagram* por parte de los artistas produce nuevas poéticas en las que las estrategias utilizadas son variadas y muy sugerentes.

Ejemplos de tal apropiación los tenemos en la conocida macro instalación de vídeo de **Christopher Baker (EE.UU, 1979)**, "*Hello world or: how I learned to stop listening and love the noise*" ("*Hola Mundo o cómo aprendí a dejar de escuchar y amar el ruido*")¹ en la que utilizando miles de diarios en video colgados en la red, el artista medita sobre la difícil situación actual de los medios democráticos y participativos y el deseo humano fundamental de ser escuchado. O el interesante trabajo de **Natalie Bookchin (EE.UU, 1962)**, "*Testament*" ("*Testamento*")², que compone con miles de capítulos de vídeo, una serie de expresiones colectivas del yo compartido en la web. Compuesto de capítulos de video, "*Testament*" presenta una serie de expresiones colectivas del yo compartido. La artista elabora una minuciosa ordenación de los clips encontrados, editándolos como flujos y patrones de auto-revelación individual y colectiva en los que los individuos hablan al unísono, se solapan, agregan estribillos, repeticiones, iteraciones y variaciones, se unen y completan narraciones en solitario. La serie

1. Ver en <https://vimeo.com/1553583/8/12/2017>.

2. Ver en <https://bookchin.net/projects/testament/> (8/12/2017).

reflexiona sobre la peculiar mezcla de intimidad y anonimato, de conectividad simultánea y aislamiento de las relaciones sociales contemporáneas.

3.2. ART GAMES Y ARTE EN JUEGO, O LA TRANSFERENCIA DE LA ESTÉTICA GAMING AL ARTE CONTEMPORÁNEO

Que los videojuegos deben ser considerados como una expresión artística lo ha confirmado el Museo de Arte Moderno de la ciudad de Nueva York, legitimando su estatus al incluir algunos títulos entre sus exposiciones³. Los juegos de vídeo no solo cuentan con diseños y bandas sonoras impresionantes cuyos compositores ofrecen multitudinarios conciertos, sino que cuentan historias de una manera que ningún otro medio podría superar.

Las relaciones entre arte y videojuegos son un tema asentado dentro de la investigación artística. Los juegos artísticos, se sitúan por tanto, más allá de la mera jugabilidad y son conocidos, incluso en las consolas de compra on-line dentro de la categoría *Game Art*. Los trasvases de un campo al otro han ido en las dos direcciones y podemos encontrar ejemplos de este flujo de influencias. Pionera y quizá una de las más cercanas, la obra de **Valeriano López (España, 1963)**, ya se adelantó con su pieza audiovisual de estética videogame en 1998 *"Estrecho Adventure"* (*"Aventura del Estrecho"*) en la que lanzaba una reflexión sobre la realidad cotidiana de miles de personas intentando cruzar el Estrecho de Gibraltar en busca de una vida mejor. Por otro lado, **Javier Longobardo (España, 1969)**, ha realizado y dirigido videoclips mediante animación 3D para músicos de renombre como Kanye West (EEUU), Múm (Islandia), los Planetas (Granada), entre otros. Internet no sólo le ha permitido trabajar con artistas internacionales, sino también dirigir un equipo on-line que ha ido cristalizando en los últimos años. La vinculación del artista de Gijón afincado en Granada con la estética de los video juegos está latente en sus series de Soft Movies como *"Buck Sad"*⁴ o en Video clips musicales.

Finalmente, mencionaremos en este apartado el trabajo de la artista **Laia Arqueros Claramunt (España, 1985)**, que junto con Juan y Pablo Molina (diseñador de niveles y músico e ingeniero informático y programador, respectivamente), diseñó el videojuego *Astrå*, ambientado en la mitología griega e inspirado en *Mario Galaxy*. Desarrollado por *Fabuloso Games*, *Astrå* fue incluido

3. La colección de video juegos fue incluida en la exposición *"Applied Design"* (*"Diseño aplicado"*) (Marzo de 2013). Ver la colección adquirida por el MoMA en https://www.moma.org/explore/inside_out/2012/11/29/video-games-14-in-the-collection-for-starters/ (8/12/2017).

4. Ver en <http://javierlongobardo.com/> (10/12/2017).

entre lo mejor del año 2015 en la *App Store* y seleccionado por *Apple* como uno de los mejores juegos del año de su catálogo digital. Su estética es común a las producciones de la artista en cerámica, grabado e ilustración.

3.3. DE LOS DATOS AL MUNDO REAL: LA POÉTICA DE LA VISUALIZACIÓN DE DATOS EN EL ARTE *POST-INTERNET*

El viaje desde la red hasta el mundo material ofrece obras que van desde la materialización en la galería o el museo de obras de *Net. Art*, hasta las propuestas de visualización de flujos informáticos o datos en tiempo real. Estas prácticas, también se pueden encontrar dentro de la corriente de lo que ha venido en llamarse Arte post-Internet, como aquel que se realiza bajo el influjo del acto de navegar por la red, es decir, obras de arte acerca o sobre internet, en las que la red no es necesariamente su medio, pero es su ámbito de referencia y su campo conceptual y temático.

Dentro de esta corriente, la estética de datos y conectividad aúna obras que se desarrollan a partir de la visualización de los datos abiertos (*Open Data*), que son utilizados libremente por los artistas para modificarlos y compartirlos en obras de arte. Estas piezas pueden utilizar datos de la realidad para producir obras que aunque pueden quedar igualmente en el espacio virtual saltan al espacio material, con lo que el viaje se completa de dentro a afuera.

En la pieza "*World processor*" ("*Procesador del mundo*")⁵, **Ingo Günter (Alemania, 1957)**, realiza una instalación de 1000 bolas terráqueas con la representación gráfica de datos sobre economía, sociología, política, etc. en tiempo real que está activa y mostrándonos datos desde 1988.

Otro ejemplo es la pieza móvil de **David Bowen (EE.UU., 1975)**, "*Tele-Present Water*" ("*Agua telepresente*")⁶, recibe datos de la boya 46075 situada en el Océano Pacífico de la *National Oceanic and Atmospheric Administration* y se ondula según el movimiento del océano en ese preciso punto en tiempo real. Del mismo artista es la pieza "*Remote sonar drawing device*" ("*Dispositivo sonar de dibujo remoto*")⁷ en la que se instaló un dispositivo en Laboral Centro de Arte y Creación de Gijón (España) y otro idéntico en el Laboratorio de Visualización de Imágenes Digitales de la Universidad de Minnesota. Consistía en una instalación doble de un brazo de dibujo robótico con un conjunto de sensores de sonda instalados en Minnesota y el mismo equipo instalado en España. La

5. Ver en <https://ingogunther.com/worldprocessor> (14/12/2017).

6. Ver en <https://www.youtube.com/watch?v=0p3je4WGcM0> (14/12/2017).

7. Ver en <http://www.dwbowen.com/remote-sonar-drawing-device> (12/12/2017).

información recopilada por los sensores se envió a través de Internet al brazo de dibujo en el lugar opuesto. Por lo tanto, el brazo robótico en España produjo dibujos basados en las entradas que recibió del conjunto de sensores en Minesota y viceversa. Se alentó al público a participar en ambos lugares produciendo dibujos gestuales en el otro continente.

Finalmente, nos referiremos en este punto a **José López Montes (España, 1977)**, artista granadino vinculado a la creación musical basada en datos, realiza la sonificación de datos espectrográficos y la composición algorítmica en su última pieza "*Chasmata*" para la celebración del XX aniversario del Museo Guggenheim (Octubre de 2017) realizada con datos de la atmósfera y el suelo de Marte de la Estación Espacial Internacional (ISS).

3.4. REFLEXIÓN SOBRE LOS MECANISMOS DE CIRCULACIÓN Y DIFUSIÓN DEL SISTEMA DEL ARTE TRADICIONAL DESDE LA RED

Para terminar, haremos referencia al potencial del arte que utiliza la red como plataforma de cuestionamiento del sistema del arte tradicional. Efectivamente, las obras de *Net.Art*, concebidas para la red telemática *Internet*, representan en sí mismas una crítica a los mecanismos de circulación y difusión del arte, así como a las instituciones culturales y expositivas tradicionales.

Un claro ejemplo lo representa el trabajo de **Antoni Muntadas (España, 1942)**, "*The File Room*" ("*La habitación-archivo*") (1994). Aunque Muntadas empezó su andadura artística como pintor, continuó incorporando a su discurso otros medios como la fotografía y la pintura, hasta adoptar a partir de 1985 los grandes formatos de sus instalaciones arquitectónicas que se adaptaban mejor al tema de sus piezas: el análisis de las instituciones culturales y del poder político. "*The File Room*", considerado como uno de los primeros proyectos de *Net. Art*, es una base de datos interactiva que archiva casos de manifestaciones culturales censuradas. De esta forma, burla los canales tradicionales de distribución, coleccionando y difundiendo arte prohibido por el sistema – aprovechando la especificidad del medio: Internet– para estimular el diálogo y el debate en torno a la censura. "*The File Room*" es un proyecto artístico en curso iniciado por Muntadas (pero en el que el espectador asume igualmente el papel de artista) y producido por *Randolph Street Gallery* en colaboración con la Escuela de Arte y Diseño de la Universidad de Illinois en Chicago y el Departamento de Asuntos Culturales-Ciudad de Chicago. Su realización fue posible gracias a la financiación del *Nacional Endowment for the Arts* y de la *Richard H. Driehaus Foundation*.

En su formulación original, “*The File Room*”, combinaba una instalación en el espacio real, el *Chicago Cultural Center*, y un sitio web (<http://www.thefileroom.org/>)⁸. En ambos espacios, el real y el virtual, una serie de archivadores, continentes de una ingente cantidad de casos de censura en el arte, podían ser consultados libremente por los usuarios. En la primera planta del *Chicago Cultural Center* se construyeron 138 archivadores de metal negro que contenían 552 cajones. La componente interactiva del proyecto consistía en 7 monitores de ordenador conectados en red a un servidor central, instalados en los cajones de los archivadores alrededor de la habitación. En el centro de la estancia había un pupitre con otro ordenador en el que los visitantes podían colgar sus propios ejemplos. El proyecto se inauguró con más de 400 casos de censura desde la antigüedad al presente. El hecho de ubicar la instalación en el espacio físico de una institución cultural acentuaba la ironía de la pieza asumiendo una relevancia mayor; se atacaba al sistema desde sus propias dependencias. La estructura del edificio se convertía en el verdadero objeto de la crítica. La metodología y la ideología del sistema chocaba con el espíritu que animaba la obra, subrayándose la paradoja. En la red para acceder a una información concreta los usuarios podían recurrir a un navegador diseñado a tal efecto, o seleccionar alguna de las cuatro categorías bajo las que se archivaban los casos: fechas, localización, materia o medio (Casacuberta, 2003).

La interesante experiencia, surgida a raíz de una reflexión sobre la censura en TV (debido a que Muntadas realizó un documental por encargo que nunca llegó a emitirse), fue materializada por un reducido grupo de artistas, estudiantes de arte y profesionales del mundo del arte dirigidos por el artista.

Daniel García Andújar (España, 1966), es otro artista de *Net.Art*, que cuestiona en su obra “*Technologies to the people*” (*Tecnologías para la gente*) (1996) las promesas democráticas de los nuevos medios y critica la voluntad de control que éstos esconden detrás de su aparente transparencia.

De la misma forma, el colectivo **CRITICAL ART ENSEMBLE (CAE) (Conjunto de arte crítico) (EE. UU., 1987)**, constituido por cinco artistas y críticos de varias especialidades: Hope y Steve Kurtz, Steve Barnes, Dorian Burr y Beverly Schlee, acuñó en 1994 el término *Desobediencia Civil Electrónica* para definir aquellas propuestas de activismo artístico que necesitan de la WWW para resultar eficaces, infiltrando en la red sus acciones o *performances*. Discon-

8. Ver en <http://www.thefileroom.org.> (01/11/03).

formas con la absorción, comercialización y manipulación del arte, CAE rehuye la intermediación artística infiltrando sus acciones en la red.

La etiqueta “*hacktivismo artístico*” define con propiedad las prácticas de *Critical Art Ensemble* (*Conjunto de arte crítico*) resultantes del matrimonio entre un activismo social y político con inquietudes artísticas y prácticas de hacker: “las herramientas que los piratas informáticos desarrollan para burlar la seguridad de sistemas ajenos son asimiladas por una práctica artística comprometida que busca manifestar su disconformidad.” (Urroz, s.f.)

El colectivo propone desde libros en formato PDF de acceso democratizado como “*Digital Resistance, Electronic Civil Disobedience*” (“*Resistencia Digital, Desobediencia Civil Electrónica*”) o “*Flesh Machine*” (“*Máquina de carne*”), hasta proyectos como el taller en medios tácticos: “*Hallifax: Beg your Pardon!*” (“*Hallifax: Pide perdón*”) activado, en el año 2002, en el que introducen diversos soportes (radio pirata, postales, banderas, etc.) para manifestar su disconformidad con la inflación de propuestas de arte público que inunda las ciudades contemporáneas. De esta forma critican los mecanismos de circulación del arte mediante la articulación de sistemas alternativos.

Critical Art Ensemble (*Conjunto de arte crítico*), como el resto de artistas que operan en la red, se enfrenta a algunos de los ritos que tradicionalmente adornan el carácter exquisito del arte, como sus atributos de unicidad o autoría que contribuyen a configurar el aura de una obra.

El colectivo artístico **Young-Hae Chang Heavy Industries (YHCHI) (Corea, 1999)**, fundado por el artista coreano Young-Hae Chang y el artista americano Marc Voge, producen un trabajo net-artístico basado en la elaboración de bases de datos de obras realizadas con el programa informático *Flash* que combinan animación, texto y sonido tomando prestado el *modus operandi* del “karaoke”. De esta forma, plantean un sistema alternativo de exhibición de sus piezas, algunas de las cuales constituyen en sí mismas una crítica al sistema del arte y al papel que el artista asume en su interior (*Artist Statement -Declaración de artista- No. 45, 730, 944: The Perfect Artistic Web Site -La perfecta página web de artista-⁹*).

Por último mencionaremos el caso de la artista **Cornelia Sollfrank (Alemania, 1960)**, *cyberfeminista* y *hacker*, recurre a la estrategia de la “desobediencia civil electrónica” puesta en marcha por *Critical Art Ensemble* (*Conjunto*

9. Ver en <http://www.yhchang.com/>, (19/09/06).

de arte crítico).¹⁰ A través de la práctica del *Net. Art.* contesta el significado tradicional de la distribución del arte: el museo, la competición, el jurado, el premio. Sollfrank, además, pone en cuestión en sus trabajos la autoría de la obra de arte y evidencia la incompetencia de los curadores y otros intermediarios artísticos. En su obra "*Female Extension*" ("*Extensión Femenina*"), la artista atenta contra la convocatoria internacional de *Net. Art.* -"*Extension*" ("*Extensión*") (organizada en 1997 por el Museo de Arte Contemporáneo de Hamburgo). "*Extension*" fue el primer concurso internacional de *Net. Art.* organizado por un ente institucional. La intención del concurso era ampliar la dimensión física del museo en el espacio virtual, invitando a la reflexión sobre los problemas que plantea la musealización de las piezas creadas en la red.

Los artistas debían colgar directamente en la web del museo la obra participante en el concurso. Sollfrank, sin embargo, advierte la contradicción existente en la base de esta iniciativa ya que las obras de *Net. Art.* obedecen a la búsqueda de canales de comunicación alternativos al espacio del museo.

El proyecto de la artista consistió en inscribir en el concurso a un elevado número de mujeres artistas ficticias, dotando a cada una de ellas de un número de teléfono, fax y cuenta de correo electrónico operativos. Para realizar todas las obras de las 289 artistas inventadas, Sollfrank recurrió al software *Net. Art. Generator* (www.obn.org/generator) que recombina material colgado en la red de forma casual mediante la inserción de palabras claves en un motor de búsqueda (una suerte de *cyber-ready-mades*), creando en un tiempo récord los doscientos proyectos necesarios.

El día que el jurado anunció los nombres de los ganadores del concurso, Sollfrank difundió un comunicado de prensa en el que revelaba su intervención. De esta forma, la artista reflexionaba sobre el concepto de autoría al mismo tiempo que desenmascaraba la incapacidad del museo para aprehender la verdadera esencia de las obras de *Net. Art.*

4. A MODO DE REFLEXIÓN FINAL

Históricamente todo arte es producto de la determinada tecnología disponible (carbón, óleo, grafito, temple, acrílico, etc.), donde se ha utilizado cierta técnica o procedimiento que posibilita un camino nuevo para la creación. Las artes plásticas y visuales (o más bien la idea tradicional de las mismas) han evolucionado y ampliado sus ámbitos desbordando fronteras y compartimentos

10. Ver en http://www.artwarez.org/aw/content7rot_tilman.html, (06/09/06).

estancos, abordando espacios inexplorados, conquistando territorios y traspasando ámbitos. Desde el carboncillo hasta el pixel, los artistas abrazan las disciplinas del plano, el tiempo y el espacio utilizando *Internet* para iniciar nuevos caminos de experimentación artística, aportando propuestas capaces de ofrecer derivas desde la red hacia el mundo material (y viceversa), de tomar del entorno virtual datos masivos y archivos digitales compartidos en los grandes repositorios en red hasta redefinir versiones evolucionadas de postulados creativos que emanan de las mismas vanguardias históricas, proponiendo un interesante replanteamiento de la colaboración, de la acción de compartir en el arte actual y de la noción de autoría. La red es infinita como propuesta, como soporte y como inspiración; la transformación digital favorece el avance de las disciplinas tradicionales al abordar este nuevo soporte, junto con técnicas y tecnologías basadas en el entorno digital, ocupando un nuevo papel en el campo de la creación contemporánea.

REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

- ALGORA, M. et al. (2008): *Máquinas y almas*. [catálogo], Museo Nacional Centro de Arte Reina Sofía, Madrid.
- BARBANCHO, J.R. (2009), "El arte actual en el campo expandido. La hibridación de los géneros", en <http://juanramonbarbancho.blogspot.com.es/2009/10/el-arte-actual-en-el-campo-expandido-la.html> (21/09/16)
- BOSCO, R. Y CALDANA, S. (2003): Catálogos Art Futura en <http://www.artfutura.org/v2/artthought.php?idcontent=10&idcreation=38&mb=1> (10/12/17).
- CASACUBERTA, D. (2003): "Las relaciones entre política y arte en red: descubra las 9 diferencias", *Artnodes*, <http://www.uoc.edu/artnodes/esp/art/dcasacuberta1003/dcasacuberta1003.html>, (03/11/03).
- DANTO, A. (1995), *Después del fin del arte: El arte contemporáneo y la linde de la historia*, Paidós, Barcelona, 2010.
- GIONI, M. (2013), *Il palazzo enciclopédico. La Biennale di Venezia 55. Esposizione Internazionale d'Arte*, Marsilio Editori, Padova.
- FANÉS, F. (ed.) (2006): *Clement Greenberg. La pintura moderna y otros ensayos*, Siruela, Madrid.
- KRAUSS, R. (1979): *La escultura en el campo expandido*, Paidós, Barcelona.
- LIESER, W. (2011): "No hablemos de arte digital, ¡hablemos de arte!" en *Catálogos Art Futura 2011*. Ver en: <http://www.artfutura.org/v2/artthought.php?idcreation=71&mb=1> (18/11/2017)

- MARTÍN PRADA, J. (2012): *Prácticas artísticas e internet en la época de las redes sociales*, Akal, Madrid.
- PERNIOLA, M. (2015): *El arte expandido*, Casimiro Libros, Madrid, 2016.
- URROZ OSÉS, A. (s. f.): "Arte y activismo de Internet. Los episodios de convergencia de la ciencia, la tecnología y el arte en la cultura audiovisual y multimedia" en <http://66.249.93.104/search?q=cache:x3Vp8FttyYYJ:www.mediatecaonline.net/ivjorn>, (18/01/06).
- <https://vimeo.com/1553583> (8/12/2017).
- <https://bookchin.net/projects/testament/> (8/12/2017).
- https://www.moma.org/explore/inside_out/2012/11/29/video-games-14-in-the-collection-for-starters/ (8/12/2017).
- <http://javierlongobardo.com/> (10/12/2017).
- <https://ingogunther.com/worldprocessor> (14/12/2017).
- <https://www.youtube.com/watch?v=0p3je4WGcM0> (14/12/2017).
- <http://www.dwbowen.com/remote-sonar-drawing-device> (12/12/2017).
- <http://www.thefileroom.org>, (01/11/03).
- <http://www.yhchang.com/>, (19/09/06).
- http://www.artwarez.org/aw/content7rot_tilman.html, (06/09/06).

CV

Ana García López es doctora en Bellas Artes y en la actualidad es Vice-decana de Internacionalización e Investigación de la Facultad de Bellas Artes de la Universidad de Granada y profesora del área de Proyectos Audiovisuales y Diseño. Ha puesto en pie y dirigido las dos ediciones de la 'Muestra de Arte Efímero. Tradición y Modernidad' de Granada en 2008 y 2009 y la 'Bienal del Milenio. Arte Contemporáneo y Patrimonio' en 2011 en Granada (España).

Especialista en la relación entre arte contemporáneo, diseño y patrimonio, ha dirigido diversos proyectos Investigación tales como el proyecto "Estrategias de comunicación del patrimonio a través del Arte contemporáneo. Transferencias culturales entre artesanía, arte y diseño" proyecto transfronterizo España-Marruecos y el que coordina actualmente WARMEST, un proyecto Europeo dotado con 1.3 m.€ en el que se investiga una herramienta predictiva para la conservación del patrimonio cultural junto con especialistas de cuatro países. Ha sido investigadora a

tiempo completo en el proyecto europeo de I+D+i GlocalFineArt (FP7 IAPP Marie Curie Actions) que realizó un estudio del estado del mercado del arte europeo. Pertenece a la directiva del Paradox Foro Europeo de Bellas Artes cuyo congreso bianual coordinó en Granada en Septiembre de 2013 y de ELIA (European League of Institutes of the Arts) network desde la que prepara y el próximo congreso bianual en Rotterdam en Septiembre de 2018 como miembro del comité científico.

Miembro fundador de la empresa ALDEAVISUAL SL especializada en contenidos y proyectos de multimedia interactivo, e-learning o enseñanza virtual para empresas, para webs de difusión cultural, divulgación científica y publicidad activa desde 1999 hasta 2006.

Ana Garcia-Lopez is Doctor in Fine Arts and Vice-Dean for Internationalization and Research at the Fine Arts Faculty (Univ. of Granada). She lectures in Media Art Projects and Design (Grade) and Exhibition Design. She has directed the International Exhibition on Ephemeral Art (2008-2009) and the Granada Millenium Biennale. Contemporary Art and Heritage in Granada (Nov. -Dec. 2011).

Specialist in the relationship between contemporary art, design and heritage, she has directed several research projects such as "Strategies of communication of heritage through contemporary art: Cultural transfers between crafts, art and design", a cross-border project in Spain and Morocco. She is currently coordinating WARMEST, a European project (H2020) funded with €1.3m in which a predictive tool for the conservation of cultural heritage is being investigated together with specialists from four European countries. She has been a full-time researcher in the European project GlocalFineArt (FP7 IAPP) that carried out a study on the state of the art market in Europe. She belongs to the board of the Paradox Fine Art European Forum (coordinated its biannual conference in Granada in September 2013) and the ELIA (European League of Institutes of the Arts) network, from which she is preparing and the next biannual congress in Rotterdam in September 2018 as a member of the scientific committee.

Founding member of the company ALDEAVISUAL SL specialized in multimedia, e-learning or virtual teaching contents and projects for companies, for cultural dissemination websites, scientific dissemination and active advertising from 1999 to 2006.

Belén Mazuecos es artista, Profesora Titular del Departamento de Pintura y Directora del Área de Artes Visuales del Vicerrectorado de Extensión Universitaria de la UGR. Doctora en Bellas Artes con Mención Europea por la Universidad de Granada (2008), Licenciada en Bellas Artes por la UGR y la Accademia di Belle Arti di Brera de Milán (2001) y en Antropología Social y Cultural por la UGR (2011), ha completado su formación en otros centros extranjeros, como la Universidad de Costa Rica (2002), la Universidad Bocconi de Milán (2004) o el International Center for Art Economics de Venecia (2005-2009).

En los últimos 4 años ha dirigido 3 proyectos de I+D de ámbito nacional e internacional sobre el sistema y mercado del arte contemporáneo y emergente y ha participado en otros proyectos sobre transferencias culturales entre arte, artesanía y diseño, y comunicación del patrimonio a través del arte contemporáneo. Actualmente es IP del proyecto de investigación "Artes visuales, gestión del talento y marketing cultural (ARTAPP) [HAR2014-58134-R]", financiado por el Ministerio de Economía y Competitividad y forma parte del equipo de investigación del proyecto europeo WARMEST [Horizonte 2020] de conservación preventiva del patrimonio inmueble.

Belén Mazuecos is an artist, Professor of the Department of Painting and Director of the Visual Arts Area of the Vice-rectorate of University Extension of the UGR. PhD in Fine Arts with European Mention by the University of Granada (2008), Bachelor of Fine Arts by the UGR and the Accademia di Belle Arti di Brera of Milan (2001) and in Social and Cultural Anthropology by the UGR (2011), she has completed her training in other foreign centres, such as the University of Costa Rica (2002), the Bocconi University of Milan (2004) or the International Center for Art Economics of Venice (2005-2009). In the last 4 years she has directed 3 national and international R&D projects on the system and market of contemporary and emerging art and has participated in other projects on cultural transfers between arts, crafts and design, and heritage communication through contemporary art. He is currently a head of the research project "Visual Arts, Talent Management and Cultural Marketing (ARTAPP) [HAR2014-58134-R]", funded by the Ministry of Economy and Competitiveness and she is part of the research team of the European project WARMEST [Horizonte 2020] (2017-2021) on preventive conservation of immovable heritage.

BELIEVING IN CHANGE: THE AESTHETIC VALUE OF REPETITION AND ACCUMULATION TO SOCIALY-ENGAGED PRACTICE

Ames Hawkins

Columbia College Chicago

ahawkins@colum.edu

Phil Bratta

Michigan State University

philbratta@gmail.com

Summary: On June 8-10, 2013, about 1,000 volunteers laid 1,018,260 fabricated bones on the National Mall in Washington D.C., bringing to fruition almost five years of effort to execute the project *One Million Bones*. The project's intention was to create a symbolic mass grave in this democratic public space in order to bring awareness to current and ongoing genocides happening in various countries in the world. We participated in almost every aspect of *One Million Bones*, and, during the installation, we came to observe the unanticipated use of the 2.0 app Instagram. In this chapter, we examine the Instagram images posted following the *One Million Bones* live D.C. installation in order to illustrate that mobile media offer activists the rhetorical affordances of two particular aesthetic strategies: repetition and accumulation. First, we illustrate that the *One Million Bones* project is socially-engaged practice involving the social media platform Instagram, an app that proved to be used often during the three day installation and event. Next, we describe the concepts of repetition and accumulation, articulating the ways that they emerge, are practiced, and can be identified. We turn to roughly 450 unplanned Instagram postings in order to explore these concepts in action. Finally, we discuss the ways repetition and accumulation visible in *One Million Bones* reveal a sincere belief/faith in art and activism to address global issues and change the world. Overall, we offer ideas for further thinking about art activism and mobile media by proposing that scholars, activists, artists, and communities consider these aesthetic strategies when study-

Resumen: El 8-10 de junio de 2013, unos 1.000 voluntarios instalaron 1.018.260 huesos fabricados de arcilla y de papel en el National Mall en Washington D.C., llevando a cabo casi cinco años de esfuerzo para cumplir el proyecto <<One Million Bones>>. El proyecto se centraba en crear una fosa común simbólica en este espacio público democrático para concienciar al público sobre los genocidios actuales que ocurren en varios países del mundo. Los investigadores participaron en casi todos los aspectos del proyecto <<One Million Bones>>, y, durante la instalación, llegaron a observar el uso imprevisto de la aplicación 2.0 Instagram. En este capítulo, se analizan las imágenes de Instagram publicadas después de la instalación en vivo de *One Million Bones* para ilustrar las ventajas retóricas que los medios móviles les ofrecen a los activistas. Los investigadores presentan dos estrategias estéticas particulares: la repetición y la acumulación. Primero, se plantea el proyecto *One Million Bones* como ejemplo de arte comprometido y activismo cívico que contaba con el apoyo del medio social Instagram, una aplicación se utilizaba con frecuencia durante la instalación y el evento de tres días. A continuación, se definen los conceptos de repetición y acumulación y se describen las formas en las que se emergen, se practican y se pueden identificar, utilizando aproximadamente 450 publicaciones en Instagram con el fin de explorar estos conceptos en acción. Finalmente, se comenta la manera en que las formas de la repetición y la acumulación en *One Million Bones* sirven para crear una creencia / fe sincera en el arte y el activismo cívico y también proveen un mecanismo para abordar los problemas globales. En suma, los inves-

CON LA RED EN LA RED

CREACIÓN, INVESTIGACIÓN,
COMUNICACIÓN CULTURAL Y
ARTÍSTICA EN LA ERA DE INTERNET

ing, practicing, and delivering art activism projects within non-digital and digital spaces.

Keywords: repetition; accumulation; art activism; socially-engaged practice; Instagram

tigadores ofrecen ideas para reflexionar sobre el activismo cívico y el poder de los medios móviles y proponen estrategias estéticas al desarrollar proyectos de activismo cívico y artístico situados en espacios digitales y físicos.

Palabras claves: *Activismo cívico; arte comprometido; compromiso civil; práctica socialmente comprometida; medios de comunicación social; escritura digital; Instagram; genocidio*

INTRODUCTION

On June 8, 2013, more than 1,000 volunteers associated with the large-scale social arts project *One Million Bones* installed 1,018,260 fabricated bones (plaster, clay, paper, wood, and fabric) on the National Mall of Washington, D.C. Initially created in 2008 by Artistic Director Naomi Natale, the project intended to address current genocides, such as those happening in Democratic Republic of Congo, Sudan, Burma, Syria, and Somalia. Through the symbolic connection of fabricated bones to victims of genocide, the idea was to prompt politicians and citizens to take social and political action against these atrocities. In addition to the installation, the three-day event included information tents, educational workshops, and reflection booths. On June 9, the event featured speakers and performers, later followed by an evening candlelight vigil. On June 10, many participants joined the Enough Project, and engaged in their Act Against Atrocities advocacy day, by meeting with politicians to address genocide and public policy.

Both during and following the installation, volunteers and non-volunteers took many photographs of aspects of the arts activism project, oftentimes posting them on various social media platforms. Photographs on social media, specifically on Instagram, were often hashtagged with the project's name: #onemillionbones. This engagement with *One Million Bones* via a web 2.0 technology had two important impacts: 1) it enabled identification of an arts activist community through connection between disparate individuals; and 2) it created a second, unanticipated digital iteration from photographic images of the physical non-digital installation.

Scholars have shown the importance of social media in building affiliation (Gillen and Merchant, 2013; Lee, 2011; Marwick and Boyd, 2011) and the intersection of social media and activism (Strafella and Berg, 2015; Fischer, 2016). We add to this scholarship by proposing that, in addition to documentation, idea circulation, and communication, Instagram and other social media platforms enable certain aesthetic strategies when practicing and delivering art activism projects within non-digital and digital spaces. In this chapter, we examine the Instagram images posted following the *One Million Bones* live D.C. installation in order to argue that mobile media offer activists the rhetorical affordances of two particular aesthetic strategies: repetition and accumulation. First, we illustrate that the One Million Bones project is socially-engaged practice invol-

ving the social media platform Instagram, an app that proved to be used often during the three-day installation and event, and some brief delineations about versions of web technologies (1.0 web, early 2.0 web, and later 2.0 web with mobile media). Next, we describe the concepts of repetition and accumulation, articulating the ways that they emerge, are practiced, and can be identified. We turn to roughly 450 unplanned Instagram postings in order to explore these concepts in action. Finally, we discuss the implications of repetition and accumulation, and focus on the spontaneous interest in and connection to *One Million Bones* by those who may or may not have seen themselves as activists, but expressed a sincere belief/faith in art and activism to address global issues and change the world. Overall, we offer ideas for further thinking about art activism and mobile media by proposing that scholars, activists, artists, and communities consider these aesthetic strategies when studying, practicing, and delivering art activism projects within non-digital and digital spaces.

ONE MILLION BONES

From 2008 to the final installation in 2013, both of us participated in the *One Million Bones* (hereafter referred to as OMB) project in various capacities, most of which would be considered “on the ground,” as opposed to virtual or digital interactions. One of us (Ames) is an Associate Professor at Columbia College Chicago, and created, taught, and co-taught Art and Activism courses with a particular focus on OMB, created an installation piece at Columbia, and co-led a group of more than twenty volunteers during the D.C. installation. The other (Phil) introduced the project into First-Year Writing and Professional Communication courses, as well as community centers around Gainesville, Florida, while a graduate student at the University of Florida. Prior to the final installation in D.C., OMB hosted several 50,000 bones preview installations (one in 2011 in Albuquerque and another in 2012 in New Orleans), as well as the “Road to Washington” initiative, which consisted of mini-installations of approximately 2,500 bones and events in each of the fifty state capitals. Ames participated in Albuquerque and Phil in New Orleans. Both of us were there in Washington, D.C., June 8-10 and took part in the full range of weekend events.

Many often see OMB as either art or activism. They see the project as primarily art with activist notions as secondary, or they see the project as a form of activism with little or some artistic creation. The fact is that OMB is better understood as arts activism, or, as is understood by the practitioner, as so-

cially-engaged practice. Socially-engaged practices require and involve public space and the public with regards to politics, justice, power, and oppression. Moreover, socially-engaged practice oftentimes focuses on processes, rather than on product. OMB did not regard its art installation as a product, but as what Nancy Love and Mark Mattern (2013) identified as “the medium through which community members exert their efforts and the community evolves” (345). In other words, we contend that the art connected with OMB was the community building itself. The processes and repetition of bone-making by thousands of students, artists, and activists, over years of work and engagement, continually accumulated and rearticulated—through the smaller installations—into a final weekend event.

Furthermore, we assert that the aesthetic strategies of repetition and accumulation continued through the taking and then posting of digital images on Instagram. To be sure, OMB circulated among a number of social media venues, e.g., Facebook, Twitter, Instagram, and personal and organization blogs. However, we focus on the popular photo-sharing app Instagram because we saw its potential for creating an iteration of OMB—a digital art activism piece through socially-engaged practice. Instagram includes elements of both Facebook and Twitter: the ability to share and caption photos and videos and comment on those whom one is following. Furthermore, like Twitter, Instagram has the instantaneousness to connect seemingly disparate people to the social issues of our day in our era of the Internet. Instagram made visible the ways that volunteers and non-volunteer participants employed the aesthetic strategies of repetition and accumulation, through a digital platform, to engage with the pressing social issue of genocide. Collectively, the images illustrate a shared desire to enact political and social change by using digital technologies (cell phones), internet discourse (hashtags), and an internet platform (Instagram).

INSTAGRAM

Uta Russmann and Jakob Svensson (2016) noted that Facebook and Twitter, the two most frequently used platforms globally speaking, “are primarily text-based. Previous social media content research has therefore mainly focused on written words” (2). However, they also asserted that “the use and influence of images, pictures, and videos are constantly increasing on social media—also on (to date) largely text-based social media platforms, such as Facebook” (2). Like Russmann and Svensson, we found very limited scholar-

ship on Instagram, and indeed most of it “focuses on the individual user and investigates aspects such as self-presentation and self-imaginary” (Russmann and Svensson, 2016: 3). While Russman and Svensson examined Instagram in relation to organizational perspectives, offering insights into visual communication, they did not touch upon collective social practices and perspectives, or the rhetorical affordances making it particularly valuable for socially-engaged practice. We address this gap.

Launched in October 2010, Instagram is a type of social media service that allows users to distribute and share information by uploading photos that can be accompanied by text through both captions and comment boxes. After users take photos with their smartphones, they can transfer them into their Instagram account and begin to visually manipulate them by applying one of Instagram’s many filters. In addition, users typically add a caption. Instagram service is not an isolated system. Users can choose to also share the photo on Facebook, Twitter, Tumblr, and/or Flickr. Once image and caption have been uploaded, a user’s followers can “like” and comment on the photo. In January 2011, Instagram allowed users to create hashtags, which, according to the Instagram blog, “allows for everyone from you and your friends to strangers at a conference to contribute to an ever-growing pool of photos organized by hashtag” (Instagram, 2011: n.p.). Following its purchase of the emerging social media platform in April 2012 for one billion dollars, the social force of Facebook lifted Instagram to another level. By January 2013, Instagram claimed it had “90 million monthly active users. . . . [with] users [who] upload to the social network 40 million photos per day. . . . [And] every second they like 8,500 of the filter-enhanced snap shots and make 1,000 comments about them” (DesMarais, 2013: n.p.).

One of the main reasons current social media platforms such as Instagram can be so effective in socially-engaged practices is because, as 2.0 technologies, they offer many more community-building possibilities as compared to the web 1.0 technologies of the recent past. In *Cyberactivism: Online Activism in Theory and Practice*, Martha McCaughey and Michael D. Ayers (2003) explored some of the emerging ways activists were able to use the technology of the Internet in order to achieve their goals. Given the 2003 publication date, however, the imaginings discussed in this volume are fairly limited to the understanding of the Internet as still a collection of websites based in 1.0 technologies, limited to 1.0 rhetorics. McCaughey and Ayers did cite examples of digital activism that

illustrate both the production and consumption of information. In these examples, these digital activists, for the most part, used the web to attract people to get involved with real-time protest.

In many ways, OMB functioned within this understanding of 1.0 communications and as a hub of information. From 2010 to 2013, the website served as a repository for genocide data, news, and press releases. The website presented some 2.0 modes, such as their videos and the blog, but the overall intention was to make visitors aware and inspire participation with the project in real-time, on-the-ground in non-digital places. OMB's website was principally a means by which the organization shared and disseminated information. The OMB website offered educators curriculum in order to introduce genocide as a topic for study and bone-making as a related activity. It also linked together other arts activist initiatives, such as Survivor Stories from Sudan, an effort connected to i-ACT, a digital storytelling project connected to the political organization Stop Genocide Now.

The overall purpose of the OMB website was to provide information about OMB and to support their on-the-ground installations and events—to promote the making of bones and the raising of money toward that end. In the end, OMB did reach its goal of laying over 1,000,000 bones on the National Mall; in the end, OMB did have an impact on the passing of a number of resolutions via its coordination in lobbying with the Enough Project. But what is more interesting is the way in which participants in the installations engaged with them, particularly in digital spaces. How and when and why individuals use the early 2.0 web techniques in order to inspire and organize activism, and what impact they have, remains a critical issue.

With this shift, from 1.0 to 2.0 technologies, users extended their social interactions and networks, particularly in presenting them(selves) to publics. As danah boyd and Nicole Ellison (2008) remarked: "What makes social network sites unique is not that they allow individuals to meet strangers, but rather that they enable users to articulate and make visible their social networks" (211). Even more, Jason Farman (2012) who has also explored the activities involved with locative media, argued that the implications of such mobile usage suggest that more complex understandings of self, identity, and community have emerged: "Certain mobile technologies create a sense of community and intimacy" (5). While OMB certainly understood the way the process of laying out bones on the National Mall with one thousand volunteers would make clear the

creation of an arts activist community, OMB did not anticipate—and neither did we—the way that this mobile 2.0 media allowed for a kind of grassroots reiteration/rearticulation of the initial text—the on-the-ground real-time OMB D.C. installation Instagramming of OMB with the hashtag #onemillionbones, which involved a digitally spontaneous artistic, activist installation. In doing so, this activity made visible another site of perceived community connection and intimacy. Instagram works in this vein—a way for professional and amateur photographers to post, to provide images of everyday life and encounters. With this grassroots reiteration—this digital art activism installation—repetition and accumulation became apparent.

REPETITION

Repetition is the recurrence—whether in form, content, or medium—of an exteriority. Repetition can produce an accumulation of an idea, representation, thing, or event. It is a condition, as Gilles Deleuze asserted: “Repetition is a condition of action before it is a concept of reflection” (1994: 90). Repetition also inherently produces difference. For Deleuze, “difference in itself” is difference that does not rely upon identities; rather, this kind of difference forms through a prior relation which in turn constitutes identities. Deleuze was invested in metaphysics and shifting from classic Western philosophy concepts of essence, substance, and possibility to event, multiplicity, and virtuality. To work this shift, he focuses on real experiences. Repetition never is or produces the same/identical; rather, it is a semblance, loaded with difference; or, for Deleuze, simulacra. Real experiences exist in and of themselves, even when they are a repetition of an exteriority. And real experiences happen in time.

To identify, understand, and practice repetition, one must tend to the ways in which time affords, constraints, dissolves, produces, and sustains repetitions and their effects. Repetition works with linearity, but can do so in different ways. It connects the past to the present; it connects the present to futurities; and it connects all three concepts (past, present, future/futurities). But the concept of repetition (and difference) in relation to time/temporality configures one of the three syntheses Deleuze proposes: empty time. This synthesis deals with “time itself unfold[ing]” (88). According to Deleuze, empty time does not have “things unfolding within it . . . [but] ceases to be cardinal and becomes ordinal, a pure *order* of time” (88). With empty time, “the present is no more than an actor, an author, an agent destined to be effaced; while the

past is no more than a condition operating by default. The synthesis of time here constitutes a future which affirms at once both the unconditioned character of the product in relation to the conditions of its production, and the independence of the work in relation to its author or actor" (94). Empty time is the model that allows repetition to not be underprivileged (as the other syntheses, passive synthesis and active synthesis, tend to do), but allows it to be a repetition-of-itself. Empty time affords individuals to see themselves how they would like to be seen and become.

The concept of repetition emerged in various ways with OMB. One obvious example is the repetition of making a vast number of bones. In the years leading up to the D.C. installation, thousands of individual bone-makers repeatedly made bones with the vision of themselves as making something to contribute to a larger project. Repetition also occurred in the laying of bones by participants onto the D.C. mall lawn. Through this engagement, participants contributed to an art activism project larger than themselves; they participated in a social activist moment in order to illustrate how they would like to be seen.

This kind of participation extended beyond the physical and performative elements of the event through the employ of Instagram. We are interested in the use of Instagram as an ancillary, unanticipated means of engaging with the OMB installation. In examining this application and these images in terms of repetition, we note a range of patterns regarding the shots. First, many of the Instagram posts are captioned with the hashtag #onemillionbones. The use of this hashtag was not officially initiated or promoted by OMB's organization. While the organization did join Instagram, its profile—onemillionbones—has surprisingly not seen much traffic: (to date) only 101 posts and 157 followers. And of those 101 posts, 74 are hashtagged with #onemillionbones. Many more D.C. installation participants used #onemillionbones as they captured their engaging moments, creating a much larger network of shared photos and comments compiled into one location through Instagram's internal search engine.

While there are many different repeated images, one of the more notable compositions is that which includes the pairing of the bones on the lawn and the Washington Capitol in the background. To date, #onemillionbones currently has a total of 1,169 postings. From those 1,169, 448 were taken, tagged, and uploaded from the D.C. installation weekend to Instagram (as well as shared in other social media, such as Facebook). Of those 448, 213 displayed bones and the Capitol; of those 213, 49 included the OMB center walkway, 132 were

the final installation of OMB, 49 were engagement/performance shots (participants laying down bones), and 28 were set-up shots taken the day before the performance.

The repetition of the installed bones and the Capitol suggests a couple of things. First, there are aesthetics to such photos. Obviously, the Capitol is a monument, an attractive structure for visitors and tourists. It has deep historical and national (and global) meaning. We do not deny that the Capitol would have been included for visual appeal. Yet, the proportion of images, nearly half of all those taken during the installation weekend, suggest that these participants engaged in empty time—a way for them to see themselves as part of a democratic and artistic moment.

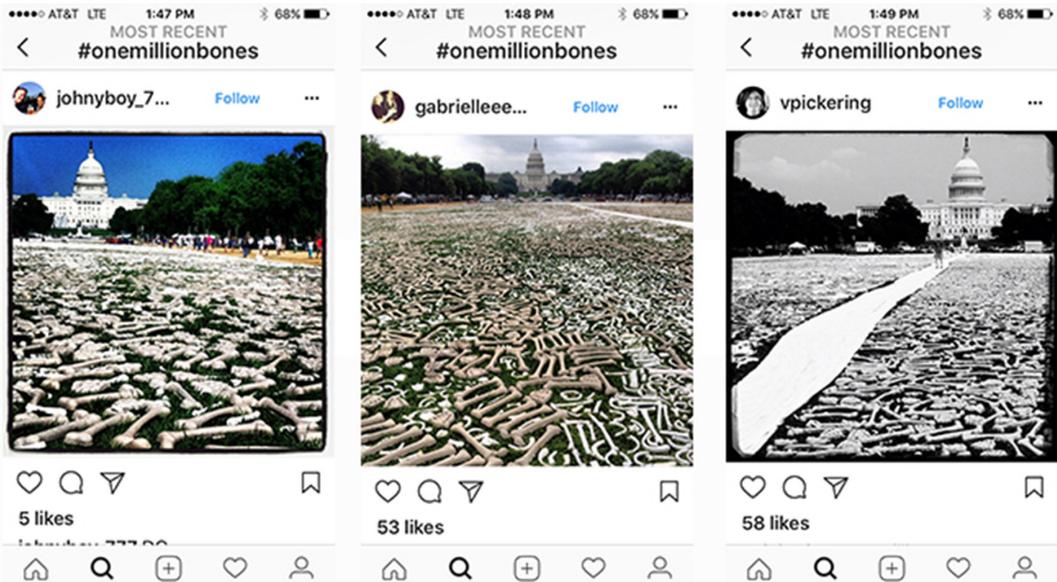


Figure 1. Repetition. Three images of the OMB installation with the Capitol as the backdrop. Mobile screenshots of johnyboy_777, gabrielleee_katherineee, and vpickering's Instagram postings by Phil Bratta.

As johnyboy_777, gabrielleee_katherineee, and vpickering illustrate with their image postings (see figure 1), there is a belief in the connection between art, democracy, and people. Art demands creativity, a much different cultural practice than a traditional connection between civic engagement and voting. The Capitol building is globally considered a symbol of liberal democracy: political candidates compete for constituents to vote them into office as a way to represent constituents' concerns. In all three of the images here, people

are visible. This moment of seeing symbolic materials—bones and Capitol—and humans engaging with them creates a belief, a hope in the potential of democracy. This moment offers an opportunity for empty time to be the mode of operation, allowing Instagram participants to envision themselves as part of this connection between art, democracy, and other people. Despite these three Instagrammers not being visibly present in their respective photos, they presented themselves in the (digital) public as a material becoming of what it means to participate in a democracy beyond simply voting, writing to their representatives, protesting, or marching. A moment captured in empty time to express hope and change.

It is significant that OMB decided to have this final installation in Washington, D.C. The symbolic weight of the buildings reinforces the relevance of the issue of genocide and makes clear the idea that this project was meant to give voice to the voiceless. The repetition of images juxtaposing bones and Capitol suggest a desire for democratic practice and social change. Had the installation been in a different city, it would have generated different meanings and aesthetics. But it didn't. It happened in Washington, near what we might argue to be the most globally recognizable building connected with the principles and practice of democracy. When individuals repeatedly post images with the #onemillionbones, they contribute to the creation of collective intention, which forms a digital art activism installation through its accumulation.

ACCUMULATION

Accumulation primarily works with spatiality. Whether analog or digital, accumulations emerge, are constructed, and are sustained through the making (and unmaking) of space(s) in place(s). For Michel de Certeau (1984), space and place are not separate in reality, theory, or practice; they are intertwined, but distinct with their own set of features. Place is a specific location. Place, as de Certeau argued, is comprised of an order of relational elements, which attempt to establish stable relations and meanings (1984: 117). This stability, even if it's an illusion of stability, lends meaning to place. Put differently, when a place is set with particular boundaries and monitored by institutions, it inherits a stability of meaning. Institutions and discourses enforce—both explicitly and subtly—expectations of certain practices and hence meanings. It is in establishing these boundaries and monitoring them that institutions tack meaning onto a place. And this meaning incites subjects to do certain practices.

The emergence of spaces also requires practices. Or, as de Certeau succinctly asserted: “space is a practiced place” (117). Subjects can also open up/ create (new) spaces that allow them to potentially make new meanings. Places come to mean something else than what they were designed for. That is, practiced place gets redefined, even if only momentarily, by the rhetorical decisions and actions of subjects or a collection of subjects. In sum, no longer does the (illusion of) stability of meaning hold for the place; the practices disrupt, rearrange, and redefine place via opening space. And in opening up spaces, subjects can also create and/or sustain relations (and they can also destroy or cut relations, depending on the practices and bodies involved).

One can often identify accumulation through an accumulation reference(s) to other identifiable traces and memories. It is important to note that the visual power of OMB is connected to our collective memory of past genocides. Google any genocide—be it the holocaust, Armenia, Darfur, Rwanda, or Khmer Rouge, just to name a few—and you will find photos that document the horrors of these historical moments. Most notable about the photos is the repeated imagery of the pile, a particular accumulation. The piles themselves appear to belong to two categories: objects and bones. The impact of the photographs may be somewhat different, yet the materiality of the body—flesh, fluid, movement, breath—is as palpable in a pile of toothbrushes as it is in a pile of skulls.

While we can more than understand the connection between objects associated with humans to human life, Jane Bennett (2010), writing about new materialism and the notion of hoarding, indirectly draws attention to the concept of accumulation in terms of non-human matter. She proposes that things, and more specifically the “capacity of things—edibles, commodities, storms, metals—not only to impede or block the will and designs of humans but also to act as quasi agents or forces with trajectories, propensities, or tendencies of their own” (2010: viii), are/have a vital materiality, which, when accumulated, generate a thing-power and exercise agency. Such capacities allow accumulated things to become powerful assemblages independent of humans.

Each image of bones or objects recording any given genocide communicates the magnitude of the destruction, the impersonal, inhumane extinction of human life. The rhetorical power of these piles lies in the countlessness of the things both directly related to, if not actually a part of, the human body. We know few if any of the names the bones represent or even who made the

fabricated bones. There is simply a stack of skulls, femurs, carpals, metacarpals, phalanges, vertebrae, and other bone parts. Recovery efforts to try and document individuals killed during genocidal destruction, the impetus to make clear and active use of names in memorials such as the Names Project and The Vietnam War Memorial, underscore how relevant the name is to human compassion, to knowing and feeling another person. Yet, it is the lack of names, the volume of objects—each one we recognize as something most of us also have—that allows us to then imagine these individuals not as who they were, but as who we are.

Sara Ahmed brings to the forefront bodies and their relation to accumulation. She remarked: “Bodies may become orientated in this responsiveness to the world around them, given this capacity to be affected. In turn, given the history of such responses, which accumulate as impressions on the skin, bodies do not dwell in spaces that are exterior but rather are shaped by their dwellings and take shape by dwelling” (2006: 9). Accumulations impress upon bodies in various ways with various cultural significations. Accumulations orient and invoke bodies to take certain kinds of actions. Simultaneously, bodies and the actions bodies take create accumulations. As participants worked the OMB D.C. installation and strolled around it, the bones and the buildings impressed upon their bodies. Their bodies shifted, turned, and (re)oriented based on the affective relationship with OMB. Such an affective and orienting space evokes a tender and generative moment in which participants may engage in empty time—seeing and desiring to present themselves to a larger public.

Participants engaged in that moment and space with their mobile media to promote, document, and communicate the installation and event. However, be it intentionally or unintentionally, these postings also exist as a second iteration of the installation and event. Here, it’s important to note that accumulation refers to space and spatial practices, and is connected to bodies, but it is also an aesthetic strategy.

As an aesthetic strategy, accumulation is a means by which an artist brings into spatial relationships a series of objects and/or images in order to present a viewer with a sense of impact, relevance, and visual weight. Often, the ubiquitous, mundane, or quotidian nature of an object is challenged, redirected, exploded due to its accretion. The accretion of objects—the action by which they appear in the space—is not necessarily visible, but always-ever suggested

in the sense of the assemblage. This is the relationship between repetition and accumulation: a repeated action, producing an object or movement that becomes part of a recognized, articulable whole.

This can be seen in the accumulation of the OMB images hashtagged with #onemillionbones (see figure 2). The images of fabricated bones created in service of this social arts project reveal a clear connection to body and embodiment, underscoring the relevance of the political impetus to end genocide once and for all. In the collections of these images, we have a sense of the bodies that made the bones, and the bodies that laid out the bones. We also have a suggested connection with and to the human loss due to genocides happening around our world today.



Figure 2. Accumulation. Three images of a collection of #onemillionbones Instagram posts. Mobile screenshots by Phil Bratta.

Just like the bones themselves, no image is identical. But together, they recreate the accumulative power of the installation, thereby extending the impact into digital space. There are images of piles that connect us to the documented images of past genocides. There are repetitions of images including the Capitol that reinforce our connection with and to democratic principles. Many #onemillionbones images present a ground-level perspective, thereby reinforcing a grassroots sensibility.

Even more, OMB subjects embody the spaces of both the on-the-ground installation and the digital installation through reciprocity of the spaces. "In

order to embody a space," Farman remarked, "one must feel a sense of reciprocity within that space" (2012: 60). That reciprocity, obviously, develops through how one's self interacts with others (both other bodies and other objects). In other words, how others (bodies and objects) acknowledge the self enables the self to fundamentally be embodied and located within space. As a result, the self can not only "fully embody the space" (Farman, 2012: 61), but also produce meaning through actions. Desires expressed to create meanings; desires coming through meanings. The OMB installation and the subjects involved enact desires and create meanings about democratic practice, self, and community through their embodiment of the on-the-ground and in the digital space. "Space and embodiment," according to Farman, "are actions out of which we derive meaning" (2012: 67). It is this connection to and with meaning that leads us to look toward a better understanding of the potentiality of repetition and accumulation in the identification and articulation of a shared belief: namely, that art has the power to save lives; that art can change the world.

FAITH IN PROCESS, POWER IN REFLECTION

Repetition and accumulation, in terms of socially-engaged practice, are not only relevant due to the creation of impactful art activism projects, in both live and digital forms. These strategies also become rhetorically and socially powerful because they reveal a collective belief in the power of art to address global issues. This belief begins in a space of faith. As Sharon Doetsch-Kidder (2012) remarked, "Faith is the foundation of activists' power to affect their own lives and the world around them" (83). For activists, faith is not typically tied to religious beliefs; rather, activists often rely "on a kind of 'political faith,' a belief in the value of political groups and systems and in the capacity of human action to affect political systems and the lives of sentient beings" (2012: 84).

Doetsch-Kidder further explained that "The individual-level work of examining and developing oneself creates and sustains the beliefs that produce the work of empowerment" (2012: 97). The idea of "examining and developing oneself," is tied to Doetsch-Kidder's assertion that antiracist feminists bolster their activism through self-care and reflection, two practices that also reinforce a belief in the power of art and activism to generate larger-scale social change. We assert that OMB participants had the opportunity to discover personal empowerment both through participation in the on-the-ground installation and by Instagramming their experience. Not all Instagram photos evoked a sense of

empowerment. And reflection does not necessarily have to result in exercised agency. Reflection can also express a sense of faith in democratic practice and social change. In order to explore this, we can turn to the captions of Instagrammers for a sense of what they were thinking and feeling when they posted their images. What we note is that we see a repetition of a personal connection with the political impact of movement, accumulating in the identification of a climate of hope shared by a collection of individuals.

In an examination of captions, three themes arise: 1) individual impact in terms of self-care; 2) desire for unity; and 3) belief in collective action for lasting social change. We do not present these themes as conclusive or comprehensive of the possibilities for revealing self-care and reflection, but rather as a starting point for further research into the value social arts participants express.

For any large-scale social arts project to be effective, many individuals must participate. The lone individual may believe that they would be ineffective in making a difference, especially in such large problems such as genocide. A fine line exists, at the individual level, between activism and apathy. The way to combat apathy and believe in impact is through a sense of self-care, and giving oneself an opportunity to reflect upon the power of personal, individual participation. For example, participant lebabybear captions her Capitol building and OMB photo (see figure 3) with:

These are just a small portion of the bones laid out for One Million Bones today. Each bone is worth \$1 that goes towards genocide awareness programs and a relief fund for those who have survived the current genocides that are happening in Congo, Darfur and so on. This has been a really good experience for me. I know I say that I hate people a lot, but knowing that you've help many is a really good feeling. I'm really glad that I participated in this and I hope that many more join next time. #genocide #awareness #onemillionbones #onemillion #bones #stopgenocide #help #feelinggood #takeaction

lebabybear did not articulate OMB specifically as a sense of democracy or large-scale impact. Rather, lebabybear's caption reveals an individual perspective, reflecting on the relevance in terms of their own development: "This has been a really good experience for me." lebabybear reflected upon their perception of self as hating people, and admitted that participation allowed for a "good feeling." This good feeling was so powerful that they revealed a hope,



Figure 3. lebabybear's ground-level photograph of part of the OMB installation with the Capitol as the backdrop. Mobile screenshot of lebabybear's Instagram post by Phil Bratta.

not necessarily regarding the impact of OMB, but a hope that other individuals might participate next time, presumably to also access individual feelings of relevance and impact. The “good feeling,” as accessed through participation in a social arts activism project, became a means by which an individual can practice self-care, even as they worked to create change.

A second theme present in the Instagram postings is the desire for unity. Here, unity runs somewhat oppositional to the notions expressed by lebabybear who appeared to reflect upon their participation in OMB only in terms of self-care and personal impact. A desire for unity underscored a belief in strength in numbers. For instance, the caption of participant samjo666’s final installation with the Capitol building shot reads: “1 million bones project. Each bone made generated a dollar that goes towards putting an end to genocide and is also put into a relief fund for survivors of genocide. I’m so happy I got to be a part of something so amazing. It feels good doing something that benefits others 100%. Sadly, the war on genocide still continues, but there are strength in numbers [*sic*] so we must stick together. #onemillionbones #genocide #volunteer #warongenocide.” Here, samjo666 reflected a tone and gratitude similar to that of lebabybear in that they are “happy” to have had the opportunity to participate. samjo666 also echoed the idea that participation “feels good,” but the source of the pleasure has more to do with a connection to the larger goal of benefitting someone else. Rather than seeing this as a way of challenging their own personal hate and apathy, samjo666 revealed a desire for a unity asserting that there is “strength in numbers so we must stick together.” For samjo666, unity was both desired and attainable. It is this connectivity that was the source of the good feelings of efficacy.

Finally, the belief in collective action, a third theme, focuses on the results of the social arts project: lasting social change. By working individually, OMB participants began to see how working with others must happen in order to create any kind of large-scale social change. In other words, OMB participants realized their individual efforts are only impactful when done alongside and with others. Another way again: it is through the repetition of individual actions that accumulate into the formation of the large-scale social project of OMB that change becomes possible.

We can see this connection to social change in the caption of OMB participant nonpareil_19, who on June 8, 2013 wrote (figure 4): “We are the art of revolution. We work to transform public opinion and inspire creative action

towards social change. Genuine and lasting change has started in our hearts, in our communities and now our efforts culminate on this national scale. True movement may begin with one mind but reaches OneMillion and more. #international #development #onemillionbones #OMB [sic].”

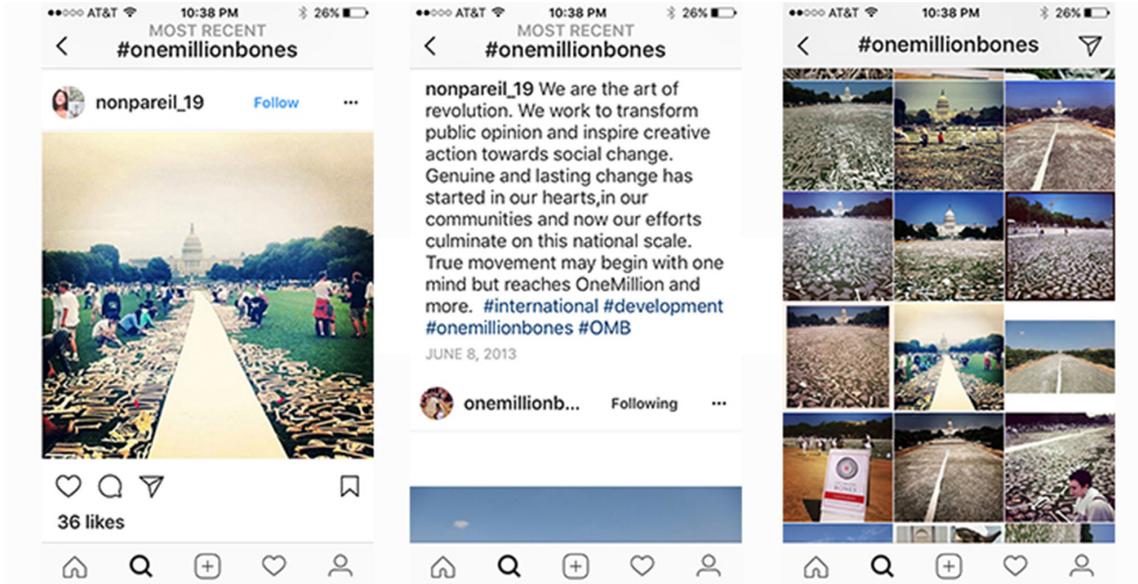


Figure 4. Three images of nonpareil_19’s Instagram post: revealing repetition (left), their caption (center), and situated among other #onemillionbones posts and part of accumulation (right) of the OMB installation with the Capitol as the backdrop. Mobile screenshots of nonpareil_19’s Instagram post by Phil Bratta.

nonpareil_19 underscores a notion of authenticity for making social changes with the use of “genuine” and “true.” Even more, nonpareil_19 crafted a trajectory. We see a linearity that begins with the heart and self, resonating with the words of lebabybear. Then, moving from individual relevance, we move to the community and notion of unity as also expressed by samjo666. Now, here with nonpareil_19, we can see that unity has become movement. In other words, the project that is localized both in the individual and in the place with lebabybear and samjo666 now, through nonpareil_19, extends to the space of the nation and the world.

Instagram captions reveal these three themes that are in and of themselves repeated and accumulated. Even more, the repetition and accumulation generates movement and connectivity beyond the individual. Repetition and accumulation open a moment (empty time) and space for participants to envi-

sion themselves as a part of something larger than their individual bodies and actions. They are availed of the power of collective action and the means by which the intentions and actions of individuals may accumulate to save lives and create change.

To create one million fabricated bones, thousands of people had to desire social change, and believe in their own efficacy. Many OMB participants who posted Instagram images and captions revealed the presence and relevance of repetition and accumulation as aesthetic strategies in social arts projects. We propose that scholars, activists, artists, and communities should consider these strategies when studying, practicing, and delivering art activism projects within non-digital and digital spaces. This chapter serves as a call to future researchers to explore the aesthetic power of repetition and accumulation as they relate to different art activism instances.

ACKNOWLEDGEMENTS

We would like to thank Lidia Bocanegra and Ana García López for their time and patience with this piece. We would also like to thank Jake Riley for his valuable feedback on an early draft of the piece.

REFERENCES

- AHMED, S. (2006): *Queer phenomenology: orientations, objects, others*, Duke University Press, Durham, NC, USA.
- BENNETT, J. (2010): *Vibrant matter: a political ecology of things*, Duke University Press, Durham, NC, USA, and London, UK.
- BOYD, D. M. and ELLISON, N. B. (2008): "Social network sites: definition, history, and scholarship", *Journal of Computer-Mediated Communication*, 13: 210–230.
- DE CERTEAU, M. (1984): *The practice of everyday life*, trans. Steven Rendall, University of California Press, Berkeley, CA, USA.
- DELEUZE, G. (1994): *Difference & repetition*, trans. P. Patton, Columbia University Press, New York, NY, USA.
- DESMARAI, C. (20 January 2013): "Facebook's Instagram says it has 90 million monthly active users", *PC World*, n.p. [15/05/2016]. <<http://www.techhive.com/article/2025801/facebooks-instagram-says-it-has-90-million-monthly-active-users.html>>
- DOETSCH-KIDDER, S. (2012): *Social change and intersectional activism*, Palgrave McMillan, New York, NY, USA.
- FARMAN, J. (2012): *Mobile interface theory: embodied space and locative media*, Routledge, New York, NY, USA.

- FISCHER, M. (2016): “#Free_CeCe: the material convergence of social media activism”, *Feminist Media Studies*, 16(5): 755-771.
- GILLEN, J. and MERCHANT, G. (2013): “Contact calls: twitter as a dialogic social and linguistic practice”, *Language Sciences*, 35: 47-58.
- INSTAGRAM. (26 January 2011): “Introducing Hashtags on Instagram”, *Instagram Blog*, n.p. [23/11/2015]. <<http://blog.instagram.com/post/8755963247/introducing-hashtags-on-instagram>>
- LEE, C. (2011): “Micro-blogging and status updates on Facebook: texts and practices”, in Thurlow, C. and Mroczek, K. (eds.) *Digital Discourse: Language in the New Media*. Oxford University Press, Oxford: 110-128.
- LOVE, N. S. and MATTERN, M. (2013): “Conclusion: activist arts, community development, and democracy”, in Love, N.S. and Mattern, M. (eds.) *Doing democracy: activist art and cultural politics*. State University of New York, Albany, NY, USA. 339-366.
- MARWICK, A. and BOYD, D. (2011): “I tweet honestly, I tweet passionately: twitter users, context collapse, and the imagined audience”, *New Media & Society*, 13(1): 114-133.
- MCCAUGHEY, M. and AYERS, M. D. (eds.). (2003): *Cyberactivism: online activism in theory and practice*, Routledge, New York, NY, USA.
- RUSSMANN, U. and SVENSSON, J. (2016): “Studying organizations on Instagram”, *Information*, 7(4): 58.
- STRAFELLA, G. and BERG, D. (2015): “‘Twitter Bodhisattva’: Ai Weiwei’s media politics”, *Asian Studies Review*, 39(1): 138-157.

CV

Ames Hawkins is a writer, educator, and art activist. An Associate Professor and the Associate Chair in the Department of English at Columbia College Chicago, and practitioner of collaboration as a radical act, Ames teaches and co-teaches courses in Writing, Cultural Studies, and Literature. A multimodal composer who uses writing and art to explore the interstices of alphabetic text, image, and sound, Ames theorizes the power and pleasure of queer(ing) form. Ames’s scholarship appears across a range of academic and literary publications—both print and online—such as *enculturation: a journal of rhetoric, writing, and culture*, *Palaver Journal*, *Computers and Composition Online*, *Slag Glass City*, *The Feminist Wire*, *Interdisciplinary Humanities*, *Polari*, and *Water~Stone Review*. Ames is currently working on *These Are Love(d) Letters*, a book-length writing

project and art installation that uses a finite set of textual artifacts as a framework for a complex visual and textual exploration of the infinite implications regarding the rhetorical, cultural, theoretical and literary work of the love letter. Her online portfolio can be found at <http://www.ameshawkins.com>.

Ames Hawkins es escritora, educadora, y activista cívica y artística. Profesora y vice-directora del Departamento de Inglés en Columbia College Chicago, y practicante de la colaboración como un acto radical, Ames enseña y co-enseña cursos de Escritura, Estudios Culturales y Literatura. Un compositor multimodal que utiliza la escritura y el arte para explorar los intersticios del texto alfabético, la imagen y el sonido, Ames teoriza el poder y el placer de la forma queer(ing). La obra de Ames aparece en una amplia gama de publicaciones académicas y literarias, tanto impresas como en línea, como *la Enculturation: a journal of rhetoric, writing, and culture*, *Palaver journal*, *Computers and composition online*, *Slag glass city*, *The feminist wire*, *Interdisciplinary humanities*, *Polari*, and *Water~stone re-view*. Ames está trabajando actualmente en *These are love (d) letters*, un proyecto de escritura en forma de libro e instalación de arte que utiliza un conjunto finito de artefactos textuales como marco para una compleja exploración visual y textual de las implicaciones infinitas en lo referente a la retórica, teórica y literaria de la carta de amor. Su cartera en línea se puede encontrar en <http://www.ameshawkins.com>.

Phil Bratta is a doctoral candidate in the Department of Writing, Rhetoric, and American Cultures at Michigan State University. His work uses an interdisciplinary approach to rhetorics of activism and art, digital-visual rhetorics, cultural rhetorics, embodiment, and pedagogy. Currently, he is one of the managing editors of the newly established journal *constellations: a cultural rhetorics publishing space*, an editorial assistant for *Journal of Global Literacies, Technologies, and Emerging Pedagogies*, and editor-at-large for *Digital Humanities Now*. Phil has published manuscripts in *The Journal of American Culture*, *Visual Culture and Gender*, and *enculturation: a journal of rhetoric, writing, and culture*. Phil also has been involved with a number of (art) activist projects: PACT (Public Action for Today), The Cradle Project, One Million Bones, and #midwesthungeris. For more information, visit his website: <http://philbratta.com/>

Phil Bratta es candidato doctoral en el Departamento de Escritura, Retórica y Culturas Americanas en Michigan State University. Su obra utiliza un enfoque interdisciplinaria de la retórica del activismo y el arte, la retórica digital-visual, la retórica cultural, la encarnación, y la pedagogía. En la actualidad, es uno de los directores editoriales de A cultural rhetorics publishing space. También es asistente editorial para el Journal of global literacies, technologies, and emerging pedagogies, y redactor general de Digital humanities now. Phil ha publicado en The journal of american culture, visual culture and gender, y Enculturation: a journal of rhetoric, writing, and culture. También ha estado involucrado con una serie de proyectos (de arte) activistas: PACT (Public Action for Today), The Cradle Project, One Million Bones, and #midwesthungeris. Para más información, visite su sitio web: <http://philbratta.com/>

LOS “INDEPENDIENTES” COMO ESTANDARTES DE LA EXPERIMENTACIÓN ARTÍSTICA EN LA INDUSTRIA DE LOS VIDEOJUEGOS

José Borja Arjona Martín

Universidad de Granada

jbarjona@ugr.es

Resumen: Como en otras industrias culturales, las empresas “independientes” ostentan un mayor control creativo y artístico sobre su trabajo, lo que las sitúa en un escenario ideal para la experimentación de nuevas formas de juego y expresión.

En este trabajo se expone una situación general de la industria del videojuego y el rol que en ella ostentan las empresas independientes de desarrollo. En un mercado saturado y altamente competitivo, los *indies* a menudo rompen con los convencionalismos de la industria, enfrentándose además ante importantes dificultades para acceder a recursos de financiación y marketing.

Palabras clave: Videojuegos, independientes, experimentación, arte, producción

Abstract: *As in any other cultural industry the independents or indies have a great creative and artistic control over their work. They are in the margin of the industry, which is an ideal scenario for the experimentation of new forms of expression.*

This study aims to expose a general situation of the videogame industry and the role played by independent companies in the different steps of the value chain. In a saturated marketplace indies know how to break conventional rules, besides they have to face plenty of troubles to get financial and marketing resources.

Keywords: *Video games, independents, experimentation, art, production*

INTRODUCCIÓN

En la última década el mundo del videojuego se ha enfrentado ante importantes retos y oportunidades, tanto en lo industrial y comercial, como en lo artístico. La popularización de los dispositivos móviles y la consolidación de las redes de distribución digital de contenidos han impulsado el desarrollo de videojuegos por parte de compañías “independientes”: en general pequeñas empresas alternativas a las grandes desarrolladoras y editoras que controlan la mayor parte del mercado de los videojuegos.

Como en otras industrias culturales, las empresas “independientes” ostentan un mayor control creativo y artístico sobre su trabajo, lo que las sitúa en un escenario propicio para la experimentación de nuevas formas de juego y expresión. Por estas razones se debe, a grandes rasgos, el incremento del interés del público en estas producciones independientes y, en consecuencia, el aumento de su peso en la industria aun encontrando mayores dificultades para acceder a recursos de financiación y distribución. Estos públicos, generalmente, constituyen un núcleo de jugadores asiduos, que dedican mucho tiempo al videojuego, y que buscan sumergirse durante horas en nuevas experiencias interactivas. Además, el perfil de estos jugadores es variable, por supuesto, pero es más habitual encontrar a jugadores de mayor edad que muestran una mayor predisposición a probar nuevas opciones de juego y nuevas narrativas en entornos estéticos más arriesgados.

Igualmente, el incremento de la oferta de juegos ha sido notable, especialmente para su distribución digital. De modo que grandes compañías, como Sony o Microsoft, hayan visto en los desarrolladores independientes la oportunidad de conseguir proveedores de juegos para incrementar y completar sus catálogos *online*.

Así pues, el principal objetivo de este trabajo consiste en identificar y describir los rasgos característicos de este nuevo contexto y la influencia de las nuevas propuestas artísticas, narrativas y jugables que nos ofrecen los productores independientes de videojuegos.

CONTEXTUALIZACIÓN

Si bien ya hemos asumido el paso del videojuego de juguete electrónico a medio de comunicación, en todo su sentido, sigue siendo importante subrayar esta profunda transformación o evolución. Y los juegos independientes, o al menos gran parte de ellos, son una clara muestra de este hecho.

Que el videojuego se asociara al juguete no fue una cuestión de capricho. Realmente, este sector creció se consolidó también, en parte debido a su estrecha vinculación con las empresas de juego y juguetes. De hecho, empresas fabricantes de los famosos *pinballs* y otros juegos recreativos, rápidamente vieron una buena oportunidad de negocio en los primigenios videojuegos.

A partir de entonces comenzaron a popularizarse los videojuegos en los primeros ordenadores o microordenadores, como se les llamaba entonces, y en los salones repletos de máquinas *arcade* o recreativas (Kent, 2016: 22).

Ya en los 80 irrumpe con fuerza el segmento de las videoconsolas y, por tanto, el videojuego doméstico. En este punto surge a una compañía decisiva, Nintendo (Levis, 1997: 83). Japón introduce una nota distintiva a esta industria, en parte gracias a la gran influencia del manga y el anime en su cultura popular, que es el desarrollo de juegos que comienzan a explorar elementos narrativos (Izushi y Aoyama, 2006: 1845).

Desde hace apenas unos diez años el aspecto más importante de las videoconsolas domésticas es su conectividad y capacidad de almacenamiento. Es decir, la integración de disco duro y conexión a Internet en el mismo dispositivo. Ambos aspectos son muy importantes para fomentar la distribución digital, el multijugador y las tiendas electrónicas de los fabricantes.

Con este panorama, uno de los aspectos más importante de los últimos años es el progresivo incremento en el consumo de videojuegos por todas sus vías y plataformas. Nos situamos, pues, ante un panorama prometedor en la industria del videojuego. El mercado global sigue creciendo a buen ritmo, confirmando al videojuego como al sector estrella de la industria audiovisual. En el año 2016 facturó 99.600 millones de dólares según datos publicados por Newzoo¹, lo que supone un crecimiento de algo más del 8% respecto al año 2015. De modo que se consolida el crecimiento sostenido de los ingresos, esperando superar los cien millones de dólares para el 2017.

En este contexto, España se sitúa como el cuarto mercado de mayor importancia en Europa (sólo superado por Alemania, Reino Unido y Francia), y el octavo a nivel mundial. Según datos publicados por la Asociación Española de Videojuegos, en España se generó un consumo de videojuegos que ascendió

1. Datos generales de facturación. Disponible en: <https://newzoo.com/insights/markets/games> [Última consulta el 5 de mayo de 2017].

a los 1.163 millones de euros en 2016, lo que supone un incremento del 7,4% respecto al año anterior².

Como decíamos previamente, la distribución digital y los dispositivos móviles siguen creciendo en el sector de los videojuegos. Sin embargo, las consolas de sobremesa y los ordenadores personales se mantienen como las plataformas de juego más importantes en cuanto a la generación de ingresos.

En base a los datos publicados en el “Libro blanco del desarrollo español de videojuegos 2016” (DEV, 2016), de los 1.500 millones de jugadores que componen el mercado global tan sólo 300 millones generan la mayor parte de los ingresos del sector. El resto dedica menos tiempo al videojuego y lo hace con juegos gratuitos o gastando pequeñas cantidades.

De hecho, los *smartphones* y la distribución digital han favorecido esta situación, permitiendo el florecimiento de los juegos “casuales” que utilizan fórmulas de financiación alternativas como son los micropagos y la publicidad.

En este contexto el desarrollo de juegos para móviles ha crecido sobremedida, generando una situación de saturación de un mercado emergente y en vías de consolidación.

Pero este desarrollo no sólo afecta al entorno de los dispositivos móviles, también las consolas de sobremesa y los ordenadores personales han impulsado la creación de juegos exclusivamente para su distribución digital. Es en este terreno donde la creación independiente se erige con un peso relevante, aumentando la importancia de la experimentación con el medio para ofrecer nuevas propuestas a nivel jugable, estético y narrativo. Desde la anterior generación de consolas (PS3, Xbox 360 y Wii) y desde servicios como Steam, para la distribución digital en ordenadores, se ha impulsado el entorno digital e independiente, muy interesantes para completar los catálogos de las consolas y ofrecer otros productos alternativos a las grandes producciones que aún se venden en su mayoría en formato físico (*retail*).

Recientemente, Nintendo ha dado un paso muy importante en una estrategia de convergencia o hibridación entre consola de sobremesa y portátil con el lanzamiento de Switch, su consola de nueva generación. Pero como acostumbra la compañía japonesa en la última década, sus nuevas consolas destacan por la innovación más que por la potencia técnica.

2. Datos del sector para 2016 en España. Disponible en: <http://www.aevi.org.es/aevi-publica-adelanto-los-datos-del-sector-del-2016-videojuego-facturo-espana-1-163-millones-euros/> [Última consulta 5 de mayo de 2017].

Por todos es conocido la popularidad de las consolas portátiles en Japón. De hecho, si observamos los *ranking* mensuales los juegos más vendidos en el país del sol naciente, la mayoría pertenece a consolas portátiles, especialmente a las de Nintendo. Así pues, con esta estrategia se busca impulsar el mercado doméstico de sobremesa, donde obtuvo un sonoro fracaso con su anterior consola (Wii U), sumando la relevancia del sector portátil o móvil (teniendo en consideración, igualmente, la competencia de *smartphones* y *tablets*).

Con esta nueva consola se pretende impulsar el entorno que acabamos de definir, un ecosistema propicio al desarrollo independiente. Incluso, la compañía con sede en Kyoto, ha anunciado la importancia que ostentará este tipo de producciones en su futuro catálogo de distribución digital, puesto que su táctica comercial tenderá a combinar los juegos exclusivos relacionados con sus franquicias más conocidas (Super Mario y Zelda, por ejemplo) y una vasta relación de juegos independientes que sirvan de complemento. De ellos, muchos explotarán las estéticas y mecánicas propias de los juegos más populares de los noventa (dentro de la corriente popularizada como “pixel art”) y otros intentarán aprovechar las libertades artísticas inherentes a estas producciones, como es el caso de *Flipping death*, un juego de plataformas más o menos convencional pero con una alta carga artística en el diseño de sus personajes y entornos.

Pero Nintendo no es la única compañía que ha sabido impulsar de un modo significativo el desarrollo independiente. De hecho, fue Microsoft la compañía que supo sacar mayor rendimiento del negocio online de las consolas y las producciones independientes, sobretodo con su segunda consola, la Xbox 360, completada por una interesantísima colección de juegos independientes.

El último paso dado por el gigante informático para su consola de última generación ha consistido en el desarrollo de un servicio de suscripción. Una suerte de *walled garden* para videojuegos, en el mismo sentido que los servicios de vídeo bajo demanda han definido en los últimos años. Un abono mensual mediante el cual se podrá descargar y jugar a un amplio catálogo de juegos mientras éstos sigan inscritos al servicio (los títulos irán variando) y el jugador abonado.

Este servicio ha levantado polvareda en la discusión pública acerca de los futuros modelos de negocio del videojuego. La tradición “editorial” que aún en países como España sigue siendo muy importante para esta industria, ve cómo está convergiendo con modelos desarrollados por la televisión digital de

pago, y entre ellos cabe hacer especial mención a los nuevos operadores que se han popularizado bajo el término OTT (*Over the Top Player*). Compañías como Netflix, por ejemplo, han impulsado el negocio audiovisual por Internet sin ser operadores de televisión, ni de telecomunicaciones, realmente. Con una estrategia basada en precios asequibles, conectividad y un plan de contenidos exclusivos de calidad, Netflix ha conseguido una expansión internacional y cientos de millones de suscriptores en todo el mundo (Palazuelos, 2017).

EL PAPEL DE LOS DESARROLLADORES INDEPENDIENTES

En la actualidad este es el escenario donde se sitúan los productores independientes de videojuegos. Una situación que determina importantes inconvenientes: un mercado saturado y, por consiguiente, altamente competitivo, con importantes dificultades para acceder a recursos de financiación y marketing. A lo que se suma un nuevo mercado, como es el del teléfono móvil, donde aún el gasto por jugador es bajo o inferior a otras plataformas.

De ahí que pongan en práctica otras maneras de conseguir ingresos, como son la publicidad o las compras dentro de las aplicaciones o juegos, como mencionábamos previamente (Rodríguez y Pestano, 2012: 369). Y todo ello sin considerar el crecimiento espectacular de los *eSport*, los cuales acaparan cada vez más atención, moviendo a millones de espectadores bien a través de sus retransmisiones online, o bien acudiendo a presenciar en vivo los torneos. Todo este interés generado por la competición en los videojuegos ha conseguido atraer las inversiones de anunciantes, patrocinadores y otras instituciones (hasta clubes deportivos).

Ahora bien, los desarrolladores independientes también encuentran algunas ventajas relevantes. Para empezar, hoy en día es sencillo (relativamente) acceder a las herramientas necesarias para crear un videojuego y distribuirlo por Internet. Las inversiones para el desarrollo de juegos para teléfonos móviles son significativamente inferiores a lo requerido para otras plataformas y proyectos de mayor envergadura. Y, si bien, los segmentos de las consolas y los ordenadores personales registran el mayor gasto por jugador, los teléfonos móviles y otros dispositivos (como las *tablets*) constituyen un mercado mucho más amplio capaz de abarcar otro tipo de públicos.

Así pues, las oportunidades se multiplican. Y la clave de la escena independiente y su mercado reside en la creatividad y capacidad innovadora de los desarrolladores. Lo cual complementa a la lógica de las grandes produccio-

nes (los juegos triple A), basada en fórmulas conservadoras, contrastadas y de poco riesgo, debido a los inmensos costes que supone una producción de tal envergadura.

Esta visión del escenario independiente, decíamos anteriormente, también ha sido asimilada por los fabricantes de consolas. Uno de los ejemplos más paradigmáticos de una provechosa relación entre desarrolladores independientes y grandes compañías (fabricantes o editores) fue el acuerdo de exclusividad alcanzado por *That Game Company* y Sony.

Vistas las crecientes expectativas del público en torno a los juegos independientes, Sony movió ficha para acordar el desarrollo de tres juegos por *That Game Company* para sus consolas PS3 y PSP. Los juegos pasarían a completar el cada vez más importante catálogo de juegos descargables de Sony. La multinacional ofreció la financiación del desarrollo y a cambio obtuvo tres juegos innovadores y bellos, lo que contribuyó a definir la evolución del videojuego en unas direcciones más adultas, en búsqueda de nuevas experiencias estéticas y de juego igualmente.

Del fruto de este acuerdo nacieron *flow* (2007), *Flower* (2009) y el aclamado *Journey* (2012), que tuvo una reedición remasterizada para PS4 (2015) que salió a la venta también en formato físico.



Imagen 1. Logo de *Journey* en su versión para PS3. Fuente: Imagen extraída de https://commons.wikimedia.org/wiki/File:Logo_-_Journey_2.svg [Última consulta el 27 de octubre de 2017].

Estos juegos reflejaron el movimiento de la multinacional para hacerse de un catálogo atractivo en PS3 en vísperas de su lanzamiento allá por 2007. En un momento, además, en el que la abundancia de la oferta comenzaba a ser la nota dominante. De modo que *That Game Company* ofreció una oferta distintiva, y no sólo a nivel estético, sino también en cuanto al planteamiento de las experiencias de juego, como decíamos anteriormente. Huyendo de los convencionalismos de la industria, todos los elementos que componen estos juegos (jugabilidad, mecánicas, historia, estética, música...) establecen una rica amalgama sensorial dispuesta a jugar con las emociones.

Otros caso reciente, como el de *No Man's Sky* (2016), desarrollado por la compañía *Hello Games*, fue adquirido en exclusiva por Sony en su intento de continuar con esta estrategia de alianza entre la multinacional y los estudios independientes. Este juego de ciencia ficción, basado en la exploración de un vasto universo, destacó por la generación procedimental (o generación por procedimientos) de los contenidos (planetas, animales, vegetación, entornos...), es decir, en la creación aleatoria de los elementos del juego a partir de algoritmos. Mediante esta técnica han conseguido crear un universo (literalmente) casi infinito y poco predecible, en el que se proponen experiencias de juego únicas para cada jugador.



Imagen 2. Imagen de portada de *No Man's Sky*. Fuente: <https://www.flickr.com/photos/bagoga-mes/28995302366> [Última consulta el 27 de octubre de 2017]

Por lo que se replantean algunos convencionalismos del género *sandbox* o de mundo abierto. En un juego en el que la libertad de acción lo supone todo para diseño de la experiencia de juego, dejando a un lado la narrativa y la acción en pos de la exploración absoluta de un mundo virtual.

Aunque puedan parecer mundos contradictorios, *majors* y visión comercial pueden ser perfectamente complementarios con la producción independiente. Si bien, surgen multitud de suspicacias ante la posible perversión de las vir-

tudes de los juegos independientes en cuanto una gran compañía los financia o distribuye, también son muchas las ventajas que pueden obtener, y por extensión también los mercados y los jugadores.

Es más, una de las cuestiones de mayor complejidad, en cuanto a discusión conceptual se refiere, es el fundamental debate acerca de lo artístico y sus implicaciones en la consideración de un medio.

Es decir, los aspectos de producción no están directamente involucrados en estas consideraciones --pero no sólo en los videojuegos, sino en todas las industrias culturales, lógicamente--, por lo que incluso las superproducciones del sector pueden ofrecer historias profundas, juegos complejos dirigidos a no todo tipo de públicos en lo que podríamos considerar la antítesis de las propuestas más casuales.

De este modo, compañías como la polaca CD Projekt y su saga *The Witcher*; la norteamericana Naughty Dog y su estremecedor *The Last of Us*; o la japonesa From Software y sus desafiantes juegos *Dark Souls* o *Bloodborne* son, entre otros, interesantes exponentes de títulos cuya alta calidad estética, narrativa y jugable corresponde con sus, también, altos presupuestos de producción.

LA PRODUCCIÓN INDEPENDIENTE EN ESPAÑA

Siguiendo con la información proporcionada por el "Libro blanco del desarrollo español de videojuegos 2016" (DEV, 2016), la industria española ha crecido tanto en número de empresas desarrolladoras, como en cifras de facturación. Según esta publicación el número de empresas ha crecido en un 20% en el último año hasta alcanzar las 480 empresas en activo. El conjunto de estas empresas facturó en 2015 algo más de 500 millones de euros, lo que supone un crecimiento del 24% respecto al año 2014. La previsión para los próximos años es optimista, esperando un continuo crecimiento hasta alcanzar los 1.140 millones de euros en 2019.

Sin embargo, se detecta una importante descompensación entre número de empresas y facturación cuando estos datos se comparan con los de otros países. Por ejemplo, Francia, con la mitad de empresas (250), registra una facturación de 3.677 millones de euros. El vecino del norte cuenta con una importantísima tradición en todas las fases de la industria. Sin ir más lejos, *Ubisoft*, una de las grandes compañías de producción y edición de videojuegos del mundo es francesa, contando con estudios repartidos por multitud de países, entre ellos, España.

No olvidemos, además, que el mercado español es el cuarto de Europa y octavo del mundo en cuanto a gasto (consumo) de videojuegos. Según los últimos datos publicados por la Asociación Española de Videojuegos (AEVI) el gasto total de nuestro mercado asciende a los 1.163 millones de euros en 2016 (incluyendo juegos, consolas y periféricos), lo que supone un 7,3% más que en el año anterior³. Sin embargo, este consumo se concentra en algo más de un 90% en los productos extranjeros, por lo que la exportación supone un importante porcentaje para los ingresos de las compañías nacionales de desarrollo.

Otro dato a destacar es que la facturación de las empresas españolas no procede tanto de la tradicional venta física de los videojuegos (representa tan sólo el 6% de los ingresos), si no de la distribución digital (34%) y otras fuentes de ingresos como la publicidad (*free-to-play*), las compras dentro de los juegos y otras fórmulas como el desarrollo para terceros y la subcontratación de servicios.

A la luz de estos datos podemos decir que el tejido industrial español es fundamentalmente "independiente". El 45% de las empresas están compuestas por menos de cinco empleados y el 26% entre seis y diez. Tan sólo un 5% de las empresas están consideradas como grandes o medianas (más de 50 empleados), pero concentran la mayor parte del empleo del sector (casi el 50%).

Por tanto, durante el último lustro se mantiene una situación de una industria, la nuestra (y también en la mayoría de los mercados internacionales), controlada por grandes corporaciones multinacionales verticalmente integradas (controlando todas las fases de la cadena de valor) que en muchos sentidos someten a las pequeñas empresas a un sistema de dominio oligárquico. De modo que la gran parte de los desarrolladores españoles emprenden proyectos de forma independiente y acuden al mercado móvil y a la distribución digital como salida a sus producciones (Rodríguez y Pestano, 2012: 371).

A partir de estas circunstancias nacen una gran multitud de proyectos inscritos a todos los géneros posibles. Desde el RPG pixelado que propone *Moonlighter* (Digital Sun), un juego al más puro estilo de aquellos clásicos popularizados en las consolas de 16 bits; al terror psicológico de *Calendula* (Blooming Buds Studio), que con un apartado visual hiperrealista propone una experiencia de exploración y puzzles realmente intensa.

3. "AEVI publica el adelanto de los datos del sector del 2016: el videojuego facturó en España 1.163 millones de euros", disponible en: <http://www.aevi.org.es/aevi-publica-adelanto-los-datos-del-sector-del-2016-vid-eojuego-facturo-espana-1-163-millones-euros> [Última consulta el 27 de abril de 2017].

Muchos de estos juegos son cofinanciados a través de plataformas *crowdfunding* o de micro-mecenazgo, demostrando que existe un amplio público deseoso de las nuevas fórmulas procedentes de los desarrolladores más modestos. Su libertad creativa les permite proponer juegos como *Candle* (Teku Studios) que podrían asociarse a los denominados juegos *arty* o artísticos, definición con la que se pretende destacar su alto valor estético.

Candle es un juego de plataformas y puzzles cuyo aspecto visual está basado en la pintura con acuarelas. El juego, que se encuentra disponible en la plataforma Steam, nos ofrece por tanto una interesante experiencia visual, pero también un desafío a nuestra lógica y capacidad para resolver los obstáculos que se antepondrán ante nuestro personaje. Desafío que se compone por los verdaderos elementos que constituyen el juego en sí mismo.

Anteriormente hablábamos de la constante relación entre independientes y *majors* (editores o fabricantes) para acercar al público mayoritario los contenidos "alternativos" que ofrece el mundo *Indie*. Pues bien, desde Sony España se ha puesto en marcha el programa *Sony PlayStation Talents* para aunar diferentes líneas de ayuda a estudios españoles. Incluye una serie de premios al desarrollo, incubadoras de empresas, colaboración con centros de formación y universidades, así como su propia plataforma de *crowdfunding*, *PlayStarter*.

Estas iniciativas no están exentas de cierta polémica en lo que respecta a la posible subordinación de las empresas respecto a la multinacional, al igual que un acaparamiento de la producción y el mercado nacionales. No obstante, más allá de los recelos o la posible desconfianza que estas actividades puedan suscitar, dichas iniciativas permiten un apoyo muy significativo desde la plataforma de videojuegos más importante en nuestro país.

CONCLUSIONES

El valor más significativo de la escena independiente recae no tanto en lo estético o estilístico, como en muchas ocasiones se da a entender, sino en su poder creativo y en su capacidad para la experimentación. Su mayor aportación reside, pues, en su libertad para alcanzar nuevas fórmulas de juego, nuevas historias y personajes; en definir experiencias simplemente diferentes y atractivas para el público.

Dentro de una industria que, al igual que la cinematográfica, funciona en gran medida sobre la base de los *blockbusters* y las franquicias, los desarrolladores independientes ofrecen unas propuestas para los públicos más exigen-

tes y que más horas dedican al videojuego. No obstante, al igual que en el resto de industrias culturales, las grandes compañías de desarrollo se encuentran muy atentas a lo que hacen los independientes y su repercusión en esas otras zonas del mercado, tomando prestado algunos de los elementos que podrían funcionar en juegos con grandes presupuestos destinados a públicos más amplios. Estos elementos pueden constituir interesantes mecánicas de juego, un tratamiento narrativo peculiar o, quizá, una estética visual o sonora nunca vista hasta el momento.

En cuanto al escenario nacional, observamos que dentro de un contexto general de crecimiento en cuanto al número de empresas, facturación y empleo, la industria española abarca en su mayoría proyectos de pequeño calado que luchan por consolidarse en un territorio no sólo competitivo, sino también constreñido por las grandes corporaciones internacionales. De hecho, tan sólo un pequeño porcentaje de lo que se consume en España está producido por nuestras empresas. Lo que también ocurre en otros terrenos como la distribución. No obstante, siempre existen excepciones reseñables, como es el caso de BadLand Games y su buen hacer en el terreno de la distribución. Compañía que igualmente destacó en 2015 por poner en marcha una editora dedicada especialmente a apoyar el trabajo de desarrolladores independientes españoles, BadLand Indie.

Es curioso observar, además, que la industria nacional obtiene mayores ingresos por la exportación de sus desarrollos y servicios que por los ingresos obtenidos en el mercado doméstico. Multitud de multinacionales emplean a nuestras empresas para la externalización de diversos servicios, lo cual supone un aspecto positivo en la evolución de nuestra industria. Un ejemplo paradigmático lo representa la compañía de desarrollo MercurySteam, quien recibió el difícil encargo por Konami de desarrollar las últimas entregas de su mítica franquicia *Castlevania*.

Sin embargo, dentro de un marco aún poco competitivo frente a las compañías extranjeras, España muestra una alta capacidad creativa y artística. Por lo tanto, pese a que nuestros juegos no son protagonistas en las listas de ventas, muestran una calidad y madurez propias de un país en el que existe una gran cultura por el videojuego.

Esta cultura se expresa en gran medida en el ordenador personal y los dispositivos móviles y, a menudo, está asociada a juegos de nicho dirigidos a públicos muy concretos. Muchas de estas propuestas exigen lo máximo a sus ju-

gadores tanto en términos de concentración e implicación, como en aspectos de habilidad. Es decir, no son aptos para públicos poco habituales o casuales. Lo que no significa que sean excluidos o ignorados, obviamente. De modo que la escena independiente, mayoritaria en España, supone sin duda una fuerza industrial imprescindible.

REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

- DEV (2016): «Libro blanco del desarrollo español de videojuegos 2016», <<http://www.dev.org.es>>, [4/5/2017].
- IZUSHI, H. y AOYAMA, Y. (2006): "Industry evolution and cross-sectoral skill transfers: a comparative analysis of the video game industry in Japan, the United States, and the United Kingdom". *Environment and Planning A*, 338: 1843-1861.
- KENT, S. T. (2016): La gran historia de los videojuegos. Barcelona, Ediciones B.
- LEVIS, D. (1997): Los videojuegos, un fenómeno de masas. Barcelona, Paidós.
- MORENO, P. M. (2003): "El videojuego: lecciones de la primera cultura", en Bustamante (ed.). *Hacia un nuevo sistema mundial de comunicación. Las industrias culturales en la era digital*. Barcelona, Gedisa: 207-224.
- PALAZUELOS, (2017): «Xbox presenta una suscripción mensual para jugar al estilo Netflix», <http://tecnologia.elpais.com/tecnologia/2017/03/01/actualidad/1488359505_247680.html>, [1/5/2017].
- RODRÍGUEZ, V. y PESTANO, J. M. (2012): "Los videojuegos es España. Una industria cultural incipiente". *Ámbitos*, 21: 361-379.

CV

José Borja Arjona Martín es Profesor Ayudante Doctor en el Departamento de Comunicación e Información de la Universidad de Granada. Igualmente es miembro investigador de los grupos "Cibercultura, Procesos Comunicativos y Medios Audiovisuales" (SEJ508, Universidad de Granada) y "Prospectivas en la Comunicación Multimedia, PROCOMM" (Universidad Internacional de La Rioja).

José Borja Arjona Martín is assistant professor in the Department of Communication and Information of the University of Granada (Spain). He also works as researcher in the groups Cyberculture, Communication Process and Audiovisual Media (University of Granada) and "Prospective in Multimedia Communication, PROCOMM" (International University of La Rioja).

PROYECTO ARTYHUM: CULTURA DIGITAL, DIFUSIÓN DEL ARTE Y LAS HUMANIDADES DESDE UNA PERSPECTIVA COLABORATIVA EN RED

D^a. Beatriz Garrido Ramos

Directora de ArtyHum. Escuela de Doctorado EIDUNED, Facultad de Geografía e Historia (UNED).
direccion@artyhum.com

D. José Ángel Méndez Martínez

Director de ArtyHum. Universidad Católica de Ávila.
direccion@artyhum.com

Resumen: En una sociedad como la actual, que demanda cada vez más información, nace *ArtyHum*, un proyecto cultural para el estudio, la difusión y la investigación del Arte y las Humanidades. *ArtyHum* conforma un proyecto en sí mismo, puesto que mediante la impartición de formación especializada en forma de MOOC y de otro tipo de cursos, se ha detectado la verdadera necesidad de cubrir un importante vacío en el campo del Arte y las Humanidades. Se está trabajando para llegar al mayor número de personas, con el fin de ofrecerles una formación de calidad que les permita especializarse y cubrir las necesidades que demandan en la actualidad los profesionales de esas ramas, contribuyendo de esta forma al desarrollo de una cultura digital y conectada, tan necesaria en el mundo actual. Además, dispone de una publicación, científico-divulgativa, que posee un amplio número de secciones y se encuentra indexada en diversos repositorios y bases de datos especializadas. Cuenta igualmente con un comité científico formado por expertos y especialistas en las distintas materias que abarca la revista, así como un equipo de colaboradores repartidos por todo el mundo, haciendo de ella un referente tanto a nivel nacional como internacional.

Palabras clave: Proyecto ArtyHum, Cultura Digital, Arte, Humanidades, Humanidades Digitales.

Abstract: *In a society like the present, which demands more and more information, ArtyHum is born, a cultural project for the study, diffusion and research of Art and the Humanities. ArtyHum forms a project in itself, since through the provision of specialized training in the form of a MOOC and other courses, the true need to cover a major gap in the field of Arts and Humanities has been detected. We are working to reach the greatest number of people, in order to offer them a quality training that will allow them to specialize and meet the needs currently demanded by the professionals of these branches, thus contributing to the development of a digital culture and connected, so necessary in today's world. In addition, it has a publication, scientific-informative, which has a large number of sections and is indexed in various repositories and specialized databases. It also has a scientific committee made up of experts and specialists in the various subjects covered by the magazine, as well as a team of collaborators spread around the world, making it a reference both nationally and internationally.*

Keywords: ArtyHum Project, Digital Culture, Art, Humanities, Digital Humanities.

INTRODUCCIÓN

ArtyHum es una publicación científico-divulgativa, digital, de carácter mensual, dirigida principalmente a personal investigador y profesionales de las Artes y las Humanidades. Pero a lo largo del texto nos referiremos a ella como proyecto ya que desde sus comienzos ArtyHum pretende ser mucho más que una publicación mensual, puesto que aspira a ser punto de encuentro así como referente para toda persona interesada en el mundo de la cultura, especialmente de la digital.



Figura 1. Logotipo de ArtyHum Revista Digital de Artes y Humanidades.

ORIGEN DE ARTYHUM

Como su propio nombre indica, “Art” y “Hum”, el proyecto, nacido en mayo de 2014, surge de la unión de las nuevas tecnologías y las humanidades. Desde entonces cuenta con un equipo multidisciplinar formado por más de cincuenta personas, estructurado en varios departamentos como son el de informática, dirección, administración, diseño, marketing, comunicación, redacción y gabinete de prensa. Todos los integrantes del equipo son profesionales de distintos sectores, siendo el de las humanidades el de mayor protagonismo. La presentación del Proyecto Cultural ArtyHum tuvo lugar en EINIACA 2015, “I Encuentro Internacional de Novos Investigadores en Arqueoloxía e Ciencias da Antigüidade” (Primer Encuentro Internacional de Jóvenes Investigadores en Arqueología y Ciencias de la Antigüedad) organizado por la Asociación ARCIAN y la Universidad de Santiago de Compostela. Desde entonces el proyecto se ha presentado en el Centro Asociado de la UNED en Pontevedra, en el que se llevó a cabo un

coloquio sobre el estado actual de la cultura en España, así como en las “II Jornadas de Historia de Salamanca” celebradas en la Casa de las Conchas, donde la dirección presentó el proyecto y expuso el contenido relacionado con la ciudad salmantina a través de diversos artículos publicados en ArtyHum.

NOVEDADES QUE APORTA

La publicación abarca un gran número de secciones, concretamente dieciséis, siendo la única publicación, tanto a nivel nacional como internacional, hasta la fecha, que ofrece tal diversidad temática. Esto la convierte en una publicación heterogénea a la par que completa. Dicha amplitud temática se debe a la necesidad de aglutinar las diversas disciplinas existentes en el mundo de las Humanidades, que habitualmente, suelen tratarse de forma independiente. Por ello, al inicio del proyecto se consideró totalmente indispensable la creación de una publicación que las unificase y reflejara la importancia y la necesidad de llevar a cabo dicha acción, ya que esa forma, se podría obtener una visión de conjunto, es decir, una imagen global de la cantidad de temáticas que las conforman y lo necesarias que son cada una de ellas, permitiendo a la vez que dicha unión favorezca el conocimiento y contribuya a su mayor difusión. Lo mismo sucede con el ámbito artístico, por el que también apostamos, ya que creemos que el Arte es sin duda una parte importante de las Humanidades (y de nuestro ser como humanos que somos), y como tal, muestra unos valores humanos que permiten nuestra expresión, cuestiones de gran importancia que de otra forma tal vez no fuéramos capaces de obtener. En definitiva, las secciones que se abarcan en ArtyHum son las que se exponen a continuación: Antropología; Arqueología; Arte; Cine; Cultura; Filología clásica y medieval; Filosofía; Geografía; Historia; Historia del Arte; Humanidades digitales; Investigación; Literatura; Museología; Música; Patrimonio.

Por otra parte, en junio de 2015 se inauguró el denominado *Espacio del Artista*. Se trata de un espacio con el que se pretende dar cabida a artistas de diferentes campos de las artes, desde la escultura a la pintura, la arquitectura, pasando por la artesanía, la música y la danza entre otras. El espacio tiene una periodicidad mensual, y al finalizar el año, se realiza un suplemento con todos los artistas que han formado parte del mismo. De esta forma, desde nuestra publicación queremos contribuir a la difusión cultural y artística teniendo como base la web, puesto que en los últimos tiempos estamos asistiendo a un

nuevo entorno que permite llegar a un gran número de personas como nunca antes se había dado. La Cultura Digital es el futuro sin duda, y desde ArtyHum, apostamos por ello. Pero llegados a este punto habría que formularse la siguiente pregunta: ¿qué es Cultura Digital o qué entendemos por ello? El tema ha sido abordado por diferentes instituciones y se ha entendido que el asunto no se refiere únicamente a tecnologías o al consumo, sino que alrededor de los usos de estos nuevos medios surgidos en la sociedad actual, se ha construido una nueva cultura, una serie de nuevas formas de estar juntos. El Ministerio de Cultura del Gobierno de España en su web hace referencia a la Educación y la Cultura Digital exponiendo lo siguiente:

“La propia utilización de la convergencia digital de las TICs en el campo educativo y cultural, es un camino hacia la construcción de la educación y cultural digital ya que puede representarla según todos los valores tecnológicos que conlleva su resultado final. Es con las TICs y su convergencia digital que pueda surgir esa educación y cultura extendida para toda la sociedad y para todos los individuos; y en tanto que unión y proceso permanente de prácticas educativas y culturales, entre las prácticas cotidianas del ser humano; es decir, que con la convergencia digital de las TICs, se establecen aquellos lazos estrechamente vinculados entre el hecho educativo y cultural y las actividades colectivas e individuales de las personas (desde los centros escolares o culturales concretos hasta los virtuales, extramuros, etc.; desde la educación inicial hasta para toda la vida) en los que se basa la denominada educación y cultura digital”.

Se hace hincapié igualmente en que no se trata de un concepto nuevo, pero que lo verdaderamente novedoso es la posibilidad que ofrecen las TICs y su convergencia digital para hacer posible dicha Cultura Digital y para favorecer la facilidad de acceso a la misma. Teniendo en cuenta todo ello, hay que destacar que ArtyHum posee una fuerte presencia social, y que también se caracteriza por ofrecer un formato interactivo que contribuye al uso de las nuevas tecnologías. Ello se debe, entre otros, al fomento de la interacción por parte del usuario, ya que nuestra publicación se asemeja visualmente a una revista en papel, siendo de esta forma la única que proporciona mayor realismo a un formato virtual, ya que se cuida el detalle y progresivamente se estudian nuevas formas de mejora en cuanto a la interfaz y la visualización de la misma se refiere. También es necesario exponer que el proyecto ha querido resaltar el papel fundamental que las generaciones futuras tendrán en nuestra sociedad, y por ello, la esencia de ArtyHum es la gran cantidad de talentos que reúne, y que en

1. Véase: <http://ares.cnice.mec.es/informes/09/documentos/51.htm> [07/04/2017].

la actualidad, por diversos motivos, no han podido mostrar su valía, bien por carecer de una oportunidad o porque todavía su trabajo no ha sido reconocido como debiese. Ese es otro de los motivos de la fundación de la publicación: además de la cultura digital es necesaria la apuesta por el talento que nos rodea, que sin duda, será el que guíe las generaciones futura, y por ese motivo se torna totalmente necesario darle el sitio que le corresponde.

LA CONTRIBUCIÓN DE ARTYHUM A LA CULTURA DIGITAL Y LAS HUMANIDADES DIGITALES.

El proyecto se enfoca a diversos aspectos que considera de interés en la sociedad actual, en la que se puede hablar desde hace tiempo de cultura conectada (GARRIDO, 2015b). En la era de la información, de la digitalización y la Cultura Digital, las Humanidades Digitales, tal y como indica su nombre, hacen referencia a un concepto, a una nueva forma de entender la disciplina humanística y su aplicación, partiendo de la unión de campos tan importantes como el de la informática, la programación, la edición digital, la visualización y las humanidades entre otros. Dicho punto de encuentro servirá en un futuro próximo para impulsar las tan injustamente denostadas humanidades, pudiendo considerarse verdadera y definitivamente como "Humanidades Digitales", haciendo honor a su denominación y dando lugar a una "cultura conectada" (GARRIDO, 2015a: 22). Las Humanidades Digitales son un conjunto de herramientas tecnológicas que permiten un conocimiento extendido, dando la posibilidad de acceder a gran cantidad de información aplicando una metodología estandarizada. Conducen por tanto a la investigación y difusión de diversas disciplinas a través de una gran base de datos que cada grupo, proyecto y escuela lleva a cabo de forma personalizada, en relación a su temática y sus correspondientes fines y objetivos (MÉNDEZ, 2015: 24). Las anteriores definiciones formaron parte del Monográfico sobre Humanidades Digitales publicado por ArtyHum en noviembre de 2015. Con motivo del primer aniversario de la publicación, en 2015 se lanzó una convocatoria de Monográfico sobre Humanidades Digitales titulado "*La realidad de las Humanidades Digitales en España y América Latina²*", en colaboración con LINHD, el Laboratorio de Innovación en Humanidades Digitales de la UNED, y la AAHD, Asociación Argentina de Humanidades Digitales. Reunió a un gran número de especialistas en la materia y ha sido punto de encuentro para toda persona interesada por el mundo de las Humanidades Digitales.

2. Véase: <https://www.artyhumi.com/monograficos/hd/>

CON LA RED EN LA RED

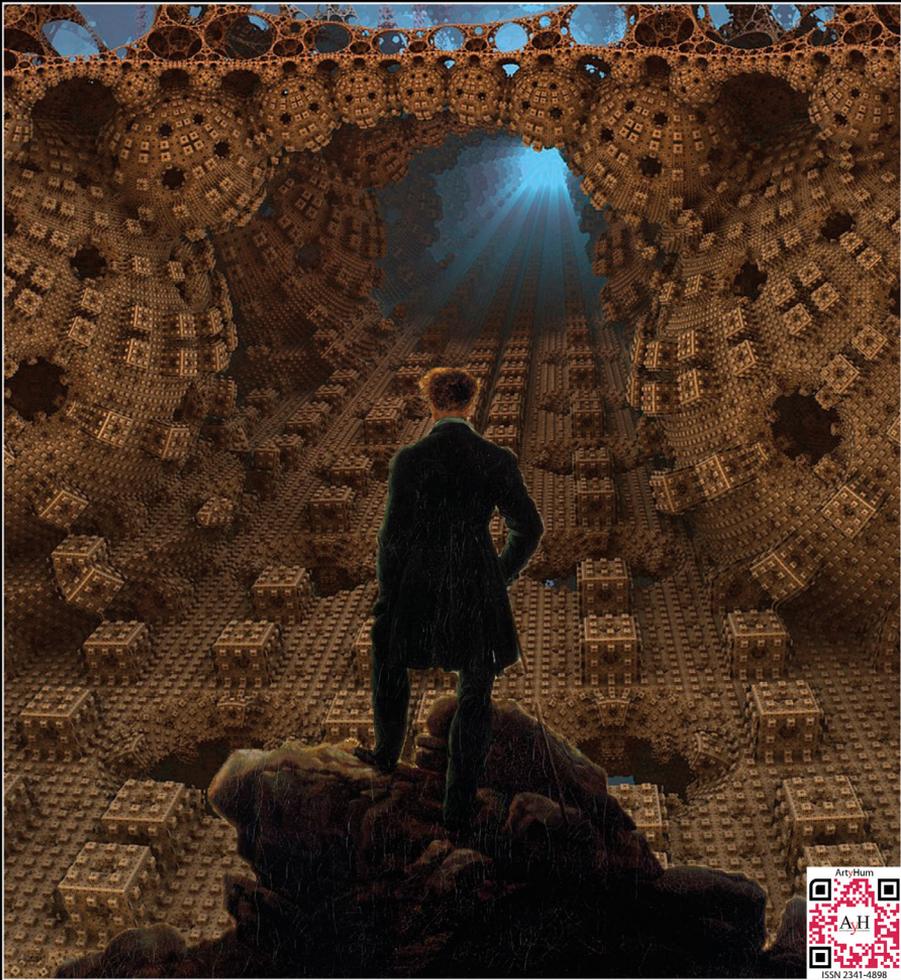
CREACIÓN, INVESTIGACIÓN, COMUNICACIÓN CULTURAL Y ARTÍSTICA EN LA ERA DE INTERNET

ArtyHum

Nº 1 - Noviembre de 2015

monográfico

Revista Digital de Artes y Humanidades



La realidad de las humanidades digitales en España y América Latina

Figura 2. Portada del Monográfico de ArtyHum sobre Humanidades Digitales. Diseño y maquetación por Iñaki Revilla Alonso.

A mayores, exponer que ya se encuentra en marcha la convocatoria del segundo monográfico sobre Humanidades Digitales, cuya publicación tendrá lugar a lo largo del próximo año. En la actualidad, la publicación también cuenta con una sección de Humanidades Digitales coordinada por la Dra. Gimena del Río Riande (CONICET, Argentina) para quien las Humanidades Digitales son un conjunto de metodologías y prácticas que, sistematizadas, conforman una teoría. Su mayor riqueza radica en que estas teorías, metodologías y prácticas no son exclusivas de una única disciplina. Su principal novedad no es el componente digital sino acercar lo que nunca debió alejarse, las ciencias de las humanidades, el mundo real del académico, para así dar lugar a un discurso plural, interseccional, donde, después de muchos siglos, lo más importante es el cómo y no el qué (DEL RÍO, 2015: 23).

APOYO EXTERNO

Además de contar con un destacable comité científico, ArtyHum cuenta igualmente con una importante colaboración externa por parte de empresas, proyectos e instituciones³, así como de personalidades de gran prestigio dentro del mundo académico y de la investigación, que muestran su apoyo desinteresado al proyecto y al trabajo que se realiza mensualmente.

COLABORACIÓN

Desde su creación en mayo de 2014, hemos colaborado y asistido a diversas jornadas y congresos internacionales, información que puede consultarse en nuestro apartado de *Eventos ArtyHum*⁴. En él queda constancia de la importancia que tiene para nosotros la colaboración entre distintas iniciativas, que como la nuestra, apuestan por la unión y la difusión conjunta y colaborativa de las Humanidades, el Arte y la Cultura Digital en general. Tal y como se ha comentado previamente, y debido a nuestro carácter social e interactivo con el público, ArtyHum está muy presente en las redes sociales, en las que cuenta con un buen número de seguidores que incrementa progresivamente.

ÍNDICE DE IMPACTO

El proyecto tiene presencia en 36 países. Además, desde el comienzo se ha realizado especial hincapié en la inserción en bases de datos y repositorios

3. Véase: <https://www.artylum.com/agradecimientos.html>

4. Véase: <https://www.artylum.com/eventos-artylum.html>

con el fin de dar a conocer el trabajo realizado por los/as colaboradores/as que mensualmente aportan un material de calidad, sin cuya contribución el proyecto carecería de sentido. Hasta la fecha, ArtyHum ha sido incluida en el directorio Latindex, que reúne información bibliográfica sobre las publicaciones científicas seriadas existentes en América Latina, Caribe, España y Portugal, y se encuentra en diversas bases de datos como Dialnet, Dulcinea, MIAR, Regesta Imperii y Google Académico. También forma parte del Catálogo Colectivo de la Red de Bibliotecas Universitarias (el Catálogo REBIUN reúne los registros bibliográficos de las setenta y seis bibliotecas universitarias y del CSIC que forman parte de esta red). Recientemente, ha sido agregada a ERIH PLUS (European Reference Index for the Humanities and Social Sciences), conocido anteriormente como ERIH, un índice europeo de revistas académicas de Humanidades y Ciencias vinculado a la European Science Foundation. Finalmente, también se integra en la Clasificación C.I.R.C. y The European Library (TEL). Igualmente, ArtyHum forma parte de otras iniciativas y proyectos como GrinUGR (“GRupo de INternet de la Universidad de GRanada”), ReArte.Dix (Red Internacional de Estudios Digitales sobre la Cultura Artística, iniciativa que comenzó su andadura en la Universidad de Málaga), ARQUEOUDIMA (serie de vídeos de la UDIMA llevados a cabo por el Dr. Daniel Casado Rigalt, que tienen como objetivo divulgar asuntos de actualidad arqueológica mediante dos formatos: entrevistas a arqueólogos en distintas áreas temático-cronológicas y monográficos sobre yacimientos o piezas arqueológicas) y DivulgaUNED (Proyecto de la Unidad de Cultura Científica de la UNED financiado por la Fundación Española para la Ciencia y la Tecnología, Ministerio de Economía y Competitividad). No obstante, progresivamente se insertará en diversos repositorios y bases de datos de carácter académico y científico. También disponemos de un blog en Hypotheses⁵ (plataforma de blogs académicos de Ciencias Sociales y Humanidades que forma parte a su vez de *OpenEdition*, una infraestructura de edición electrónica en acceso abierto al servicio de la difusión de publicaciones de Ciencias Sociales y Humanidades) en el que se informa de todas las novedades que se llevan a cabo en el proyecto.

DERECHOS DE AUTOR Y ACCESO ABIERTO

En cuanto a los derechos de autor, se indica tanto en los números mensuales como en la web, que se trata de un material protegido por derechos de

5. Véase: <http://artyhum.hypotheses.org/>

autor, con CC Tipo de licencia Creative Commons Reconocimiento-No Comercial-CompartirIgual 3.0 España (CC BY-NC-SA 3.0 ES). No obstante, como su propio nombre indica, ello no impide que se pueda hacer uso del mismo siempre y cuando se respeten los términos en los que se presenta, ya que como se ha expuesto previamente, el principal objetivo es contribuir a la difusión de la cultura y qué mejor forma de hacerlo que poniendo a disposición nuestro trabajo, de forma abierta (acceso abierto) y colaborativa (en red), motivando de esa forma al público y facilitando la contribución y el interés por la publicación. Y es que debemos recordar que el acceso abierto (*Open Access* -OA- en inglés) se define como el acceso gratuito a la información así como al uso sin restricción de ningún tipo a los recursos digitales por parte de todas las personas. Sirva de apoyo a nuestra reflexión la definición que aporta la UNESCO en relación a la publicación de contenido en acceso abierto: *“Por “acceso abierto” a esta literatura queremos decir su disponibilidad gratuita en Internet público, permitiendo a cualquier usuario leer, descargar, copiar, distribuir, imprimir, buscar o usarla con cualquier propósito legal, sin ninguna barrera financiera, legal o técnica, fuera de las que son inseparables de las que implica acceder a Internet mismo”*.

Hay que recordar que todos los números de ArtyHum pueden descargarse con un coste reducido en formato PDF (con la finalidad de financiar el proyecto), y se pueden visualizar en la web de manera gratuita en HTML5 y Flash.

Por otra parte, la UNESCO alude en su web al OA refiriéndose a los siguientes puntos que se deben tener en cuenta para referirse a dicho concepto:

- Es posible acceder a su contenido de manera libre y universal, sin costo alguno para el lector, a través de Internet o cualquier otro medio.
- El autor o detentor de los derechos de autor otorga a todos los usuarios potenciales, de manera irrevocable y por un periodo de tiempo ilimitado, el derecho de utilizar, copiar o distribuir el contenido, con la única condición de que se dé el debido crédito a su autor.
- La versión integral del contenido ha sido depositada, en un formato electrónico apropiado, en al menos un repositorio de acceso abierto reconocido internacionalmente como tal y comprometido con el acceso abierto.

Para finalizar, tal y como expone la UNESCO: *“Los recursos educativos de libre acceso proporcionan una oportunidad estratégica para mejorar la calidad*

de la educación y para facilitar el diálogo sobre políticas, el intercambio de conocimientos y el aumento de capacidades” (GARRIDO, 2016: 22).

RECONOCIMIENTOS Y ÚLTIMAS NOVEDADES ARTYHUM

- Premios AWARDS HD 2015.

Desde los comienzos en 2014, el proyecto ha buscado en todo momento llevar a cabo el compromiso social y cultural planteado en sus inicios, cuestión a la contribuye en lanzamiento de los distintos números de la publicación, y que desde entonces, se ha producido ininterrumpidamente con carácter mensual. Probablemente por ello, en 2015 ArtyHum obtuvo el puesto de segundo finalista en los Premios *Awards HD 2015*, un prestigioso galardón de Humanidades Digitales a nivel europeo al que optamos en la modalidad de compromiso público (*Best Use of DH for Public Engagement*). Se trató sin duda de un reconocimiento al esfuerzo y el trabajo colaborativo de todo el equipo, factor que indicó y ratificó de alguna forma que el camino escogido había sido el acertado.

- MOOC: Cultura Digital: Humanidades Digitales y TIC, el futuro de las Humanidades.

En palabras de Carbonell hablar de MOOC es equivalente a referirse a “una serie de intervenciones, decisiones y procesos, con cierto grado de intencionalidad y sistematización, que tratan de modificar actitudes, ideas, culturas, contenidos, modelos y prácticas pedagógicas” (CARBONELL, 2001: 17 citado por GARRIDO, 2016: 22).

En 2016 la dirección de ArtyHum tuvo ocasión de formar parte del *Proyecto Europeo ECO (Elearning Communication Open-Data)* en el que colaboró junto a otros e-teachers en la impartición de un MOOC sobre Cultura Digital, Humanidades Digitales y TIC. Los cada vez más conocidos *Cursos Masivos en Abierto* (o *Massive Open Online Courses* en inglés) dan respuesta a la demanda formativa actual, a la necesidad que plantea la sociedad denominada “de la información”, que como su propio nombre indica, reclama progresivamente todo tipo de información. Cuanto más sencillo sea acceder a ella, mayor será el beneficio global, y más enriquecedora resultará la experiencia. Algunas investigaciones ponen de manifiesto que, a menudo, los docentes mantienen una visión “incrementalista” de la tecnología, es decir, la utilizan para hacer lo que ya hacían con mayor efectividad (BUCKINGHAM, 2005). Pero en realidad, la integración de las

6. Para ampliar información al respecto véase: <http://dhawards.org/dhawards2015/results/>

TIC y la difusión de estas y de los nuevos recursos formativos tienen que orientarse de manera que sirvan para abrir nuevas posibilidades además de mejorar las existentes (GARRIDO, 2016: 21).



Figura 3. Logotipo del MOOC Cultura Digital: Humanidades Digitales y TIC, el futuro de las Humanidades, impartido en la plataforma del Proyecto ECO. Diseñado por Beatriz Garrido Ramos y José Ángel Méndez Martínez.

Este MOOC ratificó la importancia de las HD y de la Cultura Digital en el campo de la formación, concretamente de los MOOC. Contó con un gran número de participantes de diferentes áreas que compartieron un espacio abierto al debate, un entorno de trabajo abierto a la colaboración. El curso ofreció una visión general del panorama actual de las HD y las TIC, permitiendo un verdadero acercamiento entre los participantes y mostrándoles las posibilidades existentes en la actualidad en el terreno de las Humanidades Digitales, así como la

multitud de proyectos que desde hace tiempo se están llevando a cabo, tanto a nivel nacional como internacional, sin dejar de abordar en el curso una nueva perspectiva en relación al futuro de las Humanidades, algo que el equipo de ArtyHum tiene muy presente desde sus inicios. Los objetivos del MOOC fueron los siguientes:

- Conocer una aproximación actual a diversos campos como son la Cultura Digital, la Filosofía, la Literatura, la Lengua, las TIC, los SIG, la Arqueología, la Geografía, la Historia, la Historia del Arte, el Patrimonio y las Humanidades Digitales como tal.
- Valorar las Humanidades Digitales y las TIC como conjunto de herramientas útiles y necesarias en la actualidad.
- Establecer vínculos en común en relación a las posibilidades que las nuevas tecnologías ofrecen en el campo de las Humanidades, y que pueden extrapolarse a cada una de las disciplinas expuestas en el curso.
- Obtener una visión global del potencial que ofrece la fusión entre las nuevas tecnologías y las Humanidades Digitales.

Entre los principales resultados del MOOC se encontraban los siguientes:

- Fomentar diversos aspectos como la motivación del alumnado, la igualdad de oportunidades, la accesibilidad, la adaptabilidad, la reutilización del contenido y la creatividad entre otros.
- Promover el trabajo colaborativo: licencia libre, que estimule la formación online y permita el acceso a una cultura libre.

Todos estos objetivos y sus resultados tienen mucho en común con la misión que está desarrollando ArtyHum, tal y como se ha expuesto anteriormente. Finalmente, no nos queda más que recordar que desde el año pasado también se ha puesto en marcha una nueva iniciativa destinada a fomentar el estudio y la especialización en el ámbito del Arte y las Humanidades. Se trata del recién estrenado *Campus de Formación ArtyHum7*, en el que se impartirá una formación especializada en Arte y Humanidades como su propio nombre indica, y cuyo primer curso -que comenzó en octubre de 2016- trató sobre *“La formación del siglo XXI. Espacios virtuales educativos en Humanidades”*.

7. Para ampliar información véase: www.artyhum.com



Figura 4. Logotipo del Campus de Formación ArtyHum.

CONCLUSIÓN

Según Mariana Fossatti⁸, *“el MOOC permite organizar experiencias de aprendizaje multitudinaria en un entorno de un tópico específico. En estos entornos los participantes intervienen en línea, exploran e investigan de manera colectiva un tema, utilizando diferentes canales RSS, herramienta disponible en la web para participar en un diálogo abierto y colaborativo”*. Los MOOCs, que a día de hoy están abriéndose paso como nuevo método de enseñanza y herramienta de trabajo colaborativo, entre otros factores, han contribuido en gran medida al uso de internet, de las TIC (Tecnologías de la Información y Comunicación), y de la innovación de los métodos tradicionales de enseñanza. Al igual que sucede con ArtyHum, apuestan por una nueva dirección tanto en lo referente a los métodos y medios, como en la forma de entender en sí misma la cultura en general. Este punto que nos hace pensar en los avances acaecidos especialmente en los últimos años, y acorde sin duda a la generación de internautas que hoy día acude a la red en busca de información y respuestas, nos retrotrae igualmente décadas atrás, concretamente al siglo pasado, cuando las bibliotecas, los archivos, los centros de investigación, etc. albergaban todo tipo de documentación y eran el máximo referente. La automatización de estos centros, y en consecuencia, la progresiva digitalización, fueron en su mayoría la antesala de la información de la que se dispone en la actualidad, germen de la red a la que acude la sociedad actual. En el caso de los medios de comunicación y de información, así como

8. Véase: <http://www.articaonline.com/author/mariana-fossatti/>

de las publicaciones científicas, divulgativas o de ambas, como es el caso de ArtyHum, dicha “digitalización” transformada en la denominada “Cultura Digital”, se torna especialmente significativa, ya que ha permitido llegar a un mayor número de personas en todo el mundo, que de otra forma, el formato papel hubiera dificultado en gran medida. No obstante, hay que reconocer que sin el avance de lo primero no habríamos alcanzado nunca el nivel del que “disfrutamos” hoy, que en un simple golpe de ratón nos facilita el acceso a un grueso de información impensable hasta no hace mucho tiempo. Por ello es importante destacar que, en el fondo, todo se basa en una evolución lógica, en consonancia con el desarrollo social y cultural de un país, que a su vez, influye en la evolución a nivel mundial, como parece indicar el nacimiento de esa Cultura Digital y de lo que podría denominarse “Humanidad Digital”, esencia en sí misma de ArtyHum.

REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

- BUCKINGHAM, D. (2008): *Más allá de la tecnología. Aprendizaje infantil en la era de la cultura digital*. Buenos Aires, Manantial.
- CARBONELL, J. (2001): *La aventura de innovar. El cambio en la escuela*. Madrid, Morata.
- FOSSATTI, M. MOOC [en línea], 2016. Recuperado de:
<<http://www.articaonline.com/author/mariana-fossatti>>, [02/04/2016].
- GARRIDO RAMOS, B.:
- (2015a): «Definición de Humanidades Digitales», *ArtyHum, Monográfico de Humanidades Digitales*, 1: 22. <<https://www.artyhum.com/monograficos/hd/#/22>>, [05/04/2017].
- (2015b): «Mosaicos en la Hispania Romana y Humanidades Digitales», *II Congreso Internacional de la HDH, E-spacio UNED*. <<http://e-spacio.uned.es/congresosuned/index.php/hdh2015/hdh2015/paper/view/132>>, [05/04/2017].
- (2016): «La nueva formación del siglo XXI: Cursos Masivos en Abierto. Un complemento para la docencia», *VIII Jornadas de Redes de Investigación en Innovación docente*, IUED, UNED, pp. 21-22.
- GARRIDO RAMOS, B. y MÉNDEZ MARTÍNEZ, J. A.:
- (2016a): «Humanidades Digitales: una nueva perspectiva en el ámbito de las Humanidades», *MOOC Cultura Digital: Humanidades Digitales y TIC, el futuro de las Humanidades*, Módulo 1, Proyecto europeo ECO. <<https://hub11.ecolearning.eu/course/cultura-digital-humanidades-digitales-y-tics-el-fu/>>, [05/04/2017].

- (2016b): «La formación del siglo XXI. Espacios virtuales educativos en Humanidades», *Campus de Formación ArtyHum*. <<https://www.artylum.com/formacion/>>, [05/04/2017].
- (2016c): «¿Qué son las Humanidades Digitales», *MOOC Cultura Digital: Humanidades Digitales y TIC, el futuro de las Humanidades*, Módulo 0, Proyecto europeo ECO. <<https://hub11.ecolearning.eu/course/cultura-digital-humanidades-digitales-y-tics-el-fu/>>, [05/04/2017].
- MÉNDEZ MARTÍNEZ, J. A. (2015): «Definición de Humanidades Digitales», *ArtyHum, Monográfico de Humanidades Digitales*, 1: 24. <<https://www.artylum.com/monograficos/hd/#/22>>, [05/04/2017].
- Ministerio de Cultura: *La Educación y la Cultura Digital* [en línea], 2017. Recuperado de: <<http://ares.cnice.mec.es/informes/09/documentos/51.htm>>, [07/04/2017].
- Proyecto ECO [en línea], 2016. Recuperado de: <<http://project.ecolearning.eu/>>, [06/04/2017].
- RÍO RIANDE, G. del. (2015): «Definición de Humanidades Digitales», *ArtyHum, Monográfico de Humanidades Digitales*, 1: 23. <<https://www.artylum.com/monograficos/hd/#/23>>, [05/04/2017].
- UNESCO: ¿Qué es acceso abierto? [en línea], 2017. Recuperado de: <<http://es.unesco.org/open-access/%C2%BFqu%C3%A9-es-acceso-abierto>>, [07/04/2017].

CV

BEATRIZ GARRIDO RAMOS

Directora de ArtyHum Revista Digital de Artes y Humanidades. Profesora de Lenguaje y Literatura en UNED A Coruña. Doctorado en Historia e Historia del Arte y Territorio (Escuela Internacional de Doctorado, EIDUNED), Facultad de Geografía e Historia (UNED). Máster Universitario en Métodos y Técnicas avanzadas de investigación Histórica, Artística y Geográfica, con especialidad en Museología, Tendencias Metodológicas y Tipos y Modelos para la Investigación de la Historia del Arte. Graduada en Historia del Arte y Experta Profesional en Humanidades Digitales (UNED). Colabora en diversas iniciativas europeas y proyectos (como el Proyecto Europeo ECO), es miembro de AJHIS (Asociación de Jóvenes Historiadores de Salamanca), de la HDH (Sociedad Internacional de Humanidades Digitales Hispánicas), de ReArte.Dix (Red Internacional de Estudios Digitales

sobre la Cultura Artística), de la AAHD (Asociación Argentina de Humanidades Digitales), de DH Commons y de GrinUGR. Recientemente obtuvo una beca de Doctorado de la Facultad de Geografía e Historia (UNED) que desarrolló en el Departamento de Arqueología del Laboratorio de Paisaje, Patrimonio y Territorio (LAB2PT) en la Universidade do Minho (Braga, Portugal).

Director of ArtyHum Digital Magazine of Arts and Humanities. Professor of Language and Literature at UNED A Coruña. Doctorate in History and History of Art and Territory (International Doctoral School, EIDUNED), Faculty of Geography and History (UNED). Master's Degree in Advanced Methods and Techniques of Historical, Artistic and Geographical research, with a specialization in Museology, Methodological Trends and Types and Models for Research in the History of Art. Graduated in History of Art and Professional Expert in Digital Humanities (UNED). She collaborates in various European initiatives and projects (such as the European ECO Project), she is a member of AJHIS (Association of Young Historians of Salamanca), the HDH (International Society of Hispanic Digital Humanities), ReArte.Dix (International Network of Digital Studies on The Artistic Culture), the AAHD (Argentine Association of Digital Humanities), DH Commons and GrinUGR. He recently obtained a Doctorate Scholarship from the Faculty of Geography and History (UNED) which he developed in the Department of Archeology of the Laboratory of Landscape, Heritage and Territory (LAB2PT) at the University of Minho (Braga, Portugal).

JOSÉ ÁNGEL MÉNDEZ MARTÍNEZ

Director de ArtyHum Revista Digital de Artes y Humanidades. Ingeniería Informática (Universidad Católica Santa Teresa de Jesús de Ávila). Técnico Especialista en Robótica y CIM (Computer Integrated Manufacturing, Fabricación Integrada por Ordenador, Universidad San Jorge de Zaragoza), y Técnico de Sistemas Microinformáticos para la formación de profesionales de las TIC. En los últimos años ha realizado estudios de Coaching y Dirección de equipos (Universidad de Las Palmas de Gran Canarias), SEO y SEM, Marketing online y programación (Universidad Rey Juan Carlos), y ha impartido conferencias y ha asistido a diversos congresos y jornadas internacionales. Actualmente, es miembro de ReArte.Dix (Red

Internacional de Estudios Digitales sobre la Cultura Artística), de la AAHD (Asociación Argentina de Humanidades Digitales), de DH Commons y de GrinUGR, y colabora con el Proyecto Europeo ECO.

Director of ArtyHum Digital Magazine of Arts and Humanities. Computer engineering (Catholic University Santa Teresa de Jesús de Ávila). Technician Specialist in Robotics and CIM (Computer Integrated Manufacturing, Integrated Manufacturing by Computer, San Jorge University of Zaragoza), and Microinformatics Systems Technician for the training of ICT professionals. In recent years he has studied Coaching and Team Management (University of Las Palmas de Gran Canarias), SEO and SEM, Online Marketing and Programming (Universidad Rey Juan Carlos), and he has lectured and attended various international congresses and conferences. He is currently a member of ReArte.Dix (International Network of Digital Studies on Artistic Culture), the AAHD (Argentine Association of Digital Humanities), DH Commons and GrinUGR, and he collaborates with the European ECO Project.

DEFYING BORDERS IN THE LEVANT. CONTEMPORARY DANCE AND THE INTERNET

Hanna Kreitem, Northumbria

University at Newcastle

hannaq@gmail.com

Summary: Countries in the Levant have a common culture that values dance, with evidence of dance teaching as old as 1780 BC. Dances, particularly Dabkeh, performed as part of social events to date. Dance in the Levant moved from being participatory in nature to performance dances, particularly after the rise in need to conserve fading heritage due to political events storming the region and causing socio-cultural shifts. These events caused the space between populations of the region to increase, separating the countries more and more, adding hurdles to communication and mobility in the region, particularly between Palestine and both Lebanon and Syria.

The shift in dance towards performance art allowed for more creativity and introduction of modern dance in a dance movement that shared roots and expanded with exposure to international dance movements and with online exposure to Contemporary Dance. Dance troupes in the region started experimenting with new forms of dance, what developed quickly to organized efforts and productions renowned worldwide, with the main driver being four leading cultural centres and groups.

These centres and groups joined forces under Masahat Network for Contemporary Dance to overcome challenges they faced, financial and societal, utilizing the Internet as the main media for communication and coordination to develop dancing in the region through stronger relationships between individual artists, dance associations, and companies.

Resumen: Los países del Levante tienen una cultura común que valora la danza, con evidencia de la enseñanza de la danza, tan antigua como 1780 AC. Las danzas, especialmente el Dabkeh, se realizaron como parte de eventos sociales hasta la fecha. La danza en el Levante pasó de ser participativa en la naturaleza a bailes de performance, particularmente después del aumento en la necesidad de conservar el deterioro de la herencia debido a los eventos políticos que asaltaron la región y causaron cambios socioculturales. Estos eventos provocaron el aumento del espacio entre las poblaciones de la región, separando a los países cada vez más, lo que añadió obstáculos a la comunicación y la movilidad en la región, particularmente entre Palestina y el Líbano y Siria. El cambio en la danza hacia el arte escénico permitió una mayor creatividad y la introducción de la danza moderna en un movimiento de baile que compartió raíces y se expandió con la exposición a movimientos internacionales de danza y con exposición en línea a la Danza Contemporánea. Los grupos de danza en la región comenzaron a experimentar con nuevas formas de baile, lo que se desarrolló rápidamente para organizar esfuerzos y producciones de renombre mundial, siendo el principal impulsor cuatro centros y grupos culturales líderes. Estos centros y grupos unieron fuerzas bajo la Red Masahat para la Danza Contemporánea con el fin de superar los desafíos a los que se enfrentaban, financieros y sociales; utilizando Internet como el principal medio de comunicación y coordinación para desarrollar el baile en la región a través de relaciones más fuertes entre artistas individuales, asociaciones de danza y compañías. Internet y la tecnología permitieron la exposición a

CON LA RED EN LA RED

CREACIÓN, INVESTIGACIÓN,
COMUNICACIÓN CULTURAL Y
ARTÍSTICA EN LA ERA DE INTERNET

Internet and technology allowed exposure to potential and established dancers alike to learn and share their creation online, opening the door for a new wave of self-taught artists, who, some argue, enjoy larger freedom in their creations and movement.

Keywords: Contemporary Dance, Internet, Communication, Middle East, Levant

bailarines potenciales y consolidados por igual para aprender y compartir su creación en línea, abriendo la puerta a una nueva ola de artistas autodidactas, quienes, según algunos, disfrutaban de una mayor libertad en sus creaciones y movimiento.

Palabras claves: Danza contemporánea, Internet, comunicación, Medio Oriente, Levante

INTRODUCTION

The Internet provided unprecedented opportunities for communication and artistic creation, surpassing every other medium of communication in terms of expansion rate and possibilities. It became effortless and affordable to communicate with people from all over the world, access artistic creation, material and ideas, as well as exposing and sharing ones artistic creation and ideas.

With the new possibilities, the Internet affected every aspect of our lives, from watching live events, getting information, learning, finding recipes to exposure to art and artistic creation. O'Connor (1997: 5) described how the Internet affected people's relation to culture by saying that until the advent of the Internet "most people tended to enjoy culture created by others [...] rather than creating it themselves [...] However, Internet is now dramatically shifting this ratio in favour of more 'expressed' culture".

This effect can also be noted in art created offline in the wake of ideas developed online, as Guthrie Lonergan calls it "Internet-aware art" (Beard, 2008), a concept that was also tackled by Marisa Olson with their similar concept of "PostInternet" (Olson, 2011: 59-63). They used these terms to describe the contemporary offline manifestation of material and ideas seen online, that is the mode of artistic creation after being online.

That distinction between conventional art, and PostInternet or Internet-aware art was possible when we had to seek online access, make special effort to find a machine with connection to the Internet and time for that access. However, nowadays, with the dominance of connected smartphones and devices, the Internet is with us and around us throughout our days, to the point where we had to seek special effort to get offline few hours a day, making almost any new artistic creation an Internet-aware art, or PostInternet creations.

Contemporary Dance, as any other form of artistic creation, was affected by the Internet and technology, providing established artists means to share their creations and connect with other artists. The availability of Contemporary Dance material online opened the door for new dancers and choreographers to learn about dance and movement by themselves, becoming self-taught dancers and choreographers.

Farah Saleh, dancer, choreographer, and winner of 2014 Young Artist of the Year Award (YAYA), argued in an interview for this book that self-taught dancers and choreographers are more interesting and creative. They have more space

for experimenting and creating original art, compared to attendants of dance academies, who usually end up having similar movement, and strive to create dances that match the taste of their instructors, rather than having to discover their own movement and express it freely.

This new generation of dancers possess exposure to different schools of thought online, and a plethora of resources and material, allowing them to create their own artistic identity, open to a world of possibilities, without being confined to strict roles of dance taught in dance academies and formal studios. This freedom allowed dancers to introduce new moves and concepts derived from their cultures and personal experiences, in a dialogue with their past as Yvonne Hardt puts it (2012: 217-231), leaving behind the incessant strive to create new movements.

The Internet also gave contemporary choreographers and dancers access to a world of other creators they can connect to and work with. Encouraging peer review of work, engaging in online communities of practice, and paving the way to co-productions crossing political and geographical borders. A process that could have been possible before the advent of the Internet, but required significant additional time and resources, and usually involved attending festivals and conferences, making it hard for newcomers to join, as Abdallah Damra Vertex, co-founder of Stereo48, noted for this book.

Abdallah and his friends from Nablus, a conservative city in Palestine, got into dancing after learning how to dance from videos they found on YouTube. Later on, they started to post their work online, and communicate with other performers over the Internet, getting necessary critique to enhance their performance and effectively becoming part of online networks of performers. This allowed them to gain exposure, and helped them to get in touch with, and host, renowned artists who they collaborated with to organize workshops to learn and teach hip-hop and Contemporary Dance. They have also gone into co-productions with artists they met online. At one instance, when a show they were working on included a group of dancers from Gaza that were not allowed to leave Gaza to join the performance, the group pre-taped Gaza performance, transferred it over the Internet and projected it on the stage as an integrated part of the show.

This is an example on how technology and the Internet found their way into performances, becoming part of productions, with choreographers exploring

the areas and boundaries of interactive art and networked performance. And allowed utilization of technical concepts like projection mapping where light and video projection re-creates scenery to provide immersive experiences, augmenting the performance with interactive objects that react to performers' movement, allowing the performers to not only control their movement and body, but also to interact with and control virtual objects projected on the stage.

While networked performances employ the possibility to connect multiple locations in live streams to produce performances taking place in multiple locations simultaneously and connected via the Internet, either through audio, video, or even 3D objects and holograms. These forms of computer-assisted performances point to a new understanding of environments of relations (Birringer, 2004: 88-111), allowing manipulation of performance space, by creating and breaking walls and borders, and creating new relations with real and virtual objects spread of geography and time.

LEVANT

Levant is the area to the east of Mediterranean, historically included Lebanon, Syria, Jordan, and historical Palestine. The population in this area share a common culture developed over centuries. However, due to political events following the Sykes-Picot agreement of 1916, these countries were divided. Later events caused further separation, that resulted in barriers to communication and travel between these countries created, this is particularly notable between Palestine and both Lebanon and Syria, where travel has been arduous and very rare in the past half a century. The culture and heritage shared in this area values dancing, with evidence on dance and dance teaching in the region tracing to four millennia back. One evidence is found in a 3,800 years old letter, when King Zimri-Lim of Mari, an empire that stretched from Palestine to Persia, send to his wife Queen Shiptu, asking her to select the best looking and assign them to a dance teacher named *Warad-Ilishu to teach them the Subarean dances* (Rowe, 2008: 3-20).

Internet penetration in the region has been developing steadily in the past years, with Lebanon, Palestine, and Jordan going ahead of both Global and Arab World averages in the percentage of Internet users of the total population. Internet users in these countries doubled in numbers between 2009 and 2015, where, according to the World Bank (2016), Syria had only 30 Internet users for

every 100 inhabitants of the country, a humble number when compared to 74 in Lebanon, 57 in Palestine, and 53 in Jordan, this increase shows interest among population in what the Internet offers.

This development, however, was not matched with similar development in bandwidth, as the region is lacking behind both Global and Arab World averages of international Internet bandwidth per Internet user, with the data of 2015 sitting humbly at 27Kbit/s in Jordan and Lebanon, 14Kbit/s in Palestine, and a mere 3Kbit/s in Syria. To better understand where this sits globally, the worldwide average is over double the highest bandwidth in the region at 57Kbit/s, while Arab World average is 29Kbit/s (ESCWA, 2016).

Another important aspect to take into consideration when talking about the Internet in the Levant region is Internet freedom and openness, which have been an issue of high importance and debate in the recent years. Governments felt they are losing control over media, and people looking at the Internet as a gateway to freedom. In Syria, the Internet was heavily regulated, censored and monitored, but that didn't stop the Internet from being an important vehicle in organizing demonstrations as in March 2011 events, inspired by Tunisian and Egyptian revolutions, starting a series of events that were exploited by different parties towards the current war in Syria.

In the rest of the Levant, the Internet is considered partly free as ranked by Freedom House's Freedom on the Net 2016 report (FreedomHouse, 2016: 44), with obstacles to access, limits on content, and violation of user rights occurring often and increasing notably in recent years. Censorship and perception of surveillance did affect levels of self-censorship among Internet users in the region, but did not, for instance, translate into adoption of security tools as pointed out in the report Digital Privacy in Jordan: Perceptions and Implications among Human Rights Actors (7iber, 2015: 30). This attitude results in self-regulation of expression of self on the Internet, and possibly limiting artistic creation exposed online. In Palestine, Internet freedom is not only hindered by actions of the Palestinian Authority, which is in essence similar to other regimes in the region, but have an additional dimension of monitoring and surveillance, with *all* communication between Palestine and the world being forced to pass through Israel.

The mobility of Palestinians and communication with the outer world have always been an issue, people always looked for new forms of communication to

defy borders and connect with people outside Palestine. When Internet was introduced in the early 1990s, people resorted to it to communicate with long lost cousins in refugee camps outside of Palestine. Projects like Across Borders Program (ABP) stemmed from this need, launching in February 1999 at Birzeit University, to build “otherwise inexistent, Internet linkages between Palestinian refugees spread around the world” (CCE, 2014).

That same university, and in response to frequent road closures that barred students and staff from reaching their classrooms and office at the university between March 2001 and June 2004, particularly during the 2002 Israeli invasion of Ramallah (Operation Defensive Shields) (Hammami, 2004), introduced an online portal for students and staff to communicate and share content (Aouragh, 2012: 288). The portal, called *Ritaj* (Great Portal in Arabic), was the first platform of online education in Palestine, and shows another form of unique need and use for the Internet in Palestine.

These actions, and other creative survival strategies that used the Internet and other forms of communication to connect Palestinians with the outer world, is beautifully described in Miriyam Aouragh’s book *Palestine Online, Transnationalism, the Internet and construction of identity*. Where they argue that although Internet in Palestine is embedded in a colonial reality, it offered ‘virtual escapism’ for Palestinians, an opportunity, although partial and temporal, but nonetheless necessary, to “engage politically and provide urgently needed forms of entertainment” (Aouragh, 2012: 288).

DANCE AND THE LEVANT

Dabkeh, or Dabkah, performed across the Levant and parts of Iraq (Cohen, 2004: 4048), is the best-known dance in the Middle East and comprises an important component of Levantine culture. Dabkeh is a group dance where men and women line up and move with synchronized footsteps, following the leader at the head of the line, where usually he or she twirls a handkerchief in their hand, Figure 1 demonstrations traditional Dabkeh line circa 1880. Locals performed Dabkeh on several occasions, but usually associated it with weddings. The dance itself is more of a participatory dance than a presentational dance, with people participating at the occasion becoming part of the dance, rather than just being spectators.



Figure 1: Traditional Dabkeh Line from 1880, Credit: M. Leon Cahun, Public Domain

A ‘salvagism movement’ started to appear following turmoil hitting the region, resulting in displacement of large numbers of people, and massive socio-cultural shift. This included the Nakba, where 700,000 Palestinians were exiled from their homes in Palestine upon the establishment of Israel in 1948, and later the Naksa, with another 250,000 Palestinians were exiled following the expansion of Israel in 1967. Nicholas Rowe described this movement as a revival movement that tried to preserve and salvage cultural past (Rowe, 2009: 45-68), over time, and what appeared to be a result of salvagism, dances added presentational aspect to their existence, and developed Dabkeh into performance art common in the region.

This rise of this dance as an accepted performance art paved the way to modernize popular dance, and performances started to be evaluated based on their artistic value, rather than by how much they adhere to strict moves of folk, this resulted in the rise of modern versions of Dabkeh that were introduced as modern dance. This, however, did not replace Dabkeh shows, but rather forked a new form of dance that was viewed as pure art, rather than folklore. Dabkeh

is still performed in events as the main folklore dance of the region, resembling values of resistance and steadfastness.

El-Funoun Popular Dance Troupe led the move towards modern dance along with the Music and Dance Troupe of Sareyyet Ramallah (First Ramallah Group). Both tried to reflect changes in society and political events into their dances with movements deeply rooted in local heritage. This movement found support in the several festivals taking place in the region, in Palestine there was Ramallah Nights in the 1960s and Birzeit University's Dabkeh competitions and Birzeit Nights festival, Bethlehem University festival in the 1980s then Palestine International Festival from late 1990s. Lebanon had another rich scene of festivals, including the famous Baalbek festival since 1955, which dedicated its Lebanese Nights segments to local dances, including Dabkeh as well as modern dance.

These festivals and events were not isolated at their beginnings, but were rather connected. At one instance, the same person, Wadea Haddad Jarrar, oversaw folk dance at Baalbek Festival Lebanese Nights and Ramallah Nights Festival. In 1960s, King Hussein of Jordan commissioned Wadea to teach dance and Dabkeh performance to the newly established troupes in Ramallah, as part of support to Ramallah Nights festival. Wadea was herself a Palestinian who travelled from Palestine in 1947 to study physical education in England. Upon graduation in 1951, Wadea joined their family in Lebanon where they had to take refuge after the 1948 Nakba, Wadea worked for the American University of Beirut, and created folk dances for university festivals, they were instrumental in most notable shows in Lebanon at the time (Rowe, 2010: 256).

To understand this shift and the interaction between Levant countries in dance, we can look at the timeline and productions of one of the groups. Sareyyet Ramallah Dance Troupe was established as part of Sareyyet Ramallah AlOula (First Ramallah Group), a social, cultural, and scout club. The group began by performing under the name Sareyyet Ramallah Dabkeh Troupe at Ramallah Nights Festival between 1962 and 1966. Upon 1967 war of Israel expansion (Six-day War), they ceased working to be resurrected back in 1985, where it participated with a traditional Dabkeh performance at Bethlehem University festival.

A year later, the troupe produced their first performance in a series of performances show were not pure folklore Dabkeh, *The Aasheq* (The Lover), followed by *Sowwar Falastiniya* (Palestinian Portraits) in 1989, and *Jbeineh* in 1992,

Onshoudat Al Riyyan (Chant of the Shepherds) in 1995, and later *AlBirjawwi* in 2000. Which marked a remarkable development in level of production (Sareyyet, 2016), Figure 2 shows a scene from the dance. As part of the shift, the troupe changed its name to become Sareyyet Ramallah Dance Troupe, comprising of both Dabkeh and Contemporary Dance groups. The exposure to new forms of dance provided Palestinians with new form of expression, expanding dance beyond aesthetics, as a dancer from Sareyyet stated in an interview with the Washington Post, “We are not just dancing pretty. What we do stems from the politics here” (Eglash, 2016).



Figure 2: Modern Dabkeh Dance from *AlBirjawwi* production. Credit: Sareyyet Ramallah Archive

At this point, the troupe, and after interactions with international choreographers and exposure to Contemporary Dance, many online, produced their first show that was inspired by Contemporary Dance style in 2005. The success of their production *Aal Hajez* (At the Checkpoint) inspired Sareyyet Ramallah to

look more into Contemporary Dance, and pushed towards founding of Ramallah Contemporary Dance Festival (RCDF) in 2006.

The troupe also went into co-productions with international dance companies, as they did with CityDance Ensemble from the United States. They co-produced a show titled +1/-1, employing the Internet as a media for communication and training, where trainers and dancers met and rehearsed online. This allowed them to overcome mobility restrictions, allowing Palestinian dancers exposure to world-class dance production. Figure 3 shows a Contemporary Dance performance with a scene inspired by Dabkeh dance.



[Figure 3: Contemporary Dance performance with a scene inspired by Dabkeh dance. Credit: Ghneim Zarour]

A similar wave of interest in Contemporary Dance has been developing over the years in other Levant countries, with a mature movement in Lebanon, crowned by the establishment of *Maqamat*, Lebanese Contemporary Dance Company. In 2002, the company launched Beirut International Platform of Dance (BIPOD) in 2004. Jordan, although slightly late to join the party, had its share of interest with the National Centre for Culture & Arts (NCCA) of King

Hussein Foundation started hosting the annual Amman Contemporary Dance Festival (ACDF) in 2009.

Syria, on the other hand, had a wonderful history of modern dance artistic creation. The oldest modern academic higher institution dedicated to art in the region, the Higher Institute of Dramatic Arts was established in Damascus in 1977. Syria had several modern dance theatres and groups, including *Enana* Dance Theatre, established in 1999, and *Tanween* Dance Theatre, established in 2009 as an artistic gathering and forum for professional artists who wish to experiment with dancing and developing the professional dance movement in Syria. Following this message, and from its first days of establishment, *Tanween* launched Damascus Contemporary Dance Platform (DCDP) as a contribution to Contemporary Dance scene in Syria, a scene that showed promise and hope, and reached its zenith right before 2011 revolts (Silverstein, 2015: 82).

The similarity in titles, aims, and goals of these Contemporary Dance festivals was not a pure coincidence, as they all were founded based on inspiration and experiences the creators shared as a virtual group of people interested in the subject in the region, in what later became *Masahat* Network for Contemporary Dance.

MASAHAT

Masahat Network for Contemporary Dance was established in late 2006. When Maqamat Dance Theatre, Lebanon, and First Ramallah Group (Sareyyet Ramallah Al-Oula), Palestine, decided to defy borders and mobility impediments between the two countries and collaborate on cultural activities to create a space for dialogue and communication through the artistic framework of contemporary theatre dance, this goal reflected directly in the network name, *Masahat*, Arabic for spaces.

The story began when Khalid Elayyan, from Sareyyet Ramallah, had the idea of introducing Contemporary Dance to Palestine through starting a Contemporary Dance festival. Khaled searched online and found that Omar Rajeh, from Maqamat Dance Theatre, founded Beirut International Platform of Dance in 2004 as an effort to establish a Contemporary Dance scene in Beirut, and to create a space for cultural exchange and interaction between Lebanon and the Arab and International Worlds.

Khaled sent an email to Omar sharing his intentions, Omar, in return, showed interest in cooperating and shared with Khalid details about dance companies and organizations that may be interested in such festivals in the region, as well as some of what they learned through the process of establishing a Contemporary Dance festival.

A year later, building on success of Beirut and Ramallah festivals, and news spreading online, two organizations that shared similar objectives joined them, Tanween Dance Theatre from Syria, and the National Centre for Culture and Performing Arts from Jordan, effectively creating a Levantine network for Contemporary Dance, both organizations started their own dance festivals in 2009.

Festivals continued annually, but waves of instability hitting the region affected Syrian cultural and artistic scene, causing it to lose means of support starting from mid-2011. Large group of Syrian artists fled the war, resulting in a halt to most artistic activities, and DCDDP was no exception. However, Amman, Beirut, and Ramallah continued to have their festivals, and this year they are celebrating the 9th edition of Amman Contemporary Dance Festival, the 12th edition of Ramallah Contemporary Dance festival, and the 13th edition of Beirut International Platform of Dance.

Along with the festivals, partners believed in the importance of discussing the art they are presenting with audience and experts alike, in order to establish Contemporary Dance as a part of the art scene in the region and link it to local societies, this was the motivation to hold discussion sessions involving audience. In Ramallah, organisers scheduled Q&A sessions after most of the shows, allowing audience to reflect on what they have just watched with the artists. The expert discussion was also valued, with conferences discussing dance and society organized as part of festivals' activities, making use of availability of international experts and artists participating at the festivals locally to share their thoughts and experiences.

This motivation was also reflected in workshops organized alongside festivals' main activities. Workshops offered by local and international dance experts catered for people interested in dancing as well as established dancers. Public interest in workshops encouraged Sareyyet Ramallah to establish their own dance school targeting children and youth, to teach Ballet, Dabkeh, and Contemporary Dance. As well as an annual dance summer school for estab-

lished dancers and practitioners, open to locals and internationals alike. The school, as its coordinator Farah Saleh states, relies entirely on the Internet and social media platforms to announce, find, and connect with participants.

The festivals and international exposures allowed co-production of shows. Sareyyet Ramallah for example, collaborated on a new show with international partners almost every year since launching its Contemporary Dance festival. Giving dancers the chance to obtain professional training, as what happened with Yazan Ewaidat, a dancer who began as part of Sareyyet Ramallah Dabkeh dance troupe, and later started their career as a professional contemporary dancer and choreographer after participating in multiple productions and workshops held by Sareyyet Ramallah. Yazan recalls how in most of the co-productions they were part of, they used Skype and online conferencing to connect with co-dancers and even rehearse together online. The success of this method inspired Yazan, who is currently residing in Belgium, to produce a show with a dancer living in Nablus, the discussions, choreography, and rehearsals are done exclusively over the Internet, and the two dancers will only meet in person two weeks prior to the show to do final rehearsals together.

Other artists, on the other hand, feel that non-virtual experiences affects them more. For instance, Amal Khatib stated for this book that the shows they attended in person touched them more deeply, and workshops attended in person contributed the most to their artistic development. Amal justifies that that dance is very emotional in sense for them, and is more effective when you can not only see, but also hear, smell, and be able to touch. However, they still find the Internet helpful in researching artists and dance companies, to stay up to date with their work, as well as communication and organisation.

To better fulfil the goals of Masahat network, the partners have worked on establishing forums and networks of dancers and choreographers, Maqamat Dance Theatre established *Multaqa Leymoun* (Lemon/Orange Forum), a platform for exchange, meetings, and training for young dance artists, with the purpose of creating a pan-Arab Contemporary Dance collaborative network building over Masahat. Sareyyet Ramallah in their turn announced an online platform that would serve similar goals of *Multaqa Leymoun* but augment it with online tools, the platform, called *Lammeh* (Gathering), was announced during RCDF 2017, and aims at being an informational hub for and about dancers, choreographers, companies, festivals, and productions.

Masahat did not only give organizers a platform to share experiences and discuss activities but extended that to coordination of efforts, in an attempt to overcome financial and societal challenges. This was rendered in many aspects, including coordination of festivals timing, and inviting companies to tour the region and perform at more than one of the network festivals instead of coming specifically to each festival, minimizing the cost of transportation of these companies, and even sharing posters and design that can be used across these festivals and activities.

The Levant, although values Dabkeh dance as a cultural activity, still largely regard modern and Contemporary Dance foreign to the society and even frowned at among population that is more conservative, posing societal challenges on dancers and organisers. Campaigns and articles were written to warn from these activities, putting the blame for the decline of moral values in the society on dancers and organizers of festivals. Here, the online network of dancers and organisers played an important role through providing needed support and affirmation to stand against these claims, allowing organizers to reach people interested in art, effectively achieving their goal of creating a space for dialogue and communication through art, particularly Contemporary Dance.

CONCLUSION

Internet and technology allowed exposure to potential and established dancers alike to learn and share their creation online, opening the door for a new wave of self-taught artists, who, some argue, are more creative in their creations and movement. Internet and technology use extended from communication and coordination to becoming part of performance production, either through using Internet and technology as means of expression on stage, or the practice of rehearsing and choreographing performances online with remote participants.

This practice is becoming more common and even the method used most in the Levant, where the Internet contributed to the accelerated growth and success of Contemporary Dance through offering means necessary to overcome mobility restrictions. The Internet also paved the road for similar minds in the region to work together, and provided the environment essential for enabling the process of artistic creation and art dissemination, defying borders and mobility restrictions.

REFERENCES

- Tiber (2015): *Digital Privacy in Jordan: Perceptions and Implications among Human Rights Actors*. IRCKHF Haqqi. [2017-03-27 10:31:46], *Tiber and the Research Center of the King Hussein Foundation (IRCKHF), Jordan*.
- Aouragh, M. (2012): *Palestine Online: Transnationalism, the Internet and the Construction of Identity*. Reprint edition ed, I.B.Tauris, London.
- Beard, T. (2008): *Interview with Guthrie Lonergan*, *Rhizome*, <<https://rhizome.org/editorial/2008/mar/26/interview-with-guthrie-lonergan/>>, [26/4/2017].
- Birringer, J. (2004): "Dance and Interactivity", *Dance Research Journal*, 36: 88-111.
- CCE. (2014): *Center for Continuing Education, Birzeit University*, <<http://ccweb.birzeit.edu/AcrossBorders.html>>, [31/5/2017].
- Cohen, S. J. (2004): *International Encyclopedia of Dance: A Project of Dance Perspectives Foundation, Inc.* Oxford University Press.
- Eglash, R. (2016): These Palestinians aren't just 'dancing pretty.' They're challenging their society., *Washington Post*, [2017-05-04].
- ESCWA (2016): *Regional Profile of the Information Society in the Arab Region, 2003-2015*. <<https://www.unescwa.org/publications/profile-information-society-arab-region-2015>>, [12/4/2017], UN-ESCWA.
- FreedomHouse (2016): *Freedom on the Net 2016*. <<https://freedomhouse.org/report/freedom-net/freedom-net-2016>>, [22/4/2017], Freedom House.
- Hammami, R. (2004): *Palestine - Tribulation at Surda checkpoint*, *New Statesman*, <<https://www.newstatesman.com/node/160125>>, [22/4/2017].
- Hardt, Y. (2012): "Engagements with the Past in Contemporary Dance", In Manning, S. & Ruprecht, L. (eds.) *New German dance studies*, University of Illinois Press, Urbana Ill: 217-231.
- O'Connor, W. B. (1997): "Create or be created: How the Internet cultural renaissance is turning audience members into artists", *First Monday*, 2: 5.
- Olson, M. (2011): *Post-Internet*. *Foam Magazine*.
- Rowe, N. (2008): "Dance education in the Occupied Palestinian Territories: hegemony, counter hegemony and anti hegemony", *Research in Dance Education*, 9: 3-20.
- Rowe, N. (2009): "Post-Salvagism: Choreography and Its Discontents in the Occupied Palestinian Territories", *Dance Research Journal*, 41: 45-68.
- Rowe, N. (2010): *Raising Dust: A Cultural History of Dance in Palestine*. I B Tauris & Co Ltd, London ; New York, NY : New York, NY.
- Sareyyet. (2016): *Sareyyet Ramallah Productions*, <http://sareyyet.ps/ar_page.php?id=9498y38040Y9498>, [30/6/2017].

Silverstein, S. (2015): "Cultural Liberalization or Marginalization?", *In Syria from Reform to Revolt: Volume 2: Culture, Society, and Religion*, Syracuse University Press: 82.

WorldBank (2016): Internet users (per 100 people)| Data. [2017-04-12 09:57:19].

CV

Hanna Kreitem, Ph.D. Researcher at Northumbria University, UK, his belief in the importance of free and open Internet towards society development motivated him to work on Internet and digital rights for over 10 years. Hanna worked on several Internet infrastructure projects, such as the grassroots project of Palestine Internet eXchange point, and served in various Internet-related bodies, including Internet Society Palestine Chapter as member of board in 2015. Hanna was also a member of Arab Multistakeholder Advisory Group (AMAG) for Arab Internet Governance Forum (Arab IGF) 2014, where he assisted in organizing the third Arab IGF, held in Lebanon. Hanna's research now serves the same goal, with focus on Internet limitations and infrastructure projects, how it affects our communities, and the democratization potential of the future of Internet and media.

Hanna Kreitem, Doctora investigadora de la Northumbria University, Reino Unido, su creencia en la importancia de Internet libre y abierto para el desarrollo de la sociedad lo motivó a trabajar en Internet y en los derechos digitales durante más de diez años. Hanna trabajó en varios proyectos de infraestructura de Internet, como el grassroots project: Palestine Internet eXchange point. Asimismo, Hanna sirvió en varios órganos relacionados con Internet, incluido Internet Society Palestine Chapter como miembro de la junta directiva en 2015. También fue miembro del Arab Multistakeholder Advisory Group (AMAG) para el Arab Internet Governance Forum (Arab IGF) 2014, donde ayudó a organizar el tercer Arab IGF, celebrado en Líbano. La investigación de Hanna actualmene cumple la misma meta, con énfasis en las limitaciones de Internet y los proyectos de infraestructura, cómo afecta a nuestras comunidades y el potencial de democratización del futuro de Internet y los medios.

ARTE EN INTERNET. CULTURA INMATERIAL Y CREACIÓN COLECTIVA

Luis D. Rivero Moreno

Universidad de Granada

luisda@ugr.es

Resumen: El desarrollo de los nuevos medios de comunicación digital supuso a mediados de los años 90 la apertura de todo un vasto campo de posibilidades para la creación artística. Esta investigación analiza las expectativas generadas por el arte surgido en internet. La red suponía una revolucionaria forma de comunicación artística: multidisciplinar, democratizada e interactiva, que puede plantearse como continuadora de los planteamientos de los grupos vanguardistas precedentes a lo largo del siglo XX y XXI. Para ello se estudiará el desarrollo del período heroico del *net.art*, sus conquistas y fracasos a partir de sus planteamientos iniciales. Las posibilidades de una creación colectiva y las dificultades prácticas de conservación de las obras digitales son dos de las cuestiones fundamentales en el aire. La nueva lucha se centra en la producción y el control del flujo de la información. Los rápidos cambios en la red y la sociedad en su fase 2.0 llevaron a la superación de lo planteado por los pioneros de esa primera época de referencia, en muchos casos viéndose fagocitadas sus obras por la institución artística oficial, capaz de ofrecer tempranamente una etiqueta normalizada en la historia del arte para la creación asociada a internet. La pregunta final es: cuáles serán las obras que formarán parte de la memoria social y cultural de nuestra era.

Palabras clave: arte y nuevos medios; *net.art*; arte digital; patrimonio inmaterial; creación colectiva

Abstract: *The development of new digital media in the mid-1990s opened up a vast field of possibilities for artistic creation. This research analyzes the expectations generated by the art emerged on the net. Internet represented a revolutionary form of artistic communication: multidisciplinary, democratized and interactive, which can be considered as a continuation of the approaches of the previous avant-garde groups throughout the XX and XXI century. Therefore this research studies the development of the heroic period of net.art, its achievements and failures from its initial objectives. The possibilities of collective creation and the practical difficulties of preserving digital works are two of the main issues to be solved. The new struggle focuses on the production and control of the flows of information. The rapid changes that have taken place on the internet and society in its phase 2.0 led to the overcoming of what were the goals of the pioneers of that first period of reference. In many cases their works have been phagocytosed by the official artistic institution. In a short period of time, institutions were able to offer a standardized label in the history of art for creation associated with internet. The final question is: what will be the works that will be part of the social and cultural memory of our era.*

Keywords: *new media arts; net.art; digital art; inmaterial heritage; collective creation.*

INTRODUCCIÓN

Vivimos en un mundo digital. Esta afirmación parece tan obvia que nos obliga a resituarnos frente a lo analógico, la realidad física, como tan sólo elemento complementario, un resquicio romántico del pasado. La sociedad de la información impone sus normas y los medios de comunicación crean y autentican los espacios y tiempos en que vivimos, básicamente digitales, generados a partir de corrientes de ceros y unos. En este contexto, las imágenes dominan, pueblan nuestras vidas, se han multiplicado hasta perder toda posible relación con su referente original. Habitamos un mundo de imágenes endógenas, auto-generadas. En la nueva estética de lo espectacular no hay límites entre lo diseñado y lo azaroso, entre cultura y naturaleza. La imagen digital hace de todo un constructo, una creación. La imagen se produce, distribuye, copia, modifica sin aparentes restricciones. Vivimos en una realidad (digital) aumentada. O, aún mejor, la realidad en su sentido clásico ha sido enteramente sustituida por otra digital. El espacio de la globalización no es un espacio físico, sino digital. El poder en el mundo actual se ostenta a través del control de la información.

Es éste un contexto del que, innegablemente, el arte no puede escapar. La creación actual se enmarca y se nutre de lo digital. El desarrollo de las nuevas tecnologías y medios de comunicación supuso a mediados de los años 90 la apertura de todo un vasto campo de posibilidades para la creación artística. En esta coyuntura, internet parecía suponer el culmen de todo un proceso, la consecución definitiva de la herramienta total de comunicación artística: multidisciplinar, democratizada e interactiva.

Son muchos los autores que han reflexionado en los últimos decenios sobre el papel de internet en la creación artística, sus posibilidades y límites. Los términos utilizados para la reflexión sobre las técnicas creativas actuales aún no han sido claramente establecidos, por lo que son muy variados y cambiantes y conllevan una cierta confusión. En este caso, y como marco común y general, el *new media arts* (haciendo uso de la terminología anglosajona), parece el más oportuno pues permite englobar toda una serie de técnicas y herramientas muy variadas. Éstas son especificadas por otros como *software art*, *net.art* o *web.art*. El período anterior, el de los *medias arts*, va a servir en todo momento de referente, aún en analógico, marcando la primera eclosión de los medios de comunicación como forma creativa: una fase posterior a la segunda guerra mundial en que televisión y radio se expandieron con rapidez; hasta llegar a

los años 80, en que el vídeo supuso una relativa democratización de la producción de imágenes. Posteriormente, los *new media arts*, en una segunda fase, suponen la llegada de los medios digitales con el uso del ordenador e internet como instrumentos clave. De alguna manera suponen dos pasos en una misma dirección: la estrecha relación de arte y medios de comunicación en un mundo donde representación y realidad se hacen difíciles de distinguir.

Este estudio se centra, dentro de este amplio contexto histórico-social, en aspectos referentes al arte y su relación con internet desde la aparición de ésta último a mediados de los años 90. Para ello se centra en primer lugar en el llamado período heroico del *net.art*: las propuestas realizadas por una serie de artistas en los albores de la utilización de la red como medio creativo. Posteriormente, y en contraposición, surgiría una nueva época marcada por la red 2.0, un tiempo en que un nuevo tipo de relación con el usuario va a establecerse a través de las redes sociales de uso masivo (*Wikipedia, Facebook, Twitter, Instagram...*). Se analizan así los cambios generados en un muy corto período de tiempo en el uso de internet como herramienta artística, al mismo tiempo que se realiza una reflexión sobre la continuidad, desarrollo, variación o supresión de las primeras líneas e ideas defendidas por los creadores del período heroico frente a la fase actual. Se atisba así la confusión, esperanza y frustraciones del uso de una nueva herramienta aún por definir, y las tentativas tanto de establecer con ella rompedoras formas de creación como de reconocer sus límites.

La falta de una perspectiva histórica adecuada hace de semejante tema de estudio un sujeto complejo, difícil de enmarcar. Por ello, y por las características intrínsecas de un medio inabarcable y en constante metamorfosis, esta investigación no trata de ser exhaustiva ni completa, sino que pretende establecer una narrativa propia que asume sus propios límites y que, en todo caso, propone una mirada crítica y reflexiva sobre ciertos aspectos del arte en internet entendido como patrimonio inmaterial y como creación colectiva en constante cambio.

Los riesgos son muchos y variados. En primer lugar tendrá que establecerse una vía que ponga en relación el arte creado desde internet con las corrientes vanguardistas anteriores del siglo XX. En este caso, el arte que utiliza la red como método de producción y distribución supone una continuación de gran parte de los hallazgos de estos grupos. Su posición como avanzadilla tecnológica justifica en primer momento esa posición de vanguardia. Los puntos

en común son, además, relativamente claros: el posicionamiento anti-institucional y auto-destructivo; la relegación de la figura del autor; la tendencia desmaterializadora de la obra; el marcado impulso del hecho artístico como proceso comunicativo abierto. Todos estos aspectos, y algún otro, hacen del arte digital la consumación de las relaciones entre arte, realidad social y tecnología propuestas de una u otra manera por la vanguardia (tanto la histórica como la posterior a la II Guerra Mundial). Sin embargo, una necesaria rigurosidad conduce a un análisis que cuestione si la innegable capacidad potencial abierta por los nuevos medios ha llegado a alcanzar algún objetivo concreto a este respecto o ha quedado meramente en planteamientos no culminados.

Tanto desde el ámbito de la filosofía y sociología, a través de estudios de autores como Marcuse, Baudrillard o Virilio, como desde el de la historia del arte y la estética, atendiendo a las reflexiones de Paul, Brea o Manovich, podemos establecer un marco teórico rico y variado desde el que abordar el tema. A ello deben añadirse ideas provenientes de diversos campos de conocimiento y contextos temporales inmediatamente anteriores, véase las teorías semióticas de Eco sobre la obra abierta o de Debord sobre la sociedad del espectáculo, con las que contraponer y enriquecer el análisis del asunto. Las tecnologías digitales se entienden así en gran parte como continuación de lo marcado por la irrupción de los medios de masas desde las primeras décadas del siglo XX y, sobre todo, desde los años posteriores a la II Guerra Mundial.

El objetivo de la investigación será el del establecimiento de las relaciones del arte digital desarrollado en internet frente a aquello que ha venido a llamarse en los últimos tiempos patrimonio inmaterial. De este modo se podrán asegurar los límites y posibilidades de utilización social y conservación futura de las creaciones digitales, entendidas como bien común, desde el ámbito de lo popular y lo institucional. Se cuestionan los planteamientos tradicionales de producción, conservación, difusión y recepción de la obra de arte en el sentido de obra física y única, algo que pioneramente se plantearía Walter Benjamin con su estudio sobre la obra en la época de la reproductibilidad técnica. El papel del museo y de los canales tradicionales de distribución de las obras se verán por tanto colocados en una delicada situación.

Una vez establecidos esos riesgos de pérdida y las formas de perduración del arte en internet, se pasará a establecer el posicionamiento del autor, así como el papel del público en el proceso artístico digital. En él, inserto en la tendencia a la desmaterialización de la obra, deben cuestionarse las posibilidades

del arte como medio de comunicación, no dependiente de objetos físicos, y donde la autoría se diluye ante las opciones de intervención, copia y modificación de las obras otorgadas a un público-usuario obligatoriamente activo.

Por último, habrá que concluir estableciendo una aclaración de la terminología utilizada así como de la conveniencia o no del calificativo de vanguardia respecto al arte realizado en internet, atendiendo a la multiplicidad de propuestas que caben en la red como medio y a los diferentes alcances que éstas puedan tener. Habrá que calibrar también la capacidad de subversión o absorción por parte de las instituciones artísticas tradicionales (museos, galerías...) de estas creaciones.

Para todo ello se cuenta con el material bibliográfico que se ha ido produciendo en los últimos años, así como la consulta de la ingente información y obras artísticas realizadas desde el propio medio: internet. Numerosos proyectos y bases de datos se encuentran activas con el objetivo de visibilizar, analizar, rescatar y restaurar el arte realizado en internet en los últimos años.

CULTURA DIGITAL - PATRIMONIO INMATERIAL

El *new media art* parece no tener lugar, parece no poder albergarse en espacios físicos, al menos en un sentido clásico. Si los espacios generados por los nuevos medios son reales lo son a partir de su actividad, una actividad difícil de adscribir a un territorio tangible, pues tienden a lo etéreo, a conseguir la magia de la ubicuidad, de acontecer en distintos lugares al mismo tiempo. Las obras de los nuevos medios habitan un lugar en última instancia metafísico, conceptual, llamado internet. Esta tendencia a la desmaterialización tanto de la cultura digital como del arte a ella adscrito le hace sucesor directo de las propuestas conceptuales nacidas en los años 60 (Lippard, 1973). El arte desde entonces trató de desembarazarse de sus cadenas físicas, de las ataduras de la comercialización como objeto de consumo, para terminar por declararse libre en su distribución como información sin volumen ni peso. Este hecho se verá culminado en su consecución como lenguaje digital: códigos reproducibles y almacenables con enorme facilidad.

El nuevo lenguaje digital ha cambiado por completo la fisonomía de la creación artística, que ha virado sus formas y objetivos hacia nuevos campos que cargan en el papel de la acción y participación de artista y público en un proceso no ya centrado en la representación, sino en el intercambio y almacenamiento de información (Manovich, 2001). Algunos autores no dudarán en afirmar a

este respecto la importancia de la base de datos como la forma simbólica que caracteriza el nuevo período (Manovich, 1999: 80-99). Las nuevas posibilidades tecnológicas de la sociedad digital permiten la supresión de toda limitación o restricción espacio-temporal. Vivimos conectados, generamos nodos en bases de datos. El objetivo sería el de la consecución del "tiempo real", un presente continuo donde la información fluya en directo sin atender a espacios geográficos y físicos. Un lugar "otro", utópico, cargado de contradicciones (Molinero, 2004).

El arte de los nuevos medios es pues hijo de su tiempo: el tiempo de la globalización y de los no-lugares. Se adapta a todas las latitudes y culturas, las mezcla y unifica sin complejos, haciendo válido ese neologismo de lo "glocal". La anulación del espacio y el tiempo hacen de la red el territorio de ficción donde todo es posible y todo de algún modo se iguala y homogeneiza. La originalidad se hace imposible. No importa el origen. El arte digital no atiende a referentes, no busca causas ni posibles consecuencias. Apuntala y se deriva de la estética del simulacro anunciada por Baudrillard (1993). La red hace realidad, crea realidad, hasta alzar su hegemonía: sólo ella autentica, por lo que en última instancia sólo podemos atenernos a su existencia.

Por todo ello autores como Brea señalarán la nueva cultura de la era del capitalismo post-industrial como una cultura RAM (Brea, 2007), una cultura donde la importancia del almacenaje de información pierde relevancia frente a la capacidad de los dispositivos de procesar la misma. La atención se centra en el flujo, en el movimiento, y no en el atesoramiento de la información, que caduca, se hace obsoleta con gran rapidez.

No obstante, la tendencia a la transparencia del entramado que forma el mundo de internet no debe hacernos olvidar su necesidad de elementos físicos para funcionar: miles de terminales, cables, satélites... Sin embargo, éstos se hacen imposibles de abarcar. No puede obtenerse una visión global y completa de la red, se hace difícil de concebir en su conjunto, pues es, por definición, cambiante, expansible, potencialmente infinita.

Aún así, y más allá de lo conceptual, deben remarcar los anclajes físicos de los nuevos medios, aquellos puntos donde lo intangible roza, actúa, interacciona con otros elementos hasta hacerse perceptible de un modo físico. Lo inmaterial necesita de soportes materiales para "hacerse ver", necesita de interfaces que le hagan salir a flote, y dejar de ser concepto para hacerse expe-

riencia física y emocional. La obra simplemente permanece invisible hasta que un usuario decide lo contrario y acciona los mecanismos pertinentes.

Los códigos de ceros y únicos de la era digital se acercan al concepto de “información pura” teorizado por McLuhan: un transmisor que se impone al mensaje. A pesar de esa tendencia metafísica de la información en el medio digital, muchos autores se han apresurado en señalar que los *bits* se componen de elementos físicos, no por ser invisibles menos reales. Los *bits* no se contraponen a la realidad atómica, están formados por átomos (Sterling, 2003: 19) y deben preservarse físicamente también.

La realidad, en todo caso, sólo puede conocerse a través de artefactos, de intermediaciones materiales que son vividas o vistas por el ser humano, como usuario y/o espectador. No es aprehensible en sí misma. Por ello el arte contemporáneo se va a preguntar, con un carácter crítico y meta-artístico, sobre sus propios procesos de producción dentro de todo un entramado mediático superior, que supera toda escala humana. Éste, el conformado por los medios de comunicación, se convierte en un mecanismo de producción de realidad y no de información sobre ella.

Por ello la duda sobre el carácter de autenticidad y originalidad de lo digital es constante (Stevens, 2012: 49). Gran parte de los elementos que conforman los nuevos medios están ocultos o son inapreciables al ojo humano. Las estructuras permanecen en la sombra y hacen aparecer y desaparecer elementos en una suerte de truco de magia por rutinario no menos sorprendente. Los medios juegan a hacerse transparentes, se aprovechan de esa condición para naturalizarse y no ser analizados en profundidad ni criticados. Por ello la obra de arte en la era digital va a estar siempre en entredicho, puesto que el propio mundo digital está en entredicho. Aún más, la creaciones de los nuevos medios tratan de advertir al público sobre unos mecanismos difusos y confusos, de enorme complejidad, y que nos afectan mucho más allá de lo artístico o estético. Los artistas digitales cuestionan las posibilidades de lo real, evidencian que, en última instancia, la realidad sólo se aprehende a través de reproducciones y narraciones, de elementos ficticios. El *new media art* desenmascara a los medios, hace aflorar los mecanismos, los hace visibles, permite acceder a los entresijos de la producción de imágenes y de información en general.

En el mundo digital podemos afirmar pues que se corre un peligro real de pérdida de gran parte del legado artístico de nuestra época. *Hardware* y *soft-*

ware quedan obsoletos con insólita rapidez, haciendo muy complicada la recuperación de datos. Además, el error en el mundo digital está latente y actúa de modo repentino (Sterling, 2003: 21), no avisa ni sucede después de un proceso de decadencia material paulatino y documentable como hacía con los materiales tradicionales. A día de hoy es imposible prever qué se preservará de la cultura actual de cara a las nuevas generaciones. Existe un riesgo potencial de lo que algunos llaman una “era oscura” (Brand, 1999: 46-48). Por ello las voces de alarma se han encendido en los últimos tiempos y la propia UNESCO, en el año 2003, se decidió a llamar la atención sobre la necesidad de protección del patrimonio inmaterial y del patrimonio digital en sendas cartas (Australian National Library, 2003; UNESCO, 2003). No parece casualidad que ambas se redactaran en el mismo año, pues los problemas de preservación de la cultura inmaterial y la cultura digital están estrechamente ligados, y en algunos casos son prácticamente indistinguibles. El patrimonio digital, como bien común, elemento cultural vivo y en cambio constante, tiene un funcionamiento similar al de todo patrimonio inmaterial anterior, basado en la capacidad social de preservarlo a través del uso y la memoria de generación en generación.

La señalada tendencia a la inmaterialidad de la obra de arte ha hecho tambalearse a los cimientos de toda una tradición asumida a partir del arte como objeto único e irreplicable. Los mecanismos de conservación y restauración han cambiado por completo, ya no van a procurar la preservación de los materiales físicos que dan forma a un objeto artístico y lo hacen visible; sino que deben procurar la prolongación de la vida de los procesos de información que conforman los nuevos proyectos artísticos. Parece claro que es imposible conservar “inmaterialidad”. Las nuevas técnicas de conservación de lo digital son necesariamente problemáticas: no están estrictamente establecidas, no hay protocolos concretos y tienden a activar distintos métodos capaces de mantener la memoria de las obras a través de la documentación, la arqueología de los medios, así como de la migración o emulación de las obras en nuevos soportes tecnológicos que hagan frente a la inevitable obsolescencia del *hardware* y *software* utilizado en cada período (García Morales y Montero Vilar, 2013: 12-13). Lo que se pretende en última instancia es la continuidad del proceso informativo, siempre que sea posible, sin alterar sustancialmente el planteamiento inicial de la obra. La permanencia en este caso está necesariamente asociada al cambio (Depocas, Ippolito y Jones, 2003). En este contexto son varios los proyectos que, con más o menos fortuna, se han planteado la recuperación y

restauración del patrimonio artístico digital: entre ellos destacan plataformas como *Rhizome.org*. En algunos casos se ha tratado de establecer no sólo un repositorio sino protocolos y técnicas adecuadas que puedan adecuarse al medio y normalizar la conservación del nuevo arte por parte de las instituciones tradicionales: véase el proyecto *Variable Media Network* (*variable.net*) asociada al museo *Guggenheim*. En España, a este respecto destacaría el proyecto *Netescopio*, asociado al MEIAC de Badajoz (*netescopio.meiac.es*).

EL PERÍODO HEROICO: LA MUERTE DEL AUTOR

La definitiva expansión y popularización de internet como medio de comunicación a mediados de los años 90 supuso la apertura de toda una serie de posibilidades creativas en el mundo del arte. Éstas fueron primeramente exploradas por un reducido grupo de artistas que trataron de experimentar con las opciones del nuevo medio de un modo decidido y radical, estableciendo pautas para el desarrollo de lo que parecía ser un modo completamente nuevo de producir, distribuir y disfrutar el arte.

El término utilizado para describir este arte sería el de *net.art*, y sería desarrollado por autores como Vuk Cosic, Olia Lialina, Alexei Shulgin o Antoni Muntadas. Su objetivo era plantear un arte revolucionario en un entorno digital y virtual que permitía abrir una nueva serie de relaciones con las instituciones y el público. En última instancia se ofrecía la posibilidad definitiva de generar un arte barato y democratizado, donde se rompía de modo tajante todo elitismo y encapsulamiento de las creaciones en entornos cerrados y elitistas como el museo y la galería. Las obras, entendidas como procesos comunicativos abiertos convertían al público en usuario activo. Todo ello hará que la figura del autor se vea diluida hasta su desaparición. La idea de generación de un patrimonio común, donde la copia y modificación de la información acaba con el concepto de firma y obra única, cerrada e irrepetible, se sostiene como antídoto frente a la especulación del mercado.

La obra necesariamente se tendrá que entender entonces en sentido semiótico, como obra abierta: un acto de comunicación que tiene lugar a través del empleo de unos canales y códigos y que sólo se completa con la llegada del mensaje-información al receptor. La obra de arte ya no será nunca autónoma ni válida en sí misma. Incluso el público como tal desaparecerá para convertirse en usuario interactivo. El nuevo contexto inaugurado por internet supone un espacio sin jerarquizaciones ni normas claramente establecidas que teje una

red rizomática y compleja donde la información fluye en caminos y direcciones múltiples y simultáneos (Deleuze y Guattari, 1994). La obra adquiere así una nueva dimensión opuesta a la tradicional universalidad e independencia frente a su propio contexto. El nuevo arte aceptará su condición temporal, lo que en el contexto anglosajón no han dudado en llamar *time-based art*. Se destaca así su carácter o bien efímero, si el hecho comunicativo tiene una finalización establecida o se ve truncado; o bien potencialmente eterno, si el proceso consigue permanecer en el tiempo y llega a un público venidero.

En la atmósfera de internet, el autor actuaría así más como iniciador o instigador de un proceso. Éste ni estará bajo su control único y exclusivo ni será de su propiedad. Internet era así un territorio libre donde la creación artística podía utilizar nuevas herramientas multidisciplinares e interactivas de un modo ajeno a todo patrón o norma marcado por las instituciones: academias, galerías o museos. El nuevo contexto no sólo suponía una liberación del trabajo artístico, de la producción de obra, sino de todo el proceso completo, puesto que en internet podía producirse, distribuirse y exhibirse obra sin ningún tipo de restricción aparente. Sin censuras ni horarios establecidos, internet suponía un espacio colectivo de creación, donde todo usuario podría aportar su creatividad y actuar instantáneamente como autor, público, comisario o crítico. Aún más, la red se ofrecía como último eslabón del sueño vanguardista de la unión de arte y vida defendido por dadá y muchas otras neovanguardias influidas por dadá: *fluxus*, conceptual, pop... En internet como plataforma todo es creación, flujo de información y comunicación. La ciudadanía además accede a la red 24 horas al día desde su propia casa, haciendo indistinguible lo público de lo privado, lo artístico de lo rutinario.

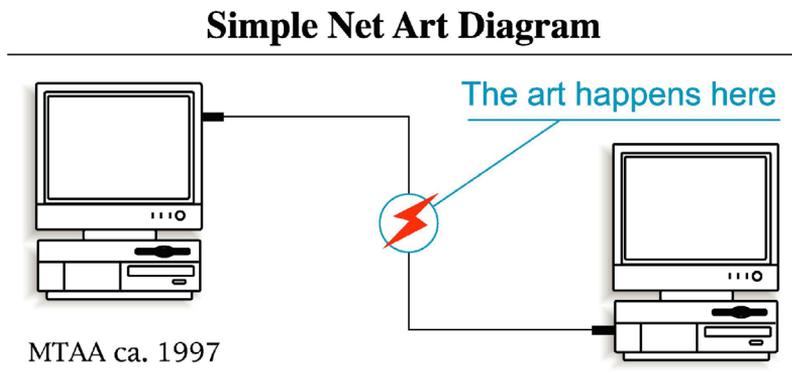
Algunas de las primeras obras planteadas por los artistas de este período heroico van a incidir en esa posibilidad potencial de conocimiento, creación colectiva y en tiempo real, así como en las nuevas opciones narrativas abiertas por la red, donde el usuario siempre decide sus pasos a través de los hipervínculos a utilizar y el tiempo que pase en cada nueva pestaña abierta en su pantalla. En muchos de los casos el artista se desentenderá de su supervivencia en el tiempo, incluso haciendo pretendida y obligatoria su muerte y desaparición última. La obra se entiende pues efímera, abierta, modificable, con una vida azarosa que puede llevar a su rápida desaparición o a su continuación a través de la copia y reutilización si los usuarios así lo decidieran. Quizás uno de los ejemplos más claros al respecto sea la icónica *My boyfriend came back from the*

war (1996), donde Olia Lialina se decide a mostrar las muy diversas obras derivadas de su primera propuesta. Después de todo, la nueva creación digital es entendida por los autores como una gran base de datos, un repositorio accesible, donde los usuarios alimentan la creación con sus aportaciones, tal y como hará Antoni Muntadas en su *The File Room* (1994), un proyecto en el que éstos aportan y documentan distintos casos de censura cultural en todo el mundo. Del mismo modo, la copia y transmisión de la información es entendida por otros como inevitable fractura y pérdida de la misma. El arte “viviente” planteado desde internet puede morir. Su organiscismo obliga a que, como todo ser vivo y todo proceso natural, éste pueda verse truncado por accidente o agotamiento. Así lo mostraba también Eugenio Tiselli en *Degenerativa* (2005), una web que documenta su propia degeneración provocada por el uso. El carácter lúdico de la creación en internet va a incidir en la reapropiación, la recontextualización de información así como la integración del caos y el azar de los procesos digitales. Esta capacidad irónica de mostrar sus propios límites llevará en muchos casos a defender una estética del error (White, 2002), del propio fallo de sistema, como apunta Jodi en *404* (1997). Tal y como llevaban haciendo más artistas desde la irrupción de los medios de masas, el *new media art* se decide a tratar de hacer explícito el medio vaciándolo de contenido, haciéndolo opaco o forzando su error (Rinehart e Ippolito, 2014: 19). Es entonces cuando *hardware* y *software* se hacen visibles y el sistema queda desenmascarado.

ERA 2.0. CREACIÓN COLECTIVA

La debilitación de la figura del autor y la tendencia a la desaparición física de la obra conllevan a la focalización en la última figura del proceso: el receptor. Como estamos viendo, las posibilidades de una creación colectiva era una de las claves del primer *net.art*. Más allá de las facilidades otorgadas por el medio, es el posicionamiento político y social de los artistas el que marca esa reapropiación pública de la creación, la defensa decidida de que la creación no es un hecho aislado ni individual (Casacuberta, 2003: 29-40). Así lo explicitaban proyectos como *Net.flag* (2002) de Mark Napier, en que el artista ofrecía a los usuarios una plataforma donde crear y hacer visible su versión de una bandera para el nuevo territorio internet. Este tipo de obras no hacen sino poner el énfasis en la capacidad de comunicación por encima de cualquier otro interés estético. El diseño, el formalismo, queda en entredicho, tal y como mostrará irónicamente Alexei Shulgin en *Form Art* (1997). Las formas, las imágenes, por

supuesto, existen, pero es la interacción de los usuarios con ellas, la capacidad de la red como espacio de comunicación y creación lo que prevalece. Un concepto clave será el de *network*, entendido como el ámbito creativo en el que se hace visible la conexión entre arte y comunicación a través del “trabajo en red”. La obra se convierte así en el fruto de la interconexión que se produce en la red más allá del contenido efectivo que pueda producirse. Como nos avisa el dúo MTAA en su *Simple Net Art Diagram* (1997), el *net.art* ocurre en un territorio intermedio, indefinido.



[Fig. 1. *Simple Net Art Diagram*, MTAA, 1997. Licencia Creative Commons 2.5]

Importa el cómo y no tanto el qué. En esa estructura no jerarquizada los artistas son simplemente miembros que proponen comunicación, crean espacios de comunicación alternativos.

El *net.art* parte de la contradicción de su carácter alternativo y su necesidad mediática. Su posición radical, apartada del *mainstream*, se opone a su necesidad de un público masivo, imprescindible en su interés por generar una alternativa política que otorgue a la ciudadanía poder de creación y elección de contenido. Es el control y poder de decisión intrínseco del individuo en el nuevo medio el que le da su carácter revolucionario (Shapiro, 2002). El paso del consumo masivo a la producción cultural masiva es el que pone en juego las verdaderas posibilidades de autoconstrucción política y social del mundo digital (Manovich, 2009). La propia red aún no estaba completamente establecida

en aquellos primeros años y, aunque sus usuarios crecían, exponencialmente aún no suponían una mayoría de la población. Para que esa potencial capacidad democratizadora fuera práctica, el acceso a la red debía ser un hecho realmente global, completamente expandido y al alcance de todos. Esa tendencia se iría viendo consolidada con los años, pero en aquel período, aún a finales de los años 90 del siglo XX no era una realidad.

Será el período surgido tras la llegada del nuevo milenio, el de la llamada era 2.0, el que parezca abrir las vías definitivas hacia la utilización masiva de internet por todo tipo de usuarios de todas las edades, razas y ámbitos sociales. Este hecho, que en principio suponía una continuación y consolidación de lo planteado por los pioneros defensores de la creación en la red, va a llevar sin embargo por nuevos derroteros a internet (Martín Prada, 2012). Los flujos de comunicación, en principio muy variados, van a irse canalizando a través de plataformas que congregan gran parte del movimiento de información. Entramos así en la fase de las redes sociales, nuevos espacios públicos, plazas abiertas en la red, sin embargo sujetas a formas y protocolos bien marcados que domestican toda posibilidad de creación en las mismas.

La época de las redes, los blogs, del 2.0, de la *wikipedia*, *facebook*, *twitter* o *instagram*, así como del monopolio *Google*, instaura un nuevo régimen que pone en entredicho la primera fase en que la red se abría como un enorme lienzo en blanco en el que crear desde cero. Frente a las dudas, idas y venidas y exploración de límites de los primeros pasos de internet, la nueva fase supone la consolidación de la "netocracia" (Bard y Söderqvist, 2002), el nuevo campo de batalla en el que se ostenta el poder económico, y donde unas pocas empresas van a ir conformando una suerte de monopolios de canalización de información. Frente a estos nuevos y refulgentes poderes, el *net.art* va a perder gran parte de sus capacidad de hacerse ver y sorprender a un usuario cada vez más acostumbrado a las rutinas de su nueva vida virtual.

Este hecho sin duda va a suponer un duro golpe a lo planteado por los pioneros. Éstos, al mismo tiempo, y en un escaso lapso temporal, van a renegar de gran parte de sus ideas primigenias. El *net.art* terminará por sucumbir ante las instituciones, al menos en parte, y será comprado y exhibido por galerías y museos. Fuera de su contexto, *off-line*, las capacidades del *net.art* quedan en entredicho, anuladas, domesticadas.

Este nuevo "retorno al orden" no hace sino recordar ciertos patrones seguidos por todo movimiento vanguardista a lo largo del siglo XX. Tras la tem-

pesta llegar a la calma, y el primer ímpetu revolucionario será atemperado y fagocitado por el sistema institucional, estableciendo una vez más sus filtros y censuras más o menos sutiles. Las posibilidades de contestación a semejantes estructuras se han visto reducidas así a guerrillas con escaso impacto práctico, reducida su acción a la invisibilidad, al trabajo oscuro del reverso oculto de internet.

La red 2.0 en todo caso se afirma en el éxito incuestionable de la consecución de gran parte de los objetivos del primer y titubeante internet. Por un lado ha supuesto la consecución definitiva del directo, la llegada de un tiempo real que ha anulado casi toda posibilidad de *delay*. En ella el usuario va a ser el que voluntariamente termine por borrar toda frontera entre el ámbito de lo privado y el de lo público. El nuevo espacio ya no era el de la utilización común del territorio de todos, sino el de la cesión voluntaria del espacio privado para convertir lo público en una suma de individualidades. Pasamos así de la posible construcción de lo colectivo a la mera mostración pública del yo.

La creación en esta última fase de la era digital ha llegado a la hipérbole. La inmensidad cuantitativa de las *webs*, imágenes e información que fluye, su crecimiento exponencial, deriva en la incapacidad del filtro cualitativo. La cantidad se impone. Más es más. Todo el mundo desde sus dispositivos móviles está conectado en tiempo real, no hay descanso. Todo se graba, se fotografía y se cuelga en muros virtuales. Todo está sujeto a convertirse en representación, haciendo de lo señalado por Debord a finales de los 60 toda una realidad. El mundo se ha vaciado de contenido, es forma artística superficial. La representación y grabación no tienen fin. Habitamos el espectáculo digital.

La comunicación libre, soñada por el primer internet, ha caído en las garras de la mercancía. En la sociedad post-industrial la mercancía es la información, que se transporta y vende a toda velocidad en una nueva fábrica global aparentemente transparente e inocua, pero igualmente despiadada.

El nuevo espectáculo 2.0 sigue una lógica en la que, tal y como afirmaba Debord, la comunicación humana es transformada en mercancía. Los medios de comunicación de masas y las industrias culturales han conseguido constituir una de las mayores fuentes de creación de riqueza de la economía global basada en mercantilizar la capacidad humana de comunicar. José Luis Brea señala incluso la emergencia de un cuarto sector, integrado por lo que podrían llamarse industrias de la subjetividad, que responden a las demandas sociales en el ámbito de la vida psíquica, emocional y afectiva.

El arte de los nuevos medios es el que, llegados a este punto, debe seguir sirviendo como lugar de reflexión de los mecanismos utilizados por los propios medios y las instituciones, así como de propuesta de espacios alternativos en que poder establecer redes de comunicación fuera del alcance de unas estructuras que limitan la creatividad. Todo ello para que el rizoma, esa metafísica e infinita estructura compleja y no jerarquizada que se establecía con la llegada de internet, no sea asfixiado por la vuelta al orden y linealidad del "muro", en este caso no el de las paredes del "cubo blanco" ni del "cubo negro" del museo, sino el de las redes sociales. Estos nuevos espacios de comunicación no vienen sino a ser un impedimento para la navegación basada en nodos, provocando una fuerte inercia de corriente en una sola dirección que limita la libertad de interacción del usuario. Frente a semejantes y poderosos mecanismos el arte en internet actual parece verse abocado a la resistencia *hacker*.

CONCLUSIONES

Después de todo lo visto, parece obvio que el arte en internet, recoge y expande gran parte de los objetivos expuestos por los movimientos de vanguardia desde principios del siglo XX. Su inicial carácter colectivo y anti-comercial, su deseo de borrar las fronteras entre arte y realidad, se ven en este caso ayudados por la falta de una necesidad de negación de la tradición del pasado. El arte digital asume su espacio en un nuevo contexto en el que se hace innecesaria la (ya de por sí obvia) ruptura con el mundo analógico.

Continuando igualmente la lógica seguida por los movimientos vanguardistas anteriores, el *net.art* ha terminado por sucumbir frente la capacidad de supervivencia de las instituciones y el mercado, su primer y gran enemigo, para terminar por ser controlado por ellos, convertido en bien de consumo, patrimonio que conservar y con el que generar beneficios. La emancipación prometida por los pioneros del *net.art* terminará por ser fagocitada por las instituciones con una rapidez inaudita. Se repite en este caso, una vez más, el camino habitual de las vanguardias ya señalado en su teoría por Peter Burger, en el habitual paso del planteamiento primero de una violenta ruptura de la tradición a la posterior entrada en la misma a través de la aceptación de los mecanismos institucionales. En contraposición, Hal Foster otorgará a la vanguardia un sentido de continuación, de proceso abierto en el tiempo. De esta manera se produciría una reactivación de los objetivos a partir de su admisión y actualización en nuevos contextos socio-históricos y técnicas a través de sucesivas

oleadas vanguardistas. Así, las vanguardias históricas serían reactivadas por la desarrollada tras la II Guerra Mundial, del mismo modo que el arte de los nuevos medios recuperará y ampliará gran parte de los objetivos de las corrientes anteriores. Debe entenderse pues que otras corrientes harán el trabajo en el futuro con la esperanza de alcanzar finalmente sus objetivos.

En sí misma, la idea de vanguardia en una sociedad que vive en "presente continuo" es difícil de asumir y desarrollar. No hay posibilidad de actuar de avanzadilla en un tiempo monolítico, en la unicidad de un presente que todo lo abarca y que desecha con rapidez lo acontecido como anacrónico y lo futuro como irrevelante. Por ello la memoria social queda en una posición compleja. Más que en ninguna otra época de la historia se produce y se destruye un enorme número de obra artística cada día. La época digital corre el riesgo de no ser recordada, de autodesecharse como legado patrimonial para futuras generaciones. La capacidad autodestructiva, antiartística, del arte digital es un hecho consumado.

La liberación provocada por el arte a través de la creación de mundos virtuales, una idea defendida por Marcuse, ha quedado anulada, puesto que la ficción artística ya no es distinguible del resto de imágenes que forman la realidad. Podemos concluir que la capacidad imaginativa (de generación de imágenes) del arte ya no es exclusiva de él. Si el arte ha basado su razón de ser en ofrecer nuevos puntos de vista sobre su época, en la época digital su objetivo debe basarse en la ruptura, en la capacidad de desvelar los mecanismos de control de la creatividad establecidos en la red, invisibilizados en su aparente inmaterialidad. El reto del arte digital debe ser el de conseguir establecer una memoria colectiva de su tiempo. Conseguir que algo de lo realizado merezca la pena ser recordado. Esa memoria ya no tiene por qué basarse en el almacenaje, en la preservación de productos, ni tiene por qué atenerse a la elección del qué conservar como válido realizado desde las instituciones de poder. El verdadero reto será conseguir fraguar una nueva narración que dé sentido a la cultura digital como una historia escrita por sus propios usuarios, por la ciudadanía, y no impuesta de forma externa. La preservación de los flujos de información y las plataformas de creación será lo que sirva como motor de acción y filtro natural, para que, a partir del interés de los internautas, éstos puedan establecer la selección de cuáles son las claves fundamentales para entender nuestro tiempo. Pues, al menos potencialmente, se siguen dando las condiciones para que, por

primera vez, la historia pueda ser escrita de modo múltiple y complejo, más allá de los intereses de los grupos de poder.

REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

- AUSTRALIAN NATIONAL LIBRARY (2003): *Rules for the preservation of Digital Heritage*, París.
- BARD, A., y SÖDERQVIST, J. (2002). *Netocracy: the new power elite and life after capitalism*. Pearson Education.
- BAUDRILLARD J. (1993): *Cultura y simulacro*, Barcelona.
- BRAND S. (1999): "Escaping the Digital Dark Age", *Library Journal*, 124(2): 46-48.
- BREA J. L. (2007): *Cultura RAM*, Barcelona: Gedisa.
- CASACUBERTA, David (2003): *La creación colectiva*. Colección Cibercultura, Gedisa, Barcelona.
- DEPOCAS A., IPPOLITO J., y JONES C. (Eds.) (2003): *The variable media approach: permanence through change*, Nueva York.
- GARCÍA MORALES L. y MONTERO VILAR P. (2013): "Ergonomía de la obsolescencia", *Museo Nacional Centro de Arte Reina Sofía. Departamento de Conservación-Restauración, organizador, 14ª Jornada de Conservación de Arte Contemporáneo*, Madrid: 11-21.
- LIPPARD L.R. (1973): *Six years: the dematerialization of the art object from 1966 to 1972*, Univ of California Press.
- MANOVICH L. (1999): "Database as symbolic form", *Convergence*, 5(2): 80-99.
- MANOVICH L. (2001): *The language of new media*, MIT press.
- MANOVICH L. (2009): "The practice of everyday (media) life: From mass consumption to mass cultural production", *Critical Inquiry*, 35(2): 319-331.
- MARTÍN PRADA J. (2012): *Prácticas artísticas e Internet en la época de la redes sociales*, Madrid.
- MOLINUEVO J. L. (2006): *La Vida en tiempo real: la crisis de las utopías digitales*, Madrid.
- RINEHART, R., e IPPOLITO, J. (2014): *Re-collection: Art, new media, and social memory*. MIT Press.
- SHAPIRO, A. L. (1999): *The control revolution: How the Internet is putting individuals in charge and changing the world we know*, PublicAffairs.
- STERLING B. (2003): "Digital decay", en A. DEPOCAS, J. IPPOLITO, y C. JONES (Eds.), *The variable media approach: permanence through change*, Nueva York, Guggenheim Museum: 10-22.
- STEVENS M. (2012): "Conformarse con la nada: la materialización de lo digital", *Artnodes*, 12: 48-53.

UNESCO (2003): *Convention for the Safeguarding of the Intangible Cultural Heritage*, Paris.

VIRILIO P. (1988): *Estética de la desaparición*, Barcelona, Anagrama.

WHITE, M. (2002): "The aesthetic of failure: Net art gone wrong". *Angelaki: Journal of Theoretical Humanities*, 7(1), 173-194.

CV

Luis D. Rivero Moreno

Doctor en Estudios Avanzados de Historia del Arte (Universidad de Granada). Licenciado en Historia del Arte (Universidad de Extremadura). Ha realizado estancias en la Universidad de Nova de Lisboa (Portugal) y la Martin Luther Universität de Halle (Alemania). Trabajado en el Museo Vostell de Malpartida de Cáceres y el Servicio de Archivos, Museos y Artes Plásticas de la Junta de Extremadura coordinando exposiciones y catálogos. A todo ello se debe añadir su actividad como docente e investigador en la Universidad de Granada. Miembro del grupo de investigación HUM-736. *Tradición y Modernidad en la Cultura artística contemporánea* de dicha universidad. Sus investigaciones, apoyadas en la publicación de un buen número de artículos, conferencias y aportaciones en congresos y seminarios, se centran en diferentes aspectos del arte contemporáneo y sus interrelaciones con la sociedad digital y los nuevos medios, así como en las formas de representación del ser humano en el arte actual.

PhD in Advanced Studies of Art History (University of Granada). Degree in Art History (University of Extremadura). He has held research stays at the Nova University of Lisbon (Portugal) and the Martin Luther Universität in Halle (Germany). Worked in the Museum Vostell of Malpartida de Cáceres and the Service of Archives, Museums and Plastic Arts of the Junta of Extremadura coordinating exhibitions and catalogs. Teacher and researcher at the University of Granada. Member of the research group "HUM-736. Tradition and Modernity in the contemporary artistic culture" of this university. His research, supported by the publication of a large number of articles, conferences and contributions in congresses and seminars, focuses on different aspects of contemporary art and its interrelations with the digital society and the new media, as well as on the forms of representation of the human figure in current art.

THE SPLINTERED SELF, DIGITAL OTHERNESS AND FREE WILL

Natasha Chuk

School of Visual Arts

nchuk@sva.edu

Summary: The effects of networked environments and additional perceptual enhancers suggest that perhaps a cyber-human duality, which encourages us to be both more machine-like and more human, is emerging through networked interactions. Through them, we are afforded a chance to experiment with alterity and a fragmented sense of self. The character of free will, as we presently understand it, changes amid the confrontation between the self and other. The aim of this chapter is to show how the concepts of free will, simulacra, and otherness are shaped and negotiated in simulated, connected environments by examining how the logic and aesthetic of the Internet are incorporated in artistic works that test notions of otherness, identity, and perception, and what they reveal about such creative possibilities.

Keywords: Augmented reality, identity, perception, subjectivity, virtual reality

Resumen: Los efectos de entornos en red y otros potenciadores de la percepción sugieren que tal vez una dualidad ciber-humana, que nos alienta a ser tanto más máquina-como y más humano, está emergiendo a través de estas interacciones en red. A través de ellos, tenemos la oportunidad de experimentar con la alteridad y un sentido fragmentado de uno mismo. El carácter del libre albedrío, tal como lo entendemos actualmente, cambia en medio de la confrontación entre el yo y el otro. El objetivo de este capítulo es mostrar cómo los conceptos de libre albedrío, simulacro y alteridad son modelados y negociados en entornos simulados y conectados, examinando cómo la lógica y la estética de Internet se incorporan a obras artísticas que prueban nociones de alteridad, identidad y percepción, y lo que revelan sobre tales posibilidades creativas.

Palabras clave: Realidad aumentada, identidad, percepción, subjetividad, realidad virtual

THE CHARACTER OF FOUR-DIMENSIONALITY AND THE SPLINTERED SELF

We presently live in a situation of connection and simulation, an emerging default mode that renders realities virtual, individualized, and shareable. The effects of our interactions in and around these realms are in flux as we continue to test what can be done, and moreover define who and what we become with and within networked environments in a process of continuous exchange and modification. The perceptual sphere alone has been transformed, leading us into an emerging state that Laurence Scott refers to as a kind of four-dimensionality in which we are simultaneously of this physical world but also digitally virtually connected. He writes, "The fourth dimension doesn't sit neatly above or on the other side of things. It isn't an attic extension. Rather, it contorts the old dimensions. And so it is with digitization, which is no longer a space in and out of which we clamber, via the phone lines. The old world itself has taken on, in an essence, a four-dimensionality." (Scott, 2015: xv). Connectivity surrounds us in the form of invisible signals, making also invisible a sense of mediation. The modes and occasions for connection are as mobile as we are, allowing the possibility to be simultaneously here and there something that is commonplace and ordinary. Scott continues, "Every moment, every object, has been imbued with the capacity for this extra aspect. Just as a geometrical net of squares can be folded into a cube, our daily lives are a series of nets, any of which could be scored and bent at the perpendicular, and thus extended into this other dimension" (Scott, 2015: xv).

This so-called series of nets has shaped a vernacular recognizable in art that uses technologies that combine connection and virtuality and aim to heighten sensory perception. The idea of virtual otherness is part of this, as the simultaneity of digital others is central to this fourth dimension. Because augmented reality (AR) amplifies one's visual field by layering the virtual and the physical, it contributes to the ways that personhood and the possibility for becoming "other" are shaped and experienced. As a result, a multitude of digital selves emerge and can be shared seemingly autonomously across space and time.

In American artist Carla Gannis's work, the use of AR is a way of bringing the aesthetic of the Internet to everyday experiences. AR creates a filter and an amplifier as digital self-portraits are transformed in ways that reveal and interpret visual data laid on top of the user's physical world in a composite that

produces a fantastical reality. The idea of being becomes a playful one: the portraits wobble, pulsate, bend, and travel across one's visual, digitally defined plane. The filter is the splitting of the self into visual digital layers, while the amplification comes through in the customization and the transience of the experience, which in many cases is also a shared one via social networks. In this sense, the self is split off in ways that recall Jacques Derrida's relations between writing, events, and context, which proposes that writing communicates without being bound to context, namely because, he states, "A written sign is proffered in the absence of the receiver" (Derrida, 1988: 7), which means one is styling an absence.

Gannis has inscribed in her work a context that rejects itself in that it doesn't presuppose an established narrative or framework. Much like the content one finds on the Internet, it is changeable and playfully restless, and is also itself split into different outputs of screenshots and recordings. Her "selfie drawings" are content-rich, inscribed with invisible markers that translate static images to animated, augmented realities in the absence of the author. The persistence of the digital image allows for repetition, *ad infinitum*. However, it's as though Gannis re-establishes the event of speech despite the availability of iteration as the augmentations are fleeting, experienced in real time, episodically but a-temporally, given the new logic of time and space in augmented reality environments. One could argue that this holds for any recorded material, such as film, which is a time-based medium that allows for repeated viewings. But the technical side of augmented reality combines the multi-dimensionality of the networked digital world into the visual field of the user's device. This is an aesthetic that borrows from the logic of the Internet: a multilayered, complex system of visual material, connections, and a unique temporality. Additionally, it affords mobility and a sense of ownership on the part of the user.

The features of discrete independent forms of AR also relate to the way that we understand and use the Internet. As Thomas Streeter observes, there is a "sense that the internet possesses a kind of agency or *telos*" and, as a result, online trends and behaviors appear to represent a "natural unfolding rather than the economic and social choices" (Streeter, 2016: 191). Likewise, Gannis's self-portraits leave the fixed frame and the animations unfold seemingly on their own to show figures that twirl, spin, and shape-shift as if they have agency and instrumentality in both their own digital realm and your physical one. In



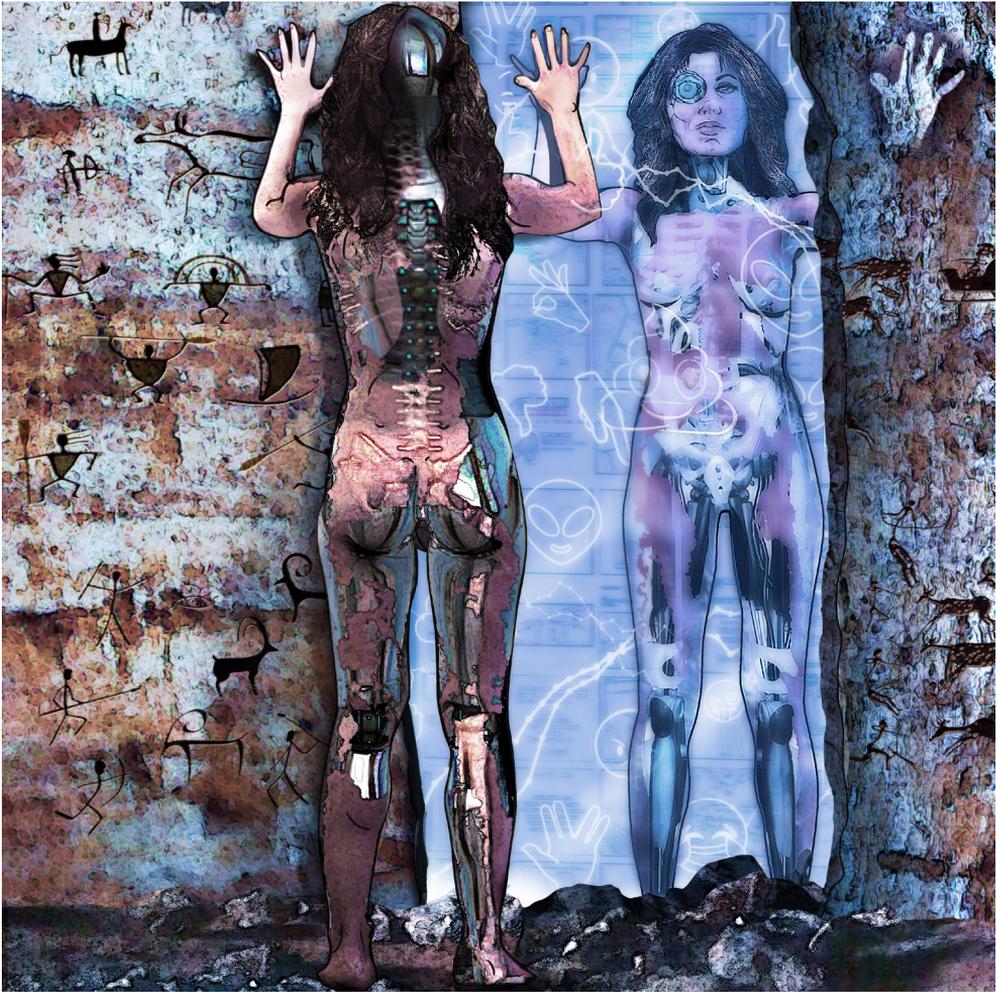
[Figure 1] Carla Gannis, *Selfie Drawing 09, The Split, Jan 2015*. Image courtesy of the artist.

Selfie Drawing 09, The Split, Jan 2015 (2015, Figure 1), the self-portrait's fixed state is a split image of Gannis showing a mirror effect of fragmentation and duplicity. The AR version continues the motif of the split self, duplicating the split perpetually, in a choreography of digital others that appear to be on different linear planes. This materializes the aesthetic character of our interaction in four-dimensional space in which hierarchies of place, time, and self don't exist in comparable ways. Additionally, the AR dance of multiple selves can exist temporarily and relatively unobtrusively as a layer on one's physical visual field. In this sense, the image is no more visually impeding than the information on the screen of a mobile phone one already holds, which again highlights the

nature of AR's mobility and malleability, two key features of the Internet that have influenced the physical world as well.

Gannis's *Selfie Drawing 38, Plato's Cave, Aug 2015* (2015, Figure 2) offers commentary on the four-dimensional human in the form of a cyborg and the literal and figurative use of Plato's allegory of the cave. In this image, the self confronts a version of itself but never fully connects to it. One body remains fixed while the other glides past horizontally as though each is encased in a different realm – possibly the past and present or the present and future – without the means to move through the vertical threshold. Here time and space appear to be organized visually to suggest their simultaneity and union but also temporal and spatial differences. Scott's notion of the four-dimensional human recognizes the ease with which we shift back and forth between physical and virtual spaces, the presence of our tactile environments and the absence of the digital realms we voluntarily enter and navigate. Space and time are newly mixed in a combination that produces a different perceptual understanding of experience, reality, and individuality. Moreover, the more controlled these experiences seem or become, the more agency we feel we have as users and creators alike. "Once time is thought of as being akin to space, it becomes possible to imagine traversing it bi-directionally, like someone pacing up and down a room" (Scott, 2015: 124). However, the confrontation of the self, as Gannis's work establishes, is a unique act of discovery and revelation as well as illusion. She shows the confrontation of digital selves and the interference that averts their ability to shift across each other's planes. It's almost as if it suggests a battle of wills between the dueling digital counterparts, two digital parts who operate autonomously on behalf of their human host.

Plato's allegory is namely a critique on education, and its relevance today is joined by a critique on simulation and artificiality. As Susan Sontag lamented, "Humankind lingers unregenerately in Plato's cave, still reveling, its age-old habit, in mere images of the truth" (Sontag, 1977: 3). Today we understand the world largely through images, which are themselves compressions of time and space, means of appropriation, and instruments of immortality. These images also are joined by networked environments with invitations to enter them with the perceptual accuracy of being there without physically relocating. AR brings the world to us in a visual plane that creates new digital realities in physical space. Virtual reality (VR) brings us into the digital world by expanding our visual field into a completely virtual one, establishing a purer construct of Plato's



[Figure 2] Carla Gannis, *Selfie Drawing 38, Plato's Cave*, Aug 2015. Image courtesy of the artist.

cave. In these virtually connected environments, we not only confront questions about personhood and subjectivity but also free will and a different kind of alterity.

AESTHETICIZING FREE WILL

In the 1970s, the Dutch-American artist Bas Jan Ader experimented with the notion of free will and whether or not it was something one could harness in a work of art. "Ader's investigation into the status of the will – or for that matter, into freedom – initiated within his practice inquiries far more universal in scope and radical in their constitution: he searched for ways for art and life to com-

municate without recourse to mediation” (Dumbadze, 2013: 7). Naturally, Ader’s own body was central to his experiments as he was his work’s central medium and testing ground for free will to flourish. “Over a two-year period... Ader made around fourteen works (nearly half of his entire production) that in one way or another has falling as the central theme” (Dumbadze, 2013: 8). His series of falls – off the roof of a house, from a tree branch, off a bicycle, and others – were attempts to demonstrate his ability to act freely and fall without restraint. It seems that total freedom, for Ader, meant becoming other to the point of succumbing to one’s environment and the laws of the physical world, like gravity. At this time, the world was accustomed to a different kind of media space, one that was increasingly dominated by images but not yet virtual connection. Freedom today must account for the virtual in addition to Ader’s physical realm, as each fulfills a crucial part in the ways that we negotiate a sense of being and exercising free will.

Ideas about free will – whether it exists and to what extent we have it – vary greatly from Descartes’ notion of unrestrained freedom of choice to Kant’s guiding moral law to Hume’s emphasis on determinism, the latter of which suggests a relation to the 20th century idea of technological determinism but fails to consider the ontology of free will itself. Franco ‘Bifo’ Berardi’s ideas on the relations between connection and conjunction account for this ontology and today’s experiences of accelerated change, imposed adaptation, and increased dissociation between the body and experience, making his work a suitable framework to this discussion. Networked environments suggest having far more control than the physical realm, as they defy the laws of time and space and allow a kind of flexibility not afforded elsewhere. Online we aren’t required to physically give up our places in the world, nor are we subject to physical harm, which allows us to indulge in the freedom of traversing virtual time and space and practice the splintering of the self by digital proxy. Yet, we must also consider the question: is this an exercise of free will or its illusion? Encountering networked environments through the screens of our computers, tablets, and phones would suggest the latter. However, through the use of VR, we might be entering territory that is so highly mediated that its mediation itself is imperceptible, which allows us entry into new experiences of being. Put another way, it may be that the laws of the virtual networked environment are as perceptibly legitimate as those of the physical world.

In the upcoming *Seeing I* (2018) project and exhibition, British artist Mark Farid will spend 28 continuous days in VR experiencing the world through the perspective of another, a participant, and stranger, who has been selected to be virtually tethered to the artist for the duration of the project. *Seeing I* aims to consider qualities of the inherent self and its influence under controlled, technically self-effacing conditions. By denying his own existence, at least partially, the artist makes a seemingly bold move toward also denying his free will. Yet, given the project's scale and magnitude, he may be affirming the full extent of his free will. Like Ader's experiments, there is no clear way to measure the amount of free will achieved or exercised and, in Farid's case, measure the influence allocated by nature or nurture. Perhaps a more important discovery will be the extent to which Farid is able to negotiate physical and virtual realms, submitting to the latter in a manner that suggests acting both for and against his own free will.

The conditions of today's networked environments have changed the ways we conceive of and take action. Berardi describes it as historically being "driven by will, rational understanding, and prediction" (Berardi, 2015: 27). Today, according to his argument, we appear to be driven by curiosity. He argues, "Consequently, the relevance and effectiveness of human action no longer occurs at the level of rational knowledge, political decision, and will, but instead at the level of intuition, imagination, and sensibility" (Berardi, 2015: 28). Farid's experiment in some ways reads as a self-destructive act of curiosity, an act for the sake of it. And, arguably, so do Ader's works centered on falling. This observation isn't so much a criticism on Berardi's part, except to say that:

The technical transformation that we witnessed in the last decades of the twentieth century, the infinite proliferation of sources and flows of information, unleashed by the acceleration of network technology, has rendered impossible the conscious elaboration of information by the individual mind, and the conscious coordination of willful individual agents (Berardi, 2015: 28).

The individual agent, for Berardi, is no longer the primary one, rather one dependent on the swarm or the larger collective. Rather than recognize this as a downshift in human cognition, behavior, and capability, it serves as a useful observation of a major shift produced by networked environments. Berardi's central thesis revolves around the relations between what he calls conjunction

and connection. "Passing from conjunction to connection as the predominant mode of conscious interaction between organisms is a consequence of the digitalization of signs, and of increasingly mediated relations" (Berardi, 2015: 22). What does this mean with regard to free will and the individual agent?

First, Berardi offers definitions for these terms. Conjunction is "a concatenation of bodies and machines that can generate meaning without following a pre-ordained design, and without obeying any inner law or finality" (Berardi, 2015: 20). Conjunction favors the organic body and its rhizomatic behaviors. In fact, Berardi poetically adds,

Conjunction is the provisional and precarious syntony of vibratory organisms that exchange meaning. The exchange of meaning is based on sympathy, the sharing of pathos. Conjunction, therefore, can be viewed as a way of becoming other. Singularities change when they conjoin, they become something other than what they were before, in the same way as love changes the lover, or the conjunctive composition of a-signifying signs gives rise to the emergence of previously inconsistent meaning (Berardi, 2015: 21, italics in original).

On the other hand, connection is "a concatenation of bodies and machines that can only generate meaning by following an intrinsic, human-generated design through obeying precise rules of behavior and functioning" (Berardi, 2015: 20-21). This is the logic of algorithms and, to a large degree, networked environments. While conjunction is "the meeting and fusion of round or irregular bodies that are continuously weaseling their way about without precision, repetition, or perfection," connection differs in that it is "the punctual and repeatable interaction of algorithmic functions, straight lines and points that overlap perfectly, and that plug in or out according to discrete modes of interaction that render the different parts compatible to a pre-established standard" (Berardi, 2015: 22).

Berardi argues that each of these exists independently and in combination, and have existed throughout our modern era. However, more recently, an imbalance has occurred as a result of our growing networks, wherein humans are increasingly defaulting to the connective mode despite their conjunctive capabilities. "When connection replaces conjunction in the process of communication between living and conscious organisms, a mutation takes place in the field of sensibility, emotion, and affect" (Berardi, 2015: 25). For him, sensibility

is “the faculty that enables the organism to process signs and semiotic stimulations that cannot be verbalized or verbally coded” (Berardi, 2015: 35). How we engage one another in person and ascertain one another’s moods and feelings is an example of this. It is essentially the backbone of empathy.

These additional factors recall some of Marshall McLuhan’s ideas, which remind us that the physical and the virtual realms aren’t binaries. He writes, “Environments are not passive wrappings, but are, rather, active processes which are invisible” (McLuhan, 2001: 68). We go online, but we do not depart from our physical rooms, the chairs upon which we sit, or the geographic location from which we enter the Internet. Yet we use locative terminology to indicate passage across this invisible threshold to clarify a state of perceptual movement though it has no physical correspondence. Likewise, we engage one another socially and develop new methods of communicating and understanding each other without necessarily recognizing facial or verbal cues. The notion of simultaneously being here and there is further complicated by the additional modes of VR and AR as they aim to grasp activity across thresholds that are undeniably vague and blur the boundaries that establish perceptual fixity. Additionally, it feels more fitting now to follow-up on McLuhan’s idea that “electric circuitry” – for us today, networked environments – are “an extension of the central nervous system” (McLuhan, 2001: 40). A human’s central nervous system is the embodied network through which all activities conspire and, more importantly, where the virtual (signals, information) and the physical (namely the brain and spinal cord) interact. As Jack Burnham presciently quipped in 1970, “Our bodies are hardware, our behaviors software” (Lovejoy, 2004: 175). The integration of the systematic and the behavior, even if only through its guise, sufficiently describes the collusion of body and mind, time and space of networked environments. The imbalance recognized by Berardi was well underway for decades, and we have likely developed new, albeit inorganic, methods of conjunction that can only be exercised in mediated environments that feel unmediated.

EXPERIMENTS IN ALTERITY

Our understanding of digitally embodied experiences in VR is in its infancy as we continue to test the ways we perform with and within it. *Seeing I* appears to make no initial assumptions except that realities are porous and tangential and, as a result, potentially meaningful toward alterity and ultimately empathy. In essence, this project will test whether one’s instincts are a reliable source

when the mind and body have been temporarily separated and the figurative body and mind of another are connected. The networked virtual realm and the conditions of connectivity and exchange in VR require that one needs to communicate in an environment of bodily and perceptual foreignness. The disconnection between being and perception, one would imagine, would be alleviated over time. As such, I wonder at what point does one cease to be a tourist, an outsider looking in, and transform, at least partially, into an other? Is this the constitution of total free will, like Ader's staged accidents attempted to demonstrate? Does the technology of virtual reality facilitate a kind of comingling of complete strangers, including the confrontation of one's own strangeness? Having a sense of free will – meaning it is both recognizable and actionable -- appears to momentarily be suspended here. Or perhaps a better way of thinking about it is as the intermingling of free will and submission. However, the answers to these questions, too, lack a unit of measure; the only revelation may come in the form of interpersonal exchanges, modified behaviors, and psychological effects. But it should also reveal how one negotiates visual perception and tactility, the presence of one's body and the experience of oneself as both a primary and secondary other and, as a result, the impossibility of empathy through an increase in conjunction. Berardi considers not exactly a mind/body split, rather the recognition of the discrete otherness of one's own body, which yields a kind of "terror of being in contact with the body, which is always the body of the other, because one's own body is other in relation to the inner self" (Berardi, 2015: 96). In that sense, the environment and its conditions introduce (or contribute to) a splintered self, a self of fragmented parts in a combination of borrowed and temporary, inherent and pervasive, and organic and artificial parts. By this logic, we already are splintered: our inner and outer bodies encounter otherness, and within VR our inner bodies are joined by other foreign inner bodies that appear as outer bodies and require negotiation.

The confusion of touch created by the mind/body split has yet to be resolved in VR. Having established the shifting relations and imbalance between conjunction and connection, Berardi also posits the relevance of the body and, in particular, of touch in understanding otherness. "The epidermis is the point of contact, the sensitive interface between the conscious self and the infinite emission of signs" (Berardi, 2015: 39). He claims that there is an elaborate system of memory attached to touch that can't be replaced by merely looking, and perhaps there's another unidentifiable aspect to the effects specifically of

VR along the lines of desynchronosis, commonly known as jet lag. Everything in networked environments seems to be flattened to the same perceptual space and temporal quality, without hierarchy, which Berardi describes in the following way: “The connective technosphere we inhabit today resembles the outcome of a projective zapping where we combine sequences coming from different sources. The social unconscious reacts to this continuous deterritorialization in various ways, through adaptation, disconnection, or pathology” (Berardi, 2015: 41). The use of AR primarily focuses on projection, the layering of discrete environments that feel jarringly different and therefore stimulating and interesting. VR is a technology of projection and absorption as it facilitates the use of the body. Though the full spectrum of touch isn’t enabled, it is nonetheless engaged. “Cyberculture replaced the body with the sanitized, clean, smooth surface of the screen” (Berardi, 2015: 84). VR is reintegrating the body in a blurring of the digital and organic. Farid’s 28-day experiment will include round-the-clock daily activities, including bathing, sex, and other actions related to the body. In this particular networked environment, the body of one stranger and the eyes of another will be joined in unison. This makes a strong case for a new kind of voyeurism and perhaps the suspension of free will for both acting parties, artist and participant.

VIRTUAL VOYEURISM

Our networked interactions, engagements, and pleasures have always involved looking. The Internet is arguably a mechanism through which the digital gaze has been perfected. Scott explains that online, particularly through channels of social media:

[All] of these spy and creep allusions amount to a kind of bashfulness, as if we’re not ready to admit to the voluntariness of our friends’ revelations. We have the sense that, in order to be seeing what we’re seeing, we must have somehow broken in, a feeling that mistakes a display case for a vault. This confusion is one outcome of reversing the peephole: the intimate view into the private lives of others can seem ill-gotten, even illegal, despite the fact that such intimacies, once held inside the vault of privacy and decorum, could possibly be on display (Scott, 2015: 140-141).

This observation recognizes the inherent quality of presence and absence within networked environments and, again, to Derrida’s notion of how the sig-

nature functions. Our presence is established regardless of our physical absence, allowing us to be present in multitudes simultaneously. This allows us, essentially, to hide in plain sight while also being looked at and looking at the private lives of others in a variety of remote ways.

A previous work of Farid's called *Poisonous Antidote* (2016) was interested in the aspect of personal online privacy and how, when manipulated beyond control, this can thwart one's experience of being virtually and physically present. *Seeing I* more tellingly plays with relations between presence and absence, performance and simply being. Like Ader, the willingness to step inside the mind and body of another will require a stepping outside of one's own sense of being in the world. However, this digital otherness is facilitated by the subtle invasion of voyeurism. It's subtle because we are accustomed to entering networked environments primarily through looking, ignoring how this sense might shape the experience of otherness in ways unintended. It's an invasion because though common, it isn't neutral or balanced. The artist does the looking while the participant serves as his temporary, digitally surrogate other. And, perhaps, more specifically, the participant's surrogacy is facilitated digitally but is enacted by physical engagement in the ultimate situation of digital omniscience on the part of the artist. The project title emphasizes the primacy of the visual sense required of this work and its singularity (the eye belonging to the artist not his participant). Its effects hint at Freud's notion of scopophilia, one's pleasure derived from looking, and more concretely in Laura Mulvey's reading of the concept and application to understanding cinema where she describes viewers as taking "other people as objects, subjecting them to a controlling and curious gaze" (Mulvey, 1989: 16). The difference in Farid's experiment, of course, is the compliance on the part of the subject upon whom his gaze will be fixed for 28 days, an arrangement that has been underway for months in advance. It's a reminder that this is the nature of networked environments: we enter both expecting to look and to be looked at, the latter increasingly in recent years with the boost in number of surveillance devices.

Additionally, though Farid's gaze and the subject's actions will be synchronized, insofar as this visual/perceptual/bodily dissonance can be assuaged, this experiment nonetheless depends on a perceptual, imaginary suture. Will the mediated effect of the screen return to the seamless environment provided by VR as a result of an insurmountable gap between looking and being? The separation of the physical body and sight may play a crucial part in re-establishing

the screen-voyeur dynamic despite VR's impressive efforts to maintain the illusion of seamlessness. Though Berardi is referring to online pornography, his observations relate to this problem. He writes, "Since the image is separate from touch, the pornographic act, which is essentially an act of vision, does not produce the promised synesthetic pleasure. The act of vision is thus repeated over and over" (Berardi, 2015: 87). Farid adds the bodily dimension, which takes on the form of negotiating what he sees and actively mimics, and thus mimics the other, and this synchronization may be the missing link to what Berardi suggests is otherwise lacking and necessary to shift from looking to, essentially, being. "Emotion is the meeting point between body and cognition. It is the bodily elaboration of the information that reaches our mind" (Berardi, 2015: 88). By this logic, Farid's erasure of the tactile sanitization of merely gazing at digital images may mitigate the gap between the strangers. On the other hand, Berardi argues that, "Porn can be viewed as an attempt at emotional automation and at creating uniformity in the temporality of emotional response" (Berardi, 2015: 89). There is something similar in *Seeing I* that brings uniformity and automation to mind: Farid's willingness to place himself on hold and succumb to another's actions and visual perspective feels like an experiment in alterity but not empathy, as it also resembles the routine submission we exercise when we enter networked environments designed to guide our actions and paths, and in which we "no longer process and decide in time" (Berardi, 2015: 28). Without individual reflection, combined with absence of tactile correspondence between sight and physical action, there is difficulty in fully suturing thinking and being as an other. With this in mind, regardless of his attempt or fascination with the process, empathy can't be properly invoked through this design of limited or altogether rejected capacity for free will on the part of the artist.

THE HYBRID HUMAN

Creative experiments with AR and VR do more than test perception and subjectivity in networked environments. They also are experiments in modes of being and behaving with and within virtuality: realms in which space, time, and personhood are collapsed and renegotiated. Movements and interactions with others occur symbolically, and increasingly alter and modify our physical environments as well. There is a sense of interfacing not only with other participants in the virtual environment but also with oneself in a manner that resembles associating with oneself as another, separate being. We typically look

outward through our screens and into the virtual existence of the mutual social space we share with others. And with the use of VR and AR, our visual and experiential fields are expanded, allowing us both to view and experience our own bodies as virtual others, and view and experience others as extensions of our bodies in a cross-pollination of digital information and perceptual realignment. As such, we are increasingly experiencing the duality of virtual and physical co-existence. With this in mind, the experiments mentioned above encourage us to question the authenticity of any interaction, on- or offline; what constitutes individuality and personhood; under what conditions we borrow temporary attributes that contribute to this sense of self and identity; and whether we are able to fully mitigate the gaps between the virtual and physical to encourage untold ways of being.

CONCLUSION

Artists have pioneered experiments through networked interactions since the Internet's early days, changing how we define identity, personhood, concepts of time and place, and art itself. This has continued with the use of virtual reality (VR) and augmented reality (AR), which have become extensions of the Internet that allow corporeal engagement in the virtual realm and effectively build on ideas of self and otherness, create opportunities for interpersonal exchanges, and encourage new human identities, behaviors, and perceptions.

We are presently able to discern the digital and the physical but, again, they shouldn't be understood as binaries. They frequently combine and overlap in a variety of ways, as Ganis and Farid demonstrate, sometimes imperceptibly, which require new cognitive ways to guide our interactions and encourage the perception of a seamless environment. Our ability to easily shift back and forth between various realms is one indication of such cognitive sophistication and the ease with which we negotiate these realms. Additionally, we are not only curious about the cultivation of digital otherness, we are drawn to it and encourage its development, blurring conjunction and connection to suggest that the latter can increasingly become more organic than expected. The splintered self will continue to materialize representationally via AR and perhaps existentially, as our experiments continue to pursue this, through VR. For many, including Berardi, this idea is somewhat horrifying, as we are uncertain of the kinds of cognitive and emotional tradeoffs we might make in exchange for more advanced connectivity. As such, it is worth considering how technologies – in the

form of real-time, virtual interaction – thwart some of the most basic ways that we philosophically understand and practice free will. On the other hand, even the most cautious recognize optimism in the unfamiliar. As Berardi writes, “Sublime and panic are bordering concepts. Panic is the opening of consciousness before the infinity of nature and the failure of rational filters of experience, and the sublime is the epiphany of the unknowable” (Berardi, 2015: 79).

REFERENCES

- BERARDI, F. (2015): *And: phenomenology of the end*, Semiotext(e), South Pasadena.
- DERRIDA, J. (1988): *Limited Inc* (S. Weber, Trans.), Northwestern University Press, Evanston.
- DUMBADZE, A. (2013): *Death is elsewhere*, University of Chicago Press, Chicago.
- LOVEJOY, M. (2004): *Digital currents: art in the electronic age*, Routledge, New York.
- McLUHAN, M. (2001): *The medium is the massage*, Gingko Press, Berkeley.
- MULVEY, L. (1989): *Visual and other pleasures*, Indiana University Press, Bloomington.
- PLATO (1992): *Republic*, Hackett Publishing Company, Inc., Indiana.
- SCOTT, L. (2015): *The four-dimensional human*, W.W. Norton & Company, New York.
- SONTAG, S. (1977): *On photography*, Picador, New York.
- STREETER, T. (2016): “Internet”, in Peters, B. (ed.) *Digital keywords*, Princeton University Press, Princeton: 184–196.

CV

Natasha Chuk is a scholar and independent curator whose research focuses on technology, interface, and perception in media objects as systems of language with particular attention to their affordances and limitations. She holds a PhD in Media and Communication Philosophy, an MA in Media Studies, and a BA in Cinema Studies. Her first book, *Vanishing Points: articulations of death, fragmentation, and the unexperienced experience of created objects* (Intellect Ltd., 2015), examines, through the lens of critical theory and continental philosophy, the relationship between presence and absence across a variety of media, including film, photography, and video games. Her essays have also appeared in *Dissect Journal*, *First Person Scholar*, *Interartive*, and most recently in *Metaverse Creativity*

Journal, for which she contributed an article titled “Self-Made: constructing identity at the threshold between virtual and physical realms.” She teaches courses in film studies, digital cultures, and media aesthetics at the School of Visual Arts and The New School in New York City.

Natasha Chuk es una investigadora y curadora independiente cuya investigación se centra en la tecnología, la interfaz y la percepción en los objetos de los medios de comunicación como sistemas del lenguaje, prestando especial atención a sus posibilidades y limitaciones. Tiene un doctorado en Filosofía de los Medios de Comunicación y Comunicación, una Maestría en Estudios de Medios y una Licenciatura en Cine Estudios. Su primer libro, *Puntos desvanecimientos: articulaciones de muerte, fragmentaciones y la experiencia inexperimentada de objetos creados* (Intellect Ltd., 2015), examina, a través de la lente de la teoría crítica y la filosofía continental, la relación entre presencia y ausencia a través de una variedad de Medios de comunicación, incluyendo películas, fotografía y videojuegos. Sus ensayos también han aparecido en *Dissect Journal*, *First Person Scholar*, *Interactive*, y más recientemente en *Metaverse Creativity Journal*, por la cual contribuyó con un artículo titulado “El yo creado: construyendo la identidad en el umbral entre los dominios virtual y físico”. En estudios cinematográficos, culturas digitales y estética de los medios en la Escuela de Artes Visuales y la Nueva Escuela en la Ciudad de Nueva York.

BLENDED REALITY. AN ANALYSIS THROUGH THE RECENT EVOLUTION OF DIGITAL MEDIA ART ECOSYSTEMS

Pedro Alves da Veiga

CIAC - Centro de Investigação em Artes e Comunicação, Universidade Aberta

Universidade do Algarve, Portugal

pveiga@ciac.uab.pt

Summary: This chapter proposes an analysis of the impacts that three economic concepts that gained traction in the last decades of neoliberalism – experience, attention and ubiquity – cause in digital arts and artists, driving the establishment of blended-reality as the current inhabited space, and altering the relationships between artists, audience, curating, public spaces, academia, industry and markets. Using the Internet as a technological backbone, the global digital art ecosystem has become a network of relationships and relational mechanisms, where creativity and innovation are being commoditised, organised and consumed like products. By analysing pairs of concepts and the paradoxes involved, it also offers insights on how the blending concept is also being applied to what could have once been considered as extreme opposites. It concludes by showing how activism and hacktivism rise as the new innovation forces in a networked environment that is written and reads itself, blending materiality and virtuality.

Keywords: Ubiquity, experience economy, attention economy, ecosystem, b-society

Resumen: Este capítulo propone un análisis de los impactos que los tres conceptos económicos que han adquirido fuerza en las últimas décadas del neoliberalismo – experiencia, atención y ubicuidad – causan en los artistas y en las artes digitales, impulsando el establecimiento de la blended-reality como el espacio habitado actual y recomponiendo las relaciones entre los artistas, la audiencia, la curaduría, los espacios públicos, la academia, la industria y los mercados. Utilizando la red Internet como columna vertebral tecnológica, el ecosistema de arte digital global puede ser visto como una red de relaciones y mecanismos relacionales, donde la creatividad y la innovación se están convirtiendo en mercancías, organizadas y consumidas como productos. Al analizar los pares de conceptos y las paradojas relacionadas, también ofrece ideas sobre cómo el concepto de blending también se está aplicando a lo que podrían antes ser considerados como extremos opuestos. Se concluye mostrando cómo el activismo y el hacktivism se elevan como nuevas fuerzas de innovación en un ambiente en red que se escribe y lee a sí mismo, mezclando materialidad y virtualidad.

Palabras clave: Ubiquidad, economía de la experiencia, economía de la atención, ecosistema, b-society

INTRODUCTION

Art and culture are a part of the social phenomena that derive from communication and information interaction, both on an individual as well as a collective level, through cultural artefacts and artworks. Through our senses they induce perceptions, emotions, feelings, and cognitive experiences. The impact of technology in art and culture has always been significant, from paintbrush to camera, from chisel to tablet. Decades ago digital media art (DMA) was born in science laboratories and the artist/scientist made a comeback, as a modern-day Leonardo, dwelling in art and science. Like with all new technologies, change and disruption occur, but true innovation often takes its time. Some forms of cultural experience, like video games, net-art or virtual reality, only exist because of digital technologies, whereas others, including film, music and literature, that existed well before digital technologies, became accessible to larger audiences than ever before, and are now being made, marketed, shared or distributed using those technologies. The public's appetite for discovering, consuming and sharing cultural content and experiences through the Internet, and on social and mobile media, seems to be ever growing, at the same time that the attention span decreases.

But organisations can (and do) use technologies to reach new audiences, generate new revenue streams, improve operating efficiency and generate entirely new forms of artistic experience and cultural value. Cross-discipline collaboration in the arts has a long history and tradition but increasing numbers of artists blend disciplines into their work in ways that defy classifications. For many artists, the time and creative skills of multiple partners – engineers, biologists, psychologists, etc. – are required to materialize their artworks. The artist is at the heart of an ecosystem, where art, technology, science, entertainment, society, politics and economy have intricate and interdependent roles.

The different relations between these various agents in the ecosystem show an increasing feedback loop between virtuality and materiality, activism and entertainment, experience and ownership that is at the heart of the blending concept, hereby presented. The human environment includes and incorporates technological extensions, and these are seldom mere add-ons. They change our perceptions and abilities, our notions of self and other, our notions of privacy and propriety, and our orientations in space and time.

We can understand the work of digital media art as that of modulation between the state of “data” and “display”. The work of modulation is carried throu-

gh programming, parameterization, and interaction (sensory) mechanisms. The decisions behind the work of modulation are based upon the impacts the artists envision (conceive) for their artefacts.

Concept-pairs, once perceived as nearly opposites, are leading up to a blending model, fuelled by location technology and ubiquitous computing: individualism and massification, mediation and peer-to-peer, material and virtual, entertainment and activism, and (permanent) ownership and (transient) experience. These concept-pairs are not just becoming intertwined and complementary, rather than opposites, and the apparent paradoxes they pose are a consequence of some of neoliberalism recent evolutions, namely the experience, the attention and ubiquity economies. By bringing a systems-view to technological mediation, the author seeks to provide a strategic vantage for understanding the kinds of changes currently impacting society through digital media art observation.

RISE OF THE GLOBALLY AESTHETICIZED INDIVIDUAL

The Web 2.0 era was fuelled by user-generated content, social interactions and an increased access to cheaper technology and platforms, which were built within the architecture of participation, presented as a vector of globalisation, inclusion, enjoyment, and democratisation of access to creation. But even if social-media meant that people could more easily become connected, the accompanying phenomenon was that of a rise in individualism, stimulated by the consumer market intent on selling all kinds of distinguishing, status-making products and services. For Time Magazine, the 2006 person of the year was You, highlighted on the cover with a mirrored surface replacing a computer screen. And this trend can be confirmed using Google Books Ngram Viewer tool, applied to the words *I*, *you* and *we*. The graphic showing the evolution of their use over a 40-year span, between 1968 and 2008, on figure 1, speaks for itself.

Newspapers and television networks started asking readers and viewers to submit their own content, and anyone could become a reporter or a TV-star for twenty seconds, and the most common motivations behind such behaviour are money and reputation (Anderson, 2009). But since all of this content is unpaid, reputation is then the key to this massive unpaid spontaneous content delivery, and this should come as no surprise in a society where exposure means success (Labrecque, Markos & Milne, 2011). This individual exposure is seen as

Google Books Ngram Viewer

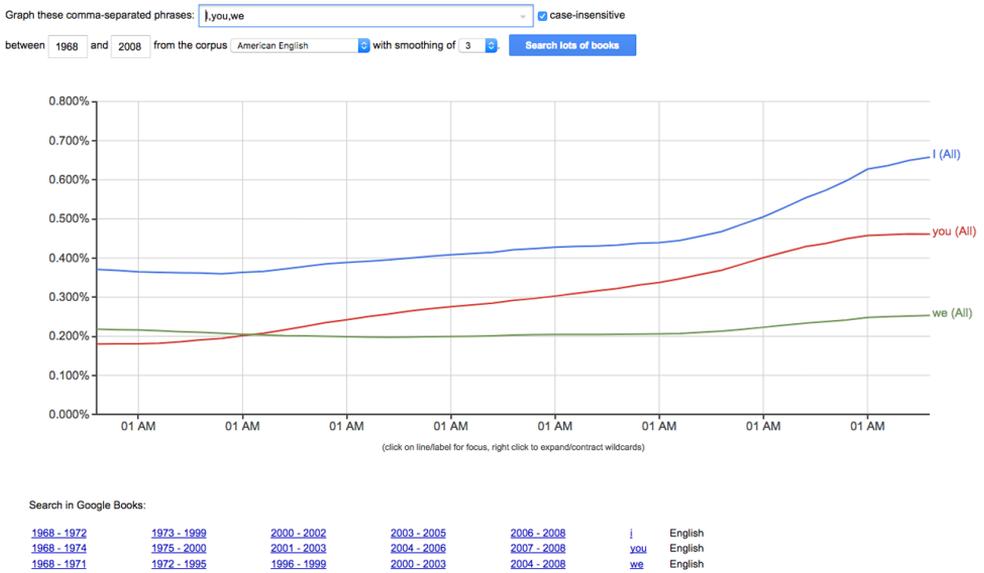


Figure 1: Google Books Ngram Viewer. Source: <http://bit.ly/2gCk037> [October 23, 2017]

a pathway to stardom, and all individuals can potentially reach the pop-star status on Instagram, Facebook, Flickr or any other social-media platform, like artists or actors had done before in the cinema and music industries.

In the globally aestheticized and exposure-addicted western world there is now a massive digital artistic production, reflected on the amount of registered users in specialised platforms – Instagram with 400 million, Flickr with 112 million, Vimeo with 35 million, Deviant Art with 38 million, SoundCloud with 175 million of which at least 10 million are considered as creators among many others (sources: Brandwatch, Techcrunch, Venture Beat and Deviant Art). For every human need, there seems to be an app; for each social representation, a network. This global aestheticization is driven, once again, by the consumer market (Lipovetsky & Serroy, 2014), and digital artists have become interdisciplinary prosumers, acting as entrepreneurs, marketers, communicators, trying to rise above the global noise floor in order to be noticed, hoping to become on-line celebrities, paying for services and market tools to gain exposure, buying leverage, likes and followers in reference websites and virtual universes, using communication and marketing techniques eventually more complex than their own artworks. They are striving on their own, no longer as involved in communities and associations as their analog predecessors. Artistic collectives and

communities are often suspiciously regarded as politically biased structures – probably because most of them are built around ideals – reminiscent of the 20th century, but above all, as standing in the way of individual exposure.

Creativity and innovation became organised and consumed as products: through reality shows, start-ups, specialised websites and training courses, ranging from electronic music to special video effects, varied apps, and all kinds of festivals throughout the year, and throughout both physical and virtual worlds – see “The Wrong”¹. The neoliberal society requires that people become not just creative and innovative – like artists – but also that they have – or, at least, that they share images and videos of – artistic, spectacular, and aesthetic lives, giving individuals the freedom that it denies them during the working day.

For Deresiewicz et al. (2015) creativity is but a business concept, along with other clichés: leadership, service disruption, innovation, and transformation. Creativity is all about devising innovative products, services, and techniques – faster, more beautiful solutions for already-known problems – and no longer about raising and researching new problems and solutions. The tendency is to increasingly focus on markets, management, and the use of new technologies, but less and less on social, political or economic intervention. Even art-hacking is now organised in hackathons, being promoted by most major universities and industry partners, permeating TED talks² (Technology + Entertainment + Design), making audiences reverberate with optimism about the role of hacking, brainstorming and crowdsourcing in the transformation of citizenship.

The rise of a self-entitled generation is, thus, paralleled by the loss of the sense of community, collective, and collaboration. These were once regarded as structures that fostered discussion, creation, and progress, but are now perceived as homogenizers, anti-innovation, anti-individual structures.

For the Critical Art Ensemble (1998), market demands discourage collective activity to such a degree that such a strategy is unfeasible. Modern-day communities risk being built around crowdfunding mechanisms, technologies or artistic genres, rather than ideals and concepts, and are marked by the re-commodification of art. The diversity of views is eradicated on social media through algorithms that make people see more of what they like – not what challenges them. The same social media used by artists to (pay to) promote

1. <http://thewrong.org/> [October 16, 2017]

2. <https://www.youtube.com/watch?v=2DSe4o45i3o> [October 16, 2017]

their work – meaning that audiences who enjoy their type of work will likely also be flooded with suggestions of similar types of work.

CURATING: FROM ELITISM TO RE-INVENTION TO D.I.Y.

The dramatic increase in (content and artistic) production caused audiences some immediate problems: by facilitating free online sharing, it encouraged unrestricted copying; by equalling (social media) exposure to success, it hampered quality assertion – which came dangerously close summing up likes and comments, many of which are expertly bought online. Audiences can no longer tell the original from the copy, the good from the bad, and be directed towards what is worth it, because there is no more mediation: curating had no online presence.

“The Attention Economy” is an approach to information management that deals with human attention as a scarce commodity, and applies economic theory to solve its problems, namely, the fact that attention has become the limiting factor in the consumption of information in an information-rich world. If one variable increases, another variable decreases: a scarcity of whatever it is that the first variable consumes. And what information consumes is the attention of its recipients. Hence a wealth of information creates a poverty of attention and a need to allocate that attention efficiently among the overabundance of information sources that might consume it.

If at one point curating was not just regarded as elitist, but also deeply involved in the creation of elites in galleries and museums (Balzer, 2014), the fact is that today’s attention-challenged audiences get easily tired or bored of drifting aimlessly online from link to link, and again welcome counselling, quality assertion and selection. The Internet may have destroyed the former social power held by traditional curating only to reinstate it a few years afterwards, in a popular and legitimised way. Media theorist and curator Dieter Daniels, as quoted by Cook (2008: 32), claims:

I don’t see yet the real way to bypass what you call the legitimization structure of the art world. Because bypassing any kind of context-creating structure – which is galleries, museums, curators, magazines, education and all this – makes it so difficult for who should find whom. It’s a very good idea that artists might directly address the public but we have the problem of information overflow in general, and so there is no quality filter within. We just get lost and we don’t know how to choose and find what we want if everything is accessible.

Curating addressed the attention economy generatives proposed by Kelly (2008) – immediacy, personalization, interpretation, authenticity, accessibility, embodiment, patronage and findability – by reinventing itself and moving on to deal with the complex systems involving artists, engineers, scientists, physical and virtual spaces, both educated and curious audiences and a growing hunger for entertainment and fun, away from the conservative and traditional gallery or museum views and spaces. But if DMA has been developed mostly outside of the traditional exhibition spaces, why display it in such a context? Perhaps because that is where the audiences expect to see art, therefore the institutions could be said to take part in the definition of art by what they include. Alternative exhibition spaces abound now: the mobility of festivals echoes the often transitory nature of DMA; publishing and broadcasting yield more control for the artists who wish to self-curate and directly engage with the audience; art agencies and public art foster stronger community bonds and politically engaged collectives and initiatives; labs provide greater experimentation and collaborative practices, are more flexible and allow for negotiation between artists and curators that annihilate the old disciplinary boundaries.

The curator became a business aware co-creator, working in collaboration with artists, but also with other curators, no longer *only* a guarantor of exhibition, collection and preservation, becoming a commissioner of mediation between artists, audiences, institutions, lenders, industry and infrastructures, both physical and virtual, and still as a trust inducer, attesting to the quality and authenticity of artworks and authors, and channelling attention to them, by creating experiences for the audience.

In the age of global sharing and aestheticization, Simon (2010) refers the growing use of discrete objects, technological or not, instead of educational settings or interpersonal relationships, as the basis of social interaction, that is, objects (or their digitised images) that become nodes of a shared communication network – and calls them social objects. Businesses were built over the collections of these nodes and their gathering on social networks, and companies such as Pinterest, Flickr, Houzz or Etsy are good examples where each and every user presents micro-exercises in curating. After the massification of individualism and artistic creation comes the massification of curating (Balzer, 2014).

Other interesting experiments have been carried out in which curating an exhibition in a conventional location (i.e. a museum) has been participated by

the audience over the Internet. The Plains Art Museum in Fargo, USA, held the “You Like This: A Democratic Approach to the Museum Collection”³ exhibition. From around 3.500 artefacts, through crowdsourcing mechanisms, only 50 were selected for display. At the Walker Art Center in Minneapolis, USA, another experiment entitled “50/50: Audience and Experts Curate the Paper Collection”³ assigned the curating role to both the public and the resident curator. More than 250.000 votes were registered. Active audience engagement over the Internet is a measure of business success in the cultural industries, and if these initiatives are particularly suited for DMA, it must also be noted that these models exist beyond DMA itself.

THE FINE LINE BETWEEN ENTERTAINMENT AND ACTIVISM

For the attention-challenged audience, festivals are increasingly popular alternative exhibition and performance spaces, well suited for DMA and contemporary society’s mobility and ubiquity, and are usually created and managed with multiple goals, stakeholders, implications and meanings attached to them. They embody a materialisation of the DMA ecosystem, and bring together creation and consumption, artists and audiences, culture and entertainment, patrons and buyers. DMA festivals are prime playgrounds for the industry and companies to dazzle audiences with new technology, and where academia is present, institutionally, experimentally or through curating.

The festival experience occurs at personal, social/group and cultural levels, and meanings can be created at personal, social, cultural and economic levels. Interestingly, though, the experience itself is simultaneously personal and social. Festival curators are particularly interested in knowing how their combination of various factors (setting, program and human interactions) affects the audience and/or participants, and the festival goals, economic and otherwise. This requires interdisciplinary or even transdisciplinary knowledge of culture, the arts, economy, society and environmental psychology. There is also a special appeal in festival studies that is associated with their inspirational potential for creativity, (hopefully) attracting large audiences, and generating emotional responses, making festivals akin to, and part of the entertainment business, and often featured in place marketing and tourism.

But virtual festivals can also take place, and an international art fair that doesn’t require plane tickets and hotel accommodations has already had two

3. https://www.artsjournal.com/realcleararts/2011/10/plains_museum_and_public.html [October 16, 2017]

editions: "The Wrong". The Indiegogo-funded event makes claims of being the most comprehensive art biennale worldwide today. With more than 90 curators and 1000 artists over 60 online pavilions and 40 IRL gallery spaces (embassies), that claim may have its merit.

The term "festivalization" has been coined to suggest an over-commodification of festivals exploited by tourism and place marketers (Richards, 2007). In this approach, drawing heavily upon consumer behaviour and other marketing concepts, motivations for attending festivals are studied at length, and more recently the links between quality, satisfaction, and behaviour or future intentions have been modelled. Getz (2010) suggests that escapism generally leads people to events for the generic benefits of entertainment and diversion, socializing, learning and doing something new, i.e., novelty seeking, but most of those who attend new media art festivals are knowledgeable about the field and, as an audience, not especially diverse.

If festivals wish to attract large audiences, they must present content in crowd-pleasing formats – concerts, exhibitions, workshops, parties, etc. – as part of a profitability process based on ticket-paying audiences (or sponsorship models, according to audience sizes), and for audiences the hedonistic value of entertainment is superlative.

Therefore a careful balance between entertainment and art/concept should be reached: the economic viability of a festival depends on its capability to attract a large enough audience, whereas its artistic reputation and social impact rely on its ability to attract meaningful artists and artworks around a socially meaningful theme.

Digital artists have already protested against an excess of "hello world" type of creativity at the Ars Electronica festival, and critical voices are also heard in other countries, like Portugal, about this technology-as-merely-entertainment phenomenon, where for artist and university teacher André Sier (2015: 14) "the connection between art, science and technology has permeated History and will always do so. Now it has temporarily become a buzzword to host a lot of rubbish that thrives in the curve of changes that technology has fostered".

As an alternative, the hacking mind-set and the free/open software community present themselves as digital capitalism's dissidents, with their activity based on an ethics of voluntary cooperation, allowing for the experimentation of other ways of life and other social relations. Art activism and hacktivism is central to our time, and is a new phenomenon, quite different from critical art.

Art activists – or artists – do not want to just criticize the art system or the general political and social conditions under which this system functions. Rather, they seek to change these conditions through art, in reality itself.

Art activists try to change living conditions in economically underdeveloped areas, raise ecological concerns, offer access to culture and education for the populations of poor countries and regions, attract attention to the plight of illegal immigrants, improve the conditions of people working in art institutions, among other social, political, environmental, economic, racial, sexual or technological topics of interest. In other words, art activists react to the increasing collapse of the social state and try to replace the state itself and the NGOs that, for different reasons, cannot or will not fulfill their role. Art activists want to be useful, to change the world, to make the world a better place, but at the same time, they do not want to cease being artists. Artists and art-hacktivists share a willingness to improve society through art. Art-hacktivism is a type of artistic practice that may show significant variations in the artist's willingness to engage in illegal or legally ambiguous activities. The outlaw orientation will determine practices such as site defacements or sabotage whereas the transgressive orientation only challenges the law, without pushing the challenge to the point of immediate legal jeopardy. Digital artists, on the other hand, will operate within legality, mainly through culture jamming and subvertising, using creative energies rooted in one's heart and soul and belief in the cause, not through aggression but through fierceness, not by hurting but by confronting, not violating but disrupting, thus creating a new language altogether.

Activism is an organised practice by nature, naturally opposed to the individualism massification processes. These organisations also produce their own events and festivals, often as self-curating artistic communities, which emerge as a form of resistance and survival, probably not immune to consumerism, sometimes even collaborative by necessity, along the lines advocated, for example, by Furtherfield:

For over 17 years Furtherfield has been working in practices that bridge arts, technology, and social change. (...) Our artistic endeavours include net art, media art, hacking, art activism, hacktivism and co-curating. We have always believed it is essential that the individuals at the heart of Furtherfield practice in arts and technology and are engaged in critical enquiry. (...) If we as an arts organisation, shy away from what other people are experiencing in their daily lives and do not examine, represent and respect their stories, we quite rightly should be considered

as part of an irrelevant elite, and seen as saying nothing to most people (Garret, 2013: 1).



Figure 2: Mi Querido Barrio (My Beloved Community) augmented reality in East Harlem, NYC, preserving a pre-gentrification neighbourhood through augmented reality. Source: Caribbean Cultural Center African Diaspora Institute (CCCADI)

IS VIRTUALITY LESS REAL THAN MATERIALITY?

DMA Artivism and art-hactivism will usually occur, by definition, in the virtual space, based upon digital and computational technologies. But “computing is not about computers anymore. It’s about living”, wrote Negroponte over two decades ago (1995: 6). One could add that perhaps the Internet is no longer about networks; digital is no longer about binary representation; and virtual is no longer opposed to material or physical.

The birth of cyberspace was heralded as a promised liberation from materiality’s restrictions, where avatars could represent our ideal selves and creativity could be unleashed without restrictions. But instead, cyberspace became a business simulacrum of materiality itself, with actual payments over the

virtual occupation of equally virtual land, housing, furniture and accessories, special virtual powers, clothes, animals, plants and other objects of desire – including virtual sex – in environments like World of Warcraft or Second Life (which generates the equivalent of a small country's GDP - 500 million USD⁴). But if the material world has been transposed onto virtual universes, the reverse can also be witnessed, as hashtags get tattooed or printed and location markers appear physically in town squares. The circuit is now closed in both directions: from material to virtual, virtual to material, with feedback mechanisms, loops and interdependencies.



Figure 3: A virtual marker becomes a physical piece. 'Map' by Aram Bartholl, part of the show 'From Here On' during Rencontres Arles, France 2011. Source: https://en.wikipedia.org/wiki/Google_Maps_pin [October 16, 2017]

Our perception of reality/materiality is affected by virtuality, which, in turn, is built over material paradigms. Death is trivialised by TV series, computer

4. According to Ebbe Altberg, Linden Lab's CEO, the creators of Second Life <http://motherboard.vice.com/read/why-is-second-life-still-a-thing-gaming-virtual-reality> [October 16, 2017]

games, soap operas, crime dramas, mysteries, documentaries, live television coverage of bombings, shootings, and executions. People simulate reality and then share those simulations as evidence of fact: as *fake news*. As far back as in 1922, Robert Flaherty's film *Nanook of the North* showed an Inuk actor being directed into simulating some real actions, like seal hunting with harpoons, instead of the actual Inuk weapons, or displaying an overly inappropriate use of a gramophone, only to illustrate and exacerbate ethnographic concepts in a documentary style. Or as more recent examples, consider photoshopped selfies and magazine covers, or fake holiday trips in Asia⁵.

Virtual reality tried to create a virtual world inside the computer, and the paradigm has now shifted to the computer that extends and amplifies the material world. Computer-readable data and all the different ways, in which it can be altered, processed and analysed, are brought into the material world. For the festival-going *Millennials*, experience implies social, local and physical sharing but also social and virtual/digital sharing. In fact, the distinction is no longer important, the blending process is ever-expanding: information and cultural elements, characteristic of the digital universe, migrate freely to the physical plane⁶. Any experience will not be complete without proof – a selfie, an artie or a video – as a blended piece of evidence: from material to virtual and back, because your Instagram photos may well find their way into an art exhibition, even without your consent⁷.

FROM GLOBAL BACK TO LOCAL: UBIQUITY AS A BLENDING AGENT

In neoliberal societies life's daily experience is now a blended process, intimately linked to *onlineness*. This new state causes social space to be distributed, not in a geographical-physical way, but implying a seamless, constant flow between materiality and virtuality, resulting in a blending of the two worlds (some authors would say an augmented-reality or mixed-reality world). The Internet makes any location a viable place to find or meet another person or enjoy experiences – any urban space is a potential gathering and sharing space, the

5. <https://www.washingtonpost.com/news/the-intersect/wp/2014/09/12/what-is-reality-a-qa-with-the-artist-who-used-social-media-and-photoshop-to-fake-an-epic-trip-even-her-parents-fell-for/> [October 16, 2017]

6. <http://jilliancork.com/2011/10/16/hashtagging-real-life/> [October 16, 2017]

7. <http://www.dailymail.co.uk/femail/article-3097994/Artist-fire-using-people-s-Instagram-photos-exhibition-without-permission-selling-prints-borrowed-images-100-000-EACH.html> [October 16, 2017]

digital artist's place of creation can be anywhere, and correspondingly, it is now expected that urban spaces facilitate permanent connectedness.

Weiser (1999: 3) introduced the concept of *ubicomp* (ubiquitous computing): "the most profound technologies are those that disappear. They weave themselves into the fabric of everyday life until they are indistinguishable". He suggests the expression "embodied virtuality" to refer to the process of drawing computers out of their electronic shells, onto our physical environment. Embodied virtuality places everyone in the centre of permanently accessible and interconnected networks. This post-virtual world does not translate into an abandonment of virtuality; instead it means that networked devices have become so ubiquitous that it is now anachronistic to think in terms of a dichotomy between material and virtual, but rather in terms of blending.

For Clark (2003: 6), "we have been designed, by Mother Nature, to exploit deep neural plasticity in order to become one with our best and most reliable tools. Minds like ours were made for mergers. Tools-R-Us, and always have been". And when tools become unobtrusive, like the pencil, hammer or smartphone, then human hybridisation occurs, as they become a reliable and dependable extension of our abilities and senses. And so the embodied virtuality that mobile network connected devices brought into our lives is used to increase the physical experience, rather than hamper or cancel it. Ubiquitous computing and mobile technologies have been redefining public spaces and cities, people feel that they are physically within the network, as opposed to watching it from the outside; they use images and move objects; each individual feels like being at the very centre of the action.

Locative digital art or locative new media art appears as a type of digital art that can express a level of spatial relationships, following the social media trend of tagged, tracked and mapped. Locative media functions on locations, but the technology it uses is location-independent, in a technical sense. The location-based nature of locative media has led to a renaissance of cartographic representations, as maps are the natural structure to support the indexing of spatial relationships.

Today's connected individuals are more familiar than all previous generations with the omnipresent latitude, longitude and altitude to the point of not even thinking about them, just using them. The overlaying of virtual and real space in augmented reality or games like geocaching clearly demonstrates this use. Locative media art is mapping information in novel ways that may express,

criticize, expose, challenge or motivate different aspects of urban life. We are confronted not by one social space but by an unlimited multiplicity or uncoun- table set of social spaces where each digital layer potentially creates new mean- ing and use, and during this process no space disappears: the worldwide does not abolish the local.

Although location-based arts have long and rich histories, the novelty of locative media art projects seems to be in the way they extend the human community to include an array of agents, arranged in space, which includes antennae, rooftops, trees, buildings, masts and their practitioners are experi- menting with these technologies and free software tools for manipulating and exploiting location-based devices and media, and sometimes hacking them. An artwork that operates with locative media is not just about the public com- munication of a new technological form, nor is it necessarily austere and overtly political. Locative media art, at its best, enhances locative literacy, enhances the local. An awareness of how flows and layers of information intersect with and augment a person's locality, and the ability to intervene on this level is a further extension of this literacy, and of their agency.

This may be a sign that in the near future, the socially excluded individual is the one that does not have a permanent mobile connection, and may be defi- ned as the digitally immobile subject: digitally anti-social (Beiguelman, 2013), even if that subject has a rich and socially rich and intense physical life.

The exploratory dwellings of locative media lead to a blending of geographi- cal and data spaces, reversing the trend towards digital content being viewed as placeless, immaterial. A coherent discourse around locative media art is just starting to appear, and is simultaneously opening up new ways of relating to the (physical) world and mapping its own domain.

HOW OWNERSHIP IS BEING REPLACED BY EXPERIENCE

The age of the ubiquitous mobile devices is simultaneously the age of glo- bal aestheticization, (Groys, 2009), of the addiction to the spectacularisation of reality, centred on seduction and celebration, of success being measured by the level of exposure and social engagement. The eagerness for innovation and creativity, and their subsequent trivialisation, have determined the emergence of a paradox: with media and technology's fast obsolescence, the ease of crea- tion is nearly matched by the ease of destruction. "Denouncing the recent past as outdated and announcing the arrival of a brand new, cutting-edge reality, in

other words, is part of capital's interpretive logic of self-legitimization" (Ebert, 2009: 11).

Permanent ownership of an extremely large artistic production is economically challenging, and could act against the growing thirst for novelty. Therefore, rather than focusing on artwork ownership (whether digital media art, music, video or any other digitally distributable art form) the focus has shifted to the mediating networked technologies: mp3 and mp4 players, smart-phones, set-top boxes, smart televisions, among others. The *experience* is the new paradigm, and art, too, has increasingly become the object of transient experience: a screensaver, a gif, a piece of code, are all perceived as something that is easily and readily copied and destroyed without even a second thought, whereas destroying an art print or silkscreen would raise concern. But how is it possible to sell something that is impossible to own? Take net-art as an example: if it is online, it must be replicable, by nature – either by download, screen or video captures – and since the desire of ownership (linked to its perceived value), is also connected to exclusivity, it will thus hardly be enticing for the regular art investor. The strategy to take it offline – therefore eliminating its replicability – would seem like a good idea, but it would then disrupt the very nature of the artwork! In conclusion: applying old rules to new realities will likely contribute to the distortion of both⁸.

Music and home video businesses are now centred in selling subscriptions to streaming services and players, even if that means users will never own the actual files, and they do not really seem to mind that. The very physical and elegant Meural⁹ technological frame materialises virtual art on the walls of any home, like an mp3 player does with a music subscription: attention and ownership, as a symbol of status, has shifted to the players, rather than their content. It is all about the iPhone that you own, not about the apps, music or images that it stores. Kelly (2008) suggests that publishers, studios and labels – to which galleries and museums can be added – will never disappear, even if they are no longer needed to distribute artworks; in fact their new role is distributing the audience's *attention* back to the artworks, enabling the *experience*.

8. This discussion around the sale of an animated gif file is representative of this topic <http://hyperallergic.com/19769/how-do-you-sell-an-animated-gif> [October 16, 2017]

9. <https://meural.com/pages/about> [October 16, 2017]

The current festivalization trend is also a sign of this shift: the event/experience overtakes the content; the Festival itself becomes more important than the artists and/or artworks it showcases.

“The Experience Economy” is an expression coined by Pine and Gilmore (1998), and the concept is based on two main pillars: participation and connection. Individuals can participate actively or passively in an experience. In active participation, the individual plays a key role in creating the event or interaction that generates the experience. Concert attendees, for example, participate with their presence, and are therefore passive participants. Physical and mental connectivity also determine experience levels, between two extremes: absorption (a blend of focus and participation) and immersion, closer to the passive participation, but with overall sensory engagement. While prior economic offerings – commodities, goods, and services – are external to the buyer, experiences are inherently personal, and they exist only in the mind of an individual who has been engaged on any level – emotional, physical, intellectual, or even spiritual. No two people will likely have the same experience, because each experience is a result of the interaction between the staged event (like a theatrical play) and the individual’s state of mind. Networked technologies, in particular, encourage new genres of experience, like interactive games, social-media video chat or multi-player games, motion-based simulators, virtual and augmented reality (Pine and Gilmore, 1998).

CONCLUSION

Hybridisation, creativity, innovation, and brainstorming risk becoming market clichés, and the individuals risk being driven into creative isolation – even though they are more interconnected/networked than ever before – by the competitive *startup-like* mentality.

The totalizing belief that social and aesthetic values are encoded in the being of gifted individuals (rather than emerging from a process of becoming shared by group members) is cultivated early in cultural education. If one wants to become an ‘artist’, there is a bounty of educational opportunities – everything from match-book correspondence schools to elite art academies. Yet in spite of this broad spectrum of possibilities, there is no place where one can prepare for a collective practice. (Critical Art Ensemble, 1998).

The relations between artists, artworks and audiences are extended to/by several actions: creation, enjoyment, curating, entertainment, education, training, research, socialisation, economic return, social impact, among others. DMA curating implies a displacement of the curatorial approach in equal parts to the production, distribution and exhibition of the artefact, thus emphasising the relevance of other ecosystem agents: technology suppliers and artisans (industry, companies, experimental laboratories, etc.), distributors (editors, curators, networks, managers, specialised websites, virtual worlds, mass media, etc.), and exhibitors (museums, galleries, public spaces, festivals, virtual and material infrastructures, etc.).

These actions flow between the physical and virtual planes, almost incessantly, and interweave urban multi-layered spaces with social media layers, where interactive experiences are created that question the sense of belonging: to society, place, time, materiality or virtuality. Space and location are constantly written and read, and establish successive bridges between materiality and virtuality.

The digital media artists are evolving between two extremes: those who aspire to (only?) create technologically innovative, increasingly blended artefacts, and who are compliantly and fully engaged in the experience, attention and ubiquity economies, and on the other extreme the digital media activists and art-hackers who use their vision to collectively and socially engage in critical interventions through art and technology, accepting that they must act inside an economic scenario, while also deconstructing it. Challenging neoliberalism does not imply refusing it, but rather transforming it into a *playground*, both to appropriate it and expose its incongruities. DMA will become a blend of those two extremes. It is however more likely that true innovation will be linked to the hacking mind-set rather than the compliant mind-set. Hackers create the possibility of new visions, creations, uses, maybe not always wonderful things, or even good things, but new things. In all areas and processes of knowledge, from art to science, from philosophy to culture, where data is gathered and information extracted from it, there will be hackers looking for new possibilities for the world, hacking the new out of the known.

Technology is the relational backbone in the DMA ecosystem, and the Internet its propagation mechanism, much like the natural environment of biological ecosystems, and is increasingly devoted to processing the surrounding

physicality, to channel the *attention* of people on the move – including artists and their digital artefacts.

Online communities, such as Furtherfield or NetBehaviour, probably represent the most open and innovative playgrounds, and bring together networked media artists, researchers, academics, soft groups, writers, code geeks, curators, independent thinkers, activists, net sufis, non nationalists, net mutualists code-poets, net-artists, theorists and activists, many of whom primarily know one another only through the virtual connections established and mediated by those very same networked initiatives and collectives.

REFERENCES

- Anderson, C. (2009): *The long tail: how endless choice is creating unlimited demand*, Random House Business, London.
- Balzer, D. (2014): *Curationism: how curating took over the art world and everything else*, Coach House Books, Toronto.
- Beiguelman, G. (2013): "Arte pós-virtual: criação e agenciamento no tempo da Internet das Coisas e da próxima natureza", *Seminários Internacionais Vale, Cyber-Arte-Cultura: A trama das redes*, 7: 146-176.
- Clark, A. (2003): *Natural-born cyborgs: minds, technologies, and the future of human intelligence*, Oxford University Press, New York.
- Cook, Sarah (2008): Immateriality and its discontents: an overview of main models and issues for curating new media, In Christiane Paul (ed.) *New media in the white cube and beyond: curatorial models for digital art*, University of California Press, Berkeley, London, 26-49.
- Critical Art Ensemble (1998): "Observations on Collective Cultural Action", *Art Journal* 57(2): 72-85.
- Deresiewicz, W., Baker, C., Cuddehe, M., Gold, T., Solnit, R., Cockburn, A. and Gessen, M. (2015): «The neoliberal arts», <<http://harpers.org/archive/2015/09/the-neoliberal-arts/>>, [27/03/2017]
- Ebert, T. L. (2009): *The Task of Cultural Critique*, University of Illinois Press, Chicago.
- Garret, M. (2013): «Furtherfield and contemporary art culture – Where we are now», <<http://furtherfield.org/features/articles/furtherfield-and-contemporary-art-culture-where-we-are-now>>, [27/03/2017]
- Getz, D. (2010): "The Nature and Scope of Festival Studies", *International Journal of Event Management Research*, 5(1):1-47.

- Groys, B. (2009): «Self-design and aesthetic responsibility», <<http://www.e-flux.com/journal/07/61386/self-design-and-aesthetic-responsibility/>>, [27/03/2017]
- Kelly, K. (2008): «Better than Free», <<https://www.edge.org/conversation/better-than-free>>, [27/03/2017]
- Labrecque, L., Markos, E. and Milne, G. (2011): "Online Personal Branding: Processes, Challenges, and Implications", *Journal of Interactive Marketing*, 25(1): 37-50.
- Lipovetsky, G. and Serroy, J. (2014): *O capitalismo estético na era da globalização*, Edições 70, Lisbon.
- Negroponte, N. (1995): *Being Digital*, Vintage Books, New York.
- Pine, B. J. and Gilmore, J. H. (1998): «Welcome to the experience economy», <<https://hbr.org/1998/07/welcome-to-the-experience-economy>>, [27/03/2017]
- Richards, G. (2007): "Culture and authenticity in a traditional event: The views of producers, residents, and visitors in Barcelona", *Event Management*, 11 (1/2): 33-44.
- Sier, A. (2015): «Unplace Interview», <http://unplace.org/sites/default/files/entrevistas_-_interviews_booklet.pdf>, [27/03/2017]
- Simon, N. (2010): «Social Objects», <<http://www.participatorymuseum.org/chapter4/>>, [27/03/2017]
- Weiser, M. (1999): "The computer for the 21st century", *ACM SIGMOBILE Mobile Computing and Communications Review*, 3(3): 3-11.

CV

Pedro Alves da Veiga is an artist and researcher. He holds a degree in Computer Science, a two-decade business career in web-design and information systems, including the launch and sale of two IT companies. He is currently engaged in his PhD thesis at Universidade Aberta and Universidade do Algarve, Portugal, on the topic of new-media art ecosystems. He is a member of CIAC - Centro de Investigação em Artes e Comunicação, where he is conducting research in generative systems and tele-media arts education. Since 2001 he has participated in several groups and individual art exhibitions and projects, in visual arts, theatre and in interactive digital art.

Pedro Alves da Veiga es un artista e investigador. Posee una licenciatura en Ciencias de la Computación, una carrera de negocios de dos décadas en diseño web y sistemas de información, incluyendo el lanzamiento y venta de dos empresas de TIC. Actualmente trabaja en su tesis doctoral en la

Universidade Aberta y en la Universidade do Algarve, Portugal, sobre el tema de los ecosistemas de arte digital. Es miembro del CIAC - Centro de Investigación en Artes y Comunicación, donde desarrolla investigación en sistemas generativos y educación telemática en las artes. Desde 2001 ha participado en varias exposiciones y proyectos de arte colectivos e individuales, en artes visuales, teatro y en arte digital interactivo.

ARTE LOCATIVO: NARRATIVIDAD Y JUEGO COLECTIVO EN EL ESPACIO PÚBLICO AUMENTADO

Vanessa Santos

Universitat Pompeu Fabra
santosvaness@gmail.com

Roc Parés Burguès

Universitat Pompeu Fabra
roc.pares@upf.edu

Resumen: Este capítulo describe el proceso de diseño e implementación, así como la experiencia reportada por los participantes del proyecto *Chronica Mobilis*. “Con la red”, artistas e investigadores de Brasil y España han trabajado de manera remota y luego presencial para el desarrollo colaborativo de esta obra que, “en la red”, repiensa la integración entre los espacios físico y virtual. La performance geocalizada con dinámica de juego integra diferentes capas de información y niveles de participación que se articulan de forma no convencional a través de un conjunto de interfaces, protocolos y dispositivos diversos. Trabaja con la producción, edición y recepción en tiempo real de contenidos multimedia para una doble audiencia, remota y en el sitio. Jugadores y público son puestos en el centro de un conflicto ficticio que dialoga con la realidad actual vivida por el lugar elegido para geocalizar la experiencia. Los jugadores, parte online y parte ubicados en las calles, crean una narrativa emergente basada en comportamientos direccionados a los objetivos del juego. Utilizan teléfonos móviles habilitados con Sistema de Posicionamiento Global (GPS) y conectados a redes 3G, así como ordenadores conectados a Internet para intercambiar streaming de video, mensajes de texto y desplazamiento geográfico. Tres fuentes de video que reportan la experiencia corporeizada y performativa desde las calles son editados por *live vjs*, proyectados en el ambiente de la presentación y luego transmitidos en la

Abstract: This chapter describes the design and implementation process, as well as the experience reported by participants of *Chronica Mobilis* project. With the net, artists and researchers from Brazil and Spain have worked remotely and in person for the collaborative development of this artwork, which, on Internet, re-envisions the integration between the physical and virtual spaces. The geolocated performance with gameplay integrates different layers of content and levels of participation, articulated in an unconventional way through a set of interfaces, protocols and various devices. The piece works with the production, editing and reception in real time of multimedia contents for a double audience, remote and in site. Players and audience are placed in the center of a fictitious conflict that dialogues with the current reality lived by the place chosen to geolocate the experience. The players, some online and some located in the streets, create an emergent narrative based on behaviors directed to the objectives of the game. They use GPS-enabled mobile phones connected to 3G networks, as well as computers connected to the Internet to exchange video streaming, text messaging and geographic displacement. Live vjs edit the three video sources that report the embodied and performative experience from the streets. They display it in the exhibition space, and then transmit it on the web through an interface that combines the different contents. Focused on this case study, this chapter discusses how the connectivity of locative digital media can become a mechanism for the collective creation of

CON LA RED EN LA RED

CREACIÓN, INVESTIGACIÓN,
COMUNICACIÓN CULTURAL Y
ARTÍSTICA EN LA ERA DE INTERNET

web por medio de una interfaz que agrega los diferentes contenidos. Basado en este estudio de caso, se discute de qué manera la conectividad de los medios digitales locativos puede convertirse en un mecanismo para la creación colectiva de un espacio público aumentado. Un espacio público abierto a la participación social, fruto de la aproximación entre las vivencias del espacio urbano y del espacio público digital.

Palabras Clave: narrativa, juego, interactividad, arte locativo, espacio público aumentado.

an augmented public space. A public space opened to social participation that results from the approximation between the experiences of the urban and the digital public spaces.

Keywords: narrative, game, interactivity, locative art, augmented public space.

INTEGRACIÓN ENTRE EL ESPACIO FÍSICO Y EL DIGITAL

Parte significativa de las interacciones en la esfera pública de las ciudades son hoy mediadas por dispositivos de comunicación móvil conectados a redes inalámbricas. Omnipresentes en el espacio urbano, estos medios están incorporados a las más diversas actividades humanas. Con sus capacidades computacionales y conectados mediante infraestructura de redes, sustentan la promesa de vivir en ciudades inteligentes donde los variados procesos urbanos son optimizados por la tecnología. El debate sobre la posible influencia de los medios digitales y ubicuos en el día a día de estos centros urbanos del siglo XXI incluye cuestiones que van desde lo que ellos significan para la planificación y la política del espacio público, hasta cómo emplear estas tecnologías para mejorar la calidad de vida (Kitchin, 2014: 5-8).

El fenómeno de ciudades digitales re-ordenadas por sistemas tecnológicos, cuyo espacio arquitectónico y urbano es atravesado por el flujo de comunicaciones, emergió en las últimas décadas impactando de manera significativa la comprensión de la vida urbana, el concepto de urbanismo y la noción histórica de ciudad. Tuters (2004) analiza este fenómeno comparando los proyectos para la dimensión pública llevados a cabo por los Estados a lo largo de los siglos, en la tradición de fomentar el concepto y la aplicación de la democracia. Si en el siglo XIX el objetivo era la creación de los ferrocarriles y de las redes de tele-comunicaciones, ahora en el siglo XXI, como lo evalúa, el proyecto es la puesta a disposición de los dominios digitales al público en general.

Parte del debate actual sobre la ciudadanía en un espacio público aumentado se vuelve al modo como la Internet y la conectividad en redes móviles puede permitir a los habitantes de las ciudades crear, usar e intercambiar información asociada a ubicaciones geográficas. Aun relacionado a las esferas social y política, la discusión que se plantea aquí se extiende a la manera en que el proyecto de computación ubicua (Weiser, 1991) ha afectado el ámbito artístico y estético. ¿Como el Arte Locativo puede contribuir a la hibridación de los espacios físico y digital a partir del estímulo a conductas colectivas que unifican los ambientes online y presencial? ¿De qué manera estas prácticas artísticas geolocalizadas invitan los ciudadanos a reflexionar, experimentar y participar del contexto local?

El espacio urbano se ve reconfigurado y aumentado por las posibilidades de articulación e intersección entre los entornos físico y digital, pero las ciudades

son ya un espacio arquitectónico con una dimensión intangible construida por los arquitectos para influir en nuestra percepción. Moverse por este universo simbólico representa en sí mismo un acto performativo, en lo cual caminando por las zonas comunes y utilizando el mundo material para sus propios fines y disfrute se asigna significado al espacio. Así lo señala De Certeau (1984: 92-101), observando que la caminata cotidiana es una forma elemental de los andadores experimentar la ciudad. No solamente experimentan pero también crean una infinidad de historias escritas con sus cuerpos en movimiento, historias que quedan guardadas bajo la visibilidad. De esta manera es que lo que denomina como siendo *hombres ordinarios*, hacen del lugar un espacio simbólico, socialmente constituido y subjetivamente experimentado.

La actual mezcla entre datos digitales y este espacio construido y simbólico resulta en lo que Susani (1999: 29) sugiere ser el “tercer espacio”, que no pertenece a la esfera únicamente material o virtual sino que resulta de la combinación de ambos. Allen (2008: 27-32) lo define como un “espacio público aumentado”, dónde coexisten el entorno construido y las capas de información y contenido de los medios de comunicación. Tratase de una coexistencia en la cual, para él, la distinción entre el real y el virtual se torna problemática. Otro tema crítico que apunta son los sentidos opuestos que gana el espacio, que por un lado trae una experiencia transitoria y incompleta con la intervención de las tecnologías, y por otro lado una experiencia claramente inmovilizada, material y física, considerando la estructura del entorno construido. Estos dos sentidos opuestos del espacio, sin embargo, son percibidos y unificados por los sujetos a través de sus cuerpos, algo que considera en una pieza fundamental para la comprensión de tal espacio público aumentado.

Más allá de los usos convencionales de los dispositivos móviles, como son la promoción de establecimientos cercanos o de la optimización de las rutas, la fruición de los espacios urbanos pasa por la consciencia de la co-creación de una ciudad aumentada. Esta no sustituye ni tampoco aniquila el físico sino que nace imbricada con él. La ciudad no desaparece por completo para dejar la escena a una cibersociedad desplazada y basada en la fluidez casi total de sus espacios y funciones (Aurigi y De Cindio, 2008: 1-2). Al revés, uno de los escenarios que emerge es exactamente aquél en que el desarrollo crítico de la computación ubicua, de tecnologías de comunicación móvil e inalámbrica traen un entorno enriquecido por los medios. Uno de los impactos significativos de este espacio público aumentado es pues la experiencia del ambiente

urbano, en el cual la interacción con el contenido virtual de los medios coexiste y es experimentado simultáneamente a la estructura arquitectónica del ambiente construido (Allen, 2008: 38-40).

Si por un lado la integración de las dimensiones física y digital amplía la agencia de la ciudadanía, por otro también influencia en la percepción de los lugares. Así lo hacen las prácticas artísticas que, aprovechándose de los atributos de los medios ubicuos, ensayan formas inéditas de transposición de las narrativas en el espacio público, sea para mirar hacia el futuro, reflexionar sobre el presente, o reconocer el pasado vivido y compartido en estos lugares. El Arte Locativo emerge precisamente convirtiendo este universo simbólico de la ciudad en un espacio diegético; transformando el paisaje físico en un escenario para contar historias. Contribuye para que la ciudad se vuelva en este territorio fluido e interactivo, proponiendo prácticas que conectan el físico y el digital, el material con lo informacional. Utilizándose de las propiedades específicas de los medios de comunicación móvil y pervasivos, experimenta con la creación de entornos sociales y colectivos a los que el público accede en una interacción corpórea a través de sus propios dispositivos digitales. Ese acceso no se da en términos de contemplación sino que el público es llamado a distintos niveles de interacción, a saber: explorativa, manipulativa y contributiva (Parés y Parés, 2010).

El entorno físico en sí mismo se convierte en un medio para experiencias artísticas, considerando que estos dispositivos conectados a Internet y capaces de reconocer la ubicación han posibilitado que el mundo real sea rastreado y etiquetado con notas digitales e invisibles asociadas a los lugares. El arte móvil y locativo ofrece nuevas estrategias para el acceso y la creación de las narrativas de la ciudad, en la ciudad. Los lugares se enriquecen con capas que la gente puede leer y escribir. Aquellos que participan en estas nuevas propuestas artísticas actúan de forma similar a los peatones de la ciudad. Como los *hombres ordinarios* que De Certeau (1984: 23-26) describe, son capaces de escribir historias mientras exploran el espacio urbano. La diferencia es que, con el uso de estos medios de comunicación móvil e interactiva, pueden protagonizar y también navegar por las historias que viven bajo la visibilidad del espacio construido (Hight, 2006).

Al crear vínculos significativos entre contenidos digitales y lugares físicos, el Arte Locativo genera narraciones muy particulares del espacio que estimulan otras miradas y actitudes, conectadas, por ejemplo, a las historias ocultas

vividas por los habitantes del lugar. Las narrativas geolocalizadas funcionan materializando la idea de que se puede jugar con los elementos y características de los espacios urbanos para invitar a los individuos a repensar el territorio así como para participar en mayor medida de su entorno físico, a comprometerse y participar más de la ciudad. Mientras esta nueva generación de medios está reconfigurando espacios geográficos, culturales y perceptuales, estas prácticas artísticas se ponen a evidenciar ciertos temas, en una perspectiva política y social del urbano que está relacionada a la identidad y la ciudadanía, al sentido que la gente tiene cuanto al lugar físico y a lo que es público. Hay una infinidad de componentes en el entorno urbano que aquellos que se unen a estas narraciones locativas pueden redescubrir y experimentar en nuevas formas. Las narrativas geolocalizadas invitan a la gente a moverse por la zona urbana y a ampliar sus horizontes. En sus exploraciones del espacio público aumentado, a lo mejor acaban por identificar sonidos, colores, olores, objetos, edificios, caminos, personas y comportamientos que en gran parte del tiempo pasan desapercibidos con la prisa cotidiana que caracteriza la vida en las ciudades.

Con la Internet volviéndose en una parte ordinaria de nuestra vida cotidiana, los cambios en la manera en que usamos, vivimos y experimentamos las ciudades contemporáneas pasa a incluir usos imprevistos y no planificados, con transformaciones del propio uso de la tecnología. En el Arte Locativo, la tendencia es desfamiliarizar a los participantes con la tecnología y también con los lugares, evocando diferentes modos de interacción que no son los originalmente destinados a ellos. Regularmente, los artistas sugieren a los participantes que replanteen los lugares y también los usos convencionales dado a los medios de comunicación, lo que potencialmente los pone a re-imaginar su relación con la tecnología y con la ubicación (Farman, 2013: 4-6). Esta capacidad de modelar, organizar y experimentar el espacio urbano supone un empoderamiento de la ciudadanía que se potencia con la emergencia de los medios pervasivos.

Los primeros artistas a trabajar con los medios locativos apuntaban a la naturaleza de los espacios públicos y la capacidad de vigilancia de la tecnología. Más de diez años después de la aparición del movimiento de Arte Locativo, este sigue utilizando localización y contexto espacial para crear un nuevo sentido de conciencia del lugar, de interacciones sociales y participativas, y de activismo sociopolítico (Aceti, 2016; Southern, 2016). Las narrativas geolocali-

zadas en el espacio urbano tienden a plantear el acto de la narración integrado a la información histórica, etnográfica y arquitectónica proporcionada por el paisaje urbano. Hight (2006) ejemplifica como los artistas trabajando con los medios locativos tienen la posibilidad de jugar con las dimensiones connotativa y denotativa presentes en la ciudad, encontrando resonancias particulares que están presentes en un nivel inmediato o que se pueden inferir en un nivel más profundo. Pueden hacerlo, como lo menciona, seleccionando lugares para geolocalizar contenidos que se ajustan a las tensiones que tienen que ver con la geografía, cartografía, o política. Es decir, trabajando con cambios demográficos, bordes, problemas de gentrificación, preocupaciones de preservación.

La tendencia del Arte Locativo no es la de separar el mundo físico del mundo de la historia, sino precisamente la de integrar ambas capas de significado, incorporando en el espacio de la historia lo que se puede deducir o añadir a los significados del espacio físico. Cuestiones que tienen que ver con este espacio público aumentado son evaluadas aquí con más criterio tomando como base el estudio de caso de la obra artística *Chronica Mobilis*¹.

CHRONICA MOBILIS

Chronica Mobilis es una obra artística dedicada a la integración entre los entornos físico y virtual, con la actividad en la esfera digital articulada al dominio físico por medio de la infraestructura de redes 3G y por las tecnologías de geolocalización². Es una experiencia geolocalizada que estimula la producción, edición y recepción en tiempo real de contenidos multimedia para una doble audiencia, remota y en el sitio. La obra retoma algunos aspectos fundamentales del Arte Locativo: es una práctica artística espacialmente contextualizada cuya interacción está diseñada con base en el movimiento y en la ubicación de los participantes, algo que sirve también como inspiración, contenido, materialidad y contexto (Aceti, 2016: 10). Como un proyecto de Arte Móvil, es socialmente en red y participativo, relacionándose con el local y poniendo en evidencia las posibilidades políticas de la tecnología (Sheller y Iversen, 2016: 15-18). Es decir, involucra la colaboración creativa entre artistas, participantes y el público en general, suscitando experiencias corporales y percepciones sensoriales con la presencia física en estos "espacios híbridos" aumentados.

1. <http://chronicamobilis.net>

2. *Chronica Mobilis* toma como referencia trabajos del grupo Británico Blast Theory que experimentan con las posibilidades de integración entre los espacios físico y virtual, tal cual lo hacen en el juego 3G de realidad mixta *I Like Frank* (2004), <<http://www.blasttheory.co.uk/projects/i-like-frank/>>.

Agrega una nueva dimensión al espacio público, intentando empujar más allá los límites del compromiso cívico y de la cultura de las redes.

La obra experimenta con la creación de espacios compartidos para una actividad colectiva que se ubica en entornos informacionales distintos. Los medios móviles y locativos son utilizados para promover el intercambio y la comunicación, sea con o sin la proximidad espacial. El proyecto fue concebido con el objetivo de investigar y experimentar con cuestiones relacionadas con el lenguaje de la narrativa móvil, así como para comparar la experiencia interactiva de acuerdo con diferentes niveles de participación³. No obstante su carácter de investigación, la obra fue desarrollada y presentada públicamente como un proyecto artístico en el ámbito del Arte Locativo. Proyectos de esta naturaleza implican determinadas particularidades en su desarrollo, requieren habilidades técnicas muy específicas, y un presupuesto significativo con software y hardware. Uno de los aspectos centrales y distintivos en la implementación de *Chronica Mobilis* resulta precisamente del modo como estas demandas fueran atendidas. Además de la obra artística caracterizarse por el uso de Internet para conectar diferentes categorías de participantes en una experiencia geolocalizada de carácter interactivo, la obra también se sirve de esta infraestructura como un mecanismo para reunir y articular una serie de personas que tienen en común el interés en el uso creativo de los medios locativos.

La búsqueda de un equipo multidisciplinario capaz de asumir las más diferentes demandas y funciones requeridas para el proyecto incluyó convocatorias anunciadas en sitios web y listas de discusión sobre el tema del arte y tecnología⁴. Por medio de la red, el proyecto contactó profesionales de diferentes nacionalidades, en especial españoles y brasileños, que respondieron manifestando su interés en colaborar. Un grupo interdisciplinar de veinte artistas e investigadores conectados por Internet y utilizando sus herramientas trabajaron de manera remota en la planificación y ejecución colaborativa de

3. El desarrollo de *Chronica Mobilis* fue planteado como una etapa práctica de la investigación doctoral llevada a cabo por Vanessa Santos, bajo la dirección de Roc Parés Burguès y Karla Schuch Brunet. Ver: Santos, Vanessa. (2017). "Designing Mobile Narratives: discursive strategies and participation modes in Locative Media Art". Tesis Doctoral, Universitat Pompeu Fabra: Barcelona, <<http://hdl.handle.net/10803/402510>>, [10/05/17].

4. Algunos de los sitios web, foros y listas de discusión dónde se anunció las convocatorias fueron: Hangar <hangar.org>; Memelab <memelab.com.br>; Ecoarte <ecoarte.info>; Constelaciones <constelacionesonline.net>; Yasmin Announcement <estia.media.uoa.gr/mailman/listinfo/yasmin_announcements>; Garoa Hacker Clube <groups.google.com/forum/#!forum/hackerspacesp>; Fugas <lists.aktivix.org/mailman/listinfo/fugas>, Spectre <post.in-mind.de/cgi-bin/mailman/listinfo/spectre>.

esta experiencia narrativa geolocalizada⁵. Gran parte de las actividades de este intercambio de conocimientos fue planificada para ocurrir a larga distancia y mediada por la red, pero finalizando con algunos del grupo reunidos en una residencia de seis semanas en el centro de investigación y producción artística *Hangar*⁶, en Barcelona, dónde el proyecto ha sido presentado.

CONEXIÓN DE LA NARRATIVA CON EL LUGAR

Cuán diferente percibimos y vivimos los espacios y la ciudad en distintos momentos de nuestras vidas? *Chronica Mobilis* representa un intento de reflexionar sobre esta cuestión, mediante la formulación de correlaciones entre tiempo, percepción, y nuestra experiencia en el mundo. La obra asume el carácter de una crónica, registrando los eventos ocurridos en la vida de un barrio y de un personaje de manera cronológica. Considera 40 años en la trayectoria de un individuo, marcando lo que serían fases esenciales y bastante distintas de la vida de esta persona: cuando este tiene 10, 25 y 40 años de edad. Traza los acontecimientos significativos por los cuales el protagonista ha pasado y que, por su importancia, quedaran grabados en su mente. La obra trae los recuerdos de este personaje como si fuera un diario mental y selectivo de memorias, para evidenciar una persona y un espacio urbano en constante cambio.

Utilizando las tecnologías geoespaciales y los dispositivos móviles como medio de comunicación social, *Chronica Mobilis* toma los espacios del barrio de Poblenou, en la ciudad de Barcelona, para contar la historia ficcional de este residente del distrito en las tres etapas de su vida: niño, joven y adulto. La obra conecta el universo ficcional y el espacio físico donde la historia es geolocalizada. Utiliza el lugar, su arquitectura, historia y vida social para engendrar un interés en la localidad y sus alrededores por parte de aquellos que participan de la experiencia artística. La narrativa habla de los cambios en el sitio a lo largo del tiempo, su influencia en las personas y en la manera cómo estas experimentan y perciben el lugar. El foco de la historia es el proceso de gentrificación que se encuentra actualmente en marcha en Poblenou, un fenómeno común y controvertido en la planificación urbana. El tema aparece como el conflicto central de la narrativa para subrayar de qué manera este proceso presente en las ciudades contemporáneas puede afectar el presente y el futuro de un barrio, trayendo consecuencias a la vida de las personas.

5. También el concepto y el diseño de la interacción de *Chronica Mobilis* ha sido concebido remotamente por la investigadora Vanessa Santos, que se encontraba en España, y por el artista VJ Pixel, que estaba en Brasil.

6. <https://hangar.org>

La narrativa de *Chronica Mobilis* intenta evidenciar las múltiples facetas de la gentrificación, documentando los cambios en el tiempo que culminaron en la “renovación” de esta zona urbana. La narración funciona como si fuera en tres actos, con cada una de las tres etapas en la vida del protagonista representada por una subtrama. Hay una linealidad temporal de los eventos que se suceden a lo largo de los años. La lucha de la familia del personaje en busca de mejores condiciones para vivir es el conflicto central, responsable por desencadenar una serie de acontecimientos representados en cada una de las tres subtramas que componen toda la narración. La perspectiva del niño representa la llegada a un barrio industrial de suburbio, deteriorado y abandonado por las políticas del gobierno. La fase joven trae el momento en el que la zona es aburguesada y reconvertida en distrito tecnológico, algo que afecta a los residentes antiguos como el protagonista de la historia, que tiene que dejar su casa para ir vivir en otra zona de la ciudad. La vida adulta simboliza su retorno, por motivos contradictorios, al barrio donde creció. Un retorno que es marcado por los recuerdos del pasado y la manera modernizada que se parece ahora.

ESTRUCTURA NO LINEAL DE LOS DATOS DIGITALES IMPLICADOS

Aunque la trama sea lineal y cronológica, su contenido está organizado en una estructura fragmentada de base de datos. Es como una narrativa modular formada por doce pequeñas unidades independientes que funcionan como sketches, con su propio arco de la historia. Producen sentido individualmente y por esto no comprometen la lógica global. Pueden funcionar en red y también solos, ya que no requieren ningún otro tipo de contenido específico para ser visto antes o después. Son independientes pero complementarios. Los participantes pueden combinarlos para ampliar y añadir matices a la historia. Cuanto más escenas se accede, más detalles si tiene de la trama. La trama es lineal, pero la manera como esta será contada no necesariamente sigue un orden específico. A pesar de la divergencia en la temporalidad narrativa de cada subtrama, el acto discursivo de la narración las revela de modo concomitante siguiendo una arquitectura narrativa entrelazada (Ryan, 2006: 101-102).

Cada escena de las tres subnarrativas que forman la historia de ficción embutida en *Chronica Mobilis* está representada por videos cortos de dos minutos grabados en una posición de cámara que reproduce una visión subjetiva. Simulan la perspectiva en primera persona, como si fueran recuerdos de los eventos vividos por el personaje en lugares y momentos específicos de su vida.

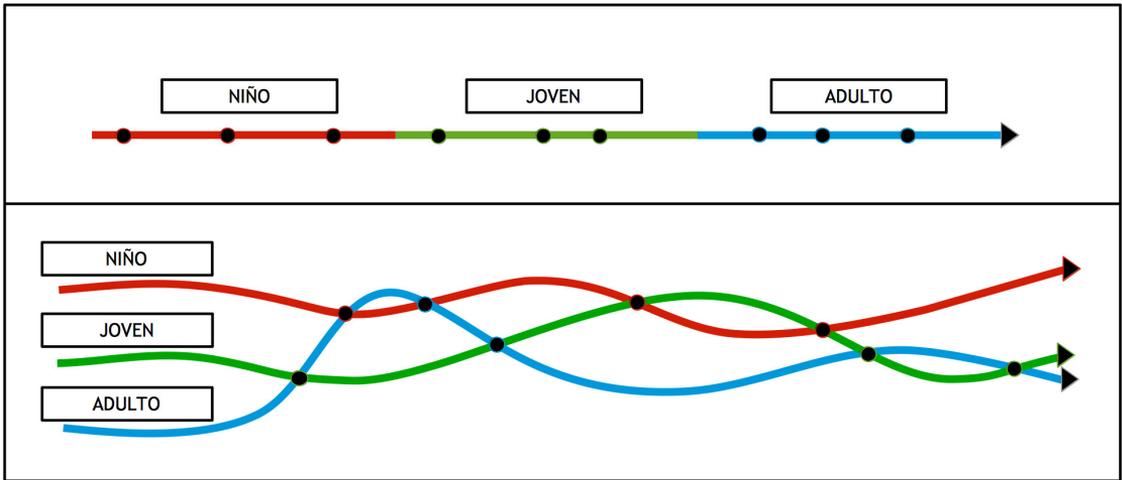


Figura 1. Estructura lineal de la trama y entrelazada del discurso.

CONFIGURACIÓN DE UN ESPACIO PÚBLICO AUMENTADO

Chronica Mobilis experimenta con las posibilidades de narrativa no lineal inauguradas por los medios digitales, así como con el uso creativo de las tecnologías locativas y móviles para hacer que el entorno geográfico se convierta en una extensión de la narración. La obra asigna el distrito de Poblenou como un espacio para la diegésis. Hace la yuxtaposición del mundo ficcional sobre el físico a partir de la elección de puntos en el barrio para geolocalizar cada fragmento del contenido narrativo. Cada uno de los doce registros audiovisuales son filmados *in situ*, o sea en la misma ubicación donde están geolocalizados. La narrativa asocia datos a puntos específicos en la región asignada estableciendo conexiones entre las dos capas de significado: física (arquitectónica y urbanística) y digital (audiovisual, interactiva y geolocalizada). El propósito, al crear paralelismos entre la historia y el espacio geográfico, es lo de establecer relaciones más profundas que susciten el sentido de que los eventos que la narrativa enseña podrían realmente haber ocurrido en estos lugares.

Los criterios de selección de las ubicaciones para etiquetar el contenido incluyó la evaluación de cada lugar de acuerdo con algunas variables, como la funcionalidad, la importancia histórica en el barrio o la posición geográfica. Otro punto considerado fue si estos lugares serían capaces de evidenciar la diferencia entre el ambiente nuevo y gentrificado versus el antiguo e histórico; o aun si podrían evocar cierta correspondencia con el ambiente descrito en la



Figura 2. Lugares elegidos para etiquetar los contenidos de la narrativa ficcional en el juego.

narrativa. En *Chronica Mobilis*, las correlaciones entre el universo de ficción y no ficción vienen a enriquecer la atmósfera de la historia y de sus acontecimientos asociados a cada lugar.

La búsqueda de estas ubicaciones incluyó técnicas del Situacionismo (Debord, 1958), como incursiones psicogeográficas y derivas por la zona de Poble Nou. La navegación exploratoria por la área urbana del distrito fue al principio tomada sin un motivo para el movimiento, guiada por las atracciones y encuentros en el entorno. El objetivo era mirar Poble Nou de manera diferente para sentir la vida en el barrio, sus habitantes, sus espacios públicos y privados, su arquitectura, y así descubrir emociones y comportamientos que vendría en respuesta al ambiente. Mientras las primeras derivas eran para perderse, los siguientes viajes exploratorios por el barrio sirvieron para mapear lugares donde geolocalizar las escenas de la narrativa.

La realidad de Poble Nou y la capa virtual con la historia de ficción añadida al espacio establecen un diálogo fructífero en *Chronica Mobilis*. Un caso para ilustrar este diálogo es la escena de la subnarrativa de la fase adulta que ocurre

en la casa del protagonista. En ella, se ve el personaje volviendo al barrio después de tener que mudarse de ahí debido al proceso la gentrificación. El lugar que geolocaliza esta escena es un terreno vacío en Poblenou con resquicios de una casa que fue demolida. El espacio está protegido por vallas de metal. Entre ellas se puede ver escrito en las paredes palabras como “especulación: el virus del barrio”. Delante, hay un gran anuncio de venta de apartamentos en la nueva y moderna finca que una empresa constructora proyecta construir allí. Las conexiones establecidas entre la escena y este lugar son muy profundas, ya que se ve el personaje en este momento buscando por su casa, pero cuando encuentra el lugar dónde ella estaba ubicada percibe que fue demolida.

Las señales presentes en el entorno del propio barrio evidencian la gran relación entre la historia y la actual situación vivida por los residentes de Poblenou. Estas conexiones crean una poderosa connotación que sirve para enriquecer la experiencia de los participantes y, de alguna manera, los puede llevar a reflexionar sobre la situación real vivida ahí. La historia y su contexto son sensibles y traducen la realidad vivida por otras ciudades y sus habitantes, pero estas relaciones con el lugar hacen con que *Chronica Mobilis* sea una obra locativa de sitio específico. La narrativa resuena el ambiente dónde está geolocalizada, en especial porque Poblenou y algunos de sus elementos dentro de la arena demarcada desempeñan un papel central en la narración. Estos son convertidos en parte de la diégesis y se integran a ella de una manera significativa.

UNIFICACIÓN DE DIFERENTES NIVELES DE INTERACCIÓN

La narrativa ficcional de *Chronica Mobilis* está embutida dentro de una dinámica de juego con toda una organización estructural y formal diseñada a tal efecto. Esta jugabilidad sigue los principios de las estructuras lógicas y matemáticas esenciales de los juegos (Salen y Zimmerman, 2004: 5-6), determinando objetivos, reglas y recompensas, y contemplando también el aspecto de la experiencia humana con el sistema y de la interacción entre los jugadores. La metáfora motivacional pensada para el juego se encaja dentro de la temática de la historia, en la cual los jugadores son arqueólogos del futuro buscando recuerdos de una persona del pasado, que es el personaje de la narrativa embutida. Buscan sus memorias para descubrir dónde esta persona guardó lo que serían los últimos registros analógicos de los años 2000. La búsqueda de recuerdos, en una metáfora de arqueología de los medios, fue la estrategia en-

contrada para transmitir la idea de recuperación y rescate de la historia de un local.

La actividad lúdica ha sido una manera de permitir que parte de los participantes pudieran intervenir a nivel contributivo en la formación del discurso narrativo, asociando su exploración del espacio geográfico con el contar de la historia. Una de las características distintivas del diseño de *Chronica Mobilis* es precisamente incorporar una dinámica y estructura formal de juego para proponer variadas maneras de participar y experimentar la narración. La obra fue presentada en un espacio de exhibición situado en *Hangar*, ubicado en Poblenuou, la zona donde se desarrolla la acción. Al unirse a la presentación, los participantes eligen entre cuatro niveles de intervención que varían entre jugar o contemplar:

Jugadores en línea – participantes repartidos en tres grupos que juegan desde ordenadores conectados a Internet situados dentro del espacio de exhibición.

Jugadores en la calle – participantes de los 3 grupos que juegan desde las calles utilizando teléfonos móviles con sistemas de geolocalización y conectados a las redes de Internet 3G.

Público presencial – participantes que asumen la clásica posición contemplativa y están en el espacio de exhibición, pero no necesariamente tiene que jugar para unirse a la presentación.

Público remoto – participantes que también asisten y contemplan la presentación, pero que lo hacen en línea en la página web del proyecto.

Todos los participantes que deciden unirse a *Chronica Mobilis* como jugadores interactúan de forma contributiva en una posición activa con relación a la generación del contenido presentado. Ellos se convierten en contadores de historias. La metáfora del juego sirve para involucrarlos a una experiencia narrativa corpórea de inmersión en el espacio público aumentado. La obra propone que parte de ellos salgan a las calles para una interacción pensada en forma de navegación física y exploratoria del lugar. Los jugadores en la calle tienen que navegar y explorar la ciudad en una interacción corpórea para buscar los lugares definidos por el juego, que pueden activar las memorias audiovisuales. Ya los participantes en línea deben coordinar y guiar a sus compañeros que están fuera, usando los medios que tienen disponibles para la comunicación a tiempo real.

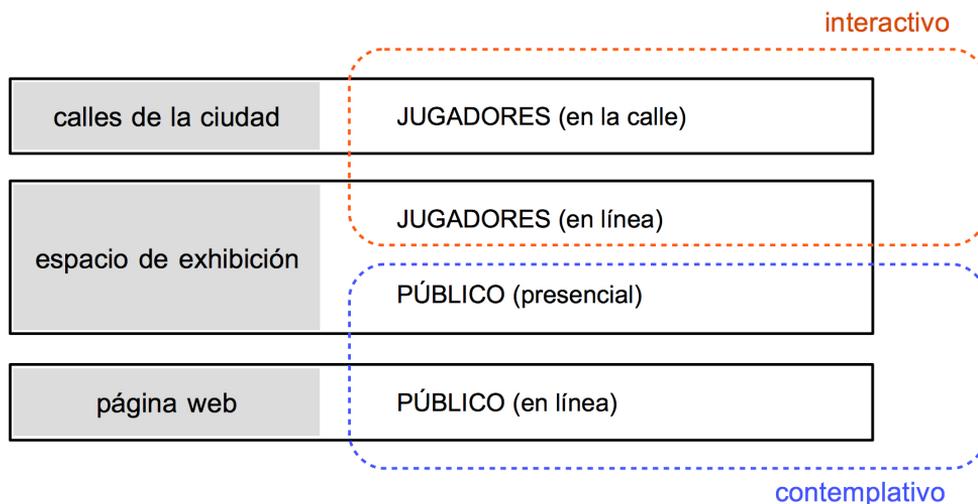


Figura 3. Diferentes modos, interactivos y contemplativos de participar de *Chronica Mobilis*.

Poblenou se vuelve en el espacio donde la producción y la recepción de la narración audiovisual tiene lugar. La acción de desarrolla en directo a lo largo de una hora. Cada una de las tres subtramas que componen la narración es asignadas a cada uno de los tres equipos de jugadores. Ellos buscan recuerdos del personaje: uno por los de la infancia, otro por los relacionados con la fase juvenil, y otro centrado en la vida adulta. Cada uno de los grupos tiene como objetivo encontrar cuatro de las doce memorias geolocalizadas en puntos específicos del barrio de Poblenou. Esta clase de contenidos narrativos está predefinida, pero es estructurada discursivamente por medio de las acciones del juego. Los jugadores se convierten en narradores, libres para desencadenar la secuenciación de los eventos narrativos en el orden elegido por ellos. La narración no ocurre de manera lineal y temporal de acuerdo con el tiempo narrativo de los fragmentos, sino que de acuerdo con el progreso de la experiencia interactiva y lúdica de los jugadores en encontrar los lugares que geolocalizan estas memorias audiovisuales. La historia toma forma a medida que los tres grupos consiguen encontrar las ubicaciones en el barrio, que evocan estas memorias del personaje.

Con los fragmentos de la narrativa dispersos por Poblenou, el acto de narración toma forma sólo a través de los desplazamientos físicos de los participantes. En esta forma de interacción corpórea, estos no tienen que seguir un cur-

so predeterminado y lineal. En cambio, son libres para definir su trayectoria en una navegación exploratoria por el espacio público aumentado. La misión que tienen es encontrar los lugares asociados a la historia de ficción embutida en el juego. El camino que tomarán para llegar a los lugares de destino se define sin embargo por sus decisiones. Al explorar este laberinto que es el espacio físico convertido en el mundo de la historia, los jugadores tienen la oportunidad de ejercitar y ampliar su agencia en formas individuales y colectivas. Actúan como si fueran entretejiendo, mientras caminan a través de la red de elementos de datos digitales y de los elementos del espacio construido.

Los jugadores tienen una participación externa y exploratoria en relación al mundo de la historia embutida (Ryan, 2006: 108-110). Ellos no influyen en la trama. Sus acciones interactivas a nivel manipulativo (Parés y Parés, 2010) pueden afectar el discurso narrativo pero no el contenido que está predefinido. Su agencia está restringida a dictar el acto de la narración, asociada a su progreso en el juego. No alteran el curso de la historia, el destino de los personajes o de los eventos en sí, pero dan forma al discurso narrativo y lo torna público para una audiencia que acompaña todo en directo.

Sin embargo, al convertir los jugadores en contadores de historias, la propuesta de *Chronica Mobilis* es también dejarles ejercer el agenciamiento de crear una historia paralela y no predefinida basada en sus actividades y decisiones dentro del juego. Con esta interacción a nivel contributivo (Parés y Parés, 2010), los jugadores generan una serie de contenidos paralelos a la narrativa principal. Mientras la historia embutida emerge siempre y cuando los jugadores logran encontrar los lugares donde los fragmentos están geolocalizados, la historia emergente representa la experiencia exploratoria vivida por ellos en busca por las memorias geolocalizadas en la ciudad. Esta narrativa emergente se nutre de la exploración del espacio urbano hecha por los jugadores *in situ* y guiada por los jugadores online.

Chronica Mobilis hace referencia a una narrativa de descubierta (Jenkins, 2004: 126-129) que es compuesta por estas dos capas. Una es la historia de ficción estructurada anteriormente y a la espera de ser descubierta. Tiene sus fragmentos ligados a algunos lugares de la ciudad, algo que sirve como una especie de tesoro que los jugadores tendrán que encontrar en el juego. Esta fragmentada en el formato de escenas de corte y es presentada cada vez que los jugadores logran encontrar y visitar estos lugares demarcados. La historia

puede existir formalmente separada de las acciones del juego, ya que es generada previamente, antes de la interacción.

La otra capa es la narrativa emergente, que gana forma con la metáfora que crea contexto y motivación para las acciones de los jugadores. Relativamente poco estructurada, es complementaria y concurrente a la narrativa embutida. Quién la controla son los jugadores, explorando el espacio de juego y desbloqueando sus secretos. La historia en paralelo que producen está basada en su búsqueda a través de las calles. Esta narración emergente deriva de las acciones significativas de los que juegan interactuando bajo ese conjunto de reglas que gobierna el mundo del juego. Los momentos de esta narración no están definidos anteriormente o estructurados de una manera relativamente fija. Los acontecimientos de esta historia son inesperados y dependen del comportamiento de los jugadores. En *Chronica Mobilis*, jugadores son convertidos en autores y personajes de una historia de búsqueda incesante por las calles de Poblenuou.

COMBINACIÓN DE LA VIVENCIA VIRTUAL Y CORPÓREA DEL ESPACIO

Chronica Mobilis asigna roles específicos para los jugadores, en línea y en las calles, y utiliza la colaboración como una estrategia dedicada a unificar estos diferentes modos de interacción y las capas de información generadas por ellos. El diseño del juego está basado en una variedad de actividades de colaboración y diálogo, pensadas y planificadas para suceder como interacciones sociales mediadas por la tecnología y los medios de comunicación elegidos. Colaboración, por ejemplo, de los jugadores de la calle que informan verbalmente y visualmente su perspectiva y su experiencia en la ciudad utilizando teléfonos móviles. Colaboración también de los jugadores que, en línea, informan su visión particular y distinta de la misma ciudad basada en sistemas de supervisión y de vigilancia.

Los jugadores en línea se encuentran dentro de un espacio encerrado, tratando de averiguar donde están sus compañeros en la ciudad y luchando para comunicarse con ellos. Intentan guiarlos de manera eficiente a lugares específicos, pero no están seguros de qué lugares son estos. Los jugadores que están fuera, se pierden entre el laberinto del paisaje urbano sin saber dónde deben ir, y esperando una pista sobre este desafío en el que no tienen idea de lo que viene a continuación. Los dos grupos de jugadores se encuentran en

ambientes y con un conjunto de equipamientos bien distintos. Los jugadores en línea están ubicados dentro del espacio de exposición. Usan ordenadores de sobremesa conectados a Internet y equipados con dos pantallas mostrando diferentes contenidos. Una de las pantallas enseña un archivo con pistas y también un interfaz desde donde se puede enviar mensajes de texto a los que juegan en las calles. La otra pantalla, a su vez, muestra la transmisión de video que viene de fuera.

El espacio de exhibición remite a la sala de proyección de cine o al de una videoinstalación, ya que se configura como una sala oscura e iluminada sólo por las luces de los proyectores y por las luces procedentes de las pantallas de los ordenadores utilizadas por los jugadores en línea. Dentro del espacio están también los miembros del público y los VJs. Simultáneamente, los jugadores preparados para explorar el barrio de Poblenou están fuera en las calles. Llevan teléfonos móviles que, conectados a redes 3G, son capaces de recibir mensajes de texto, grabar y enviar audio y video, reconocer e informar sobre su posición geográfica.



Figura 4. Jugadores en línea y público dentro del espacio de exhibición.

El procedimiento del juego empieza con los que están en línea accediendo a un documento en sus ordenadores que contiene pistas con respecto a los

puntos asignados a su equipo. Tienen que analizarlo para obtener las claves para guiar a los que están en la calle. Las pistas vienen como recuerdos del protagonista de la historia embutida llenos de descripciones acerca de la ubicación. Mediante el análisis detallado de este contenido, los jugadores en línea pueden lograr descubrir cuál es y dónde se encuentra este lugar en el barrio. El uso imaginativo de los puntos de referencia en las memorias sugiere a los jugadores una forma alternativa de ver el lugar. Hacen la conducción de los que están en las calles tomando como base estas referencias. Envían mensajes de texto indicando lo que deben buscar.

Mientras tanto, los jugadores en línea tienen que comprobar regularmente un mapa proyectado en una pantalla grande dentro del espacio de exhibición. En lugar de un mapa cartesiano, se ve un mapa psicogeográfico con las huellas de algunas calles pero sin sus nombres. En él, se puede ver los puntos geolocalizados dónde se encuentran los fragmentos de la historia embutida. Cada grupo de jugadores tiene que visitar sólo tres de estos puntos, pero los puntos marcados en el mapa no diferencian cuál son los lugares de destino para cada equipo. El mapa, que representa la ubicación y el movimiento de cada uno de los tres grupos de jugadores de la calle, está basado en datos enviados en tiempo real desde los teléfonos móviles equipados con Sistema de Posicionamiento Global (GPS) y conectados en una red 3G. Las coordenadas enviadas por los jugadores que exploran la ciudad se actualizan constantemente, lo que permite ver el movimiento que hacen a través del espacio. Cada grupo dibuja y deja rastros de un color diferente en la superficie del mapa.

Los que están en las calles no pueden responder a los mensajes de texto que reciben. Su función es transmitir audio y vídeo como una manera de auto-reportar su posición, a la vez que enseñan lo que sucede con ellos en las calles. La secuencia de vídeo enviado por los que están navegando en la ciudad es otra capa de información que ayuda a la audiencia y a los jugadores online a entender dónde están localizados sus compañeros. Cuando los jugadores en la calle encuentran uno de los puntos que buscan, los que están dentro del espacio de exhibición pueden ver el vídeo previamente producido de la historia embutida en el juego. El video es reproducido como una recompensa. Representa la memoria del protagonista. Revela eventos que ocurrieron con él en un determinado momento de su vida, exactamente en aquel lugar. La memoria puede ser de su infancia, de su juventud, o de su vida adulta. Esto depende del grupo de jugadores que visitó el lugar.

En *Chronica Mobilis* los teléfonos sirven como dispositivos para el seguimiento de la posición geográfica, para la recepción de mensajes de texto, y para la transmisión audiovisual en vivo. La función deliberadamente evitada ha sido la de ver video. La propuesta era que los participantes estuvieran concentrados en explorar el espacio urbano en una acción constante, capaz de atraer al público que los acompañaba remotamente, fuese en el espacio de exhibición, o bien en línea desde sus casas. Además, la idea era que los jugadores pudieran experimentar el barrio de Poblenuou mirando a detalles que posiblemente pasan desapercibidos con la prisa de la vida cotidiana. Ambas cosas no sucederían si tuvieran que ver algún video en los teléfonos móviles. Aunque fueran los cortos fragmentos de la historia, estarían inmersos en la pantalla del dispositivo y no atentos a su entorno. Estar consumido por la sobreabundancia de información y eventos presentes en el espacio público aumentado es uno de los impactos actuales en la experiencia del entorno urbano, algo que actúa dissociando a las personas de los lugares y distrayéndolas del espacio vivido para conectarlas a una serie de contenidos o mensajes privados (Allen, 2008: 30). El diseño de *Chronica Mobilis* buscó evitar esta distracción y proponer otra manera de experimentar la ciudad. La preferencia ha sido por mostrar los videos como recompensas a los que están dentro del espacio de exposición y tener a los jugadores de la calle simplemente imaginando los acontecimientos ocurridos en cada ubicación que visitan.

Existen múltiples capas de significado, de interpretación y contextualización del espacio en *Chronica Mobilis*. Una son los mensajes de texto dirigidos a guiar aquellos que están jugando en las calles, enviados por un sistema que restringe los contenidos al máximo de 140 caracteres. Si bien los mensajes son cortos, vienen en un gran volumen durante toda la experiencia narrativa. Otra capa de información que evidencia la co-presencia en el espacio urbano es la imagen del mapa psicogeográfico, la representación del espacio explorado por los tres equipos de campo con diferentes líneas que definen en tiempo real cada trayectoria por la ciudad. La imagen abstracta dibujada en el mapa se vuelve figurativa con otra capa de información, que es la transmisión de audio y video enviada por los jugadores de la calle y proyectada en la pantalla en el interior del espacio de exhibición. Las imágenes grabadas en el exterior aportan un tono más concreto a la experiencia y a los desafíos vividos en la ciudad, siendo también una representación del ambiente urbano por los ojos de los jugadores. El contraste entre la caja oscura y cerrada, que acompaña y vigila, y el paisaje

urbano iluminado, dinámico y caótico, se hace evidente cuando los jugadores en las calles de la ciudad envían sus audio y videos que son proyectados en el espacio de exhibición.

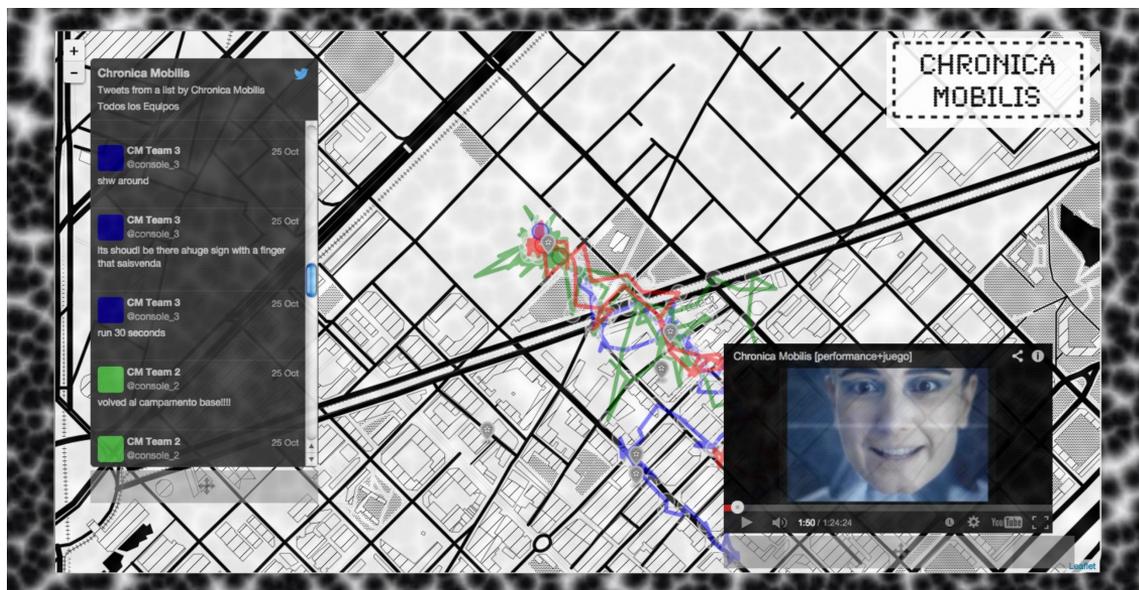


Figura 5. Interfaz web integrando las múltiples capas de información para los espectadores en línea.

Las imágenes mostradas en la proyección principal dentro del espacio de exhibición son mezcladas por dos VJs. Ellos desencadenan las escenas en tiempo real como en un *live cinema*. Combinan y alternan los videos enviados desde el exterior por los tres grupos de jugadores con los fragmentos de la historia embutida desvelada por las acciones en el juego. Lo visual está también sincronizado con los sonidos particulares diseñados para cada momento de la experiencia del juego. Mientras los jugadores interactúan entre ellos generando una serie de contenidos, el público, sea remoto o en el lugar, no interviene sino que se encuentra deliberadamente en una situación de recepción contemplativa. El público sigue y observa las capas de información generadas por los tres grupos de jugadores, coordinadas y combinadas por la edición en directo de los VJs. El público, aunque en un modo de recepción contemplativo, sea en el espacio de exhibición o acompañando por la Internet, tienen que conectar todos estos niveles de significado para comprender el juego y la historia embutida creada en él.

LA EXPERIENCIA PRESENCIAL Y REMOTA DEL TERRITORIO

Muchos de los trazos distintivos del Arte Locativo tienen que ver con las particularidades de un medio que es portátil y está permanentemente conectado, recolectando datos geospaciales de sus usuarios. Sin embargo, la misma conectividad, geolocalización y portabilidad pueden representar una limitación a las experiencias narrativas que apoyan. Esta capacidad que los medios pervasivos tienen de informar la ubicación geoespacial puede, por ejemplo, estimular prácticas cartográficas restrictivas. Si una cartografía rígida al sistema de coordenadas geográficas pasa a servir como la única referencia a los artistas para pensar el territorio, estos acaban por restringirse a las relaciones establecidas entre los movimientos físicos y su representación virtual en la pantalla. En este caso, más que proximidad lo que se crea y estimula es distancia con relación al contexto local (Hement, 2004). La conectividad, a su vez, puede también convertirse en un obstáculo para el compromiso consistente de las personas con el lugar, reforzando un discurso abstracto de conectividad global que viene a justificar la sustitución de interacciones sociales por las virtuales (Tuters y Varnelis, 2006).

Lograr crear una interacción con el dispositivo en estos espacios híbridos que sea menos dispersa y que estimule el pensamiento a la colectividad, a la colaboración, y al compromiso local se convierte en un desafío. Más que diseñar y planificar un modelo de interacción basado en estos medios de comunicación y enfocado en estos tópicos, resulta también importante comprender cuál es la experiencia presencial y remota de los lugares vivida en estas prácticas artísticas. Atendiendo a este objetivo, al final de la presentación de *Chronica Mobilis* aquellos que participaron fueron invitados a contestar un cuestionario basado en formas cualitativas de auto-reporte para ayudar en la comprensión de su experiencia. Un conjunto de 35 cuestionarios contestados por jugadores y miembros del público aporta observaciones expresivas y relevantes que califica la manera en que la obra impactó cada uno de los modos de participación planificados. El cuestionario pregunta por puntos positivos y puntos negativos, aspectos que luego fueron agrupados dentro de tres categorías, de acuerdo con el aspecto a que se refería: sensación, interacción, narrativa.

Los participantes jugando en las calles evalúan su sensación y satisfacción mediante el uso de adjetivos como emocionante, interesante, original. El aspecto principal a que se refieren es la emoción del descubrimiento de los luga-

res en la ciudad real. Algunos destacan el carácter de aventura que marca su manera de vivir el espacio urbano. Otros mencionan el sentimiento de responsabilidad por la misión del juego. La dimensión lúdica de la experiencia también aparece como un aspecto positivo en las descripciones hechas por los jugadores, que comentan lo divertido que ha sido correr por las calles. Sin embargo, mencionan el agotamiento relacionado con la demanda física de la experiencia corpórea. En los cuestionarios aparecen también comentarios sobre la oportunidad para crear libremente su propio relato en una narrativa emergente que deriva de su actividad en el juego. "Se sentía como estar un documental, como un creador reportero", escribe uno de los jugadores.

Interesante observar que, igualmente, el aspecto lúdico es evaluado positivamente por los jugadores en línea y por los miembros del público. Ambas categorías de participantes experimentan remotamente la aventura vivida en el las calles, ya que pasan todo el tiempo sentados y encerrados en el espacio de exposición, los primeros conectados a los ordenadores y los segundos contemplando a los contenidos. Los jugadores declaran que su diversión se justifica por la dinámica del juego, la combinación de numerosas capas de datos y la demanda de colaboración en una actividad de grupo. "Es muy intenso y motivador con una gran cantidad de información", escribió uno de ellos. Los miembros del público por su vez declararon no esperar tanta diversión, ya que anticipaban que los jugadores irían a disfrutar más. "Sensación única de participar en una experiencia colectiva en vivo", escribe uno de ellos. "Era como ser un niño otra vez en un juego de descubrir", reporta otro, que asocia la experiencia con los recuerdos de su infancia.

En general, el público valora positivamente el discurso narrativo y la manera en que se descubre la historia. Mencionan el papel importante de la jugabilidad como un acto de narración. A ellos les gusta "la idea planteada como un juego", como escribe uno de los participantes al afirmar que la narrativa se torna dinámica cuando es mezclada con el juego. Otros miembros del público apuntan como positiva la "coordinación entre los jugadores, recuerdos, y la narración". Elogian el contenido narrativo embutido en el juego, diciendo que son "recuerdos muy potentes", o aun exaltando "la poesía de la ficción". Muchos también comentan positivamente la narrativa emergente, evaluando como buena la metáfora futurista y el entusiasmo de los jugadores en la calle, que extienden su vibrante energía a quien los sigue a distancia en su aventura por la ciudad.

Algunos miembros del público también se refieren a lo que consideran una dimensión de inmersión de la obra. “Se te transporta a otro mundo”, escribe un participante que se unió a la experiencia en un modo de recepción contemplativo. Uno de los cuestionarios trae una descripción más detallada de cómo los que se encuentran en esta posición contemplativa también se sienten inmersos. “Estábamos todos sentados en una habitación oscura, mientras que los arqueólogos estaban fuera. La separación crea la ilusión de que estamos en otro momento”, detalla.

El uso de la tecnología es uno de los temas más destacados, sea entre los jugadores o entre los miembros del público. Algunos mencionan lo que consideran “productivo” uso del sistema de posicionamiento geográfico para generar el mapa dibujado en tiempo real con el movimiento en las calles. Muchos de los participantes también mencionan la “combinación eficaz de diferentes fuentes de información, medios de comunicación y momentos”. Un miembro del público comenta como positiva la “mezcla de la realidad, video y sonidos”, en lo que esta persona califica como “una combinación de lugares físicos y abstractos”.

Los jugadores que evalúan el diseño de la interacción citan como positivo los modos que disponen para comunicarse entre ellos, la combinación de canales de comunicación oral y escrita, la necesidad de colaboración, y el carácter de la investigación asociado a la metáfora de una aventura en búsqueda de unas memorias. Los cuestionarios también traen relatos relacionados al uso de datos de geolocalización, lo que se evalúa como una dimensión positiva de la obra. Jugadores comentan lo bueno de utilizar una tecnología que uno de ellos describe como “fácil”. Si el uso que se le da a la comunicación en red es puesto como positivo, esto no excluye las quejas sobre los problemas técnicos que aparecen durante el juego. Gran parte de las quejas están dirigidas al retardo en la comunicación, que se debe a la conexión 3G utilizada por los teléfonos móviles. Estos son, en su evaluación, aspectos negativos que afectan la interacción. Ha sido un problema, por ejemplo, en lo que se refiere a la precisión clínica que creen debería tener la geolocalización de los que estaban en la calle. Los cuestionarios traen quejas relacionadas al retraso en la actualización del mapa con la posición de los jugadores, la inconstancia del sistema de monitoreo, la caída de conexión y consecuente pérdida de comunicación con los compañeros en la calle.

CONCLUSIONES

En los últimos veinte años, el mundo presenció el paso de la conectividad a Internet limitada a ordenadores de sobremesa conectados mediante cables de cobre, hasta su ubicuidad actual mediante dispositivos móviles llegando al espacio público y asociada a la capacidad de geolocalización. El potencial cambio en las relaciones sociales en los espacios públicos urbanos pasa por la asociación de contenidos digitales a ubicaciones, pero también por la posibilidad de comunidades virtuales conectarse con el espacio arquitectónico y urbano. Preguntas como las que fueran planteadas aquí sirven para apoyar en la comprensión de que el impacto de la conectividad móvil también se puede medir mirando hacia la manera como estos medios han actuando en una remodelación del urbano y de las relaciones establecidas con el territorio de manera presencial o remota. En este caso, la conectividad en red y la espacialización de la Internet se refiere no únicamente a geolocalización, pero también a las potencialidades transformadoras que esta puede tener en la comunidad.

Más allá de los usos convencionales de los medios de comunicación móviles, las prácticas artísticas geolocalizadas invitan a la ciudadanía, a reflexionar, experimentar y participar del contexto local. *Chronica Mobilis* es una de estas obras del Arte Locativo que experimenta con la convergencia entre datos digitales y ubicación física para reforzar las relaciones entre historia y lugar, poniendo a los participantes en el contexto urbano de manera presencial y remota. Con esto, reestructura no sólo la noción de espacio y las opciones para la narración, pero también motiva a los participantes a tomar parte en una experiencia interactiva corpórea y locativa en el espacio público aumentado donde las dimensiones física y digital se mezclan.

La obra contribuye a la hibridación y unificación de los ambientes online y presencial a partir del estímulo a estas conductas colectivas. Es a partir de ellas que las personas son invitadas a mirar hacia el contexto local. Con la Internet y la comunicación ubicua, experimentan y exploran el territorio, sea de manera remota o presencial. Junto a la historia de ficción embutida en el juego, la presentación en directo de *Chronica Mobilis* tiene una contribución significativa procedente de la dinámica del juego, de los retos que plantea a los jugadores y sus consiguientes actos inesperados y no predefinidos para superar las dificultades. El modelo de interacción potencia el sentido de agencia al permitir a los jugadores construir su historia paralela en base a sus acciones

de juego tomadas en el espacio público aumentado. El mapa abstracto con los desplazamientos geográficos representados por las líneas dibujadas por la navegación exploratoria en las calles de algún modo posibilita a quien está encerrado y remoto a experimentar el mundo invisible. Mientras esto, el contenido de video y audio enviado desde la ciudad da un sentido a la representación abstracta del mapa, ya que representa el territorio urbano circundante según la visión de aquellos están a explorar la ciudad.

Tal y como se puede constatar con el análisis de este caso de estudio, los lugares se enriquecen con capas que la gente puede leer y escribir, retratar, mezclar y transmitir con el uso de los medios de comunicación móvil e interactivo. El arte móvil y locativo ofrece nuevas estrategias para el acceso y la creación de las narrativas de la ciudad, en la ciudad. Una ciudad que es ya un espacio aumentado donde la agencia colectiva de la ciudadanía deviene el elemento articulador entre la ciudad construida y los nuevos espacios públicos que reivindicamos con la Red/ en la Red.

REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

- ACETI, L. (2016): "Meanderings and Reflections on Locative Art", *Leonardo Electronic Almanac*, 21(1): 10-13.
- ALLEN, P. (2008): "Framing, locality and the body in augmented public space", en Aurigi, A. y De Cindio, F. (ed.) *Augmented urban spaces: articulating the physical and electronic city*, Ashgate Publishing Ltd, Hampshire: 27-39.
- AURIGI, A. y DE CINDIO, F. (2008): "Introduction Augmented Public Spaces" en Aurigi, A. y De Cindio, F. (ed.) *Augmented urban spaces: articulating the physical and electronic city*, Ashgate Publishing Ltd, Hampshire: 1-4.
- DEBORD, G. (1958): «Theory of the Dérive», <http://www.cddc.vt.edu/sionline/si/theory.html>, [03/04/2016]
- DE CERTEAU, M. (1984): *Walking in the City: the Practice of Everyday Life*, University of California Press, Berkley.
- FARMAN, J. (2013): *The mobile story: Narrative practices with locative technologies*, Routledge, New York.
- HEMMENT, D. (2004): "Locative arts", *Leonardo*, 39(4): 348-355.
- HIGHT, J. (2006): «Narrative Archaeology: reading the landscape», <<http://new-mediafix.net/daily/?p=638>, 03>, [03/02/2017].
- JENKINS, H. (2002): "Game Design as Narrative Architecture", en Harrington, P. y Frup-Waldrop, Noah (ed.) *First Person*, MIT Press, Cambridge: 118-130.

- KITCHIN, R. (2014). "The real-time city? Big data and smart urbanism". *GeoJournal*, 79(1): 1-14.
- PARÉS, N.; PARÉS, R. (2010): «Realidad Virtual», <http://cv.uoc.edu/annotation/8ebfc11d61d9fb2feed41b629265e634/463715/PID_00150738/index.html>, [05/03/2015].
- RYAN, M. L. (2006): *Avatars of Story*, U of Minnesota Press, Minneapolis.
- SALEN, K.; ZIMMERMAN, E. (2004): *Rules of play: Game design fundamentals*, MIT Press, Cambridge.
- SHELLER; M, IVERSON, H. (2016): L.A. Re.Play: Mobile Network Culture in Place-making, *Leonardo Electronic Almanac*, (21)1: 14-25.
- SOUTHERN, J. (2016): "Locative Awareness – A Mobilities Approach to Locative Art", *Leonardo Electronic Almanac*, (21)1: 178-193.
- SUSANI, M. (1999): "Mobile, ubiquitous and the sense of space", en Gellersen, H. (ed.) *Handheld and ubiquitous computing: First International Symposium HUC '99 proceedings*, Springer, Berlin: 28-30.
- TUTERS, M. (2004): «The locative commons: situating location-based media in urban public space», <http://www.futuresonic.com/futuresonic/pdf/Locative_Commons.pdf>, [12/02/2010]
- TUTERS, M.; VARNELIS, K. (2006): "Beyond Locative Media: Giving Shape to the Internet of Things", *Leonardo*, 4: 357-363.
- WEISER, M. (1991): "The computer for the 21st century", *Scientific American*, 265(3): 94-104.

CV

Vanessa Santos es artista multimedia e investigadora de los medios digitales. Doctora en Comunicación por la Universitat Pompeu Fabra con la tesis "Designing Mobile Narratives – Discursive Strategies and Participation Modes in Locative Media Art". Su experiencia es en producción audiovisual, narrativa digital, sistemas interactivos, medios móvil y locativo. Durante su carrera, Vanessa ha estado experimentando con nuevos métodos educativos para enseñar en el contexto de proyectos sociales. Ha colaborado con grupos de investigación dedicados al estudio de los temas: inclusión tecnológica, redes socio-técnicas, software de código abierto para producción multimedia, sistemas basados en realidad virtual y aumentada para experimentar conjuntos de datos complejos. Vanessa está interesada en el uso creativo de la tecnología y en el estímulo

que ésta supone en la formulación de nuevos géneros narrativos. En 2014, integró la línea de investigación en Medios Locativos de Hangar (Centro de Artes Visuales). Actualmente, investiga la experiencia de la audiencia en respuesta a diferentes estrategias de participación en entornos interactivos. Más información en: <https://vassportifolio.net>

Vanessa Santos is a digital media artist and researcher. She holds a Ph.D. in Communication from Pompeu Fabra University, with the thesis "Designing Mobile Narratives: Discursive Strategies and Participation Modes in Locative Media Art". Her expertise is in audiovisual production, digital storytelling, interactive systems, locative and mobile media. During her career, Vanessa has been experimenting new educational methods for teaching in the context of social projects. She has collaborated with research groups involved in the study of the topics: technology inclusion, socio-tech networks, open source software for multimedia production, virtual and augmented reality based systems to experience complex data sets. Vanessa is interested in the creative use of technology and in the stimulus that it entails in the formulation of new narrative genres. In 2014, she integrated the research line on Locative Media of Hangar (Center for Visual Arts). Currently, she investigates the audience's experience in response to different participation strategies in interactive environments. More info at: <https://vassportifolio.net>

Roc Parés Burguès es artista investigador en comunicación interactiva. Sus trabajos, caracterizados por la experimentación poética y crítica con las nuevas tecnologías, han sido presentados en festivales, centros de arte y museos de Europa, América y Asia. Doctor en Comunicación y Licenciado en Bellas Artes. Profesor e Investigador del Departamento de Comunicación de la Universitat Pompeu Fabra, sus trabajos de investigación han sido publicados por British Computer Society, Academic Press, FECYT, UOC, ACM, Macba, MIT Press, entre otros. Impulsor de plataformas pioneras en el arte electrónico tales como Galeria Virtual (1993-2000) dedicada al desarrollo de la realidad virtual como forma de arte; Macba En línea (1995-1997) plataforma pionera del net.art; M.A.L. (2011-2013) laboratorio de arte con dispositivos móviles inteligentes. Entre los años 2010 y 2015 fue codirector del Máster Universitario en Artes Digitales, UPF. Su compromiso con una cultura interdisciplinaria (que

defiende por su potencial anti dogmático y por su fuerza civilizadora), le ha llevado a explorar las intersecciones entre arte, ciencia, tecnología, pensamiento y sociedad. Más info en: <http://roc-pares.net>

Roc Parés Burguès is an artist researcher in interactive communication. His works, characterized by poetic and critical experimentation with new technologies, have been presented at festivals, art centers and museums in Europe, America and Asia. Doctor in Communication and Bachelor in Fine Arts. Professor and Researcher from the Communication Department of Pompeu Fabra University, his research papers have been published by British Computer Society, Academic Press, FECYT, UOC, ACM, Macba, MIT Press, among others. He is a promoter of pioneering platforms in electronic art, such as Virtual Gallery (1993-2000), dedicated to the development of virtual reality as an art form; Macba Online (1995-1997), pioneer net.art platform; WRONG. (2011-2013), art lab with smart mobile devices. Between the years 2010 and 2015, he was co-director of the Master in Digital Arts, UPF. His commitment to an interdisciplinary culture (which he defends for his anti-dogmatic potential and his civilizing force) has led him to explore the intersections between art, science, technology, thought and society. More info at: <http://roc-pares.net>

INVESTIGANDO CON LA RED: DESCUBRIENDO A LOS HÍBRIDOS EN LA POBLACIÓN ARTÍSTICA

César González Martín

Universidad de Granada

cesargm@correo.ugr.es

Resumen: Cualquier estudio, desde cualquier enfoque, de la población que compone la estructura del sistema del arte, siempre resulta complicado. Aún más, cuando descendemos los escalones que conducen hacia la masa artística situada la base de la pirámide [Figura 1]. En todo el sistema del arte, especialmente en esa masa oscurecida e indeterminada, se producen campos de luchas y altos niveles de competitividad, produciendo que los agentes deban desarrollar mecanismos de supervivencia. Uno de estos mecanismos es la hibridación de los perfiles profesionales. Artista-comisario, comisario-gestor, galerista-artista-crítico, etc., son algunos ejemplos de este tipo de perfiles profesionales, pero desconocemos su impacto o situación real en la población artística. Esta investigación arrojará luz sobre esta situación de supervivencia mediante la información disponible en internet.

Palabras clave: Perfiles híbridos, supervivencia, desconfianza, sistema del arte, análisis de datos

Abstract: Any study, from any point of view, about the population that makes up the structure of the art system is always complicated. Even more, when we descend the steps that lead to the artistic mass that is located at the base of the pyramid [Picture 1]. In all layers of the art system—especially in that obscure and indeterminate mass—are happened fields of struggle and high levels of competitiveness, which is making that agents must develop survival mechanisms. One of this is the hybridization of professional profiles. Artist-curator, curators-critic, galerist-critic, etc., are some examples of that kind of profiles, but we don't know their impact or the real situation in the artistic population. This research will shed light on this survival situation through information available on internet.

Keywords: Hybrid profiles, survival, mistrust, art system, data analysis

INTRODUCCIÓN

No hace mucho tiempo, un amigo —evito nombres para no causar perjuicios y porque, además, es innecesario para entender el relato—, me comentaba su relación con su galerista, o más bien, su último “encontronazo”: al finalizar su exposición individual en la galería que lo representa, ya en el desmontaje, se le acercó su galerista y le comentó que su etapa figurativa debía finalizar, que debía trabajar más sobre planos de colores “chillones”, utilizar impresoras 3D y otras indicaciones de lo más llamativas, totalmente alejados de las poéticas, investigaciones y metodologías del artista.

Como imaginan, el artista no daba crédito a lo que escuchaba. El galerista pretendía que éste cambiara todo su bagaje, trayectoria productiva e investigadora, como si de un empleado se tratará, le destinaba a un nuevo puesto de producción en la fábrica, provocando que la confianza que debe existir entre ambos agentes, se deteriorará.

“La otra fuente importante de desconfianza aparece cuando un marchante anima al artista a canalizar su creatividad en la dirección que quiere el mercado, «en la línea de lo que se vendió el mes pasado», o bien «obras que puedan presentarse a la próxima feria de arte». Por otra parte, el artista naturalmente quiere que el marchante encuentre coleccionistas dispuestos a comprar lo que él desea crear” (Thompson, 2009:60)

Estamos de acuerdo en que un galerista es un empresario y debe velar por su negocio, y por ello, tiene autoridad para elegir a los artistas y a su producción asociada como mejor le convenga con el fin de mantener la identidad de la galería, su estrategia comercial y su posición en el mercado.

Como *stakeholders* de las carreras profesionales de los artistas a los que representan, los galeristas deben ser integradores, puesto que “[...] deben tener la oportunidad de expresar su punto de vista en la toma de decisiones que les afectan.” (Carrió, 2013:63).

Sin embargo, la desconfianza por parte del artista en asumir las críticas o sugerencias de su representante, no es solamente por una cuestión de orgullo, es una respuesta a las prácticas profesionales que ejerce el galerista que ponen en entre dicho su honestidad.

Si analizamos su perfil profesional, o mejor dicho, sus perfiles profesionales, el galerista del relato asume roles diferentes dependiendo de la situación, co-

mo el de comisario, gestor, y al parecer, también el de crítico. Pero lo que más potencia la desconfianza del artista, es que el galerista es además artista, y por lo tanto, su representante se convierte en competencia directa. He aquí, al híbrido.

El híbrido es capaz de adoptar el perfil profesional que le convenga según se presente una u otra situación, jugando siempre en beneficio propio, como mecanismo de supervivencia en el sistema artístico.

Así el protagonista de nuestro relato se presenta en sociedad como galerista, pero encontramos que éste tiene producción artística, por lo que de base, ya tiene una hibridación galerista-artista. Pero, ¿cuál de los dos perfiles es el predominante?

En este caso concreto podemos afirmar que nuestro sujeto híbrido desea el perfil artista frente a sus otros perfiles que conforman la hibridación, ya que en sus gestiones expositivas, suele introducir sus piezas artísticas entre las obras que tiene en representación, en un gesto de auto-promoción, sintomático del artista emprendedor¹.

Esta auto-promoción, como es comprensible, crea ciertos malestares entre los artistas que tiene en representación, ya que al ejercitar su perfil artístico, como venimos comentando, se convierte en competencia directa con sus representados, lo cual crea un situación complicada de convivencia e intereses.

La hibridación de los perfiles profesionales en el mundo del arte no es ninguna novedad: "All the different art world categories were breaking down at the time: the idea of gallery dealer, curator, artist-curator, critic-writer, painter-writer, all these categories were becoming fuzzy, less clear. In a certain way, it was part of the 1960s political project. The «information society» was up and running, and many of these different areas were very touch and go, people were moving between things and doing many different things" (Citado en O'Neill, 2016:19).

Uno de los casos más notables de hibridación fue la práctica curatorial que realizó el artista Damien Hirst para componer la exposición Freeze. El artista asumió todos los roles necesarios para crear una actividad de estas características: artista-gestor-organizador-promotor-diseñador-comisario e in-

1. Además en este caso es más evidente, puesto que el sujeto de nuestro relato, frente al deseo de sobrevivir en el sistema del arte con su perfil predilecto de artista, puso en marcha la galería, en un gesto de supervivencia emprendida, muy asociado a movimientos colectivos y de auto-gestión.

cluso personal de mantenimiento², para construir una exposición a su medida. Cuidando la excelencia y la profesionalidad, el artista realizó una actividad de comisariado con amigos y compañeros del Goldsmith College, que resultó una exitosa actividad de auto-promoción que le llevó a lo más alto del mercado del arte. Se podría decir que utilizó el perfil comisario, como lanzadera para su perfil artista. Sin embargo, hoy en día el artista [...] "is seeking to reconcile the conflicts his intervention set in train, in art and in his own life, by returning to curating" (Mayer, 2015).

Pero el caso Hirst no es un caso aislado. La proliferación de perfiles híbridos es una realidad en el sistema del arte. Tanto es así, que la Tate en su página web ya recoge en su glosario de términos artísticos *artist-curator*, definiéndolo como: "An artist-curator is a practising artist who also curates shows or runs not-for-profit spaces from which they exhibit their art and that of other artists"³.

METODOLOGÍA

Conseguir datos sobre cualquier campo relacionado con el mundo del arte resulta una tarea sumamente compleja. Pocos son los estudios demográficos o socio-económicos que arrojan algo de luz sobre la sombría pirámide del sistema artístico [Figura 1], especialmente cuanto más cerca de la base nos situemos, el hermetismo y la oscuridad es mayor.

Por esta razón, recurrimos a la red como nueva fuente de información. Como es bien sabido, este canal online está adquiriendo mucha relevancia para descubrir nuevos conocimientos que anteriormente resultaban ocultos o de muy compleja adquisición, como es este caso.

Con la aparición de las metodologías de Big Data y los procesos de minería de datos (data mining), se está consiguiendo profundizar en una información, generada por todos en este entorno online, que están dando respuestas a preguntas o permitiendo nuevos enfoques para investigaciones en todos los campos del conocimiento que antes eran inaccesibles.

2. El espacio donde se realizó la exposición Freeze, era un nave industrial cedida por la empresa London Docklands Development Corporation, donde "[...] el techo era de cristal, y las paredes, lastradas por herrumbrosos radiadores, eran de una altura desproporcionada. En contra de la opinión de los demás participantes, que pretendían pintar los muros sólo hasta la línea donde se situaban las obras, Hirst se pasó toda una noche, con ayuda de Angus Fairhurst, dando capa tras capa de pintura blanca hasta el mismo techo. [...] Quería que aquel espacio decrepito pareciese "una auténtica galería de Arte" (Martín, 2007:32)

3. «Tate. Glossary of art terms», En <<http://www.tate.org.uk/learn/online-resources/glossary/a/artist-curators>> [10/04/2014]



Figura 1. A Guide to the Art Market. William Powhida, 2010. Fuente: <http://williampowhida.com/wordpress/archives/1243>, [01/11/2017]

CONSEGUIR LA INFORMACIÓN

El principal reto de la investigación se encuentra en detectar la fuente de información útil para nuestro estudio en la red, principalmente porque no es habitual encontrar registros donde los artistas reconozcan ejercer más de un perfil profesional.

Un recurso que podríamos haber utilizado para analizar y demostrar las hibridaciones en este contexto artístico hubiera sido a partir de los currículos vitae de los artistas, ya que en ocasiones los comisariados que realizan son registrados en estos documentos.

Sin embargo uno de los problemas principales de usar esa fuente de información es la variedad de estructuras, tanto en la organización de los apartados, como en el registro de la información, ya que no existe una estandarización al respecto que todos los artistas compartan a la hora de crear esta información.

A esto hay que sumarle la variedad de formatos y extensiones de los documentos que se pueden descargar desde la página web personales de los artistas o de sus galerías, así como la variedad de lenguajes de programación web que existen en la red para construir esos espacios virtuales.

De este modo llegamos a la conclusión de usar una base de datos que registre la información de los perfiles profesionales de los artistas, ya que estas plataformas fueron construidas desde una lógica y por tanto la información de los artistas se encontrará estructurada de la misma forma en todos los perfiles.

Así recurrimos a una de las más completas bases de datos sobre perfiles profesionales dentro del mundo del arte como es arteinformado.com⁴. Creada en 2001, es una comunidad online de agentes del sistema artístico en Iberoamérica, aunque su expansión ha llegado a otros territorios del mundo. Actualmente cuenta con más de 57.000 registros de artistas, más de 6.000 organizaciones culturales y más de 10.000 perfiles profesionales⁵.

La información relevante para este estudio se encuentra en el apartado "Guía de Arte" de la página web, que a su vez se compone de las siguientes secciones y número de registros:

SECCIONES	Nº REGISTROS
ARTISTAS	56487
ORGANIZACIONES	

4. Disponible en: <http://arteinformado.com/>

5. Fecha de consulta: 18/09/2017

MUSEOS	1632
GALERÍAS DE ARTE	5855
SALAS Y CENTROS DE EXPOSICIONES	1110
PROFESIONALES	
COMISARIOS	9758
COLECCIONISTAS	1125
CRITICOS/PERIODISTAS	759
GESTOR CULTURAL	945
INVESTIGADOR/DOCENTE	769
GALERISTA/MARCHANTE	441
SERVICIOS DE ARTE	
GESTORES CULTURALES	524
TALLERES Y FÁBRICAS	105
EMPRESAS LOGÍSTICAS Y TRANSPORTE	51

Tabla 1. Datos de registros. Sección "Guía de Arte". Fuente: Arteinformado, <<http://www.arteinformatado.com>>, [26/06/2017]. Elaboración propia.

En una rápida navegación por la sección "Artistas" de la página web, podemos encontrar los primeros registros de usuarios que, además de indicar un perfil como "artista", suman otros perfiles profesionales [Figura 2].

Por lo tanto las hibridaciones podemos encontrarlas en la sección "artistas" y en la sección "profesionales". Este último, además, se compone de seis categorías profesionales principales: "Comisario", "Coleccionistas", "Críticos/periodistas", "Gestor Cultural", "Investigador/Docente" y "Galerista/Marchante".

Se detectó que los perfiles híbridos donde el perfil "artista" participaba, se repetían en la secciones "artistas" y "profesionales". Es decir, si un usuario indica que tiene un perfil "artista" y "comisario", el mismo usuario aparecerá duplicado en la sección "artistas" y en la sección "profesionales" [Figura 3].



Figura 2. Captura de pantalla del listado artistas en la sección "Guía del arte", sección "artistas". Fuente: Arteinformado, <<http://www.arteinformatado.com>>, [15/04/2016].

Al aparecer duplicados tanto en la sección "Artistas" y "Profesionales", decidimos centrarnos en la información que se mostraba en este último, ya que frente a más de 50.000 registros que tiene la sección "Artistas", tan sólo debíamos estudiar 11.986 registros de la sección "Profesionales". Obteniendo todos los registros de esta sección, en aquellos perfiles donde se indique un perfil "artista", al restarlo con el número de registros totales en la sección "artistas", obtendremos un porcentaje de artistas híbridos en la sección "Artistas", y podremos conseguir el porcentaje de artistas híbridos y puros⁶ en esa sección de la base de datos de Arteinformado.

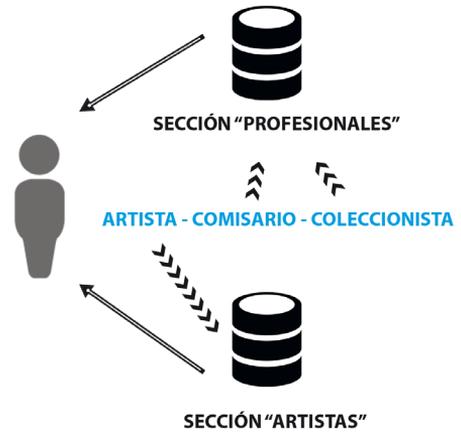


Figura 3. Representación de la búsqueda de un perfil en Arteinformado. Elaboración Propia

EXTRACCIÓN Y ESTRUCTURACIÓN DE LA INFORMACIÓN

Estudiar 11.986 registros de "Profesionales" de la base de datos de la página web uno por uno hubiera sido sumamente laborioso. Además la investigación requería de la construcción de una base de datos para su posterior análisis, donde se recopilaran la información de todos los perfiles registrados de forma masiva, por lo que recurrido a la tecnología conocida como *web scrapping*⁷, que facilita la extracción de información de páginas web. De este modo utilizamos la herramienta online Grepssr⁸.

Con esta herramienta se descargó la información referente al "Nombre", el "Perfil profesional" y el "lugar" de todo los perfiles de la sección "Profesionales" en un archivo .xlsx [Tabla 2].

6. Denominaremos "Puros" a aquellos perfiles que sólo indican un perfil profesional

7. "[...]" es una técnica utilizada mediante programas de software para extraer información de sitios web. Usualmente, estos programas simulan la navegación de un humano en la World Wide Web ya sea utilizando el protocolo HTTP manualmente, o incrustando un navegador en una aplicación.". Wikipedia. <https://es.wikipedia.org/wiki/Web_scraping>, [18/09/2017].

8. Disponible en Grepssr: <<https://www.grepssr.com/>>, [18/09/2017].

nombre	tipo	lugar
Nombre y apellido	Comisario - Coleccionista	Reside en Murcia, España
Nombre y apellido	Crítico/Periodista	Reside en España
Nombre y apellido	Artista, Comisario	Reside en New York, Estados Unidos
Nombre y apellido	Comisario	Reside en Turin, Piemonte, Italia
Nombre y apellido	Crítico/Periodista	Reside en España
Nombre y apellido	Comisario	Reside en Estados Unidos
Nombre y apellido	Comisario	Nació en Louisiana, Estados Unidos Reside en London, London, City of, Reino Unido
Nombre y apellido	Comisario, Crítico	Reside en Los Angeles, California, Estados Unidos
Nombre y apellido	Comisario	Reside en Los Angeles, California, Estados Unidos
Nombre y apellido	Comisario	Reside en Estados Unidos
Nombre y apellido	Comisario	Nació en Irán Reside en Ciudad de México, Distrito Federal, México
Nombre y apellido	Comisario	Nació en 1954 en Tétouan, Tanger-Tetouan, Marruecos Reside en Marruecos
Nombre y apellido	Artista, Comisario	Reside en Tanger-Tetouan, Marruecos
Nombre y apellido	Comisario	Nació en 1970 en Marruecos Reside en Paris, Ile-de-France, Francia
Nombre y apellido	Coleccionista	Nació en Arabia Saudita Reside en Arabia Saudita
Nombre y apellido	Artista, Comisario	Nació en 1988 en Pamplona, Navarra, España Reside en Pamplona, Navarra, España

Tabla 2. Estructura del archivo de la descarga masiva. Fuente: Arteinformado, <<http://www.arteinformatado.com>>. Elaboración Propia

Sin embargo, la columna “Lugar” del archivo que recopilaba todos los registros descargados masivamente, contenía información que requería de su estructuración, puesto que aparecían datos sobre año de nacimiento, ciudad y país de nacimiento, y ciudad y país de residencia, por lo que realizamos una reestructuración de los registros obtenidos [Tabla 3].

Nombre	perfil	fecha	lugar nacimiento	pais nacimiento	lugar residencia	pais residencia
Nombre y apellido	Artista, Coleccionista	1945	Álava	España	Barcelona	España
Nombre y apellido	Artista, Coleccionista		Allariz	España	A Coruña	España
Nombre y apellido	Artista, Coleccionista	1876	Barcelona	España		
Nombre y apellido	Artista, Coleccionista	1927	Betanzos	España	Betanzos	España
Nombre y apellido	Artista, Coleccionista	1965	Madrid	España	London	Reino Unido
Nombre y apellido	Artista, Coleccionista	1981	Madrid	España	Madrid	España
Nombre y apellido	Artista, Coleccionista		Madrid	España	Santillana del	España
Nombre y apellido	Artista, Coleccionista	1948	Palma de Mayorca	España	Palma de May	España
Nombre y apellido	Artista, Coleccionista	1921	Santa Coloma de Fz	España	Huesca	España
Nombre y apellido	Artista, Coleccionista	1939	Suiza		Sant Pere de F	España
Nombre y apellido	Artista, Coleccionista	1911	Zaragoza	España		España
Nombre y apellido	Artista, Coleccionista				Madrid	España
Nombre y apellido	Artista, Coleccionista					España
Nombre y apellido	Artista, Coleccionista, Comisari	1961	Barcelona	España	Madrid	España
Nombre y apellido	Artista, Coleccionista, Comisari	1937	Madrid	España	París	Francia

Tabla 3. Estructura definitiva de la información descargada masivamente. Fuente: Arteinformado, <<http://www.arteinformatado.com>>. Elaboración Propia.

RESULTADOS OBTENIDOS

Con el total de los datos extraídos en la sección “Profesionales”, se consiguieron 211 tipologías de perfiles híbridos que los usuarios han indicado a la hora de auto-catalogarse⁹ en la plataforma, repitiéndose a lo largo de todos los registros obtenidos.

De estas tipologías, se han extraído 11 perfiles puros¹⁰, que son las categorías profesionales principales de las que dispone Arteinformado [Tabla 4]. De esta manera, cada usuario que quiera realizar un registro en esta base de datos, deberá elegir entre estos 11 perfiles profesionales para conformar su perfil, permitiendo a su vez, poder asociar y realizar combinaciones entre ellas, creando los perfiles híbridos si se desea.

TIPOLOGÍAS DE PERFILES PUROS
Artista**
Comisario*
Crítico/periodista*
Coleccionista*
Galerista/marchante
Gestor Cultural*
Investigador/docente

Tabla 4. *Tienen opción colectiva. **Artista no aparece en la sección “Profesionales” pero forma parte de las hibridaciones. Tipologías de perfiles puros. Fuente: Arteinformado, <<http://www.arteinformatado.com>>.

Elaboración Propia.

Las 200 tipologías profesionales restantes que se han descargado son hibridaciones que se repiten a lo largo de todos los perfiles en la sección “Profesionales” de la base de datos que los usuarios han usado para definir su perfil profesional [Tabla 5]

9. La plataforma es auto-gestionada por el usuario, aunque también puede ser registrados por otros, por ejemplo una galería puede introducir los datos de sus representados.

10. Debemos aclarar que Arteinformado permite al usuario mostrar una actividad colectiva asociada a un perfil puro. Por ejemplo, un comisario puede ser una agrupación de varias personas, por lo que los usuarios al registrarse, tienen la opción a indicar esta condición, por lo que aparecen en la base de datos como “comisario-colectivo”. En nuestro caso, esta peculiaridad, al estar asociado a un perfil puro, la vamos a contemplar igualmente con esta terminología, ya que entendemos que una agrupación que indique esta opción colectiva, no está indicando ningún tipo de hibridación.

TIPOLOGÍAS HÍBRIDAS

- Artista, Coleccionista
- Artista, Coleccionista, Comisario
- Artista, Coleccionista, Comisario, Investigador/Docente
- Artista, Coleccionista, Gestor cultural
- Artista, Coleccionista, Investigador/Docente
- Artista, Comisario
- Artista, Comisario - Colectivo
- Artista, Comisario, Coleccionista
- Artista, Comisario, Coleccionista - Colectivo
- Artista, Comisario, Coleccionista, Galerista/Marchante
- Artista, Comisario, Coleccionista, Galerista/Marchante, Investigador/Docente, Gestor cult
- Artista, Comisario, Coleccionista, Gestor cultural, Investigador/Docente
- Artista, Comisario, Coleccionista, Investigador/Docente
- Artista, Comisario, Crítico/Periodista
- Artista, Comisario, Crítico/Periodista, Investigador/Docente
- Artista, Comisario, Galerista/Marchante
- Artista, Comisario, Galerista/Marchante, Coleccionista, Investigador/Docente, Gestor cult
- Artista, Comisario, Galerista/Marchante, Gestor cultural
- Artista, Comisario, Galerista/Marchante, Investigador/Docente, Gestor cultural, Crítico/Pi
- Artista, Comisario, Gestor cultural
- Artista, Comisario, Gestor cultural - Colectivo
- Artista, Comisario, Gestor cultural, Coleccionista, Investigador/Docente
- Artista, Comisario, Gestor cultural, Crítico/Periodista
- Artista, Comisario, Gestor cultural, Galerista/Marchante
- Artista, Comisario, Gestor cultural, Investigador/Docente
- Artista, Comisario, Investigador/Docente

Tabla 5. Fragmento de las 200 tipologías híbridas que los usuarios han utilizado al conformar su perfil profesional. Fuente: Arteinformado, <<http://www.arteinformado.com>>. Elaboración Propia

Con estos datos podemos realizar un primer análisis sobre la presencia de perfiles híbridos y perfiles puros en la base de datos de Arteinformado, encontrando que frente a 3.362 registros de perfiles híbridos, hay una gran mayoría de usuarios que indicaron un solo perfil profesional en esta base de datos con 8.624 de perfiles puros [Gráfico 1].

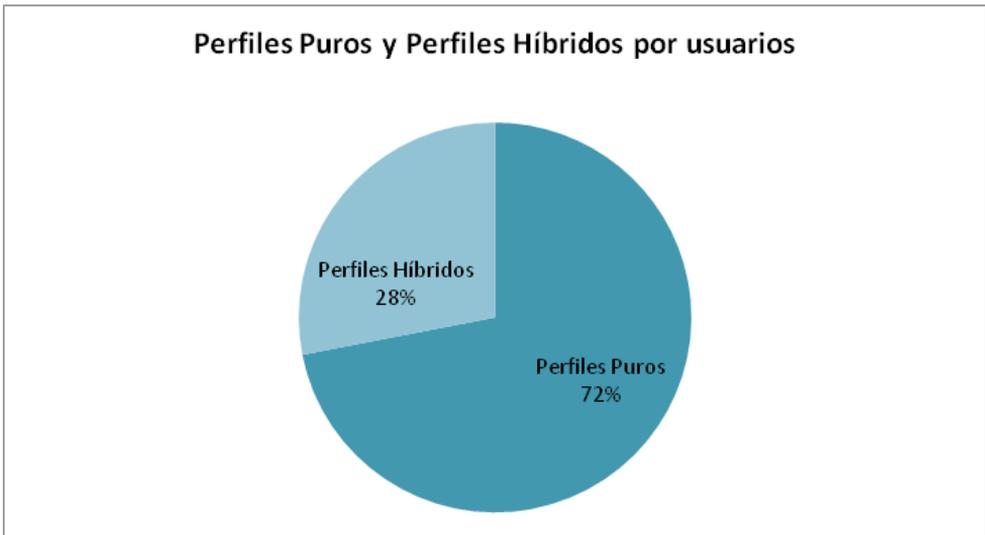


Gráfico 1. Perfiles puros frente a perfiles híbridos. Fuente: Arteinformado, <<http://www.arteinformatado.com>>. Elaboración Propia.

Centrándonos en los perfiles puros, podemos conocer la actividad profesional que prevalece entre los usuarios registrados en la página web. Así observamos que la actividad de comisariado es mayoritaria con 6.848 usuarios que indicaron ejercer esta profesión, seguido del perfil “coleccionista” con 824 de registros [Gráfico 2].

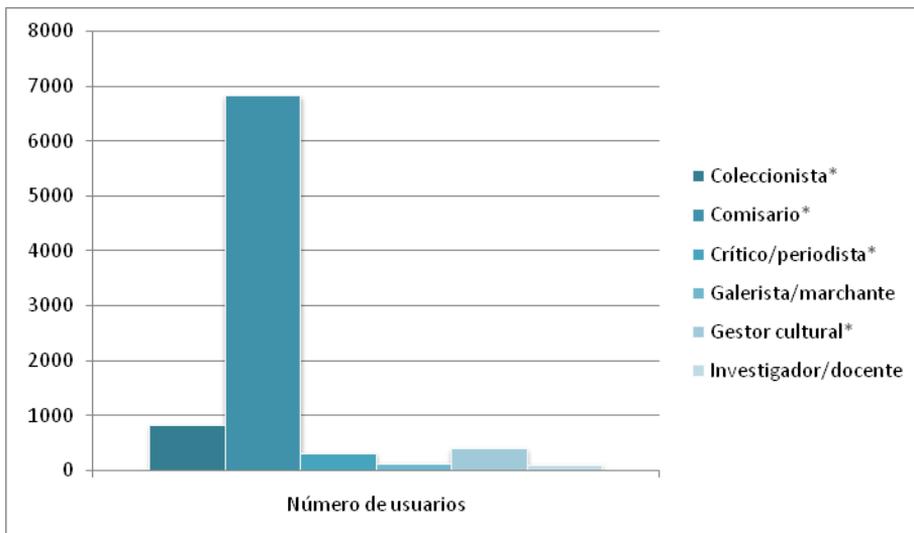


Gráfico 2. *Incluye colectivos. Número de usuarios por perfil puro. Fuente: Arteinformado, <<http://www.arteinformatado.com>>. Elaboración Propia

Partiendo ahora de los datos recopilados sobre los perfiles profesionales híbridos, aunque dentro de las 200 tipologías que conforman todo el espectro de hibridaciones que los usuarios han ido construyendo en la base de datos de Arteinformado, se pueden reducir y agrupar por asociación de perfiles, como por ejemplo: “Comisario-Artista cultural” y “Artista-Comisario”, ya que se podría entender como la misma hibridación, reduciendo considerablemente las variables a tener en cuenta, pero en nuestro caso, entendemos que, una de las características más interesantes de usar la base de datos de Arteinformado, es la libertad que el usuario tiene al registrar su perfil profesional, ya que la plataforma, además de poder añadir varios perfiles profesionales a un mismo registro, permite que el usuario, según su criterio, disponer el orden de los perfiles que conforman su hibridación como mejor estime oportuno.

Esto quiere decir que, un usuario al registrarse, está ordenando sus preferencias profesionales, posicionando en primer lugar, aquella actividad que se puede considerarse como la deseada¹¹ y esto nos parece lo suficientemente significativo para no realizar las agrupaciones y reduciendo las variables obtenidas.

Si tomamos esta hipótesis sobre lo significativo del orden en la construcción que el usuario ha realizado a la hora de registrarse, encontramos que, pese a haber obtenido los datos de la sección “profesionales” de la página web, de los 200 tipos de perfiles profesionales híbridos conseguidos, en un 35 por ciento perfil profesional “artista” está como primera opción en la construcción de la hibridación con 70 combinaciones, seguido por el perfil “comisario” como segunda opción en la constitución del perfil, con 53 registros [Gráfico 3].

La preferencia del perfil “Artista” en primera posición en la construcción de la hibridación del perfil también se ve reflejada por número de usuarios, seguida por el comisariado [Gráfico 4].

Otro dato significativo que podemos extraer de los registros realizados por los usuarios a la hora de construir los perfiles híbridos, es el perfil puro que se repite más en esta constitución a la hora de crear los perfiles hibridados, independientemente del orden en que se encuentre en la construcción del registro.

En este caso, el perfil “comisario” es el que más presencia tiene dentro de todas las variables de hibridación recopiladas de los 3.362 usuarios híbridos con 142 menciones, seguido por “artista” con 112 menciones para construir la hibridación [Gráfico 5].

11. Nos referimos a que puede ser su profesión principal o no.

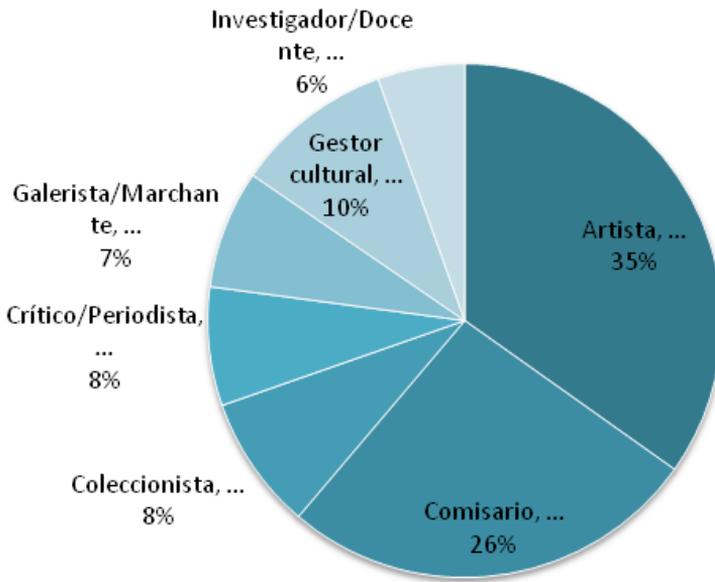


Gráfico 3. Primera preferencia profesional por número de tipologías híbridas. Fuente: Arteinformado, <<http://www.arteinformatado.com>>. Elaboración Propia.

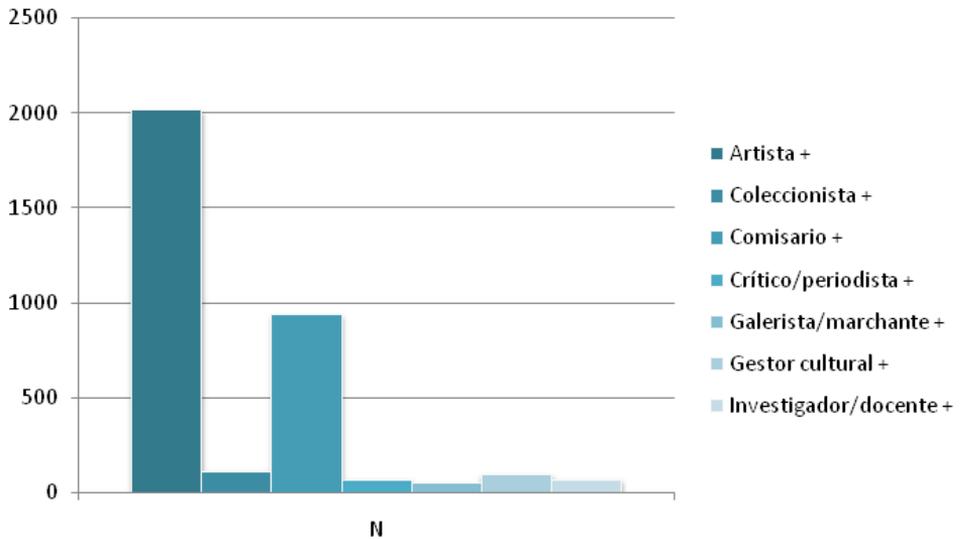


Gráfico 4. Número de usuarios por hibridación registrada. Fuente: Arteinformado, <<http://www.arteinformatado.com>>. Elaboración Propia.

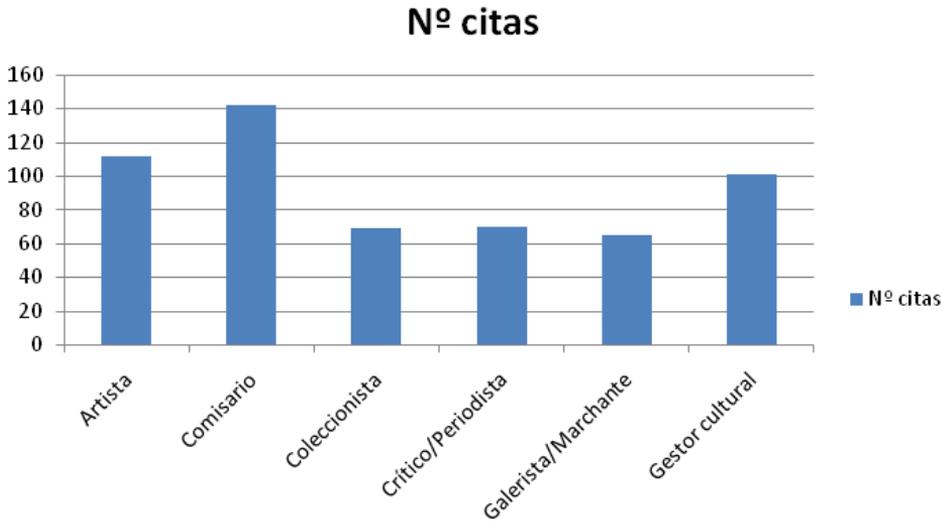


Gráfico 5. Perfiles más citados en las hibridaciones. Fuente: Arteinformado, <<http://www.arteinformatado.com>>. Elaboración Propia.

Como comentamos al principio, con los datos obtenidos en de las sección “Profesionales” de la página web Arteinformado, por la duplicidad de registros de una artista híbrido en la categoría citada y en la sección “Artista”, si tomamos los registros obtenidos de artista híbridos en la primera sección, y se lo rectamos al número total de registros de “artistas puros” de la página web, podemos concluir que el número de híbridos es significativamente inferior a los registros realizados con la única opción profesional de “artista” [Grafico 6]

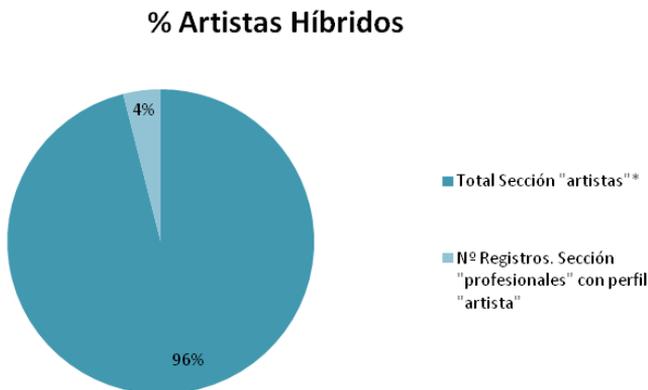


Gráfico 6. *Datos consultado el 14 de mayo de 2016. Porcentaje de artistas híbridos en la sección “artistas”. Fuente: Arteinformado, <<http://www.arteinformatado.com>>. Elaboración Propia.

CONCLUSIONES

Como hemos estudiado, la población de personas que se consideran artistas “puros”, es significativamente mayor a los artistas que muestran algún tipo de hibridación en sus perfiles. Sin embargo, en la sección “Profesionales” de la página web de Arteinformado, la población está más hibridada, aunque siguen registrándose un número mayor de perfiles con una sola variable profesional.

Lo significativo del estudio es observar la construcción de los perfiles híbridos, que muestran como el perfil “Artista”, siguiendo la hipótesis que nos planteamos sobre la relevancia del orden a la hora de la construcción del perfil híbrido, es la primera preferencia o perfil deseado para los usuarios de la base de datos.

Por lo contrario, el perfil profesional “puro” más citado en la base de datos es “comisario”, perfil que además, es el más utilizado para construir las hibridaciones independientemente del orden donde se sitúe [Figura 4], lo cual puede ser indicativo de una búsqueda de una estabilidad laboral al ser una profesión institucionalizada como perfil de supervivencia.

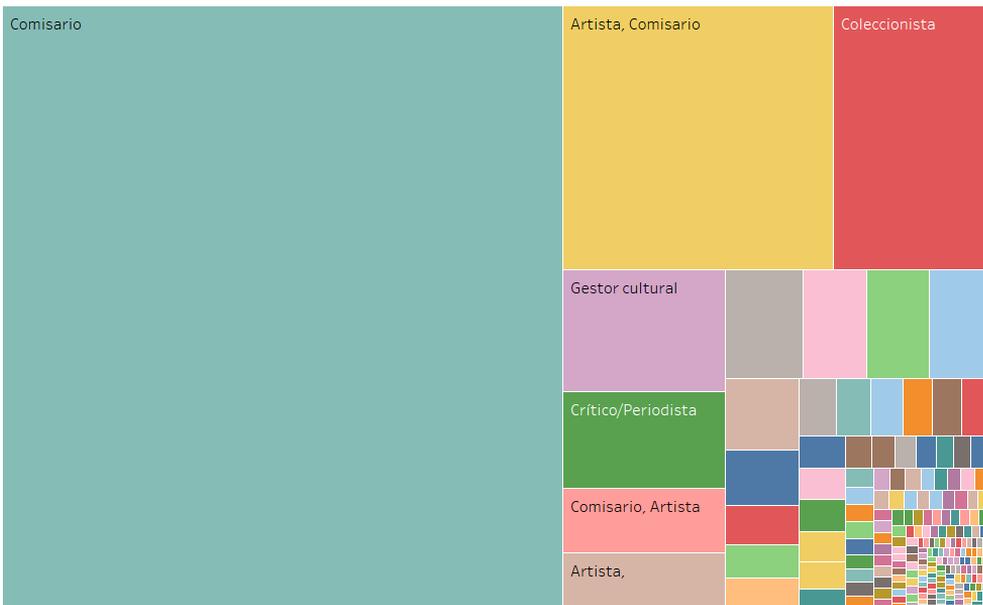


Figura 4. Representación de perfiles “puros” e “híbridos” en los registros obtenidos. Fuente: Arteinformado, <<http://www.arteinformatado.com>>. Elaboración propia

La libertad que ofrece la página web de Arteinformado a la hora de constituir los perfiles profesionales cuando un usuario se registra o es registrado por otra persona, nos ha permitido abrir esas hipótesis y reflexiones que se han planteado. Además la base de datos nos ha ofrecido el suficiente número de registros para establecer un estudio significativo de la situación de las hibridaciones en el contexto artístico, demostrando que este fenómeno se produce y la escala en un segmento de la población artística.

Con las nuevas herramientas digitales y la información que se esconde en la red, se abren nuevas líneas de investigación dentro de las artes y las humanidades en general, en lo que ya se conoce como las humanidades digitales, ayudándonos a comprender segmentos del conocimiento que permanecían ocultos, como es la población que compone el mundo del arte o su actividad profesional.

REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

CARRIÓN, M. (2013). Gestión de la reputación corporativa. Convierte lo que piensan y dicen de ti en tu mejor activo. Libros de Cabecera, Barcelona.

MARTÍN, E. (2007). Cómo triunfar en el mundo del arte. Estrategias del joven arte británico de los noventa. Centro de Arte Contemporáneo de Málaga, Málaga

MAYER, C. (2015). «Damien Hirst: 'What have I done? I've created a monster'», <<https://www.theguardian.com/artanddesign/2015/jun/30/damien-hirst-what-have-i-done-ive-created-a-monster>> , [15/10/2015].

O'NEILL, P. (2016). The culture of curating and the curating of culture(s), MIT press, USA.

RESCH, M. (2002). Management of art galleries, Phaidon, London.

THOMPSON, D. (2009). El tiburón de 12 millones de dólares. La curiosa economía del arte contemporáneo y las casas de subastas. (B. Ribera, Trad.), Ariel, Barcelona.

CV

Técnico superior en Artes plásticas y diseño en gráfica publicitaria, licenciado en Bellas Artes y Máster en producción e investigación en Arte por la Universidad de Granada. Actualmente es doctorando en el programa Historia y Artes en la UGR.

Investigador en proyectos de I+D+i a nivel nacional e internacional como: "ARTAPP. Artes visuales, gestión del talento y marketing cultural: Es-

trategias de construcción del branding y desarrollo de una network para la promoción y difusión de jóvenes artistas”, “GLOCALFINEART. Global cOntemporary art market: the intrinsiC and sociologicAL components of FINancial and artistic valuE of ARTtworks” o “Estrategias de comunicación del patrimonio a través del Arte contemporáneo. Transferencias culturales entre artesanía, arte y diseño”.

Miembro del grupo de investigación HUM654: Creación Edición y Conservación de la Imagen. Ha realizado estancias de investigación en Milán (Italia), Tetuán (Marruecos) y Cali (Colombia).

Entre sus publicaciones se encuentran: “Arts and crafts: Back to the woods in Art and design”, “La identidad patrimonial en el diseño. Estudio de casos en Granada”, “La fiesta naranja” y “Web de cultura y exposiciones virtuales”.

Advanced Technical in Graphic design, graduated in Fine Arts and post-graduated in Production and Research in Arts (MA, University of Granada, Spain). Currently he is a PhD candidate in History and Arts in the University of Granada (Spain).

Junior researcher in national and international projects like “GLOCALFINEART. GLocal cOntemporary art market: the intrinsiC and sociologicAL components of FINancial and artistic valuE of ARTtworks” (FP7 EU), “AR-TAPP. Visual ARts, Talent Management and cultural marketing: building branding and development of a network for advertising and dissemination of young artists” (R+D+I Spanish state) or “Communication strategies of heritage through contemporary art. Cultural transfers between craft, art and design” (University of Granada).

Member of research group “Creation, editing and conservation of the image”, he has made research stays in Teotuan (Morocco), Milan (Italy) and Cali (Colombia). He has also participated in many teaching innovation projects. Among his relevant publications are “Arts and crafts: Back to the woods in Art and design”, “La identidad patrimonial en el diseño. Estudio de casos en Granada”, “La fiesta naranja” and “Web de cultura y exposiciones virtuales”.

THE CALL OF THE SAHRAWI DRUMS

Jara María Romero Luque

Antropología en Acción

jaramaria.romero@gmail.com

Ana Valiño Fernández

Antropología en Acción

anawalfer@hotmail.com

María Tocino

Asociación Cultural Almósita

mariatocino3@gmail.com

Resumen: La visibilización y sensibilización social del arte y el activismo saharaui a través del espacio virtual, es el ámbito que nos ocupa para desarrollar el proyecto "The call of the saharawi drums". Artivismo a través de las mujeres saharauis "aquí y allí" para re-construir espacios de interacción que den lugar al conocimiento colaborativo del patrimonio oral y cultural del Sáhara Occidental a través de la red. El arte; en este caso concreto, la música, nos ofrecerá un punto de encuentro para el intercambio desde las Humanidades Digitales. El objeto de estudio aquí planteado, pasa por el conocimiento desde la perspectiva del "rescate patrimonial", las prácticas de las mujeres saharauis sobre el patrimonio oral, documental y sonoro del Tebal, tambor reservado a las mujeres y al mundo de lo femenino como uso simbólico, tanto en origen como en diferentes localizaciones del contexto del estado español. Este proyecto persigue experimentar con las Tecnologías de la Información y la Comunicación, para la recogida, sistematización y divulgación del paisaje sonoro mediante la geolocalización a través de una plataforma digital. Por todo ello, la finalidad es construir "junto a" las propias mujeres participantes un espacio digital, entendido como comunidad compartida en torno a la práctica del tambor, como cápsula del tiempo de su patrimonio.

Palabras clave: cultura digital, arte, género, patrimonio, internet.

Summary: The visibility and social awareness of Saharawi art and activism through the virtual space is the area that has driven us to develop the project "The Call of the Saharawi Drums". Artivism is seen through Saharawi women "here and there" to re-construct spaces of interaction that give rise to collaborative knowledge of the oral and cultural heritage of the Western Sahara through the network. Art (in this specific case, music,) will offer us a meeting point of exchange starting with the Digital Humanities.

The subject matter presented here deals with knowledge from the perspective of "patrimonial rescue"; the practices of Saharawi women on the oral, documentary and sonorous heritage of Tebal, the drum reserved for women and their world as a symbolic use, both in the place of origin and in different locations of the context of the Spanish state. This project aims to experiment with Information and Communication Technologies, for the collection, systematization and dissemination of the sound landscape through geolocation by using a digital platform. Therefore, the purpose is to build a digital space "together with" the women that are taking part in this project. This space will be understood as a shared community around the practice of the drum, as a time capsule of their heritage.

Keywords: digital culture, art, genre, heritage, internet.

INTRODUCTION

The continuous mise-en-scene of art in our society is relevant to be able to understand the diverse expressions that (re)present our collective imaginary as one of the functions characterised as “cultural”. But, what are art and culture? We begin with the idea of art as something intrinsic to all human societies from the first structures of oral language, which are situated in the Upper Paleolithic, but, did art exist before? What do we consider art?.

Within the category of art, which has been universally defined as different cultural manifestations and expressions of a community, music can be an indispensable part of the soundscape of a place or a non-place –this being understood, according to Marc Augé, as “a space that cannot be defined neither as a space of identity nor as relational or historical”. Furthermore, music presents several social implications, functions and uses and is in constant dynamism due to environmental, social, technological and transformational parameters and transformations.

The main aspect shown by means of these lines is; how do we understand people through their music? What information is revealed through its use? Quoting Josep Martí “Music is not just a set of products that belong to a socio-cultural context. The world of music is formed by processes, structures, attitudes, valuations, transformations, functions, ritual behaviours, signifiers, etc.”, and is in this direction where we consider all the aspects that are combined in a society for this specific case study

OUR PROPOSAL

The proposal raised here departs from the initiative of women who are friends, hardworking, committed, tolerant and full of empathy with the Saharawi cause and who, from the world of ethnomusicology, new digital technology, photography, education or social-cultural anthropology among other disciplines, get closer to the daily artistic-musical reality of this context from their diverse subjectivities, with the intention to analyse and discover an oral culture immersed in the historical repression which is hidden by the sonority of their rhythms, words, sounds, cultural practices, musical senses, etc.

According to Aurora Álvarez and Gunther Díez, “the exercise of accepting our partiality, which has traditionally been external to the scientific practise – as is considered subjective and not very neutral- is a starting point needed to situate and locate the subjects”. Is the process of reflexivity as mentioned

by these authors the one we have in mind at all times in order to think of ourselves within the process of research, analysing our discourses and our own reflections from the interactions accomplished with the researched people? Following this line “the collaboration, P2P, Web 2.0, the Copyleft projects, Open Source, different projects sustained by crowdfunding, etc., are totally current proposals that bring to light a clear social change towards open and shared practices, where everything that is common and collective goes beyond the individual hegemonies which are more related to previous eras”. And we have the intention to start from this point.

The ultimate goal of this co-research crossesvisibility, digital diffusion, sonorous geolocalization, ecology of knowledge shared from the role of women “in and out” of Saharawi society, to the main discourses and obstacles that prevent its realization. Music is the core resource to “re-construct local storiesof our communities through active and reciprocal participations, horizontal and mutual work “from them and from us towards the world”.

¿and, is there a better tool than making use of a collaborative digital file that collects the various musical practices and sonorous files of an invisible society?



Figure 1. Women playing the tebal in the refugee camps in Tindouf!

We depart from a series of hypotheses based on our diverse experiences and life trajectories, from the same context, and from the outside, from the

1. Imagecourtesy of the Information File of theMinistry of Information of SADR.

discourses that are established through the media, digital initiatives and from the people who share the way they feel with us. The main hypothesis on which this idea is based is the 'artivism' as a militant weapon of social struggle that tries to preserve, through new technologies, a character of identity which has been barely collected in a physical way until today and that is trying to avoid the forgetfulness of oral tradition. The role of women in the sonorous environment of the Saharawi context and its social practices around the drum as a means of artistic-social expression for the preservation of its collective memory and its digital diffusion, makes us participants of a struggle that we consider legitimate and that is not recognised by international parties.

The Saharawi diaspora is the core area in all its manifestations (forced migrations because of the occupation of their territory, the Saharawi refugees that survive in the Algerian desert and the remaining migrants that are in other territories). As the main theme, adhered to the above-mentioned social area, the most important aspect which will guide us in this process is music, its uses, social functions, dances and the entire cultural environment which is simultaneously symbolic, economic and material and that surrounds this phenomenon which has a life of its own and demands its conservation and visibility. Genre, as can be expected, has also a noticeable importance in the foundations of this process, as it will be through the Saharawi women and ourselves, but also through men, beginning with their human experiences, their culture, social constrictions and different historical moments, in a collaborative and horizontal manner; this will be the tool we will use to build and re-build the raised goals.

On balance, the interaction between shared communities through music and artivism (the union of art and citizenship as an arm of the vindication of fundamental rights), through the use of digital tools, will be our main lines to (re)build bridges between the Saharawi community and the rest of societies.

THE LOSS OF HERITAGE: WHY OUR PROPOSAL IS NECESSARY AND REVOLUTIONARY?

As a consequence of the long period of exile that the Saharawi population is suffering, there is an urgent need to find mechanisms to preserve their cultural heritage for future generations and the rest of society. The Ministry of Culture of the SADR (Saharawi Arab Democratic Republic) has already alerted us to a loss of more than 50% of their cultural heritage. Our idea is necessary and revolutionary, not only because of the loss of heritage but also because society in

general has the right to know this reality and obtain cultural benefits from this shared knowledge.

In relation to this aspect Habiba Mohamed Salem Khatristates that she would like singers such as Mariem Al-Hassan or Aziza Brahim, who have taken the Saharawi music to many countries, to be known worldwide. She adds that this music is likely to disappear because it is gradually becoming similar to Mauritanian music due to their similarities. For her, music needs to be appreciated in a better way and we should devote more time and space to it. Thus, to preserve its identity, new and future musicians should acquire their musical knowledge from old musicians. In this sense, the knowledge of the drum should also be inherited from generation to generation.

For Betura, as an artist and expert in Saharawi music, it is very important that people learn how to play the tebal, since it is the first Saharwi musical instrument. Its sound covers every modern musical instrument, as for example the guitar or the organ. He states: "It is the instrument which best combines with the haul". In addition, according to him, it is crucial to encourage the internal production of this instrument in order to support the women's cooperative production and export it to other countries while expanding the Saharwian culture abroad.

At the same time, Aichetu, who is a Saharawi woman in the diaspora, points out that the importance of this project is not only to take the Saharwian music and culture to the western world, but to their own people, who have, similarly, grown up far from their country and culture. This is something that also affects future generations as they may be losing their culture and traditions as old as music.

Thus, a new cultural and artistic knowledge will be relevant for the diffusion of a patrimony which does not want to be forgotten. This innovation for the history of music will generate a social innovation and digital revolution that will go from the mapping of music, digitalization of files, recording of the soundscape, transcription of Saharwian rhythms, social photography, video, ethnography and qualitative analysis, as tools that will help us fulfil our shared goal.

METHODOLOGY AND ARTISTIC-DIGITAL CREATION

To conduct this complex and long process, we intend to use a collaborative methodology from individuals which will be especially based on a collaborative ethnography, audio field recording, open interviews, online/offline interac-

tions, a collection of sound recordings, oral memory, social and 360° photography, transcriptions of sounds, a symbolic universe, co-participation through social uses and functions of art and its shared knowledge. Bearing in mind the leading guideline of this proposal, opinions, necessities, discourses and intentions of the Saharwi people at all times.

The ethnographic practice will be understood as a production of knowledge from human experiences, since this is an exploratory approach to the social and cultural context that permeates the art scene. The principal method of this paper is focused on the active listening of the environment and a dialogue of knowledge where different collective ways of thinking, representing, narrating, structuring and organising congregate to converse and generate synergies that are produced by the sum of the parts. (Veinguer and Dietz).

We would like to make mention again to Marc Augé referring to his notion of anthropologist place as the “possibility of routes that are carried out in it”, but also to the discourses that are held there, and the language and its symbolism, which is not represented in this specific case.

Spoken language is especially relevant in some places that do not exist but for the words that refer to them, the “non-places”. Non-places can be represented by utopias or stereotypes that mention them. Are the refugee camps of Tindouf a non-place? We understand this as a transit camp, in this case a camp which is not for passengers or travelers, but an area where people live without living, where people share codes without a fulfilled feeling, where they expect to return to a place they consider their own.

TECHNIQUES FOR DOCUMENTARY DATA COLLECTION AND RESEARCH

This field research has been based on a shared data collection:

Ethnography will be based on open analysis categories which have been developed both in real contexts (offline) and on the internet (online), where we will be part of the research itself, as this is a collaborative project. Therefore, we would like to point out here that we will be a direct part of the research for and with the rest of the people involved, as we understand ethnography as the construction of a story line from other story lines formed by each and every person who intervenes in the process.

We use social photography digitalised as a means to represent the diverse cultural practices regarding the field being exposed. They will reflect a social function and the use and artistic practices in their own context and outside it.

At the same time, the scanning of images is possible thanks to the file given by the Ministry of Information of RASD. Also, 360° photography allows us to geolocate those places/non-places described here, and create open code maps.

With regards to the recording techniques for the soundscape, which is understood here as a vibrant fact of the culture and experience of people and which reveals their organisational structure and different perceptions. The term soundscape, coined by Murray Schaffer, makes reference to listened events, not to the observed objects. (Schaffer). We will use sound transcription with basic elements of music, intervallic, melodic and rhythmic organization.

We will also make use of extramusical aspects; these are different tools which are essential to understand the sonorous universe which surrounds us and in which we participate. The Saharwi phenomenon and its political dimension, its social values, its symbolism and/or the diverse mental paradigms, will have a crucial role within the analysis.



Figure 2. Ana Valiño and Mariam Mohamed (Jabuza)². Wilaya of El Aaiún.

2. Image courtesy of Dah Salama Dat.

ADDED VALUE

This project has an added value as it includes the recording of the soundscape through new technologies, the scanning of images, the use of web applications and present tools of open code with which we can interpret the oral and musical culture of this specific context, being these tools the ones that position us in the context from which we depart. Consequently, new technologies are and will be a key aspect for the sonorous geolocalization and the open code mapping that will be inserted in the shared digital file that we intend to develop as the final goal of this project.

Virtual platforms, as a means that transcends borders, are a relatively new tool that allows us to spread the Saharwi "activism" around the world. As a consequence, this idea generates a substantial turning point for both the Saharwi and the global communities, since its overall objective is to develop free connections to communicate through a horizontal understanding.



Figure 3. Cultural representative event of the Saharwi society. Campsof Tindouf³.

3. Imagecourtesy of theInformation File of theMinistry of Information of SADR.

MAIN OBJECTIVES

Next, the main objectives of this project are presented, although we are aware that many other objectives may arise through the process of research, as this is an open analysis which is in constant motion. The main objectives are; to research the Saharwimusic and its daily environment regarding the te-bal or "drum reserved for women". To build a common and open virtual space that, through new technologies, is able to explore the cultural reciprocity (digital files of sounds, photographs, geolocalizations and mapping of sounds) through mutual knowledge and the creation of paths to protect their own cultural patrimony and raise the awareness of the Saharwi cause. To establish a dialogue and open channels of interaction between the universe of music from around the world and that of the Saharwi community. To develop digital localizations for the gathering of information, debates and the exchange of people. To enhance new spaces for the co-creation of ideas based on human rights and solidarity among all peoples. To identify and evaluate the tebal as an absolute cultural fact.

To continue with the analysis of current detected necessities, such as the search for financial support to develop the projects which interest the Saharwi society here and there as they want to enrich their own life and personal experience. This objective can be exemplified with the next quote: there is a group of women, "Cooperative of Young Women", who are interested in the search for financial support for a project against youth unemployment (which covers 65% of the population under 30 years who have university and professional training). The main aim of this project is to continue with the elaboration of traditional musical instruments to preserve and diffuse their culture and stop this phenomenon. It involves the professionalization of these youngsters so that they can contribute to the promotion of socio-cultural, associative, micro-enterprise and environmental initiatives from their own communities and regions. That should be done through the communal and academic knowledge and not from solutions from "above" or "outside". (Veinguer y Dietz).

Other objectives deal with the organisations and management of cultural and educational meetings from 'there' and from 'here' for the diffusion of the Saharwi artistic patrimony; to involve

people interested in the cause and also those who do not know about it but can get to it through music.

On balance, through these objectives we seek inclusion of all people despite their origin, age, gender or social position.

JUSTIFICATION

As John Blacking pointed out, “the functions of music within society can be decisive functions that promote or inhibit an evident musical talent, just as they affect the election of cultural and material concepts with which music is composed. We will not be able to explain the composition and the effects of music until we have reached a better understanding of the relationship between the musical and human experience”. That is to say, we need to understand the different ways of looking at the world, and of feeling the sounds and forms by which music is formed, together with its functions and uses, to be able to develop any kind of in depth study.

In line with the aspects that are reflected by Brigitte Sanabria in her translation about the article of Blacking; for us, on the one hand, the main reason of this work is human experience, since only through it we find the experiences that were, are and will be part of the creation of sound. On the other hand, as mentioned earlier, the other main reason is the lack of studies about music, tribal and gender; this field really concerns us because the information about the topic is nearly absent, as for example, transcriptions of music, quality reviews and research developed by women. These facts justify and give strength to the development of this proposal. However, we also acknowledge our own limitations, obstacles and doors that are closed due to the lack of political interest and hostility. Nevertheless, the joining of forces created by this idea is giving us the motivation needed to continue with the project and satisfy the interests that we are slowly gathering, calmly and with a lot of patience.

In our dialogues with Aichetu, she stated that this project is important because the music of the drum mostly represents Saharwi women. Saharwi women are a crucial figure in the Saharwi culture, they have a major role with regard to the responsibility for the maintenance and the protection of their homes and families when men had to fight in time of war, she claims. For her, the role of women in this process is so relevant because she considers that in the customs and tribalism that embrace the Saharwi culture there are aspects that still oppress the freedom of expression of women. She ends the conversation telling us that, with respect to women, there is much work to do to let them owe their own lives and freedom, whatever their culture, family, tradition or religion. In addition, with regard to the obstacles against studying the artis-

tic phenomenon in Sahara, Yslem Mohamed Salem Nafaa, who is a rapper and a Saharawi activist, mentioned that there are no physical files of the old poets and musicians. There are no musicologists either, artists play but they are not able to read a single note.

This research, therefore, presents several obstacles and is necessary for all the reasons exposed throughout this text but, above all, because everyone involved in this project is encouraging and driving us to continue listening to the different voices that are crying out with a tireless force. Saharwi women and men themselves are reshaping, structuring and giving meaning to this extensive project that we intend to, and will finally, accomplish. For this reason this project could be the point of departure for many other people who are, no doubt, initiating or will initiate similar proposals.

CONCLUSIONS

We would like to conclude this paper by pointing out the relevance that collecting and sharing oral heritage in danger has for society all around the world. This heritage can easily become invisible due to current political conflict and the exasperated situation lived in the Western Sahara, the last African colony. According to Bahia Awa, Saharawi writer and poet in the diaspora, to whom we are most grateful for his support, orientation and wise counsel; as the Saharawi culture is of an oral character, it is only by the different manifestations and cultural practices that it is kept in our memory and oral thinking. Since the metropolis, during the century that it was in the territory, did not bother to register, translate or make known that reality of the Saharwi identity, we, researchers, anthropologists and sociologists, are facing this challenge to pay this debt to humanity and to the Saharwi people.

Habiba Mohamed Salem Khatri also mentions the importance of this project, the necessity of considering Saharawi poetry as well, as in her opinion there are great Saharawi poets that are still unknown. "I am not an artist and I do not know too much about art, but I am very pleased to have met you and be able to collaborate in everything I can. We can learn together how to play the drum (....). It is necessary that people get to know about this culture through music and it is also necessary that we, the Saharwi people, are aware of our own culture since we have been raised in the diaspora and we are ignorant of many aspects"

Gabriel HerreríaHerrería tells us that "Cultural and artistic events are the sign of identity of peoples: their traditions, language, way of dressing, way of communicating through music, dances or any other way of artistic manifestation,

imposed on men by men. The fact that these events are shared by peoples reflects that cultural and artistic borders are infinitely more permeable than the dots and stripes drawn capriciously on a map. And they will not be occupied, conquered and oppressed peoples if they are able to keep their signs of identity alive, hence the importance of the destruction of these signs by occupants. The Saharwian people, under the Moroccan occupation for more than forty years, are aware of this, and they are making a constant effort to keep these signs alive. Wherever a Saharwian person is, there will be a melfa, a darrá, a jaima to have tea and listen to stories a thousand times told by ancient people and poems that old poets dedicate to their camels or great heroes. And there will be music, immemorial rhythms to celebrate new lives, seal the commitment of those who love each other or to bid farewell to those who leave. But it is not an easy task. In the Tinduf camps, the great effort required to cover the primary necessities of refugees can make people forget that lentils are as necessary for survival as the conservation of the legacy inherited from their ancestors. And in the Occupied Territories, there are constant and daily attacks on the Saharwian signs of identity. Luckily, the Saharwian people are not alone in their fight. Persons as Jara Romero, Ana Valiño and MaríaTocino accompany them and endeavour to keep this legacy alive. And one day not too far away, plentiful rains of freedom and independence will fell over the Western Sahara and the rhythm of tebals will continue to sound in the lives of its people as always."

Finally, Bahia Mahmud Awah points out that "Your project deserves support and tracing, as its main objective is to make visible what was made invisible first by the colonizer, and subsequently by the Moroccan occupants. These occupants are trying to destroy our culture and dilute it into theirs, forgetting that both are totally different regarding identity and culture. We are an Afro-Arab-Senhaya community with the influence of a century of Spanish Culture. With your support, the Saharwian bibliography will be preserved, defended and registered in the format that we need to keep it as a written support that goes together with our oral register."

We would like to conclude this paper by giving visibility and sending our special thanks to all these people who are part of this work in cooperation with us. Aziza Brahim, Salma Humud. GlanaDehBujari, Faknach, RababAibud, Minatu Mohamed Ahmed, LehdiSueliki, Chabla, AichaSalek, Mariam Mohamed (Jabuzza), Mariam moulud, Fatrina Aziza, TrabaBaibu, Salma Said (Chueta), SelukaSalek, Mudleila El Hassana, Brahim Maguey, Mahamud Bara, Aziz Haidar, Fudiha



[Figura 4]. From the left to right; AichetuHammaAbdati, Jara María Romero Luque, María Tocino4.

Mint el Hanevi, YslemYslem Mohamed Salem Nafaa, Dah Salama, Jose MaríaCuadra Pérez, Yohana Díaz-Vega Díaz, Ariana Sánchez Cota, RocíoAltesGarrido, Lisa Porres, LaltyBrahim. Zouerate, AichetuHammaAbdati, Habiba Mohamed Salem Khatri, Jose Carlos Cubas, Gabriel HerreriaHerreria, Manuel Domínguez, BahiaMahmudAwah, Juan Carlos Gimeno, Juan Ignacio Robles, Esther Massó. Cooperative of Young Women of SADR, Ministry of Culture of SADR, Saharan Arab Democratic Republic, NUSW. National Union of SaharwiWomen, Information file of the Ministry of Information of SADR, National File of SADR, Music School of SADR and Anthropology in Action.

REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

- AUGE, (2009): *Los no lugares, espacio de anonimato. Una antropología de la sobre-modernidad*. Editorial Gedisa. Barcelona.
- BLACKING, (2003): *¿Qué tan musical es el hombre? Desacatos*, n.12 pp.149-162. Disponible en http://www.scielo.org.mx/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S1607-050X2003000200011.
- CARLES Y LOPEZ, (1996): Interacción imagen-sonido en la valoración del paisaje. *Revista de Acústica*. Número Extraordinario. Sociedad Española de Acústica. 277-281.
- DIETZ y VEINGUER, (2014): Reflexividad, interpretación y colaboración en etnografía: un ejemplo desde la antropología de la educación. *La etnografía y el trabajo de campo en las ciencias sociales*, editado por Cristina Oehmichen, 55-

4. Image courtesy of Yohana Díaz-Vega.

89. México D.F., Universidad Autónoma de México, Instituto de Investigaciones Antropológicas.
- BAQUERO, (2010): La música en la construcción de la identidad política, en *Di- aléctica: Revista de investigación*, no 26, pp. 116-124. Fundación Universitaria Panamericana: Colombia.
- JULIANO, (1998): *La causa saharauí y las mujeres: siempre hemos sido muy libres*. Icaria Editorial. Barcelona.
- MARTI, (1992): Hacia una antropología de la música. *Anuario Musical; Barcelo- na* Vol. 47, 195-225.
- LASSITER, (2005): *The Chicago Guide to Collaborative Ethnography*. Chicago, Il: Chicago University Press.
- OLIVEIRA, CONTRERAS, DOMINGUEZ, RIVERA, SAELM OULL. (2016): *Haul, música saharauí*. Turpin Editores. Madrid.
- RAPPAPORT, (2008): Beyond Participant Observation: Collaborative Ethnography as Theoretical Innovation. *Collaborative Anthropologies* 1: 1-31.
- ROMERO LUQUE, (2016): Construcción de la identidad saharauí. La música y la poesía en el Sáhara Occidental. *Ritimo*. Sáhara Occidental, año 40: Historia, estrategias y desafíos para el futuro. Disponible en <[http://www.ritimo.org/ Construccion-de-la-identidad-saharauí](http://www.ritimo.org/Construccion-de-la-identidad-saharauí)>.
- SHAFER, (1968): *The New Soundscape*. Berandol Music Limited /Scarborough, Ontario.. Associated Music Publishers, Inc. /New York.
- SHUBERT, DOMINGUEZ, (2017): *La voz indómita (del Sáhara Occidental)*. CD. Nubenegra, Madrid.
- SANTOS, (2009): *Epistemología del sur* (México: Siglo XXI Editores), 368 pp.
- ARAGON ANDRADE (2011): Una epistemología del Sur: La reinención del conocimiento y la emancipación social. *Alteridades*, 21(41), 181-184. Di- sponible en <http://www.scielo.org.mx/scielo.php?script=sci_arttext&pid=SO188-70172011000100017>.

CV

Jara Romero (Málaga, 1984). Diplomada en Educación Musical, licenciada en Antropología Social y Cultural y especialista en Estudios Africanos; trabajó en diversas asociaciones culturales, empresas del sector de la educación social, el turismo aplicado al marketing digital, la comunicación y la antropología aplicada al sector de aplicaciones web colaborativas y gestión cultural. En la actualidad trabaja como maestra de música y se dedica principalmente al estudio de las prácticas musicales de diver-

sos contextos. Con la investigación social continúa su relación apasionada con el mundo de la antropología y el estudio de la cultura. Jara has a degree in music education teaching, is graduated in social and cultural anthropology and is specialised in African studies. She has worked for several associations and companies from educational to social sectors, for companies of tourism applied to digital marketing, communication and anthropology applied to the sector of collaborative web applications and cultural management. She is currently working as a primary school teacher of music and is focused mainly on the study of musical practices in different contexts. She also continues researching in the field of anthropology and culture from a passionate position.

Jara Romero (Málaga, 1984). Jara has a degree in music education teaching, is graduated in social and cultural anthropology and is specialised in African studies. She has worked for several associations and companies from educational to social sectors, for companies of tourism applied to digital marketing, communication and anthropology applied to the sector of collaborative web applications and cultural management. She is currently working as a primary school teacher of music and is focused mainly on the study of musical practices in different contexts. She also continues researching in the field of anthropology and culture from a passionate position.

Ana Valiño (León, 1978). Licenciada en Derecho, compaginó durante algún tiempo su actividad profesional en una importante estructura financiera con su verdadera vocación, la fotografía. Ha trabajado como cooperante en Nicaragua y El Salvador, donde su interés por los temas de género, la llevó a realizar varios trabajos con la mujer como eje central. En 2014 decidió dedicarse íntegramente a la fotografía. Se he formado con profesionales como Walter Astrada, Gervasio Sanchez, Mayte Carrasco, Susana Girón, Juan Manuel Castro Prieto o Chema Conesa. Actualmente trabaja como fotógrafa freelance. Con la fotografía pretende documentar y visibilizar realidades olvidadas o silenciadas, a través de una profunda implicación con las y los sujetos retratados. Ana has a degree in law and, for a long period of time, has combined her professional activity in an important financial structure with her real vocation, photography. She has volunteered in Nicaragua and El Salvador, where she developed several projects related to gender, more precisely to women. In 2014 she decided

to focus exclusively on photography. She has studied with professionals such as Walter Astrada, Gervasio Sanchez, Mayte Carrasco, Susana Girón, Juan Manuel Castro Pietro o Chema Conesa. She is currently working as a freelance photographer. By the use of photography she intends to record and visualise forgotten and muted realities through a deep personal involvement with the portrayed persons.

Ana Valiño (León, 1978). Ana has a degree in law and, for a long period of time, has combined her professional activity in an important financial structure with her real vocation, photography. She has volunteered in Nicaragua and El Salvador, where she developed several projects related to gender, more precisely to women. In 2014 she decided to focus exclusively on photography. She has studied with professionals such as Walter Astrada, Gervasio Sanchez, Mayte Carrasco, Susana Girón, Juan Manuel Castro Pietro o Chema Conesa. She is currently working as a freelance photographer. By the use of photography she intends to record and visualise forgotten and muted realities through a deep personal involvement with the portrayed persons.

María Tocino Martín (Granada, 1987). Licenciada en Filología Inglesa con especialización en enseñanza de inglés y español como lengua extranjera. Trabajó con diversas asociaciones de ámbito social y defensa animal. Desde su infancia ha estado involucrada con la música, y pertenece a una banda musical donde interpreta con su clarinete obras de distintos estilos. En la actualidad es profesora de secundaria de inglés y colabora como traductora en distintos proyectos. María has a degree in English Language and specializes in teaching English and Spanish as second languages. She has worked with different social associations and with animal welfare organizations. From childhood onwards, she has been interested in music and is a member of a music band where she interprets with her clarinet musical works in different styles. She is currently working as an English teacher in a secondary school and is also collaborating with different projects as a translator.

María Tocino Martín (Granada, 1987). María has a degree in English Language and specializes in teaching English and Spanish as second languages. She has worked with different social associations and with animal welfare organizations. From childhood onwards, she has been interested in music and

is a member of a music band where she interprets with her clarinet musical works in different styles. She is currently working as an English teacher in a secondary school and is also collaborating with different projects as a translator

EDUCACIÓN EN ENTORNOS DIGITALES PARA EL APRENDIZAJE Y LA COLABORACIÓN

CON LA RED
EN LA RED

ACUERDOS COLECTIVOS MEDIANTE WIKI-ENCUESTAS PARA LA COMPRENSIÓN Y TRANSFORMACIÓN DEL PAISAJE CULTURAL DE GRANADA

Abarca-Alvarez, Francisco Javier

Departamento de Urbanística y Ordenación del Territorio de la Universidad de Granada
fcoabarca@ugr.es

Mora-Esteban, Rubén

Doctorando del Departamento de Urbanística y Ordenación del Territorio de la Universidad Politécnica de Madrid
rumorest@gmail.com

Resumen: Ante los síntomas de exceso de dependencia, de delegación y de compartimentación de saberes de la democracia y de la educación actual, se propone una investigación que fomente el reclamo social de (i) mayor autonomía (educación autorreflexiva y crítica, autoconocimiento personal y colectivo y democracia participativa y directa); (ii) mayor participación (implicación, corresponsabilidad); y en definitiva de (iii) acciones integrales que incorporen e interrelacionen en las dimensiones globales y locales.

Entre las técnicas de investigación social clásicas se suelen destacar de forma diferenciada (i) las distributivas o cuantitativas, a través de las que se consigue un conocimiento de tipo estadístico o empírico; (ii) las estructurales o de tipo cualitativo donde se conocen aspectos subjetivos; y por último, (iii) las dialécticas donde se considera el objeto a investigar como sujeto. En la investigación propuesta, se integran los tres enfoques, utilizándose la metodología tradicional de encuesta a la vez que se exploran y se experimentan con otras alternativas emergentes, como son las Wiki-encuestas.

Palabras clave: participación; toma de decisiones; Wiki-encuesta; paisaje cultural; Granada

Abstract: Since symptoms of excessive dependence delegation and compartmentalization of knowledge of democracy and the current education, this research promotes social claim (i) greater autonomy (self-reflexive education and criticism, personal and collective self-knowledge and participative and direct) democracy; (ii) increased participation (involvement, responsibility); and ultimately of (iii) comprehensive and interrelated actions that incorporate global and local dimensions.

Among the classical techniques of social research, is differentially emphasized (i) distributional or quantitative, through a knowledge of statistical or empirical is achieved; (ii) the structural or qualitative subjective aspects which are known; and finally (iii) the dialectic, which is considered as the issue to be investigated. In the proposed research, the three approaches are integrated, using traditional survey methodology while explore and experiment with other emerging alternatives, such as Wiki-Surveys.

Keywords: participation; decision making; Wiki-Survey; cultural landscape; Granada

1. INTRODUCCIÓN

Debido al sistema político y económico imperante vivimos en una sociedad individualista y competitiva que paradójicamente se caracteriza por el exceso de dependencia, de delegación y de ser muy corporativista. Pero al mismo tiempo, y sobre todo a partir del contexto de crisis económica global y local, se han producido profundos cambios en los equilibrios social, medioambiental y urbano, así como de representación (política, cultural, mediática, etc.).

Hay muchos signos de que estamos en los comienzos de una mutación histórica formidable en el modo en que pensamos y sus expresiones: las ideas, los conceptos, los nuevos significados de las palabras, etc., y especialmente en el modo en que nos relacionamos: los vínculos sociales se han multiplicado, y su naturaleza se ha diversificado.

El creciente desarrollo de las tecnologías de la información y comunicación ha generado una sociedad más conectada, más informada y con más capacidad de decisión en los asuntos que le atañen. Podemos afirmar que la sociedad ya está estructurada y funciona como una serie de redes interconectadas. Lo interesante es que hay una gran cantidad de recursos y herramientas a nuestro alcance, incentivando una mayor autonomía y autoaprendizaje en oposición a la constante delegación y dependencia de subsidios o de expertos. Se posibilita de este modo el desarrollo de experiencias de participación e implicación ciudadana, de procesos de corresponsabilidad y democracia directa, así como de acciones integrales multidisciplinares e interdisciplinares, tanto a nivel local como global.

El campo de la toma de decisiones colectivas, si bien no es una temática nueva, presenta un alto grado de complejidad, siendo necesarios multitud de enfoques y de disciplinas, como por ejemplo la Psicología para el análisis del papel del individuo; la Psicología Social, la Sociología y la Antropología para el análisis del papel de los grupos; y la Sociología y la Antropología para la comprensión de los sistemas organizativos, conformando lo que algunos autores han venido a llamar comportamiento organizacional (Robbins y Judge, 2013).

Pero, como se ha comentado, la reciente y emergente revolución en torno a las TICs está generando nuevas oportunidades, nuevos enfoques y metodologías útiles para la toma de decisiones mediante acuerdos colectivos. Son ya numerosas las plataformas y *softwares*, normalmente web, que sirven de apoyo para la organización y para la toma de decisiones colectivas. En *Entornos no competitivos*, Antonio O. Martín-Aragón (2015) diferencia tales herramientas en

dos campos fundamentales: (i) software para la toma de decisiones colaborativa en empresas, como son por ejemplo www.1000minds.com o www.yellowfin-bi.com; y (ii) software para la participación ciudadana en la toma de decisiones, como www.liquidfeedback.org, www.loomio.org o www.democracyos.org.

Han emergido igualmente otras plataformas especializadas en determinados campos, como por ejemplo www.participare.io, orientada a la realización de presupuestos participativos y que ha sido puesta en práctica entre otras ciudades en Santiago de Compostela (Concello de Santiago de Compostela, 2016), del mismo modo que la plataforma de código abierto Consul ensayada en los presupuestos participativos de Madrid (Ayuntamiento de Madrid, 2017). Por otro lado, además de los medios sociales más conocidos como www.facebook.com o www.twitter.com, podemos encontrar otros entornos que facilitan la participación de un modo similar a ellos como Irekia, emprendido institucionalmente en Euskadi (Gobierno Vasco - Eusko Jaurlaritza, 2016). También podemos encontrar numerosos entornos o plataformas experimentales enfocadas en los procesos de aprendizaje, diseño y decisión, como son CityWiki o Doyoucity.com (Abarca-Álvarez y Osuna-Pérez, 2013). Algunos ejemplos concretos sobre la acción transformadora de este tipo de herramientas los podemos encontrar en las acciones "Making New York greener and greater" (Allourideas.org, 2011) o en la Plataforma Madrid "Plaza España" (Ayuntamiento de Madrid, 2017).

1.1. LA EVALUACIÓN Y MONITORIZACIÓN DEL PAISAJE

El paisaje en los últimos años se ha situado en el centro de la discusión, en cuanto que es pieza clave de la sostenibilidad territorial y medioambiental, desde un punto de vista cultural, social y económico, influyendo sobremanera en la visión que tienen los pueblos de su medioambiente (Peano y Cassatella, 2011). Es por ello por lo que ciertas investigaciones se enfocan, mediante una aproximación holística, en evaluar y monitorizar tanto la situación de partida, como las transformaciones producidas en el paisaje (Cassatella y Peano eds., 2011), entendido éste como un hecho cultural, con connotaciones ecológicas, históricas, visuales y sociales, así como económicas. De este modo determinados autores propondrán, no sin ser conscientes de no agotar la temática, todo un conjunto de indicadores conformados alrededor de cinco dimensiones: (i) ecológica; (ii) histórica y cultural; (iii) la percepción ambiental y social; (iv) la forma del suelo y usos; y (v) la economía (Peano, Bottero y Cassatella, 2011). Estos indicadores se constituyen alrededor del Framework DPSIR -*Drivers, Pres-*

sures, State, Impact, Responses- (European Environment Agency, 1997) que enmarca, de un modo causal, las problemáticas medioambientales clave en torno al cambio climático con la intención de describir las interacciones entre la sociedad y el medioambiente.

1.2. LA CONSTRUCCIÓN SOCIAL O COLECTIVA DEL PAISAJE COMO HECHO CULTURAL

El Convenio Europeo del Paisaje (Consejo de Europa, 2000: 2) define “el paisaje” como “cualquier parte del territorio tal como la percibe la población, cuyo carácter sea el resultado de la acción y la interacción de factores naturales y/o humanos”, y el “objetivo de calidad paisajística” dice que “se entenderá, para un paisaje específico, la formulación, por parte de las autoridades públicas y competentes, de las aspiraciones de las poblaciones en lo que concierne a las características paisajísticas de su entorno.”

Por lo tanto, de las anteriores definiciones concluimos que el paisaje es una construcción indisoluble entre el medio y la población, no es algo dado a priori, sino que es la construcción de un territorio vivo, por lo que es necesario la implicación de la ciudadanía en la construcción del mismo contribuyendo a su bienestar y a la formación de cultura local identitaria.

Igualmente la creciente complejidad de los paisajes urbanos evidencia la existencia en los mismos de una multitud de intereses, en muchas ocasiones contradictorios, que es necesario gestionar de una manera justa, consensuada y democrática. En estos nuevos escenarios urbanos las prácticas y los procedimientos se han convertido por tanto en objetivos centrales; en los nuevos cuestionamientos políticos y sociales, por una parte, y profesionales y técnicos por otra.

Se entiende que el asunto fundamental del planeamiento urbano y territorial de las ciudades, no es ya meramente un problema técnico, sino que es un problema de organización centrado en la identificación de la ciudad con su territorio, y entenderlo como un proceso de alianza entre los propios habitantes y el medio urbano y natural que habitan, esto es en un proceso de creación de “paisajes culturales”.

Se considera que es el momento de plantear un cambio de pensamiento con una actitud más ética para con nuestros territorios, y convertir la planificación de la ciudad en una herramienta comprometida con la mejora de las condiciones de vida de la ciudadanía, el reconocimiento y creación de espacios

comunes y la dotación de servicios con la implicación de la propia ciudadanía en la definición de los mismos.

Para ello se propone un futuro a través de un sistema dinámico e interactivo donde se conjuguen la expresión de las necesidades y deseos de los habitantes contrastadas con los recursos físicos, biológicos y culturales estudiando y comparando las oportunidades y los límites.

De este modo, entre los objetivos de este trabajo cabe destacar la verificación del interés de las metodologías derivadas de los modelos de participación online de carácter abierto -tipo Wiki-Survey-, como modo de empoderamiento del ciudadano y de su configuración como actor de las decisiones que afectan a la evaluación y transformación del paisaje que le rodea, como principal marco de su realidad cultural y social. De forma específica se realizará el ensayo de la metodología propuesta para la determinación de los atributos e indicadores a evaluar con el objetivo de la valorización del paisaje de la ciudad de Granada.

2. METODOLOGÍA. CONSTRUCCIÓN COLECTIVA DE INDICADORES DEL PAISAJE

Siguiendo las metodologías participativas propuestas por la red CIMAS (2015) las técnicas clásicas utilizadas para la investigación social las podemos clasificar en tres grandes tipos: (i) las distributivas o cuantitativas, como son las encuestas o entrevistas cerradas, con las que se consigue un conocimiento de tipo estadístico; (ii) las estructurales o cualitativas, como son las entrevistas abiertas, los grupos de discusión, etc., que nos permiten conocer y construir opiniones y aspectos subjetivos; y (iii) las dialécticas, que parten de considerar el objeto a estudiar como sujeto y dónde la finalidad es la transformación social.

En el presente trabajo se han utilizado las tres técnicas, ya que se ha pretendido trascender las dos primeras donde el profesional diseña todo el proceso, lo interpreta y es quien toma finalmente las decisiones clave, y por lo tanto cierra las conclusiones, frente a la perspectiva dialéctica o también llamada socio-praxis, que trata de abrir el proceso a la creatividad de la ciudadanía, en nuestro caso, los estudiantes de arquitectura.

En cuanto al proceso de construcción colectiva y de generación de ideas, su éxito entendido éste como su nivel de innovación, normalmente depende de la calidad de la mejor oportunidad identificada (Girotra, Terwiesch y Ulrich,

2010) y de la metodología llevada a cabo para la generación de ideas. Se pueden distinguir de este modo investigaciones enfocadas en el estudio del éxito de la generación de ideas de valor estrictamente mediante el trabajo en equipo (Diehl y Stroebe, 1987; Sutton y Hargadon, 1996; Girotra, Terwiesch y Ulrich, 2010) o aquellas que apuestan por una valorización de la capacidad de un enfoque híbrido que combine una fase individual con una posterior de trabajo en equipo (Stroebe y Diehl, 1994; Girotra, Terwiesch y Ulrich, 2010; Robbins y Judge, 2013). A diferencia de las anteriores, nuestra investigación pretende utilizar conjuntamente con el contacto presencial, un entorno virtual de opinión, de ideación y proposición, simultaneando ambos enfoques con una hibridación total.

Esta hibridación propuesta, permite aproximarnos al paradigma de la Web 3.0, en cuanto la Web 1.0 conectaba información, la Web 2.0 conecta personas y la Web 3.0 viene a conectar conocimiento (Naik y Shivalingaiah, 2014) en la promesa de “organizar el mundo de la información” de una forma lógica y comprensible; siendo capaz de definir la información de una manera interpretable por las máquinas, emparejando definiciones, vocabularios y ontologías (Lassila y Hendler, 2007).

Con la intención de evitar el bloqueo típico y la reducción de productividad que generan los turnos de palabra en las reuniones de trabajo y creación presenciales (Stroebe y Diehl, 1994), en nuestra investigación se propone la co-creación de ideas propias del concepto ya existente de wiki survey. Las wiki surveys que a partir de ahora denominaremos “wiki-encuestas” son unos instrumentos propuestos por Matthew J. Salganik y por Karen E. C. Levy (2015) inspirado de la unión de los principios de Wikipedia y las investigaciones tradicionales basadas en encuestas. El funcionamiento es sencillo: al encuestado se le presenta una web, en la que se le formula una pregunta, pudiendo (a) elegir de entre dos posibles respuestas diferentes la que le parece más adecuada, (b) manifestar que no puede elegir, o bien (c) proponer una nueva respuesta diferente a las plantadas. El cuestionario continúa todo el tiempo que el encuestado desee, seleccionando para la misma cuestión de entre nuevos pares de respuestas o proponiendo nuevas soluciones, finalizando la misma simplemente por el abandono de la página web.

Según sus autores entre los principios generales que conforman a las wiki-encuestas podemos encontrar las tres siguientes: (i) es “voraz” en cuanto que tiene por objetivo obtener toda la información que sea posible, mucha o poca, de cada encuestado, permitiéndoles recolectar multitud de información

que con las tradicionales encuestas es sistemáticamente descartada; (ii) es colaborativa, en cuanto que las preguntas no son formuladas por investigadores sino por los propios encuestados; y (iii) es adaptativa en cuanto que el instrumento está permanentemente actualizado para sonsacar información útil (Salganik & Levy, 2015: 2-4), frente a la estaticidad de los cuestionarios basados en preguntas cerradas.

En nuestra investigación se realizó un seminario presencial en el que se realizó un estudio para cada una de las 5 dimensiones del Paisaje definidas por Cassatella y Peano (eds., 2011). Para cada una de tales dimensiones se llevó a cabo una wiki-encuesta diferenciada, obteniéndose de tal proceso un listado ordenado por preferencia, de los indicadores del paisaje propuestos mediante el proceso de colaboración. Posteriormente se usó una plataforma web para la realización de las wiki-encuestas (www.alloursideas.com).

3. CASO DE ESTUDIO. ACUERDOS COLECTIVOS PARA LA COMPRESIÓN Y TRANSFORMACIÓN DEL PAISAJE CULTURAL DE GRANADA.

De cara a concretar y delimitar el ámbito de experimentación se decidió (i) centrar el campo de estudio y trabajo sobre el paisaje urbano de unos entornos de máxima relevancia en la ciudad de Granada como son sus Centros de Enseñanza Infantil y Primaria; y (ii) seleccionar como sujetos/actores de la investigación a 126 estudiantes de Urbanismo 1 de la E.T.S. Arquitectura de Granada, lo que permitió experimentar un modo de docencia del Urbanismo más enriquecedor e innovador, con un contacto mayor con la realidad de la ciudad y con las dificultades de gestionar un proceso participativo con diversos agentes.

Específicamente se analizaron los entornos de proximidad de 5 minutos a pie desde cada uno de estos centros educativos, evaluándose, como simplificación de ellos, un círculo de 400 metros de radio con centro en cada colegio. De este modo sería asequible estudiar desde un punto de vista cuantitativo las características morfológicas de una realidad urbana concreta, así como las relaciones espaciales o de otro tipo con el resto de la ciudad (infraestructuras, espacio público, viales rodados o peatonales, zonas verdes, solares abandonados, usos, etc.) y de la percepción y uso de sus usuarios (alumnado, profesorado y madres y padres), para establecer los índices de calidad de vida y de sostenibilidad.

Partiendo de un marco general consistente en la puesta en valor de (i) la identidad, (ii) la sostenibilidad y (ii) el paisaje, los estudiantes trabajaron sobre cada una de las dimensiones establecidas por Peano et al (2011), conformando y definiendo los indicadores que inicialmente se introducirían en la plataforma de wiki-encuestas. Las dimensiones estudiadas fueron: (1) Ecología, (2) Histórico-cultural, (3) Percepción ambiental/social, (4) Formas del suelo y usos y (5) Economía. Los estudiantes en el seminario realizaron una lectura e interpretación de lo que significan para ellos estas cinco dimensiones, concretándolas para la ciudad de Granada. Tras reunirse por grupos redactaron una serie de *posts* con cada una de estas dimensiones (se pueden ver en: <http://doyoucity.com/proyectos/tema/144>).

A continuación se pasó a concretar unos indicadores-atributos de sostenibilidad y eficiencia urbana y los elementos morfológicos, que se pasarían a medir y evaluar para la comprensión de estos paisajes urbanos concretos. La concreción de los indicadores se realiza mediante la construcción colectiva de los mismos a partir de los intereses y valores prioritarios de los propios estudiantes. Para ello se ha usado el formato de wiki-encuestas o encuestas colaborativas (Salganik y Levy, 2015) que permiten abrir el formato de respuestas, a la vez que captan una información muy valiosa sobre las necesidades de los colectivos (Figura 1 y <http://doyoucity.com/proyectos/entrada/8002>). Este formato de encuestas permite, una vez formulada la materia y algunos posibles indicadores que la pueden definir, la votación de éstas o la propuesta de un indicador nuevo y diferente a los ya recogidos.

De este modo mediante un proceso iterativo, se van definiendo y ordenando los indicadores a partir del mayor o menor porcentaje de reelección por parte de los *stakeholders*, que en nuestro caso han sido los estudiantes y su entorno próximo al que han invitado a participar, familiares, vecinos o amigos.

En la Tabla 1 se pueden observar los resultados obtenidos en la Wiki-encuesta evidenciándose cómo la mayoría de las propuestas mejor puntuadas por los agentes de decisión, son aquellas que fueron sugeridas por los propios encuestados.

Finalmente tras finalizar la fase de wiki-encuesta por parte de los estudiantes, en la que actuaron como ciudadanos “empoderados”, se realizó otra actividad formativa en la que actuaron a modo de expertos en ciernes. En ella calcularon y evaluaron los indicadores para los distintos ámbitos urbanos de estudio, midiendo in situ, o mediante cartografías digitales y pequeños cálcu-

doyoucity Proyectos Usuarios Entradas Accede o regístrate pulsando en el siguiente icono

Inicio / Proyectos / Urban Games 2015 / Urban Game 4. Usos. La ciudad que sueñan los niños y las niñas I / Construcción participativa de Indicadores para evaluar la transformación del paisaje

Me gusta Tweet Dibuja

Construcción participativa de Indicadores para evaluar la transformación del paisaje
Creada el 12 de octubre de 2015 a las 21:52 por abarca

¡Participa en tu wiki-encuesta!

Colabora con nosotros para construir los indicadores que permitan evaluar la transformación del paisaje a escala local de la ciudad de Granada. Encuesta elaborada a partir de los indicadores de Peano et al (2011) en Cassatella y Peano ed. (2011).

Estarás participando activamente en la Investigación abierta titulada "Laboratorio urbano de Mapas auto-organizados (UrbanLabSOM). Influencia de la forma del patrimonio urbanístico de Granada en la sostenibilidad y eco-eficiencia de las barriadas y en su percepción social, mediante el uso de redes neuronales artificiales y mapas auto-organizados (SOM)", financiado por la III Convocatoria de Microproyectos de I+D+i del CEI BIOTIC de la Universidad de Granada.

Puedes colaborar en esta encuesta aportando nuevas ideas o respuestas que serán consultadas a los próximos encuestados.

La encuesta consta de 5 preguntas principales. Para cada una de ellas irán surgiendo pares de posibles respuestas, pudiendo elegir una de ellas o proponer una nueva idea. En el momento que decidas podrás pasar a la siguiente pregunta.

Puedes responder a las preguntas pulsando en cada uno de los siguiente enlaces o bien desplazándote hacia abajo en esta ventana:

Pregunta 1.
Pregunta 2.
Pregunta 3.
Pregunta 4.
Pregunta 5.

Votar aquí Ver Resultados Acerca

1/5 ¿Qué medida de la 'ecología' de un lugar consideras más importante para su mejora?

Figura 1. Realización de wiki-encuesta a través de plataforma diseño colaborativo para la elaboración colectiva entre los estudiantes de Urbanismo I de los indicadores de sostenibilidad a analizar. A partir de las 5 dimensiones establecidas se participa incorporando posibles indicadores. Accesible en <http://doyoucity.com/proyectos/entrada/8002>. Fuente: Elaboración propia.

los. Para ello elaboraron, limpiaron y refinaron los datos obtenidos hasta alcanzar la relevancia necesaria en la descripción de la realidad urbana. Posteriormente esta información la representaron en una serie de infografías (Figura 2), de modo que la información fuese mucho más legible y atractiva para su comprensión por cualquier persona ajena al proceso o no experta.

4. DISCUSIÓN Y CONCLUSIONES

Con esta investigación se ha realizado una radiografía de la situación actual en la que se encuentran unos entornos urbanos, que permite valorarlos cualitativa y cuantitativamente mediante unos indicadores adecuados construidos colectivamente a través de wiki-encuestas en Internet; a su vez se ha pretendido una práctica de libertad y empoderamiento de los participantes para la comprensión y concienciación del paisaje, que lleva igualmente implícita una propuesta de transformación y mejora del mismo.

Al decidir los propios estudiantes los indicadores con los que evaluar se ha pretendido ir algo más allá del mero análisis de una situación existente, realizando una práctica de autonomía, adquiriendo conciencia, compromiso y responsabilidad con su propio trabajo; al mismo tiempo que se reflexionan y comprenden aspectos esenciales de la disciplina del urbanismo, como por



Tabla 1. Se muestran las 10 ideas con mayor puntuación para cada una de las 5 dimensiones estudiadas. La puntuación se marca con el círculo un número, indicándose con la línea los intervalos de confianza al 95%. La puntuación indica el porcentaje de ocasiones que la idea/respuesta ha sido seleccionada. Se marcan con la etiqueta [ORIGINAL] las ideas que no han sido propuestas directamente por los encuestados y que fueron elaboradas por el Seminario de trabajo inicial.



Figura 2. Ejemplo de infografía realizada por las estudiantes Desirée Morales, Iris Díaz e Inmaculada Caballero como síntesis de parte de los datos obtenidos en el trabajo de campo y su análisis sobre el colegio Eugenia de Montijo de la ciudad de Granada.

ejemplo: forma, uso, movilidad, tiempos, espacios, ecología, sostenibilidad, etc. lleva través de una práctica democrática y auto-pedagógica.

Una ventaja del trabajo en red y en la red, es que todo el proceso se ha podido seguir de un modo transparente y en tiempo real, conociéndose en todo momento los resultados del mismo.

Otra ventaja de la metodología de las wiki-encuestas propuestas por Salganik y Levy (2015) y experimentadas en este trabajo, es que asimilan perfectamente distintos grados de implicación y participación de los agentes, evitando la habitual sensación de fracaso vinculado a las encuestas, inconclusas por los sujetos encuestados.

Como investigaciones futuras se plantea el interés, tal y como describe Salganik y Levy (2015), de evaluar si emergen respuestas singulares en aquellos grupos de encuestados que a priori presentan cierta singularidad, ya sea so-

cial, educativa, económica, etc. Igualmente se considera relevante realizar una comparación futura de los resultados obtenidos en la wiki-encuesta con los que se puedan obtener con metodologías cuantitativas y cualitativas, evaluándose la consistencia de tales respuestas.

En general, se ha querido experimentar en la posibilidad que ofrece hoy la red para generar un territorio vivo de simbiosis entre habitación y habitante, dándose a la vez la transformación social y física. Estudiar a una escala muy pequeña las posibilidades de Internet de convertirse en un instrumento dinámico de comprensión, transformación y generación de paisajes culturales.

En esta etapa histórica donde ha surgido la solidaridad “conmutativa” (Ascher, 2007), que relaciona a individuos y organizaciones pertenecientes a muchas redes conectadas entre sí, el reto y en lo que intenta profundizar este trabajo es en transformarla hacia una solidaridad “reflexiva”, es decir en ser conscientes de pertenecer a sistemas de intereses colectivos. Por ello estamos ante el desafío de la renovación de los conceptos y modelos de lo político y sobre todo de la toma de decisiones públicas, que deberán pasar a estar principalmente en manos del ciudadano mediante un proceso de empoderamiento.

5. AGRADECIMIENTOS

Este original se enmarca en el Proyecto de Investigación “Laboratorio urbano de Mapas Autoorganizados -UrbanLabSOM-” (Abarca-Álvarez y Mora-Esteban, 2016), habiéndose realizado parcialmente con el apoyo financiero del CEI BioTic Granada (Universidad de Granada), del Ministerio de Educación, Cultura y Deporte y de la Consejería de Economía, Innovación, Ciencia y Empleo, III Convocatoria de Microproyectos de I+D+i “Compromiso con la investigación y el desarrollo” (Proyecto Cód. V1-2015). Asimismo el trabajo ha sido cofinanciado parcialmente por el Programa del Plan Propio de Investigación 2016 de la Universidad de Granada “Proyectos de Investigación Precompetitivos” (PP2016-PIP09).

6. REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

- ABARCA-ÁLVAREZ, F. J. y MORA-ESTEBAN, R. (2016): *Laboratorio urbano de Mapas autoorganizados (UrbanLabSOM). Influencia de la forma del patrimonio urbanístico de Granada en la sostenibilidad y eco-eficiencia de las barriadas y en su percepción social, mediante el uso de redes neuronales artificiales y mapas auto-or-*

- ganizados (SOM). Granada: Universidad de Granada. CEIBloTic. Disponible en: <http://hdl.handle.net/10481/46491>, [22-05-2017].
- ABARCA-ÁLVAREZ, F. J. y OSUNA-PÉREZ, F. (2013): "Innovación en la docencia 2.0 para el fomento de la creatividad social y la expresión gráfica en la Universidad de Granada", en Del Barco Jaldo, L. J. y García Garnica, M. del C. (eds.) *Innovación Docente y Buenas Prácticas en la Universidad de Granada*. Volumen 2. Granada: Editorial Universidad de Granada, pp. 832-843. Disponible en: <http://hdl.handle.net/10481/28434>.
- ALLOURIDEAS.ORG (2011): «Making New York greener and greater», <<http://blog.allourideas.org/post/6326304438/making-new-york-greener-and-greater>>, [01/05/2017].
- ASCHER, F. (2007): *Los nuevos principios del urbanismo: el fin de las ciudades no está a la orden del día*, Alianza ensayo, Madrid.
- AYUNTAMIENTO DE MADRID (2017): «Decide Madrid - Participación del Ayuntamiento de Madrid» <<https://decide.madrid.es>>, [01-05-2017].
- CASSELLA, C. y PEANO, A. (eds.) (2011): *Landscape Indicators: Assessing and Monitoring Landscape Quality*, Springer Science+Business Media B.V., Berlin.
- CIMAS RED, ALBERICH, T., ARNAZ, L., BASAGOITI, M., BELMONTE, R., BRU, P., ESPINAR, C., GARCÍA, N., HABEGGER, S., HERAS, P., HERNÁNDEZ, D., LORENZANA, C., MARTÍN, P., MONTAÑÉS, M., VILLASANTE, T. R. y TENZE, A. (2015): *Metodologías Participativas: Sociopraxis para la creatividad social*, Dextra Editorial, Madrid.
- CONCELLO DE SANTIAGO DE COMPOSTELA (2016): «Compostela Decide. Orzamentos participativos», <<https://decide.santiagodecompostela.gal>>, [01-05-2017].
- CONSEJO DE EUROPA (2000) *Convenio Europeo del Paisaje*. Florencia 20.X.2000. Disponible en: http://www.mapama.gob.es/en/desarrollo-rural/temas/desarrollo-territorial/090471228005d489_tcm11-24940.pdf.
- DIEHL, M. y STROEBE, W. (1987): "Productivity loss in brainstorming groups: Toward the solution of a riddle.", *Journal of Personality and Social Psychology*, 53(3), pp. 497-509. doi: 10.1037/0022-3514.53.3.497.
- EUROPEAN ENVIRONMENT AGENCY (1997): *Air pollution in Europe 1997: Executive summary*. Copenhagen. Disponible en: https://www.eea.europa.eu/publications/92-9167-059-6-sum/at_download/file.
- GIROTRA, K., TERWIESCH, C. y ULRICH, K. T. (2010): "Idea Generation and the Quality of the Best Idea", *Management Science*, 56(4), pp. 591-605. doi: 10.1287/mnsc.1090.1144.

- GOBIERNO VASCO - EUSKO JAURLARITZA (2016): *Informe de la Participación digital para la Revisión de las Directrices de Ordenación Territorial de la CAPV*. Disponible en: http://www.euskadi.eus/contenidos/informacion/revision_dot/es_def/adjuntos/Informe-Participacion-Digital-DEF-completo.pdf.
- LASSILA, O. y HENDLER, J. (2007): "Embracing 'Web 3.0'", *IEEE Internet Computing*, 11(3), pp. 90-93.
- MARTÍN-ARAGÓN, A. O. (2015): *Nuevo paradigma para decisiones colectivas en entornos no competitivos*. Tesis Doctoral. Universidad Politécnica de Madrid. Escuela Técnica Superior de Ingenieros de Montes. Disponible en: <http://oa.upm.es/39383/>.
- NAIK, U. y SHIVALINGAIAH, D. (2014): "Comparative Study of Web 1.0, Web 2.0 and Web 3.0 Conference", (August), p. 40. doi: 10.13140/2.1.2287.2961.
- PEANO, A., BOTTERO, M. y CASSATELLA, C. (2011): "Proposal for a Set of Indicators", en Cassatella, C. y Peano, A. (eds.) *Landscape Indicators: Assessing and Monitoring Landscape Quality*. Berlin: Springer Science+Business Media B.V., pp. 193-215. doi: 10.1007/978-94-007-0366-7.
- PEANO, A. y CASSATELLA, C. (2011): "Landscape Assessment and Monitoring", en Cassatella, C. y Peano, A. (eds.) *Landscape Indicators: Assessing and Monitoring Landscape Quality*, Springer Science+Business Media B.V., Berlin, pp. 1-14. doi: 10.1007/978-94-007-0366-7.
- ROBBINS, S. P. y JUDGE, T. A. (2013): *Organizational Behavior*. Fifteenth, Pearson, Harlow.
- SALGANIK, M. J. y LEVY, K. E. C. (2015): "Wiki surveys: Open and quantifiable social data collection", *PLoS ONE*, 10(5), pp. 1-17. doi: 10.1371/journal.pone.0123483.
- SALGANIK, M., WEINSTEIN, J., HENINGER, N., ZELLER, B., LUBELL-DOUGHTIE, P., SHAH, D., SANDERS, A., TSUI, B., UZAMERE, P., LEVY, K., KAPADIA, D., GARBUZOV, D., TUBERGEN, B., AMBROSE, C., LEE, C. y BAKER, L. (2008): «Project: All our ideas». Department of Computer Science, Princeton University, <<http://allourideas.org/about>>, [01-05-2017].
- STROEBE, W. y DIEHL, M. (1994): "Why Groups are less Effective than their Members: On Productivity Losses in Idea-generating Groups", *European Review of Social Psychology*, 5(1), pp. 271-303. doi: 10.1080/14792779543000084.
- SUTTON, R. I. y HARGADON, A. (1996): "Brainstorming Groups in Context: Effectiveness in a Product Design Firm", *Administrative Science Quarterly*, pp. 685-718.

CV

Francisco Javier Abarca-Alvarez: Arquitecto (Granada 2001), Experto en Urbanismo (2003), Doctor Arquitecto (Granada 2011) y Experto Universitario en Métodos Avanzados de Estadística Aplicada (2016). Profesor del Departamento de Urbanística y Ordenación del Territorio de la Universidad de Granada con docencia de Urbanismo en la Escuela Técnica Superior de Arquitectura (ETSA) desde 2002, en la Escuela Técnica Superior de Ingeniería de Edificación (ETSIE) desde 2012 y en el Máster Oficial Universitario en Urbanismo de la Universidad de Granada desde 2013. Entre sus líneas de investigación destacan los estudios sobre sostenibilidad, densidad y forma urbana; modelos semánticos basados en inteligencia artificial; el código urbanístico como patrimonio urbano; y tecnologías de aprendizaje colaborativo en entornos educativos, formales e informales.

Francisco Javier Abarca-Alvarez: Architect (Granada 2001), Expert in Urban Planning (2003), Phd Architect (Granada 2011) and Diploma in Advanced Methods of Applied Statistics (2016). Lecturer of Urban and Regional Planning at the University of Granada with teaching in Urbanism subjects at Architecture High School since 2002, in ETSIE since 2012 and at the University Master degrees in Urban Planning at the University of Granada since 2013. Among his research include studies on sustainability, density and urban form; semantic models based on artificial intelligence; urban codes as urban and cultural heritage; and collaborative learning technologies in formal and informal educational settings.

Rubén Mora-Esteban: Arquitecto y Máster Universitario en Urbanismo por la Universidad de Granada. Doctorando en el Programa de Doctorado en "Sostenibilidad y Regeneración Urbana" del Departamento de Urbanística y Ordenación E.T.S. Arquitectura (UPM). Pertenece al Grupo de Investigación del Laboratorio de Urbanismo y Ordenación del Territorio UGR RNM357. Es patrono y socio fundador de la Fundación Rizoma. Ha participado en Proyectos de Innovación Docente (UGR). Profesor colaborador en talleres de Arquitectura, Urbanismo y Bio-construcción. Ha trabajado como investigador en el Departamento de Estadística y Econometría de la Universidad de Málaga y en Fundación Rizoma con la línea de investigación Territorio y Gobernanza.

Ruben Mora-Esteban: Architect and Master in Urban Planning (Granada). PhD student in the PhD Program in "Sustainability and Urban Regeneration" of the Department of Urban Planning and Architecture (UPM). He belongs to the Research Laboratory of Urban and Regional Planning RNM357 UGR. He is a founder partner of Rhizome Foundation. He has participated in Teaching Innovation Projects (UGR). Lecturer in workshops of Architecture, Urban Planning and Bio-construction. He has worked as researcher in the Department of Statistics and Econometrics at the University of Malaga and Rhizome Foundation with the research Territory and Governance.

EMERGENCIA SOCIAL Y MEDIOS DIGITALES DE ACCESO ABIERTO EN LA UNIVERSIDAD MICHOACANA DE SAN NICOLÁS DE HIDALGO

Dr. Alejandro Guzmán Mora

Facultad de Arquitectura, Universidad Michoacana de San Nicolás de Hidalgo
gmoralex@gmail.com

Resumen: Presentaremos como el uso de los medios digitales son una vía adecuada para la comunicación e información, ante la imposibilidad de tomar clase presenciales. La Universidad Michoacana de San Nicolás de Hidalgo duró 66 días cerrada, la más larga registrada en su historia, bajo un contexto geopolítico complejo como lo es el Estado de Michoacán de Ocampo en México. Se mostrarán los medios digitales empleados para lograr implementar una plataforma digital sin plataforma, mediante una intervención educativa. Así mismo se observó cómo desde la red se generan comunidades que tienen un real poder de convocatoria, llevando sus reclamos desde la red a las calles. Hoy las comunidades que se gestan en la red, se perfilan a ser un instrumento de cohesión social en pro de ideas e ideales.

Palabras claves: Tecnologías, Posmodernidad, Emergencia Social, Michoacán- México.

Abstract: We will present how the use of digital media is an adequate way for communication and information, given the impossibility of taking class face-to-face. The Michoacan University of San Nicolas de Hidalgo lasted 66 days closed, the longest recorded in its history, under a complex geopolitical context such as the Michoacan de Ocampo State in Mexico. The digital media used to implement a digital platform without platform will be shown through an educational intervention. Also it was observed how from the network communities are generated that have a real power of call, taking their claims from the network to the streets. Today the communities that are created in the network, are shaped to be an instrument of social cohesion in favor of ideas and ideals.
Keywords: Technologies, Postmodernity, Social Emergency, Michoacán- Mexico.

INTRODUCCIÓN

La comunicación hoy es un detonante de democratización, gracias a la inserción de ésta en la red digital y/o virtual, un ejemplo claro de comunidad donde convergen diferentes disciplinas en especial de las ingenierías, para conformar la tecnología de la red y la red misma, propiamente dicho, queremos enfatizar que el término tecnología, lo debemos de abordar desde una perspectiva amplia, como un estado del pensamiento, no solamente un discurso en tenor a los objetos o productos derivados del desarrollo tecnológico (cosas), la tecnología es un corpóreo teórico, que desde su plataforma ha generado cambios sustanciales en nuestras estructuras sociales, económicas, culturales, académicas.

La tecnología y sus aplicaciones podemos afirmar que son parte de nuestra vida, la comunicación dejó de ser unidireccional, hoy acudimos al espacio digital donde nos informamos y comunicamos en tiempo real, pudiendo expresar nuestras opiniones, estamos ante una gesta de sociedad crítica desde la red, creando comunidades donde confluyen las ideas e ideales. A un siglo de distancia de la primera transmisión comercial de radio y las primeras emisiones públicas de televisión, hoy la comunicación es un torrente digital, generando distintas posibilidades de comunicación.

En el año de 1991, aparece el término Internet, hoy gracias a la portabilidad, inmediatez y las diferentes plataformas vivimos cambios vertiginosos en este mundo globalizado y el término Internet pareciera que nos es algo inherente. Uno de los cambios que ha originado la red, es la forma de entender la educación, hoy tenemos en ella la fusión de la documentación tradicional y las tecnologías digitales, dando como resultado los documentos interactivos, estos documentos al estar en la red permiten que un gran número de personas puedan hacer uso de él, con ello hoy generamos documentos multimedia agregando un carácter distintivo: Ser interactivo, bajo la denominación de comunicación emergente.

Hoy consumimos y producimos todo frente a una pantalla cualquiera que ésta sea, eso son sitios en una dependencia frente a ellas, así como nos otorga un gran poder, hoy producimos bienes y servicios y también los consumimos, pero sin salir de casa o bajo los esquemas de trabajo en la red, es el espacio de los no lugares, como lo describiera Marc Augé.

Estas condicionantes sobre el cambio que está produciendo los medios digitales, han generado inteligencias colectivas nunca antes vistas, que surgen

en diferentes escenarios y en el de la educación no es la excepción, sabedores del potencial que este medio nos brinda y que ésta es una herramienta ideal de comunicación en virtud de su penetración desde hace años entre la población juvenil, quienes usan este medio digital como principal vía de comunicación, partimos de estos elementos para utilizarlos en la resolución de una emergencia de comunicación e información, que les presentamos a continuación.

En México las manifestaciones sociales suelen emplear mecanismos de presión para las autoridades con la finalidad de obtener sus demandas, esto sucede por dos razones, la primera por no tener una respuesta oportuna y la segunda por conductas heredadas de viejas formas de conducta que datan de la década de los sesenta y setenta del siglo pasado.

Uno de estos mecanismos es “la toma”, entendido como un cierre parcial o total de una vía de comunicación (carreteras, calles), de los accesos de una oficina o institución, en el Estado de Michoacán, esto es una práctica común, son muchas las implicaciones inherentes tanto jurídicas, políticas, económicas y la insatisfacción de la población que es perjudicada por estos actos, que al verse afectada demanda a la autoridad que resuelva de manera inmediata el problema en turno.

Queremos compartir con ustedes los resultados de un proyecto académico que fusionó información y comunicación, nos referimos a lo vivido en nuestra institución, la Universidad Michoacana de San Nicolás de Hidalgo, enfrentó una toma de sus instalaciones, pero no por un día o unos pocos días, se dio la toma más larga en la vida de la institución (66 días), lo que impedía físicamente tomar o impartir clase en las instalaciones destinadas a ello, por lo que ante este hecho se propuso implementar lo que se denominó “cursos extramuros”.

Se pretendía dar clases de forma presencial en otros espacios no universitarios, algo difícil para una comunidad de arquitectura, pues cuenta con más de 2500 alumnos, lo que le obliga a tener dos turnos para poder albergar este número de estudiantes en los 10 semestres que componen la carrera, al ver los impedimentos físicos de ello, en nuestro caso, planteamos la implementación de una plataforma digital para este fin, que sirvió de portal para la comunicación e información.

Para lograr lo anterior se utilizaron dos plataformas, la primera que fue utilizada como vía de información nos referimos a *Facebook*, la segunda fue *W*

*eebly*¹, herramienta interactiva para contenidos multimedia en el diseño de páginas web, gratuita y con servicios de *hosting* robusto donde diseñamos los contenidos temáticos de las asignaturas, en concordancia con la currícula y los contenidos a tratar.

ORIGEN DE LA TOMA

La toma se originó al modificar la forma de ingreso a la universidad, delegando esta función a una empresa particular: el centro nacional de evaluación para la educación superior (Ceneval), organismo ajeno a la institución, que aplica un examen general estandarizado para todo el país, sin ver las características particulares inherentes de cada universidad, su contexto geopolítico, entre tantas otras variables, hecho que generó un gran número de rechazados.

Se ocasionó un justo reclamo social sobre un derecho plasmado en la Constitución Política de los Estados Unidos Mexicanos, inherente a el acceso a la Educación Pública, es aquí en donde surge la emergencia, los alumnos organizados en dos frentes, Coordinadora de Universitarios en Lucha (CUL) y Movimiento de Aspirantes y Rechazados (MAR), convocaron a los jóvenes que no aprobaron dicha evaluación por medio de publicaciones en las redes sociales (Facebook, Twitter).

Una vez reunidos acordaron el realizar la toma de las instalaciones de la institución, esto incluye todos los campus en la ciudad de Morelia, escuelas, facultades, departamentos, institutos entre otros espacios universitarios, poniendo a la luz lo que bien cita Bauman "en la familia de los pensamientos, hay enanos en abundancia" (Zigmunt, 2012).

CONTEXTO DE LA INSTITUCIÓN

La Universidad Michoacana de San Nicolás de Hidalgo (UMSNH), es la máxima casa de estudios en el Estado de Michoacán de Ocampo y es una de las más grandes en la zona centro occidente de México, su campus central se ubica en la ciudad de Morelia, donde concentra el 74 % de sus alumnos, cuenta con campus en 13 municipios al interior del Estado, teniendo una matrícula de más de 51,000 estudiantes (UMSNH, s.f.).

¹ Plataforma de uso gratuito para el diseño de páginas web.

Dependencias Educación Superior (DES)	Hom Nvo	Muj Nvo	Nuevo Ingreso	Hom Reing	Muj Reing	Total Rein-greso	# Inscritos
Nivel Técnico	91	257	348	167	489	656	1004
Nivel Medio superior	1986	2131	4117	2779	3000	5779	9896
Ingenierías y Arquitectura	1312	482	1794	3741	1040	4781	6575
Ciencias de la Salud	1102	2144	3246	4120	7309	11429	14675
Ciencias Económico Administrativas	686	985	1671	1879	2586	4465	6136
Derecho	59	761	1330	2221	2780	5001	6331
Humanidades	252	271	523	589	559	1148	1671
Metalurgia, Materiales y Ciencias Exactas	123	42	165	252	109	361	526
Ciencias Biológicas Agropecuarias (Uruapan)	364	146	510	1200	412	1612	2122
Ciencias Biológicas Agropecuarias (Apatzingán)	26	6	32	62	22	84	116
Ciencias Biológicas Agropecuarias	452	423	865	1087	859	1946	2811
Total	6963	7638	14601	18097	19165	37262	51863

Figura 1. Matricula Total, Registrada en la (UMSNH) por D.E.S. en el Ciclo 15-16. Vigente en el SIIA al 18 de agosto de 2016 12:30 h (elaboración propia datos de Sistema Integral de Información Administrativa)

Como se ilustra en la figura 1, el número de alumnos de la institución es de 51,836 de los cuales el 12% en Ingenierías y Arquitectura, 28% se concentra en Ciencias de la Salud, el 11.83 % Ciencias Económico Administrativas, 12.2 % en Derecho, 3.22 % en Humanidades, lo que nos indica la demanda a nivel superior en nuestra institución.

CASAS DEL ESTUDIANTE:

La universidad dentro de su función social alberga y auspicia a moradores escolares, por medio de las designadas “casas del estudiante”, las cuales suman 34 casas, unas pertenecen a la institución otras al gobierno estatal o municipal y otras más son de particulares, a los cuales se les paga por concepto de renta, las hay tanto para mujeres como hombres, no existe un censo que nos dé el número exacto de moradores, se estima en más de 5 mil estudiantes, el recurso económico que destina la institución de sus recursos propios supera

los 100 millones de pesos anualmente, unos 4.9 millones de euros, esto para el mantenimiento de las casas, alimentación y transporte por medio de becas (Hernández, 2016).

Las casas del estudiante tienen representatividad en el máximo órgano de gobierno de la institución, el Consejo Universitario, otorgándoles voz y voto, situándolos con ese hecho a la par de los consejeros alumnos y profesores de cada una de las facultades, como lo establece el numeral VI, artículo 9 del marco jurídico de la universidad (UMSNH, s.f.).

CONTINGENCIA

Al darse la toma por parte de los jóvenes de la CUL y el MAR, el primer día del ciclo escolar que iniciaba, se dio una afectación en el desarrollo académico de la institución, pues una institución académica pública que es cerrada por los actores que son la razón de ser de la misma, nos referimos a los alumnos, resulta una aberración. Sin duda los argumentos por parte de ellos, fueron simples pero contundente, la defensa de la Educación Pública.

Al paso de los días y sin encontrar visos de solución al conflicto, por indicaciones del Rector de la universidad se implementó un programa denominado "clases extramuros", el cual pretendía que se mantuvieran las clases frente a grupo, en lugares de la ciudad: plazas, jardines, bibliotecas, atrios, plazas comerciales, cafés, calles, despachos, oficinas públicas, entre otros espacios. (La Voz de Michoacán, 2016)

Esta determinación si bien loable, no fue práctica, en virtud del número elevado de alumnos a atender, además de que la ciudad reclama sus espacios, que por esta actividad le fueron despojados, dando cuenta de que la misma no cuenta con tantos lugares públicos como aparenta y en ellos el comercio reclamó sus dominios.

La toma tuvo una duración de 65 días de un ciclo escolar organizado en semestre, lo que nos indica la magnitud de este movimiento y su impacto en el quehacer académico de la institución, inició el día lunes 29 de agosto de 2016 y terminó el 3 de noviembre de 2016, si expresamos en porcentaje los días de toma, tenemos que representó casi el 70% del semestre, con lo cual se ejemplifica de forma clara la magnitud de este suceso.

MEDIOS DIGITALES, VÍA DE COMUNICACIÓN E INFORMACIÓN

Las herramientas digitales en sus diferentes manifestaciones, redes sociales, plataformas, correo, comunicación asíncrona y síncrona, son un medio

adecuado para salvar la imposibilidad de una clase presencial. Así mismo estas redes configuran un potente medio para la libre expresión de ideas y el poder de ellas para convocar desde lo inmaterial de su efímera sustancia a movilizaciones en el mundo tangible de las calles, plazas, entre otros espacios físicos de la ciudad en pro de sus propuestas y demandas.

Es menester el comentar que la facultad implementó un programa que pretende poner en marcha una plataforma digital para clases no presenciales denominado Educación a Distancia Arquitectura (Guzmán, 2009), así mismo se instrumentó una página en la plataforma de Facebook intitulada Elige Facultad de arquitectura para establecer un vínculo de comunicación y difusión en la red digital en torno al quehacer disciplinario de la arquitectura, como se indica en la figura 2.

Con estos dos instrumentos como eje de operación (plataformas digitales en Facebook y Weebly), mostraremos el trabajo realizado para solventar la emergencia vivida en la institución, descrita anteriormente, es importante el aclarar que este proyecto solo se aplicó a un porcentaje de los alumnos, no a

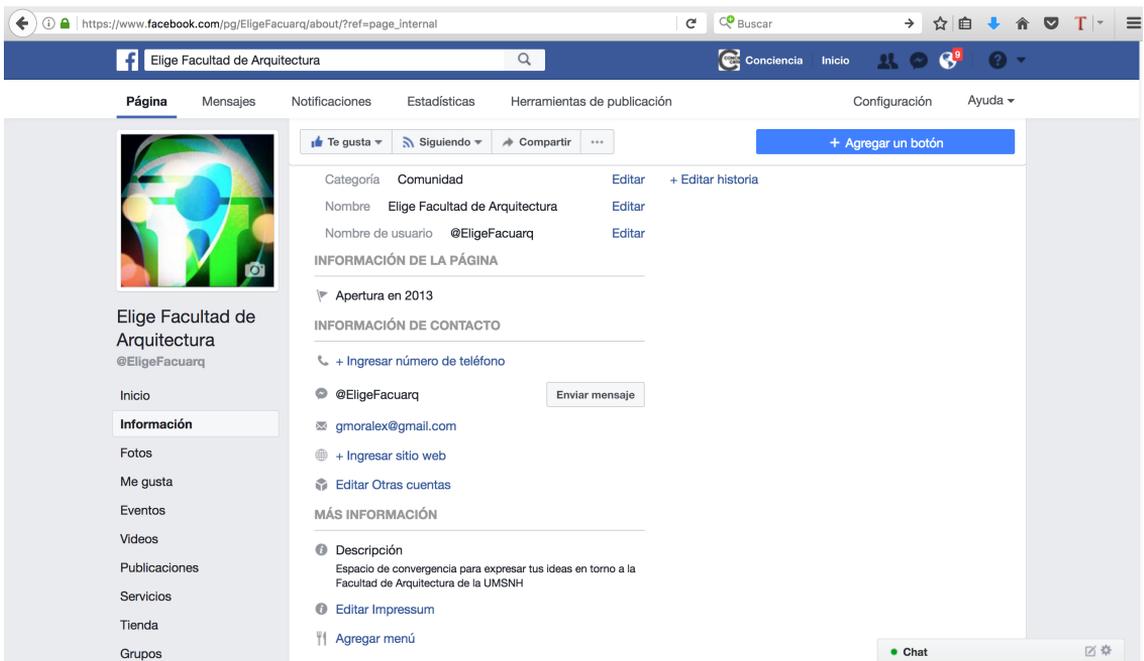


Figura 2. Comunicación Digital, fecha de registro en la plataforma de Facebook, página Elige Facultad de Arquitectura y página del proyecto de tecnología educativa (Guzmán, 2017).

su totalidad, las asignaturas que se instrumentaron bajo este proyecto fueron: Matemática, Resistencia de Materiales, Taller de Construcción y Cuantificación de Obras, todas ellas pertenecen al área tecnológica, se cita este dato, pues la facultad se divide en cuatro áreas académicas, Composición Arquitectónica, Tecnológica, Urbano Ambiental e Historia y las asignaturas referidas corresponden al área tecnológica.

DESARROLLO

Teníamos ante nosotros el siguiente escenario adverso:

1. La imposibilidad de tener clase frente a grupo en una facultad donde estas son presenciales y segmentadas en semestres,
2. Falta de espacios acordes para la impartición de las asignaturas,
3. No contar con una base de datos con información de los alumnos que posibilitara tener una comunicación con ellos, debido a que la toma se dio con el inicio de clases,
4. Ausencia de una regulación administrativa y jurídica respecto a las clases extramuros,
5. Falta de contenidos acordes a una plataforma digital,
6. La presión mediática a nivel mundial producto del impacto de la toma de las instalaciones de la institución,
7. La politización del problema en donde grupos ajenos solo buscan su beneficio (partidos políticos, funcionarios de diferentes niveles de gobierno, entre otros).

Ante ello se decidió realizar una metodología para la implementación de la plataforma digital donde los alumnos podrían ver y dar seguimiento a los contenidos de sus asignaturas, el diseño instruccional e intervención educativa fue la siguiente:

METODOLOGÍA

Por tratarse de una aplicación práctica, la investigación se tornó en un estudio de caso de tipo experimental, como lo es en su mayoría las investigaciones del tipo micro, coincidiendo con lo citado en el estudio de meta análisis (Alme-nara, 2008). El criterio para la selección de las plataformas digitales a emplear fue el que fueran robustas, de fácil acceso, libres de costos, intuitivas, sin res-

tricciones en el número de usuarios y que permitieran el llevar un registro con la finalidad de hacer reportes basados en evidencias.

FASES Y ESTRATEGIAS

El trabajo se dividió en cuatro fases; primera, se abordó la difusión e información para tomar las clases en línea; segunda, la creación de una base de datos por medio de formularios en línea; tercera, el diseño, implementación y puesta en línea de los contenidos curriculares adaptados a un formato de educación a distancia de las asignaturas en la plataforma de *Weebly*; cuarta, utilización de servicios en la nube donde los estudiantes colocaban los trabajos solicitados, se utilizó la plataforma de *Dropbox*.

Para implementar la Fase 1, de comunicación e información, nos valimos de la página creada desde el año 2013 la cual ha servido como un medio de comunicación digital en la comunidad de la facultad de arquitectura a través de la plataforma de *Facebook*, en virtud de ser un medio ya conocido, en ella se colocaron los avisos y los enlaces (*links*) para las diferentes actividades (llenado de formulario, plataforma de educación a distancia, video conferencias, etcétera).

Esta misma plataforma sirvió de red o intranet, pues la comunidad de la facultad se avisaba de los cambios de sedes, horarios y una serie de publicaciones relacionadas con la toma y las clases extramuros. En nuestro caso, la respuesta fue muy positiva, al colocar el aviso sobre la impartición de clase en línea y solicitarles el registro para obtener su correo electrónico, obtuvimos en dos días la totalidad de los registros en las secciones solicitadas.

En la Fase 2, se utilizaron las herramientas proporcionadas por las *Apps* de *Google*, alojadas en el *Drive*, es decir, usamos servicios en la nube, las cuales se pueden usar al tener una cuenta de correo en la plataforma de *Google*, dentro del *Drive* permite organizar las aplicaciones por medio de carpetas, para lo cual se creó una, denominada semestre 2016-2017, dentro de ella se almacenó todo lo relacionado con el proyecto.

Primero se creó dentro de ella el diseño del formulario y los datos recogidos en él, el formulario se montó en la página de la plataforma de *Facebook*, donde los alumnos al seleccionar el vínculo los direccionaba a la página diseñada para capturar los datos (formularios), con lo cual nos permitió capturar las respuestas a los reactivos solicitados, es importante el señalar que el medio empleado

de comunicación fue el digital, por ende todo se daba en tiempo real al estar en línea.

Se seleccionó los formularios del *Drive* de *Google*, porque permiten obtener una base de datos con las respuestas en los reactivos, otra ventaja es que automáticamente se almacenan estos datos en los servidores de *Google*, en lo que hoy conocemos como almacenamiento en la nube.

Una vez obtenidas las respuestas al formulario lo exportamos a otra aplicación por medio de una hoja de cálculo dentro de *Google Docs*, los cuales pueden ser de texto o de datos, en nuestro caso generamos una base de datos y con ello logramos una de las condicionantes esenciales para el logro de este proyecto, poder establecer una comunicación con todos los estudiantes de forma directa, lo anterior se logró al contar con las direcciones electrónicas de su correo, cumpliendo con ello con el primer propósito (establecer una comunicación directa con ellos).



Figura 3. Etapas de la fase dos del modelo para la instrumentación e intervención educativa.

Fase tres; esta fase fue muy importante y compleja, el reto fue tener el material que tradicionalmente se tiene en una clase presencial a un formato para la red, es decir crear una intervención educativa digital, para ello nos basamos en el trabajo de tesis de la maestra en comunicación y tecnologías educativas Sheila Calderón Stamatio (La formación docente como medio para implementar el proyecto de la Plataforma de educación a distancia de la Facultad de Arquitectura, 2014), el cual fue nuestro marco teórico y parte del metodológico.

Para la creación de la página web donde se subiría las unidades de aprendizaje de las asignaturas, se seleccionó una plataforma que cumpliera con los objetivos señalados anteriormente, dentro de las opciones con estas características nos decidimos por la plataforma *Weebly*, el nombre asignado a la página fue: *gmoralex.weebly.com*, por ser un dominio de *weebly* en automático queda asignada la extensión *weebly* al nombre que uno selecciona seguido de la identificación web (.com).

En ella se organizaron las asignaturas ubicadas en relación a lo dispuesto en la curricula de la facultad, dividiéndola en sub áreas, para ello se diseñó un menú donde los alumnos pudieran seleccionar la asignatura que les correspondiera y dentro de ella se organizó por unidades de aprendizaje, acorde a la carta descriptiva de las asignaturas en comento. Se complementó con sesiones de videoconferencia grupales para la resolución de dudas y el compartir experiencias.

Se anexó a la página un buzón de sugerencias, sitios de interés y una semblanza de la autoría, el sistema permite identificar el correo de origen y se configuró a un servidor asociado a una cuenta de correo para dar respuesta oportuna a las sugerencias emitidas por los alumnos y/o público en general, en virtud de que la página no tiene restricción alguna para su ingreso y obtención del material académico que allí se ofrece.

Fase cuarta, con la finalidad de tener un espacio digital para la recepción de los trabajos encomendados por asignatura, se seleccionó una plataforma que permitiera el almacenamiento suficiente para alojar a un promedio de 500 trabajos, lo que equivale tener el mismo número de archivos, la plataforma seleccionada fue *Dropbox*, la cual permite crear una "solicitud de archivos", donde se puede agrupar por depósitos, al crearse *Dropbox* les asigna una dirección (url) única, la que se empleó para colocarla en la página de cada una de las asignaturas dentro de la plataforma de *weebly*, donde los alumnos al seleccionar el vínculo los lleva directamente a la opción de solicitud de archivos, donde pueden enviar los archivos digitales sin necesidad de registro.

MEDIOS DIGITALES EMPLEADOS

Enlistaremos los recursos digitales empleados para la realización de este proyecto, se buscaron aquellos que tuvieran como características el colocar el proyecto dentro de la web 3.0, conocida como la red semántica, dentro de las principales características que pretende la web 3.0 podemos citar: sus contenidos deben ser libres, potenciando con este hecho a las humanidades digitales, poder ingresar por medio de múltiples dispositivos pues hoy los *smartphones* son el medio digital más empleado después de la laptop, poder ser georreferenciados. Todo ello para facilitar el estar comunicados en línea y en tiempo real, sin mayores contratiempos que la propia red presenta.

Los recursos digitales empleados fueron: *Google Gmail, Google Drive, Google Forms, Google Docs, Google* complementos del Drive: *autocrat, Flubaroo,*

Form Workflow, Google Analytics, Mail Merge with Attachments, siteMaestro, Wizy Mail Merge & Doc Merge with Attachments, Google Hangouts (vídeo conferencia), plataforma *Join.me* (vídeo conferencia), Plataforma *Weebly* (diseño de página web) y plataforma *Dropbox2* (almacenamiento en la nube).

Las aplicaciones anteriores nos ayudaron a establecer una comunicación con nuestros estudiantes, logrando con ello llevar los mensajes clave, que impactaron positivamente en nuestra comunidad de estudio.

RESULTADOS

Se logró establecer una comunicación con los alumnos al tener la base de datos, en ella obtuvimos sus correos electrónicos, lo que permitió establecer un contacto de una manera personalizada, el cambio de rol en los estudiantes fue muy positivo, pues pasaron de ser espectadores a actores, en virtud de la dinámica establecida de clase y que el propio medio digital motivó, pues el alumno podía ir avanzando a su paso y repetir tantas veces un módulo, corregir sus trabajos, interactuar con sus compañeros, todo de una manera colaborativa y en línea.

La entrega de los trabajos fue en tiempo y forma, para ello se les proporcionó una rúbrica donde de forma clara se les indicaba como serían evaluados, el tiempo límite para la entrega, la dirección web donde deberían subir sus archivos, con ello evitamos cualquier ambigüedad.

Las vídeo charlas fueron muy amenas, se programaron por asignatura y en diferentes horarios, donde la clase se abordaba en una charla, de allí su nombre, los alumnos opinaban sobre el tema y el profesor corregía algunos detalles técnicos o aportaba elementos teóricos específicos de algunos tópicos, dejando de ser el profesor el que hablara y hablara, como sucede en la clásica clase magistral, hoy los alumnos opinaban.

Se programó el sistema para que, al recibir algún trabajo, sugerencia, se le contestara de forma automática, pero personalizada, evitando con ello el que se sintieran que un robot estaba detrás de la pantalla, esto lo logramos por medio de cartas personalizadas que se prepararon por asignatura y en donde se les comunicaba que su tarea había sido recibida, colocando el nombre del

2. Urls únicas generadas por *Dropbox* para subir archivos para cada materia: Matemáticas: <https://www.dropbox.com/request/izQ514NqydjRjdlPtzn>, Resistencia de materiales: <https://www.dropbox.com/request/TLW6hEazUNNcGsWkZNkr>, Cuantificación de obra: <https://www.dropbox.com/request/Ntxab3H-DemhXjo7PEdIF>, Taller de Construcción: <https://www.dropbox.com/request/EFu23FTG5ehu4Lvu7Q1B>.

archivo que él enviaba, la hora de registro, donde se le facilitaba si lo hacía en tiempo, esto ayudó a que los estudiantes se motivaran.

Se logró tener evaluaciones, dejando de lado el calificarles, hoy ellos sabían de antemano que habían cumplido y además que lo habían hecho como se les pidieron las cosas, por lo que garantizaban una evaluación positiva, cosa que se presentó en el 100% de los casos, un indicador muy positivo para esta apuesta educativa.

Al tener el registro de las tareas, trabajos y exposiciones, se tenía las evidencias para poder mostrar los resultados, que automáticamente se ponía tener los portafolios por alumno, por asignatura o por tema, cumpliendo así con una meta que en años anteriores era complicada.

CONCLUSIONES

El salir a las calles a tomar clase, es un gesto loable pero imprudente y fuera del marco normativo establecido por la institución, lo que nos expuso a los peligros de la ciudad (asaltos, accidentes), el tener varios lugares para impartir las clases obligaba a los alumnos a transportarse entre estos sitios, lo que originó un gasto que no tenían contemplado, los horarios que se establecieron fueron de las 9 a 16 horas de lunes a viernes, los espacios que originalmente no cobraban por su uso después impusieron cobros por usuario y por hora, así como los departamentos que ellos ocupaban les incrementaron las rentas argumentando que habitaban más personas, se dio pauta a la especulación de espacios y a la renta de ellos, inclusive propiciado por mismos profesores que rentaban espacios para la asignación de clase.

Podríamos afirmar que al ocupar las plazas públicas se realizó un rescate de estos espacios, como lo sucedido en la plaza de la "soterraña", espacio en el que nos enteramos del comercio que allí se ejerce (la prostitución), en la semana que ocupamos este lugar dejaron de asistir las personas que se dedican a este comercio, pero casualmente aparecieron dos víboras de cascabel en sus jardines (MiMorelia, 2016), y esa "casualidad" nos orilló a dejar ese espacio.

Las herramientas digitales de libre acceso, son adecuadas, exceptuando las diseñadas para enlaces sincrónicos, pues estas limitan el número de usuarios que en lo general es muy reducido (un máximo de 20), por lo que nos vimos en la necesidad de usar varias plataformas en su periodo de prueba (gratuito), para poder realizar esta tarea.

La respuesta de los alumnos fue muy positiva pues el porcentaje alcanzado fue de 87%, se observó una disposición total en los alumnos de quinto y séptimo semestre al participar el 100 % de ellos, nos enfrentamos a cierto desinterés con los alumnos de primer semestre, ya que el porcentaje de participación fue menor al 60%.

La brecha digital es un factor importante a tener en cuenta, no podemos usar e implementar un sistema de educación a distancia si no se cuenta con equipo y con acceso a Internet, en lo referente al universo de estudio se contó con una cobertura del 95%.

El nivel de aceptación por parte de los alumnos al sistema escolar digital implementado fue muy motivador para seguir trabajando en esta vía, pues todos los jóvenes respondieron positivamente a la entrega de trabajos, tareas, llenado de formularios, así como las vídeo conferencias y charlas, lo que generaba una comunicación en vivo.

La red sirvió de enlace entre la comunidad, donde ahora los estudiantes opinaban sobre la problemática, desde diferentes posturas, pero de una forma abierta y con argumentos. Se generaron dos posturas, una a favor de la toma y otra en contra, las autoridades universitarias invadían los medios digitales con información desde su postura, que muchos no compartíamos. Desde la red se convocaban a reuniones para manifestar su apoyo hacia los que seguían en la toma, así como los que estaban en contra de ella, esto se tornó en ocasiones violento, pues unos estudiantes con su bandera de querer recuperar su espacio, se enfrentaban físicamente a sus compañeros que mantenían la toma, algo que fue muy lamentable, pues se repitieron en varias ocasiones, en una de ellas la propia autoridad universitaria utilizó esta vía para aglutinar a estudiantes y enfrentarlos para lograr su desesperada solución a la toma, actos que alejaban cada vez más una solución y que de hecho no lo lograron.

Una institución cerrada es una aberración, en ello coincidíamos todos, pues la educación es el arma contemporánea que permitirá esgrimir contra todos los flagelos que hoy padecemos, sobre todo en nuestra posición geopolítica, Michoacán, México.

Los medios digitales son un factor determinante en la comunicación e información, gracias a él, pudimos no solamente estar en comunicación con la comunidad académica de la facultad, pasamos a un importante avance, una notable mejoría en la disposición y compromiso de ellos, los estudiantes tuvieron un cambio de actitud, queremos resaltar este hecho, que sin duda fue

el factor de éxito, subrayando una vez más que son ellos los que determinan cuando ser actores de su desarrollo o lamentablemente seguir pasivos ante un portal de comunicación e información que nos brinda los medios digitales.

REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

- La VOZ DE MICHOACÁN (2017): «UMSNH, alista clases extramuros», <<http://sitio-lavoz.lavozdemichoacan.com.mx/morelia/umsnh-alista-clases-extramuros/>>, [6/09/2017].
- GUZMÁN Mora, A. (2010): «EDUCA FAUM», <<http://educafaum.weebly.com/>>, [13/07/2017].
- CABERO Almenara, J. (2016): «E-Learning Metaanálisis de Investigaciones y Resultados Alcanzados», <<http://tecnologiaedu.us.es/nweb/html/pdf/ProyectoEA08.pdf>>, [15/05/2017].
- HERNÁNDEZ, A. (2017): «Le cuesta 120 mdp a la UMSNH», <<http://www.mimorelia.com/mantener-las-casas-del-estudiante-le-cuesta-120-mdp-a-la-umsnh>>, [3/06/2017].
- MIMORELIA.COM (2016). «Localizan dos serpientes de cascabel», <<http://www.mimorelia.com/localizan-dos-viboras-de-cascabel-en-el-jardin-de-la-soterrana>>, [10/05/2017].
- CALDERÓN-STAMATIO, S. (2014), *La formación docente como medio para implementar el proyecto de la Plataforma de educación a distancia de la Facultad de Arquitectura, Universidad Michoacana*, Instituto Latinoamericano de la Comunicación Educativa (ILCE), Ciudad de México.
- UMSNH (s.f.) «Información pública, UMSNH», <<http://www.informacionpublica.umich.mx/index.php/informacion-de-oficio/105-oferta-academica-y-matricula-estudiantil-en-la-umsnh>>, [20/11/2016]

CV

Profesor investigador en la facultad de arquitectura de la Universidad Michoacana de San Nicolás de Hidalgo, con más de 16 años de docencia, estudios en ingenierías, ciencias, humanidades y tecnologías. Coordinador de dos Simposios internacionales, uno sobre la interdisciplinariedad entre arte y arquitectura, el otro una ventana al desarrollo tecnológico contemporáneo de las ingenierías en la arquitectura. Doctor en Artes y Humanidades, consultor en proyectos y edificaciones en ingenierías y arquitectura, funcionario en diferentes puestos y niveles.

Research professor in the architecture faculty at the Universidad Michoacana de San Nicolás de Hidalgo, with more than 16 years of teaching, studies in engineering, science, humanities and technologies. Coordinator of two international symposia, one on the interdisciplinarity between art and architecture, the other one a window to the contemporary technological development of the engineers in architecture. Doctor in Arts and Humanities, consultant in projects and buildings in engineering and architecture, civil servant in different positions and levels.

DEL MOTION GRAPHICS PUBLICITARIO AL DIDÁCTICO

Concepción Alonso Valdivieso.

Universidad de Granada.

alonsov@ugr.es

Jesús Pertíñez López.

Universidad de Granada.

jplopez@ugr.es

Resumen: Tal y como entendemos hoy los Motion Graphics podrían definirse como animación de gráficos y textos. Normalmente acompañados de una música o una voz en off que se apoya en la imagen para comunicar una idea.

Los Motion Graphics nacen casi al mismo tiempo que el cine, recreándose sobre todo en los títulos de crédito. Después, con la llegada de la televisión se hace más patente su uso. Actualmente los encontramos en los rótulos de programas, en las cortinillas televisivas (que separan secciones de un programa) o en la publicidad. Por lo versátil del Motion Graphics, existen otras áreas que también lo han adoptado para crear animaciones que ayudan a traducir ideas. Una de ellas es la educación.

Existen algunas plataformas con fines educativos en las que se alojan multitud de Motion Graphics y tienen una gran repercusión y difusión. Sin duda la mayor de todas es la plataforma TED-Ed. En ella encontramos maravillosos videos en los que se explican todo tipo de conceptos por materias; Lengua y literatura, matemáticas o arte, entre otras. Vamos a descubrir cómo son estos vídeos y por qué resultan tan útiles a la vez que novedosos en estos días en los que aprendemos con las tecnologías.

Palabras clave: Animación, Grafismo Audiovisual, Motion Design, Diseño Audiovisual.

Abstract: As we understand it today, Motion Graphics could be defined as graphics and text animation. This is usually accompanied by music or an off-screen voice to communicate an idea. Motion Graphics are born almost at the same time as cinema, being used, specially, in the titles of credit. Then, with the arrival of television, its use became more apparent.

Since the advent of television, Motion Graphics have been in constant use. We find them in TV show lower thirds, bumpers (separating different sections of a program) and in advertising.

There are a number of educational platforms hosting numerous Motion Graphics works that have great impact and reach broad audiences. Doubtless the most important of all is TED-Ed. There we can find wonderful videos explaining all kinds of concepts by subject, including language and literature, mathematics and art. In this work we will discover what these videos are like and why they are so useful and innovative today, in an age in which we learn through different technologies.

Key words: Animation, Audiovisual Graphics, Motion Design, Audiovisual Design

INTRODUCCIÓN

Si queremos hablar de Motion Graphics la primera tarea es definir con claridad el término y el significado que queremos darle. Motion Graphic es la expresión inglesa utilizada con más frecuencia para referirse al “grafismo audiovisual”, que sería la terminología adecuada si no queremos recurrir al anglicismo. En cualquier caso, se trata de imágenes y textos que se mueven al ritmo de una música con la intención de exponer de la manera más sencilla y clara un mensaje o idea compleja. En muchas ocasiones se acompaña con una voz en off que refuerza el mensaje.

Los Motion Graphics están muy ligados a otras disciplinas de artes gráficas y muchos lo definen como diseño gráfico en movimiento. Por otro lado, como veremos más adelante también se acerca a la infografía. Las infografías son “gráficos de información que se utilizan para aportar una información gráfica a las noticias audiovisuales o escritas, a este tipo de representaciones también se le denomina gráfica diagramática” (Herráiz, 2010: 107) y cuando estos gráficos se ponen en movimiento se pueden convertir en Motion Graphics.

Aunque se asocia fundamentalmente con las animaciones digitales 2D o 3D, los Motion Graphics tienen históricamente tres grandes campos de aplicación: por un lado, la publicidad, de donde parten sus orígenes; por otra, proviene de los títulos de crédito que empiezan a hacerse desde la llegada del cine; y por último, de la animación experimental a partir de los años 20 del siglo XX, en donde se empiezan a mezclar distintas manifestaciones artísticas buscando un nuevo lenguaje plástico.

Para los más neófitos es difícil diferenciar la línea que separan los Motion Graphics de la animación, incluso podemos considerar a los Motion Graphics como un tipo de animación. Pero, cuando lo definimos formalmente observamos que existe una diferencia esencial y que hace que sus caminos se separen: el mensaje. Los Motion Graphics siempre tienen una función informativa, mientras que una serie de dibujos animados o una película tienen la función de entretenimiento o diversión. (Crook, Beare, 2017: 12)

Con esta definición ya empezamos a darnos cuenta de lo interesante que podría ser si todos esos componentes los invertimos para realizar vídeos educativos con lecciones escolares. Imágenes, movimiento, color, música y voz para hacer más claras y atractivas unas clases que deben adaptarse a las nuevas tecnologías y metodologías docentes.

ANTECEDENTES DEL MOTION GRAPHICS

Los orígenes de los Motion Graphics podemos situarlos junto a los inicios del cine. En algunas películas de cine mudo se utilizaban textos a modo de explicaciones que ayudaban a entender la película. Muchos de ellos estaban muy cuidados e iban en sintonía con el tono de la película. El caso de los realizados para "El gabinete del Doctor Caligari" de Robert Wiene en 1919 nos sirve de claro ejemplo en el que la relación estilística entre la tipografía puntiaguda y de alto contraste y la arquitectura de la película es evidente, con juegos de luces y sombras. Es uno de los primeros filmes en los que se utilizan los títulos de crédito para establecer el tono de la película, para hacer un pequeño preámbulo de lo que vendrá después.

Pero cuando se empieza a hablar en términos de Motion Graphics o Grafismo Audiovisual es cerca de los años 50 alrededor de la figura de Saul Bass, un gran diseñador gráfico que trabajó los títulos de crédito de míticas películas como "Vértigo" de Alfred Hitchcock o "Anatomía de un asesinato" de Otto Preminger, entre otras. Se le considera pionero en el uso de la animación para la creación de créditos "con las que consiguió todo un rango de efectos emocionales y psicológicos imposibles de obtener con la técnica tradicional de rotulación" (Hervás, 2002: 15).

Si intentamos buscar unas raíces anteriores a la obra de Saul Bass tenemos que mencionar la vertiente más experimental de la animación ligada al arte de las vanguardias de los años 20. Artistas como Walter Ruttmann, Viking Eggeling, Oskar Fischinger o Len Lye, descubren que el celuloide puede ser otro lienzo distinto sobre el que componer sus obras. Entienden que con la animación se puede conseguir un "arte global", una nueva forma de expresión que aúne la pintura, la escultura, la danza y, especialmente, la música. Sus trabajos se caracterizan por crear composiciones abstractas, influencia del camino abierto por Kandinsky en la pintura. Buscan ante todo la simplificación de la forma y del color. Los elementos, de formas sencillas geométricas, siguen un movimiento dinámico y ordenado en el espacio que es la pantalla. De esta manera consigue caracterizar a cada forma con un comportamiento y establecer un diálogo con cada una de ellas y del conjunto con la pieza musical. El ritmo, la sincronización, la sinergia entre artes se convierte en el eje de la creación, pensada para formatos de pantalla específicos o para espectáculos en directo. Comienzan a desarrollar conceptos y técnicas nuevas que serán utilizadas por diseñadores como el mencionado Saul Bass.

HERRAMIENTAS EDUCATIVAS EN EL AULA

Lejos quedan ya los tiempos en los que los profesores explicaban las lecciones con el apoyo de sus acetatos con montones de esquemas escritos a mano y algún dibujo proyectados sobre una pantalla. O aquellos pases de diapositivas con presentaciones de imágenes. Más tarde, con la llegada de los ordenadores en el aula, empezamos a trabajar con *Microsoft Power Point*, un programa diseñado para presentaciones interactivas con pocas opciones, aunque hay que decir, que en las últimas versiones de este programa se incorporan mejoras muy considerables capaces de crear pequeñas animaciones con objetos sencillos. Herramientas que hay que conocer y aprender a manejar con soltura para sacarles todo el provecho.

Desde hace pocos años, se han creado nuevas herramientas digitales que mejoran el aspecto visual de las presentaciones que se utilizan en el aula. Una de ellas es *Prezi*, con ella podemos crear presentaciones muy dinámicas, casi vertiginosas si nos excedemos, en las que se pueden incrustar imágenes y vídeos. El aspecto de la presentación es como un gran mapa conceptual en el que podemos hacer zoom cuanto queremos, descubriendo nuevos apartados que desde lejos pasaban desapercibidos, todo ese movimiento por la presentación puede resultar un poco desconcertante y es fundamental usarlo con control. No obstante, haciéndolo con buen criterio pueden resultar presentaciones muy atractivas y capaces de captar la atención de los oyentes.

Prezi nos permite trabajar desde su propia web, donde disponemos de numerosas plantillas si no nos atrevemos con nuestro propio diseño. La comodidad reside en que no tenemos que instalar ningún software en nuestro equipo y que al estar online podemos recurrir a nuestras presentaciones desde cualquier sitio, aunque también permite descargarlas y llevarlas contigo en algún dispositivo de almacenamiento.

Todas éstas son herramientas muy valiosas para llevar a cabo una docencia basada en la clase magistral en la que el profesor explica contenidos apoyándose en una presentación. Pero existen otras metodologías docentes como la famosa "clase al revés" (*flipped classroom*) inventada por dos profesores de ciencias estadounidenses, Jonathan Bergmann y Aaron Sams. Su metodología consiste en «hacer en casa lo que tradicionalmente se hace en el aula, y lo que comúnmente se hace en casa como deberes, se realiza en el aula» (Bergmann y Sams, 2012: 25).

Hemos podido comprobar que este método de enseñanza es más efectivo y sobre todo atrayente para el alumnado. Lo venimos aplicando a la enseñanza de materias artísticas tecnológicas en las que la metodología tradicional ya no tiene sentido. Un profesor realizando ejercicios desde su ordenador conectado a un proyector con la esperanza de que los alumnos le sigan, repitiendo los mismos pasos que él, se convierte en una tarea tediosa porque cada alumno tiene un ritmo de trabajo. Estas clases tradicionales se convierten en una especie de "Tour de Francia" en donde los alumnos se van quedando descolgados porque son incapaces (o no están interesados) en seguir al profesor y al final sólo llegan a la "meta" una minoría. O incluso peor, el profesor tiene que esperar a los rezagados, con lo que los más aventajados se aburrirán y desconectarán.

La enseñanza "al revés" permite que cada alumno trabaje a su ritmo, en su casa, a la hora que quiera y que la clase se convierta en un foro para exponer ideas o problemas. Pero para que esto funcione, el profesor necesita preparar material audiovisual para todos los temas. Y aquí surge el verdadero problema, preparar clases atractivas, motivadoras, efectivas.

Lo habitual es grabarse en un aula con una pizarra y explicar ante la cámara la lección para después facilitarle a los alumnos esas grabaciones. Digamos que esto es lo básico, incluso simple, pero hay universidades que apuestan por este tipo de material audiovisual facilitando formación e instrumentos a los profesores para que lo hagan de esta forma. No estamos muy seguros de la eficacia de este método porque en el fondo no es más que una clase grabada, sustituimos un profesor presencial por otro virtual.

Las nuevas corrientes pedagógicas plantean cambios más profundos. La educación basada en proyectos hace inútil la clase magistral, ya sea en directo o online. El proyecto necesita herramientas, problemas, alternativas, cambios distintos que seguir, errores sin soluciones, para que los alumnos se conviertan en verdaderos agentes de su educación. Los retos ya están planteados y los docentes deben ser capaces de afrontarlos. Hay que evitar el riesgo de banalizar la educación, en convertir la clase en una suerte de espectáculo televisivo en el que el profesor se convierte en el presentador del show. El medio no es el mensaje y los detractores de los cambios educativos (siempre los hay) creen que los alumnos se cansarán y que es una moda pasajera carente de esfuerzo.

Está demostrado que los jóvenes aprenden sin una enseñanza dirigida, aprovechando las ventajas de los medios audiovisuales y de internet. Si el pro-

fesor sabe plantear las preguntas adecuadas y preparar el material idóneo, los alumnos sabrán reconducir su aprendizaje.

A este paso evolutivo se ha sumado wikipedia, canales de youtube, twitter y facebook como herramientas para intercambiar dudas y conceptos online.

La pregunta que nos hacemos es si el material que los profesores están preparando es el idóneo, si están aprovechando todas las posibilidades que las técnicas les ofrecen actualmente. La defensa que estamos haciendo de los Motion Graphics sería impensable sin la democratización de la tecnología que hace que cualquier persona con un simple ordenador pueda crear material didáctico de gran calidad. Pero vamos un paso más allá ¿cómo sería si ese material lo editase y complementase un profesional de la edición y la animación? ¿cómo sería para estos docentes poder contar con el apoyo profesional y los recursos necesarios para mostrar ejemplos de sus lecciones? A través de los Motion Graphics podemos viajar cruzando el sistema solar y navegar en el espacio hasta el sistema nervioso de cualquier ser vivo, de lo más inmenso a lo más pequeño. Este medio de enseñanza lo podemos comprobar visitando algunas plataformas que utilizan vídeos educativos realizados por profesionales de la animación.

TIPOS DE MOTION GRAPHICS

Si queremos convertir nuestras clases en verdaderas fuentes de aprendizaje, tendremos que enriquecerlas con herramientas que ya han demostrado su eficacia en otros campos, como puede ser la publicidad. Los Motion Graphics utilizan distintos tipos de animación para lanzar sus mensajes, ya sean publicitarios o didácticos. Vamos por tanto a definir las distintas clases de animación de las que nos podemos servir y utilizaremos ejemplos del mundo de la comunicación comercial ya que aún no existen los suficientes ejemplos de Motion Graphics didácticos que cubran todas las técnicas que podrían utilizarse.

Animación 3D

Los Motion Graphics realizados con software 3D, como pueden ser *Cinema 4D* (que se complementa muy bien con *Adobe After Effects*), *3D Studio* o también de software libre como *Blender*, son una opción muy buena cuando se necesitan imágenes, recreaciones muy realistas y precisas o aquellas en las que la observación desde distintos puntos de vista es imprescindible. Podemos ver con qué materiales está construida una casa adentrándonos capa a capa, atravesando cada material. O recrear su construcción para observar

todo el proceso. Nos podemos meter dentro del cuerpo humano, recrear órganos, operaciones. Las posibilidades son infinitas, no hay barreras para una animación 3D como sí las tendría una cámara real que no puede meterse en cualquier parte.

Pero no obligatoriamente una animación 3D tiene que intentar imitar la realidad lo máximo posible. Existen otras creaciones con un carácter más cercano a la ilustración con personajes y objetos 3D en los que se observa un estilo más fresco y divertido.

Rocknroller studios, es una agencia de publicidad que ha creado multitud de animaciones increíbles para distintos productos. Podemos ver en la imagen [Figura 1] cómo se ha creado un entorno 3D con objetos que tienen textura de madera, dando una calidad y confort especial al entorno. Un móvil, un ordenador, teclado, etc. El spot muestra una aplicación de adobe llamada "*adobe kuler*" que permite crear paletas de colores a partir de una fotografía capturada con el teléfono. O la creación de un guante de portero para apreciar todos los pasos necesarios para hacerlo perfecto.

Por suerte este proceso de enseñanza es abierto y multidireccional. Y existen multitud de herramientas en internet para poder aprender con solvencia el manejo de este tipo de softwares, especialmente *Blender*.

Animación 2D

La animación 2D que emplean los Motion Graphics, desde un punto de vista particular, encierran una estética muy atractiva con colores planos y formas sencillas, pero también en muchas ocasiones con complejas animaciones. Como ya sabemos, las animaciones 2D se encierran en una superficie plana donde los objetos se mueven en un eje de coordenadas X e Y (horizontal y vertical). Aunque los objetos o personajes sean planos, pueden simular moverse en un entorno que tiene profundidad cuando al acercarse a la pantalla se hacen más grandes o al alejarse de ella, más pequeños.

Los Motion Graphics en 2D son los más utilizados, estamos rodeados de ellos en multitud de medios, en los rótulos televisivos, cortinillas (pequeñas animaciones que separan las secciones de un programa), publicidad, créditos. Existen muchos anuncios de conocidas marcas que recurren a este tipo de grafismos. Por ejemplo, *Asisa*, que ha lanzado una campaña publicitaria llamada "publiterapia"¹ se trata de una serie de spots llenos de delicadas animaciones 2D. Se caracterizan por el uso de una reducida paleta de color que sólo

1. https://www.youtube.com/channel/UCFonWg1y2qY_Nuwml6dS8Qg [30/08/2017]

juega con el azul, el rojo y el blanco para corresponder a sus colores de marca. En ellas, unos personajes con enormes cuerpos y pequeñas cabecitas sin rostro nos dan algunos consejos para mejorar nuestra salud y estar atentos a las señales que nos da nuestro cuerpo. Desde cómo reconocer los síntomas de un ictus, a cómo hacernos una autoexploración de mama. Esta fabulosa campaña ha sido realizada por el estudio JWT en España.

Animación 2.5D

La animación de dos dimensiones y media es un tipo de animación que también se conoce como efecto *Parallax*. Consiste en recortar una imagen en distintas capas o añadir capas nuevas que no pertenecen a la imagen original. Al separar estas imágenes en capas, hay que rellenar el hueco que dejan según el contexto. Una vez que están preparadas, desde un software de animación como *Adobe After Effects*, se crea una animación con ella que da la sensación de ser una cámara muy lenta, que poco a poco se va acercando. Al acercarse la cámara se aprecia la profundidad ya que habrá elementos que incluso sobrepasen la cámara.

Existen muchos ejemplos de estas animaciones 2.5D, pero quizá podríamos destacar aquí por su carácter formativo, el documental "Motalko", creado por Miklós Falvay y dirigido por Attila Kekesi en 2011 [Figura 2]. En este documental se habla sobre la primera gasolinera húngara y utiliza multitud de fotografías antiguas a las que se les ha dotado de una tercera dimensión. Fotografías en blanco y negro, o en tonos sepias, rasgaduras o motas de polvo que flotan sobre la imagen en movimiento, incluso a veces da la sensación de que la cámara rota sobre los objetos. El efecto logrado es asombroso.

Stop Motion

De todas las técnicas de las que se pueden servir los Motion Graphics, el Stop Motion es el menos utilizado, no obstante, encontramos algunos ejemplos en publicidad. La animación Stop Motion consiste en la captura de imágenes fotograma a fotograma y de ésta las posibilidades también son muy amplias; animación de recortes de papel, plastilina, pintura, arena. En este caso mostraremos un ejemplo de Motion Graphics realizado con papeles recortados y muchas, muchas libretas *Moleskine*. Por supuesto, se trata de una serie de anuncios de esta conocida marca de papelería. En muchas ocasiones lanzan ediciones especiales de sus libretas, como la edición limitada de "Yellow Submarine" de los Beatles que celebraba el 50 aniversario de la creación de una de las películas animadas más maravillosas jamás creada. Lanzaron un anun-

cio homenajeando a muchos de los increíbles personajes que aparecen en la película, algunos salen de las páginas del propio cuaderno [Figura 3]. En otras ocasiones se juntan muchos cuadernos dando forma al famoso submarino surcando mares psicodélicos de color. Si navegamos por su canal de *YouTube*² comprobaremos que tienen muchos vídeos en Stop Motion e incluso algunos *making of* ("cómo se hizo") donde nos cuentan cómo están hechas las animaciones, los materiales que utilizan, el equipo que participa, por lo que resultan muy reveladores.

Animación sobre imagen real

La animación sobre imagen real también se conoce como Rotoscopia. Nos servimos de un vídeo previamente grabado para después editarlo. Podemos añadirle gráficos o dibujos dejando ver el vídeo que hay debajo, pero también cabe la posibilidad de que nos sirvamos de la imagen real para calcar un movimiento y después taparlo con la animación.

En publicidad lo vemos constantemente, es tan frecuente que en muchas ocasiones ya nos pasa desapercibido. Desde el anuncio en el que un personaje resfriado es perseguido por sus síntomas en forma de palabras, hasta los anuncios en los que el personaje es disfrazado de caballero o de astronauta por un dibujo que se superpone a la imagen real. Nos referimos a las geniales campañas publicitarias de las galletas *Oreo*³ que en los últimos años han encontrado en la animación la mejor técnica para sus anuncios.

LOS MOTION GRAPHIC EDUCATIVOS

Encontramos distintos medios donde hallar Motion Graphics educativos y enfocados a distintos públicos que nos pueden servir de ejemplos para nuestro trabajo.

Plataformas de vídeos

Existen cada vez más plataformas con multitud de vídeos educativos que se sirven de la animación para hacer más comprensibles sus contenidos, donde animadores profesionales y educadores trabajan juntos para obtener un vídeo de calidad.

Encontramos varios tipos de plataformas, algunas dedicadas a realizar vídeos que podrían formar parte del currículo de cualquier educador escolar. Pero también otras dedicadas a los adultos, plataformas de vídeos con fines

2. <https://www.youtube.com/user/moleskineart> [29/08/2017]

3. <https://www.youtube.com/watch?v=iSw2jNQ0ifU> [29/08/2017]

sociales o incluso para explicarnos complejas ideas sobre economía o política y ayudarnos a entender el mundo un poco mejor. Vamos a destacar tres por su calidad, difusión y sobre todo por el uso didáctico de los Motion Graphics.

En cuanto a las primeras, una de las plataformas más conocidas probablemente sea *TED-Ed*, quizá la más global de todas ya que sus vídeos y conferencias están subtítulos en más de 20 idiomas (la mayoría). Incluso podemos encontrar animaciones en español de Sudamérica y han creado un canal de *YouTube* llamado *TED-Ed español*.⁴

TED-Ed es una plataforma pionera en la creación de vídeos didácticos para distintos rangos de edad. Todo comenzó en 1984 cuando empezaron a realizarse conferencias donde se reunía tecnología, entretenimiento y diseño, hasta convertirse en la plataforma que es hoy en la que podemos encontrar multitud de materias. Si navegamos un poco por su contenido comprobaremos la gran cantidad de material del que disponen. Podemos separar por materias y buscar vídeos sobre ciencias, filosofía, arte, etc.

Cuando entramos en la web por primera vez y nos dirigimos al apartado "about" encontramos un vídeo de presentación que comienza así; "Ahora, en algún lugar, algún educador imparte una lección que cambia la mente de su clase, pero esta lección sólo llega a los estudiantes de esa aula. ¿Qué pasaría si la grabáramos? ¿Y si animadores y artistas visuales pudieran dar vida a esa lección?" (TED-Ed, 2012)

La técnica que se utiliza principalmente en sus animaciones es 2D. Normalmente están protagonizados por personajes sencillos, que se mueven en un entorno de formas simples, geométricas y colores planos. Siempre se acompañan de una voz en off que nos irá explicando alguna cuestión.

Nos hablan de importantes temas como si se estuviera narrando una historia, de manera muy emocionante. Como en "Bird migration, a perilous journey" una lección de Alyssa Klavans y animada por Igor Coric, en la que nos hablan de la migración de las aves y de cómo se hace una tarea difícil debido a la deforestación, la polución o la contaminación lumínica entre otros factores. Y todo ello con una animación muy cuidada, con un estilo de dibujo muy particular y atractivo, simulando ser una acuarela. [Figura 4]

Otra de sus geniales animaciones es una lección de matemáticas titulada "A brief history of numerical system", un interesante Motion Graphics sobre la historia de los símbolos numéricos. Lo hace con un estilo de dibujo completa-

4. https://www.youtube.com/channel/UCshVTOdmZLdLj8LTV1j_Ouw [29/08/2017]

mente diferente al anterior donde predomina la estética *flat*, abandonando la sombras y texturas. El color adquiere gran protagonismo en una paleta llena de armonía. Todo está cargado de geometrías que en constante evolución no dejan de cambiar de forma y transformarse en otra cosa. [Figura 5]

RSA ANIMATE es otra plataforma de vídeos animados que pretende explicar y difundir ideas que cambien el mundo. Explica conceptos para adultos sobre economía, internet en la sociedad, etc. Tienen un canal de animación, pero también otro de vídeos de imagen real. La característica especial de sus vídeos animados es que una mano va dibujando gráficas sobre los que la voz en off habla, esos gráficos y dibujos van cobrando vida una vez que han sido dibujados. Es muy interesante seguir la evolución de estos vídeos y comprobar cómo los primeros se hacían sobre pizarras y después la grabación se editaba para acelerar el tiempo, a modo de timelapse, hasta que actualmente se manipulan completamente por ordenador para crear animaciones, aunque manteniendo su esencia ya que la mano sigue dibujando y descubriendo el trazo como en sus primeros vídeos.

ANIMATION FOR A CAUSE no es una plataforma con vídeos didácticos, la finalidad de sus animaciones es otra, se hacen con fines sociales y en ellas nos explican alguna dramática situación y cómo podemos contribuir para solventarla. "Animation for a cause" es una organización sin ánimo de lucro que cuenta con la colaboración de grandes profesionales de la animación y podemos observarlo en su elevadísimo nivel técnico y artístico. Como por ejemplo en "Child Care Center"⁵, una animación con la que se pretende recaudar fondos para la construcción de un hogar de acogida para niños que han sufrido abusos o maltrato. Una animación bellísima y con la voz en off de un niño muy conmovedora.

Cada vez son más los centros que invierten en una educación basada en las tecnologías, en las que los alumnos ya no cargan con pesados libros de texto, sino que en una tablet cargan todo el contenido de forma electrónica. Esto es posible ya que muchas editoriales de libros de texto han realizado una gran inversión en actualizar sus contenidos utilizando la ilustración, la animación y la interactividad. Editoriales como "Grupo Planeta" o "Digital-Text" ofrecen contenidos renovados para enseñanzas de primaria y secundaria. Lo hacen a través de plataformas que facilitan el seguimiento diario del trabajo de los alumnos. Por tanto, no sólo es un material de aprendizaje, sino que es una her-

5. <https://vimeo.com/81015274> [30/08/2017]

ramienta con muchas más funcionalidades, en la que además se puede programar una agenda escolar o realizar tareas.

Los alumnos cuentan⁶ que su experiencia educativa ha mejorado mucho desde que utilizan material audiovisual para complementar su educación. En asignaturas como química les resulta esencial para entender cualquier proceso que antes tenían que imaginar a partir de un texto.

No obstante, es un material privado al que sólo tienen acceso aquellos que hayan pagado la cuota. En cambio, las anteriores plataformas (TED-Ed o *RSA ANIMATE*) difunden todo su material para que cualquier persona, desde cualquier parte del mundo con una conexión a internet, pueda disfrutar de sus maravillosas y reveladoras lecciones animadas.

CONCLUSIONES

Con estos ejemplos queremos evidenciar que la animación y Motion Graphics nos abren un nuevo mundo de experiencias contrastadas en el mundo de la educación. Las clases monótonas con lecciones magistrales sobre la pizarra tienen sus días contados y todo docente que se considere como tal, debe actualizar sus métodos de enseñanza al cambio tecnológico que ya se ha producido.

Convertir un tema en un objeto audiovisual dotado de movimiento está al alcance de cualquier profesor porque la tecnología ha facilitado mucho su uso. Los Motion Graphics permiten el acceso a un gran número de información y favorecen la interacción entre profesor y alumno poniendo en marcha prácticas interactivas que convierten el proceso del aprendizaje en un procedimiento cooperativo.

Los métodos de enseñanza que repiten esquemas con siglos de antigüedad ya no son válidos para generaciones de alumnos que viven permanentemente conectados y conscientes de su acceso al conocimiento. La labor del animador gráfico en los procesos educativos se convierte ahora en fundamental. No podemos obviar que nos encontramos ante un nuevo sector profesional que se abre a los estudiantes de bellas artes y que dota de nuevo sentido a la animación. En esta línea nos sumamos a los principales teóricos de la animación que abogan por resaltar su papel como agitador cultural y pedagógico, como medio de concienciación política y como un transformador de ideas.

6. <https://youtu.be/wO5--kiZe4k> [30/08/2017]

REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

- BERGMANN, J. SAMS, A. 2012: *Dale la vuelta a tu clase*. España: SM.
- BYRNE, Bill. 2012: *Motion Graphics*. Waltham, USA: Focal Press.
- CEREZO, José, M^a. 2002: *Diseñadores en la nebulosa. El diseño gráfico en la era digital*. Madrid: Biblioteca Nueva.
- COLOMER, Antoni. RAFOLS, Rafael. 2003: *Diseño Audiovisual*. Barcelona: Gustavo Gili
- CROOK, Ian. PETER, Beare. 2017: *Fundamentos del Motion Graphics. Principios y prácticas de la animación gráfica*. Barcelona: Promopress
- CURRAN, Steven. 2000: *Motion graphics: graphic design for broadcast and film*. Hamburgo: Gingko Press.
- FABER, Liz. WALTERS, Helen. 2004: *Animation Unlimited. Innovative Short Films Since 1940*. Londres: Laurence King Publishing
- HERRÁIZ, Beatriz. 2008: *Grafismo audiovisual: el lenguaje efímero. Recursos y estrategias*. [Tesis doctoral]. Universitat Politècnica de València.
- HERVÁS, Christian. 2002: *El diseño gráfico en televisión*. Madrid: Cátedra.

CV

Concha Alonso (Almería, 1984) es profesora en la Facultad de Bellas Artes de la Universidad de Granada, donde se licenció en el año 2008 y más tarde se doctoró en 2014. Dentro del amplio abanico que comprenden las artes se siente muy atraída por la animación, la ilustración, el diseño y el audiovisual. Materias sobre las que imparte o ha impartido clases en los últimos seis años que lleva trabajando en esta Universidad.

Concha Alonso (Almería, 1984) is a professor at the Faculty of Fine Arts of the University of Granada, where she graduated in 2008 and later received her doctorate in 2014. Within the broad spectrum of artistic disciplines she is heavily drawn to animation, illustration, design and audiovisual art. These are all subjects that she is either teaching or has taught over the past six years working at the University of Granada.

Jesús Pertíñez (Granada, 1961) es profesor de la Facultad de Bellas Artes de la Universidad de Granada. Licenciado por la Universidad de Sevilla y Doctor por la de Granada, está especializado en Animación 2D y 3D asignaturas que imparte desde hace 25 años. Director de tres proyectos

de I+D sobre análisis de imágenes fijas y animadas para niños. Autor de numerosos artículos sobre animación y técnicas educativas.

Jesús Pertíñez (Granada, 1961) is a professor of the Faculty of Fine Arts of the University of Granada. Graduated in the University of Seville and Doctor in the University of Granada, he's specialized in 2D and 3D Animation, subjects that he has taught for 25 years. Director of three R & D projects on analysis of fixed and animated images for children. Author of numerous articles on animation and educational techniques.

LOS PROCESOS COMUNICATIVOS Y EDUCATIVOS EN LOS MEDIOS DE COMUNICACIÓN SOCIODIGITALES. EL PATRIMONIO COMO RECURSO PROVOCADOR DE LA PARTICIPACIÓN Y EL APRENDIZAJE

Stella Maldonado Esteras

Ubuntu Cultural

stellamesteras@gmail.com

Resumen: Los medios de comunicación sociodigital nacidos a raíz de la aparición de la Web 2.0 han resignificado los procesos comunicativos desarrollados por el ser humano. Acostumbrados a un discurso univocal (emisor-receptor), hemos tenido que virar hacia la multidimensionalidad comunicativa (muchos emisores-muchos receptores). Esta nueva realidad ha abierto nuevos canales de desarrollo educativo, dentro de contextos informales, en los cuales el valor del aprendizaje está en manos de cada persona.

Los social media se muestran como nuevos espacios de la cultura humana, seña de identidad de la contemporaneidad, que permiten y demandan una participación más activa en diferentes contextos y lenguajes. Uno de ellos es el patrimonio y las disciplinas que surgen a raíz de él (conservación, difusión, interpretación, comunicación, educación...). La Red ha permitido abrir nuevas posibilidades de diálogo, tanto a instituciones como a particulares, en torno al patrimonio, evidenciando un tejido rico de experiencias y dando a luz nuevos modos de acercarse y relacionarse con los elementos patrimoniales. Una de estas acciones es el proyecto Educación Patrimonial, implementado en la actualidad en las plataformas sociales Facebook y Twitter.

Palabras clave: Procesos comunicativos, patrimonio, social media, educocomunicación, culturas socio-digitales.

Abstract: *The sociodigital media resulting from the appearance of the Web 2.0 gave a new meaning to the communicative processes developed by human beings. Accustomed to an univocal discourse (emitter-receiver), we had to deal with communicative multidimensionality (a manifold of emitter-receivers). This new reality opened up new channels of educational development –within informal contexts– in which the value of learning is in the hands of each person.*

Social media are portrayed as new spaces for human culture –a sign of contemporary identity– which allow and demand a more active participation in diverse contexts and languages. One of them is heritage and the disciplines that follow (conservation, diffusion, interpretation, communication, education...). The internet opened up new possibilities for dialogue for both institutions and individuals around heritage, exposing a rich fabric of experiences and giving birth to new ways of approaching and relating to patrimonial issues. One of these actions is the Heritage Education project, currently implemented through Facebook and Twitter social platforms.

Keywords: *Communicative processes, heritage, social media, educocommunication, socio-digital cultures.*

INTRODUCCIÓN.

Estamos en la era de las voces conectadas; una época que ha dado luz una nueva socialidad múltiple y multiplicada en nodos y nexos, independientemente del lugar donde se encuentre cada uno. La Red es un espacio, ya no tan novedoso, a tener en cuenta en el desarrollo de procesos comunicativos y educativos, en los que la persona (usuario) tiene la última palabra en qué y cómo aprehender los contenidos informativos de diversa naturaleza puestos a su disposición. Por tanto, el profesional al otro lado del hilo ya no tiene la razón única y exclusivamente, y tiene que ir virando su papel, para jugar un rol mediador.

La Red está aprovechando todo el potencial generativo que en ella fluye, potenciando “la conexión entre personas y la circulación de la información y el conocimiento facilitando su reutilización, remezcla y mejora, de forma que se pueda crear tomando como base todo el bagaje de conocimiento y creatividad” (Fernández y García, 2011: 102) desarrollados en otros tiempos.

La nueva cultura (si se le puede seguir poniendo la etiqueta de “nueva”) permite a las personas conectadas acceder a una inmensidad de conocimientos a golpe de clic, cediendo al intercambio multidireccional y a la colectivización de los procesos creativos y productivos, fracturando la línea divisoria entre cultura activa y cultura pasiva (Zallo, 2011).

Esta multidireccionalidad hace que las personas conectadas se caractericen por su heterogeneidad y diversidad, elementos importantísimos que tejen la realidad actual de la globalidad. A aquellas características se suma el carácter transversal de las tecnologías que, tal y como afirman Pérez Serrano y Sarrate (2011: 238) “pueden contribuir a difundir la cultura en toda su extensión, a favorecer la autonomía de las personas y a potenciar la participación social”; además, aquéllas han ayudado a la construcción de nuevos espacios y comunidades virtuales donde las personas interactúan entre ellas, creando nuevos modos de comunicación.

Entre las diversas manifestaciones propias de la cultura está el patrimonio o los patrimonios, tan plurales como personalidades existentes y como realidades e identidades se generan en las comunidades físicas y digitales. Este patrimonio, dentro de los medios de comunicación social, se nos presenta ciertamente desterritorializado, es decir, fuera de su contexto propio, por lo que permite generar múltiples juegos, dinámicas y lenguajes entre el conjun-

to de personas de la comunidad, provocando sinergias y confluencias ricas en matices.

La “nueva cultura Red” y las microplataformas nacidas en ella se nos antojan como espacios capaces de estimular el pensamiento y la imaginación en torno al patrimonio generando discursos que van desde la simple contemplación hasta la reinterpretación, pasando por la necesaria crítica que ayude a formular nuevas narrativas en torno a los patrimonios.

LOS PROCESOS COMUNICATIVOS EN LOS MEDIOS SOCIODIGITALES O CÓMO HA CAMBIADO LA ESTRUCTURA COMUNICATIVA.

Como afirma Zallo (2011: 103) “el cambio tecnológico viene acompañado de un cambio en el control de las relaciones comunicativas”, generando una nueva socialidad dentro de un espacio propio que, aunque algo inestable, es común a un gran número de personas que, ahora sí, se sienten cómodas hablando en él. Por fin son escuchadas.

Internet nos ha brindado información, cantidades ingentes de información que antes estaba solo disponible para unos pocos. Los usuarios han tenido que filtrar todo ese marasmo de datos y contenidos para convertirlos en conocimiento útil para ser difundido y comunicado.

Pero las formas de comunicación han cambiado. El objeto de la comunicación es como afirma Torrico (2004) el proceso de producción, circulación mediada, intercambio desigual, interacción y uso de significaciones y sentidos culturalmente mediados. A día de hoy, el intercambio desigual ha disminuido, incluso, se ha diluido, por el hecho de que muchas más personas tienen acceso a la información.

Por su parte, Rizo García (2012: 57) define “la comunicación como vínculo, como una relación social, el conjunto de asociaciones entre procesos de la experiencia que permite la construcción de mundos compartidos”. El investigador y comunicador Carlos Scolari considera que “la comunicación se podría definir como el conjunto de intercambios, hibridaciones y mediaciones dentro de un entorno donde confluyen tecnologías, discursos y culturas”(2008: 34).

El proceso tradicional de comunicación humana siempre se ha caracterizado por contar con los siguientes elementos:

- Un emisor que produce, estructura y elabora un mensaje;
- Un receptor que estructura, organiza, comprende y descodifica el mensaje que le llega del emisor;

- Un código compartido y entendido por ambos agentes;
- Y, un mensaje que se transmite a través de un canal de circulación.

Pero, a día de hoy, la comunicación es multidimensional, multicanal e hipermediada. No hay un solo emisor, sino que el contexto, en nuestro caso, el ciberespacio, la *Red*, se convierte en una suerte de polifonía de voces sin un centro de poder (Scolari, 2008: 135). Los nuevos medios han transformado las características de los antiguos [Figura 1. La comunicación en los nuevos medios]:

Comunicación de masas (viejos medios)	Comunicación digital interactiva (nuevos medios)
Tecnología analógica	Tecnología digital
Difusión (uno-a-muchos)	Reticularidad (muchos-a-muchos)
Secuencialidad	Hipertextualidad
Monomedialidad	Multimedialidad
Pasividad	Interactividad

Tabla 1. La comunicación en los nuevos medios. Fuente: Scolari, 2008: 79.

La *reticularidad* (muchos-a-muchos) de la que habla Scolari (2008: 79) es una de las características de las nuevas formas de comunicación, convirtiéndose la capacidad de crear redes en uno de sus componentes más importantes. Y ya no hay solo un creador y un consumidor de un producto comunicacional, sino que hay varios, surgiendo el concepto de *prosumer* de la confluencia entre *productor* y *consumidor*. Esta terminología se debe a Alvin Toffler que la acuñó en 1979 en su libro *La tercera ola*.

Pero esta conceptualización no era, para nada, nueva. Antes del nacimiento del término *prosumer* surgió el de *emirec* de la mano de Jean Cloutier (Aparici y Silva, 2012: 53). Bajo este término se afirma que todos somos potencialmente emisores y estamos en situación de crear contenidos y de interrelacionarnos a partir de la participación conversacional, haciendo uso de las diferentes herramientas de la comunicación que tenemos a nuestra disposición (Aparici y Silva, 2012: 54).

Ha nacido un nuevo concepto de usuario, de público de los espacios, de generador de procesos comunicativos. Y este nuevo concepto está íntimamente relacionado con las formas de producción, relación e intercambio en Internet.

En este espacio se dan dos tipos de perfiles de usuarios: el *amateur* y el de *tecnocidano*, denominación acuñada por Antonio Lafuente (2008), que son, según el autor, aquellos cuyas preocupaciones tecnológicas, culturales, sociales, medioambientales, les han conducido hasta la lectura y discusión competente de temas especializados y hasta muy recientemente reservados al mundo académico. Ambos perfiles, *amateur* y *tecnocidano*, tienen en común la capacidad de apropiarse del conocimiento y las tecnologías al margen de los sectores del saber público y privado (Fernández y García, 2011: 101). Las instituciones y los profesionales que detentaban antes el poder de la información entran ahora en un juego multidimensional, sin, obviamente perder importancia, pero teniendo que adaptarse a nuevos roles sugeridos por el nuevo panorama.

Las nuevas realidades en las que estamos inmersos deben nombrarse así, en plural, porque detentan no sólo un único y exclusivo discurso, sino una multiplicidad de ellos; todo se vuelve polivocal y múltiple por las propias características de la sociotecnología: *interactividad*, *multimedialidad* e *hipertextualidad*.

La interactividad que nos ofrecen las redes tiene como esencia base la conversación, ya no bidireccional entre emisores y receptores, sino la multidireccionalidad, estableciéndose un modelo de comunicación en red o retícula, conformado por muchísimos nodos que nos remiten al concepto "*hipermediaciones*" acuñado por Carlos Scolari (2008).

Cuando hablamos de hipermediaciones no estamos haciendo referencia únicamente a una mayor cantidad de medios y sujetos, sino a la trama producida de envíos y reenvíos, hibridaciones y contaminaciones que la tecnología digital permite articular dentro del ecosistema mediático (Scolari, 2008: 114). Las hipermediaciones se construyen gracias a los nuevos espacios participativos de comunicación y de su irrupción en lo masivo.

Por su parte, la multimedialidad favorece secuencias flexibles y abiertas de contenidos y formatos, así como de contextos; estos se traducen en las distintas plataformas de acción que ha brindado la Web 2.0, un sistema abierto y libre que ha potenciado la co-creación de contenidos aprovechando la inteligencia colectiva. Y ésta, se materializa a su vez en la hipertextualidad resignificada en la gran cantidad de ramificaciones que se pueden generar alimentando un contenido cualquiera por múltiples sujetos.

Estas características son extrapolables no sólo al ámbito comunicativo, sino también al educativo, que cobra matices especiales en los medios socio-tecnológicos.

DE LA COMUNICACIÓN A LA EDUCACIÓN: EL VALOR DE LOS APRENDIZAJES MEDIADOS SOCIOTECNOLÓGICAMENTE.

¿Y por qué cobra un significado especial la educación dentro de los medios sociodigitales? Por la sencilla razón de que es aquí donde, con más virulencia, se puede hablar más que de educación, de aprendizajes, en plural, nuevamente. En el aprendizaje, es la persona la que decide cómo aprender y cómo transformar la información recibida y compartida, en conocimiento útil, no dependiendo de la intervención de otros agentes. Los formatos tecnológicos se muestran, de esta manera, como herramientas idóneas para introducir pedagogías constructivas y potenciar cambios y la aparición de nuevos roles.

La comunicación está en la base de cualquier proceso educativo, y en el caso de los medios de comunicación social, forma parte de todo entramado de aprendizaje que se quiera construir. Hasta ahora, han sido mucho más preeminentes los aprendizajes en contextos formales (los oficiales) y no formales (eventos de reglas oficiales pero que pueden estar sujetos a una programación), y con la aparición de los medios tecnológicos 2.0 ha cobrado especial relevancia el aprendizaje informal, aquel que, como indica la Comisión Europea en 2001:

Aprendizaje que se obtiene en las actividades de la vida cotidiana relacionadas con el trabajo, la familia o el ocio. No está estructurado (en objetivos didácticos, duración ni soporte) y normalmente no conduce a una certificación. El aprendizaje informal puede ser intencional pero, en la mayoría de los casos, no lo es (es fortuito o aleatorio). (Asenjo, 2014: 76).

Sustancialmente, lo que pretende el aprendizaje informal es buscar la motivación en el individuo para adquirir y construir nuevos conocimientos, y para que esto ocurra, las experiencias previas y el descubrimiento de nuevos conceptos son fundamentales. Además de estas "herramientas", va a ser esencial la motivación que tenga la persona por generar aprendizaje; esta motivación será intrínseca y es probable que se vea afectada o potenciada por claves exteriores que llamen la atención y funcionen como gancho de atracción; estamos ante la motivación extrínseca. Por tanto, si la persona se encuentra con

contenidos agradables, atrayentes, se sentirá mucho más motivado hacia la aprehensión del conocimiento y, finalmente, la generación de aprendizajes.

Dentro de estos medios es posible encontrar diferentes teorías o modelos de construcción del conocimiento que aportan valor al contexto y no lo etiquetan sólo como “una moda más”.

Por un lado, encontramos el aprendizaje situado (*situated learning*) que indica el carácter contextualizado del aprendizaje donde la persona participa en una comunidad de práctica, dentro de un contexto cultural, social, de relaciones, del cual se obtienen unos saberes necesarios para transformar la comunidad y transformarse a sí mismo. Este modelo, nacido en 1991 de los estudios de Jean Lave y Etienne Wenger, se vincula con la creación de las comunidades de aprendizaje.

Además del aprendizaje situado, es necesario mencionar la teoría del conectivismo alumbrada conjuntamente por George Siemens y Stephen Downes, con la que se trata de explicar el aprendizaje complejo en un mundo social digital en rápida evolución y tiene en el establecimiento de vínculos entre diferentes elementos de información su base esencial (Zapata-Ros, 2015): “nuestras competencias derivan de la construcción de conexiones” (Zapata-Rosa, 2015: 90).

Pero, la sujeción del aprendizaje informal dentro de la Web 2.0 y todas las plataformas nacidas de ella no queda ahí. Es necesario mencionar el aprendizaje ubicuo porque ya no aprendemos sentados frente a una pizarra gracias, en parte, a nuestros dispositivos móviles que nos acompañan allá donde vamos. El aprendizaje ubicuo vendría a significar esa característica del ser humano de ser capaz de aprender en todo lugar y en todo momento. El concepto de ubicuidad del aprendizaje se la debemos a Nicholas Burbules, que él mismo lo define cómo (2012: 4):

El aprendizaje ubicuo es la posibilidad de acceder a la información en cualquier lugar o cualquier momento, la interacción entre pares y expertos eruditos y oportunidades estructuradas de aprendizaje desde una variedad de fuentes. La brecha entre el aprendizaje formal e informal desaparecerá. A menudo este aprendizaje será “ajustado al tiempo”, anclado a las necesidades de una cuestión, un problema o una situación inmediata. Con él, el control de cuándo, dónde, cómo y por qué uno está aprendiendo estará en mayor medida en manos de los alumnos y el enfoque motivacional de aprendizaje se reorientará desde el “aprendo ahora, (quizá) lo usaré más adelante”, hacia las necesidades y propósitos que el estudiante tenga en el momento.

Esta correlación de teorías y modelos de aprendizaje (situado, motivacional y ubicuo) se enmarcan dentro de la gran teoría constructivista del aprendizaje, que pone en el centro de la diana a la persona, que se relaciona socialmente y que busca la significatividad de cada proceso de apropiación [Figura 2. Confluencias de los diferentes modelos de aprendizaje en medios sociotecnológicos].

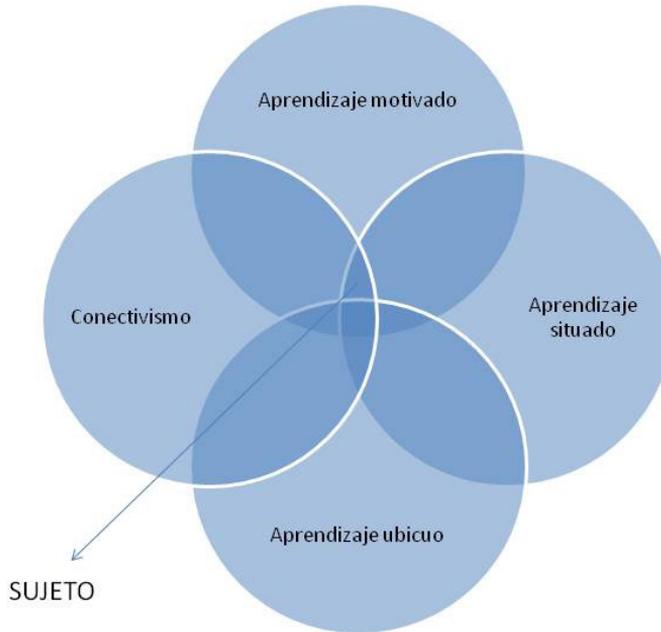


Figura 1. Confluencias de los diferentes modelos de aprendizaje en medios sociotecnológicos

El modelo nacido al albor de estas confluencias dentro del contexto donde nos ubicamos (*social media*), se caracterizaría por ser un modelo comunicativo que favorece el desarrollo de un lenguaje fácil, cercano, accesible y dialógico, que tiende a buscar la significatividad de lo aprehendido; que utiliza los tres tipos de comunicación humana preexistentes verbal (escritura), no verbal (el juego a través de gestos gráficos como los emoticonos o *gifs* que aportan dinamismo y sentimiento a nuestros discursos) y paraverbal (el uso de onomatopeyas, los *hashtag* o el formato de la escritura en mayúscula para jugar con los tonos y la remarcación del lenguaje), recursos todos ellos que aportan un mayor énfasis y una mayor proyección de la narración. Por tanto, la comu-

nicación se alimenta continuamente de nuevas formas para hacer mucho más interesante la configuración de aprendizajes.

EL PATRIMONIO COMO RECURSO Y MEDIADOR EN LOS *SOCIAL MEDIA*.

En palabras de Ballart y Tresserras (2005: 14) "el patrimonio es motivo de inspiración, estímulo a la imaginación, acicate para la curiosidad, compendio de lecciones, fuente de sensaciones físicas, visuales y táctiles y catalizador de sutiles emociones". Y nosotros nos preguntamos ¿es viable la generación de todos estos procesos dentro de los medios de comunicación sociodigital? Creemos que sí.

Es necesario resignificar el patrimonio en un momento cultural tan especial como en el que vivimos. Como afirma Palacios (2005: 244) "el patrimonio se debe considerar no como algo estático y legitimado por la tradición cultural, sino como algo cambiante, que se va enriqueciendo y evolucionando como producto de la mezcla de culturas", una conceptualización del patrimonio que nos parece muy acorde con lo que acontece en los contextos en los cuales in-cardinamos nuestra práctica.

A día de hoy, los patrimonios, bajo el halo de la pluralidad que tanto remarcamos, no pueden quedarse parados o anquilosados en viejos discursos académicos; muy al contrario, deben abrirse a las nuevas presencias sociodigitales y avanzar en el camino de las humanidades abiertas y en constante evolución.

La presencia del patrimonio en la Web 2.0 es cada vez mayor a través de proyectos, programas y actividades difundidas a través de los diferentes espacios surgidos (redes sociales generalistas y específicas, repositorios sociales y gestores de contenidos como las *wikis* o los blogs). Primero fue la incorporación de los recursos tecnológicos en el devenir de las diferentes disciplinas anexas al patrimonio (conservación, presentación, difusión, etc.); pero ahora se ha producido un nuevo salto con la existencia de las redes sociales (Facebook, Twitter, LinkedIn, Instagram, Issue, Vimeo, Youtube, etc.) en las cuales está presente el patrimonio.

La utilización de las tecnologías digitales "son un inmejorable agente difusor, democratizador de los recursos patrimoniales; algo que facilita su des-cralización, mejorando así de forma sensible su potencial comunicativo" (Colorado, 2003: 35-42). Por tanto, la aplicación de los medios digitales y sociales en el campo del patrimonio facilitará los procesos comunicativos, interpretativos y de aprendizaje, fomentando el desarrollo del pensamiento crítico, creativo

y ético utilizando los medios no como fin, sino como medio en sí mismo para conseguir algo (Maldonado, 2016: 114). Esta incorporación abre un gran abanico de posibilidades para hacer llegar los valores patrimoniales a las personas.

Y son estas personas a las cuales se interpela desde los *social media* las que ayudan a construir socialmente el patrimonio; podríamos llegar a afirmar el carácter de “lugar común” del mismo: a él llegan, a través de él se expresan, con él se relacionan. O por lo menos esta sería la situación ideal.

El patrimonio, para nosotros, se establece como un recurso dentro de un proceso, forma parte de él, y que ayuda al ser humano a desarrollarse integralmente, en sus diferentes ámbitos, tanto personal como socialmente. Y, en la actualidad, una de las realidades de desenvolvimiento social son las redes sociales.

Los medios de comunicación social se alzan como espacios con una triple función con la cual incardinar los patrimonios y que, también, da pie a la generación de diferentes modos o prácticas de abordaje del mismo:

- *Cómo espacio lúdico*, a través de juegos y dinámicas se pueden aprehender diferentes conceptos ligados al patrimonio; incluso, se pueden incluir aquí, todas aquellas acciones que, utilizando hitos histórico-artísticos y patrimoniales dándolos a conocer de una manera fresca y cercana. Estaríamos ante lo que se ha venido a denominar “*edutainment*” o aprender divirtiéndose mediante la articulación de elementos divertidos y atractivos que ayuden a hacer llegar un producto o mensaje.
- *Cómo espacio educativo*, con la mirada en el horizonte de que el uso del patrimonio ayude a configurar procesos de formación y desarrollo sociocognitivo de los individuos.
- *Cómo espacio social*, generando vínculos entre las personas, e incluso comunidades de práctica, en torno a referentes patrimoniales que cohesionen y creen pertenencia e identidad.

El patrimonio, como decíamos antes en palabras de Palacios (2005), se construye cada vez más en y desde espacios abiertos. Un patrimonio como lugar común, colectivo, que aúne diferentes personalidades, ideas y pensamientos divergentes, validados y respetados en beneficio de la salvaguarda de sí mismo. Un patrimonio conector que funciona como nexo y lazo de unión entre personas; un patrimonio como elemento de reflexión y cuestionamiento con-

stante de la cultura, de la realidad, de nosotros mismos, en busca del enriquecimiento, de la evolución y del mejoramiento. Un patrimonio de uno y de todos, un patrimonio que se construye desde la experiencia (Maldonado, 2016: 460). Un patrimonio que encuentra en los medios de comunicación social un contexto de expresión, de cauce de la participación y de colectivización.

LA ACCIÓN EDUCOMUNICATIVA EDUCACIÓN PATRIMONIAL: INVESTIGACIÓN Y ACCIÓN EN REDES SOCIALES

Las redes sociales se han convertido en canales de difusión y comunicación de diferentes discursos. También podríamos llegar a denominarlas como “laboratorios” de experiencias que pretenden ir más allá de la pura difusión de contenido, y ser o querer ser un lugar de encuentro y mediación de personalidades diversas.

Así podríamos etiquetar el proyecto *Educación Patrimonial* [Figura 3. Imagen del proyecto Educación Patrimonial]: un laboratorio de acción en el cual el patrimonio o los patrimonios son usados como recurso para hablar de temas más abstractos como los recuerdos, la memoria, las emociones... vivencias personales (e incluso colectivas) vinculadas con elementos físicos. De lo inmaterial a lo material. Porque desde estos presupuestos que manejamos el verdadero valor del patrimonio está en aquello que no se ve o se toca, en lo que se siente y en lo que se puede transmitir a partir de ello. Todos aquellos elementos que ayudan a constituir al individuo, de manera personal y social.



Figura 2. Imagen del proyecto Educación Patrimonial

La acción llevada a cabo en las redes sociales Facebook y Twitter se arma en torno a cuatro pilares principales (Maldonado, 2016: 449):

- un modelo comunicativo que se adapta a los lenguajes de la comunicación social, estableciendo mecanismos abiertos y dialogantes, bi y multidireccionales, rompiendo las estrecheces del modelo tradicional de comunicación.
- un modelo educativo, con todos los elementos que debe tener (objetivos, metodología, recursos, evaluación...) que busca más que educar, que la propia persona que llega a la página donde se desarrolla, pueda construir conocimientos válidos y significativos que ayude a aprehenderlos.
- un contexto de acción educomunicativa, revolucionario, dialógico, interactivo y multimediado, que atraiga la atención de los miembros de la comunidad.
- y, por último, un abordaje del patrimonio desde planteamientos emocionales y creativos que ayude a una mayor sensibilización y consideración del valor del mismo para ayudar en su conservación, preservación y difusión.

Esta construcción nació de una investigación doctoral, realizada en el año 2016 en la Universidad de Valladolid, con el afán exploratorio de saber cómo era la presencia del patrimonio en los medios sociodigitales, y que se complementó a posteriori con un trabajo de fin de grado en el cual se concretaron los objetivos y algunas de las líneas de actuación que se querían seguir.

Nuestro objetivo principal se concreta en el desarrollo de un proyecto de investigación-acción educomunicativo que utilice los patrimonios como recursos, pero también con fines de sensibilización. Este gran objetivo se va concretando, poco a poco, a través de:

- El diseño de una acción basada en las teorías constructivas ya formuladas con anterioridad y que pretenden la consecución de aprendizajes significativos;
- El trabajo en torno al patrimonio con temas como la identidad, la memoria y la educación emocional, en beneficio de una mayor sensibilización hacia el cuidado del patrimonio de todos;

- El acercamiento del patrimonio en base a interpretaciones subjetivas;
- La creación de canales de diálogo entre las personas;
- Y, por último, y especialmente importante, la evaluación del desarrollo de la acción en redes de manera progresiva y continua, como toda planificación educativa.

También nos interesó en ese estudio primigenio el “por quién se llevaba a cabo cada acción o acciones”, es decir, quiénes son los agentes que ponen en juego el patrimonio, porque, dependiendo de quienes sean, muy probablemente, los lenguajes van a ser distintos. Por un lado, las instituciones públicas que atesoran elementos patrimoniales (museos, exposiciones centros de presentación e interpretación del patrimonio, universidades), y por otro, las entidades privadas y/o profesionales independientes (empresas, asociaciones, colectivos...) que trabajaban en torno al patrimonio, y lo muestran con pasión y fruición, como características importantes de su acción difusora.

El trabajo que, a raíz de los dos momentos de investigación desarrollados, venimos haciendo en los medios de comunicación social se concreta en las plataformas Facebook (@EducaPatrimonio) y Twitter (@Edu_Patrimonial). Se eligieron éstas por tratarse de las dos redes generalistas de mayor uso global, y también personal, por ser aquellas de las que teníamos un mayor control práctico.

Bajo la denominación de Educación Patrimonial en ambas cuentas se despliega la acción, con un mayor hincapié en Facebook ya que esta red nos permite un desarrollo de contenidos mayor en cada *post*, no sujeto a limitación de palabras, como ocurre en Twitter (140 caracteres por *tweet*).

En los perfiles se registran, sobre todo, dos tipos de entradas: por un lado, las que hacen referencia a acciones y/o proyectos significativos llevados a cabo por diferentes agentes y que consideramos dignos de difundir [Figura 4. Entrada sobre la app Madrid, Ciudad de las Mujeres] y, por otro lado, aquellas entradas diseñadas por nosotros mismos que, tomando diferentes recursos gráficos a nuestro alcance, interpelan a nuestros usuarios introduciendo un tema concreto [Figura 5. Entrada conmemorativa del Día Internacional de los Monumentos y Sitios]. En todas ellas, procuramos introducir palabras clave a continuación del símbolo de la almohadilla (#) ya que es un recurso que ayuda a hacer búsquedas temáticas por redes sociales, además de significar una llamada de atención hacia algo reseñable.



Educación Patrimonial

08/05/2017 a las 17:58 •

"Madrid, Ciudad de las Mujeres" es un proyecto que, a través de una app que desarrolla diferentes itinerarios por la ciudad de Madrid, visibiliza la importante huella que diferentes mujeres dejaron sobre la ciudad. El desarrollo cultural, científico, tecnológico, económico, político, social, etc.... que conforman el tejido patrimonial histórico de la ciudad **#patrimonioenfemenino** <https://www.madridciudaddelasmujeres.com/> descarga la app y conoce mucho más.

Madrid, Ciudad de las Mujeres: una cartografía político-social

Madrid

Edificio Metrópolis
Metrópolis
Museo Thyssen-Bornemisza

A veces Madrid es un hervidero estudiantil de la Complutense obra de Metrópolis porque las la Gran Vía en Navidad o en el diciembre, cuando todas las fa en la calle. El edificio Metrópolis, por otro lado, un edificio en que no se olvida.

Accesos

Madrid Ciudad de las Mujeres

Madrid Ciudad de las Mujeres

Me gusta Comentar Compartir

426 personas han visto esta publicación >

8 personas más

Promocionar publicación

Figura 3. Entrada sobre la app Madrid, Ciudad de las Mujeres

La acción, con la difusión de proyectos desarrollados por otros agentes, pretende ayudar a la visibilización y sensibilización del valor del hecho patrimonial así como resignificar buenas prácticas puestas en marcha; de esta forma, creemos que el tejido de un entramado patrimonial es mucho más rico.



Educación Patrimonial

18/04/2017 a las 12:51 •

18 de Abril, Día Internacional de los Monumentos y Sitios ¿tenéis recuerdos asociados a algún espacio patrimonial?



3 personas más

3 comentarios 1 visita

Me gusta

Comentar

Compartir

146 personas han visto esta publicación >

Promocionar publicación

Figura 4. Entrada conmemorativa del Día Internacional de los Monumentos y Sitios

Por su parte, la creación de contenidos propios están en la línea de actuación como educadores patrimoniales y agentes dinamizadores no sólo en contextos no formales, sino también informales; es decir, la acción implementada forma parte de nuestro desarrollo profesional.

Las dinámicas en la plataforma Twitter son, básicamente las mismas que en Facebook, aunque con un radio mayor de difusión y compartición de experiencias ajenas, así como de conversación con otros agentes.

Como hemos indicado con anterioridad, la acción al estar en continuo desarrollo, su evaluación también es continua, reflexiva y problematizadora, de ahí que se entronque con los presupuestos de la investigación-acción, por tanto, está siempre en proceso (Kaplún, 1998: 51):

Solo participando, involucrándose, investigando, haciéndose preguntas y buscando respuestas, problematizando y problematizándose, se llega realmente al conocimiento. Se aprende de verdad lo que se vive, lo que se recrea, lo que se reinventa y no lo que simplemente se lee y se escucha. Solo hay un verdadero aprendizaje cuando hay proceso.

Esta forma de trabajar nos permite calibrar el empuje de nuestros discursos patrimoniales y, de esta forma nos ha mostrado que, en redes sociales es necesario plantear procesos largos de participación, ya que ésta es todavía muy tímida, sobre todo en la red Facebook, en la cual, los usuarios no pasan, habitualmente, del “me gusta” o de compartir la publicación, siendo mínima la aportación de contenidos y opiniones.

Este punto negativo contrasta con la oportunidad que nos brinda Facebook para calibrar las emociones que suscitan cada una de las publicaciones, por los parámetros de interacción que pone a nuestra disposición (*me gusta, me encanta, me divierte, me sorprende, me entristece, me enfada*).

En cuanto a Twitter, es una gran herramienta conversacional y con una mayor proyección global; pero juega a nuestra contra las limitaciones a la hora de desarrollar un discurso más elaborado, así como el ruido mediático que existe en este contexto.

No obstante, la organización de las plataformas está en constante configuración y optimización de las mismas, para ofrecer al usuario una experiencia cada vez más completa, de acuerdo a sus intereses y necesidades. Por tanto, los puntos negativos que encontramos en las redes nos sirven de acicate o reto para ir mejorando nuestra acción.

Creemos que, haciendo un uso estratégico de las redes sociales, siendo conscientes en todo momento de los pasos dados y reflexionando sobre el alcance de nuestra tarea, podemos construir una comunidad interesada en el

patrimonio, piense en torno a él, lo valore, lo interprete como algo suyo y actúe como generador de cultura.

REFLEXIONANDO

Nos encontramos en un momento, creo yo, en el cual el mundo ya no se experimenta tanto como una gran vía que se extiende en el tiempo, sino como una red que une puntos y que entrecruza su madeja (Foucault, 1991).

No hemos encontrado mejor forma de cerrar el texto que con esta reflexión del filósofo francés Michel Foucault que caracteriza también la actualidad sociodigital en la cual estamos inmersos: la creación de una gran red de puntos o nodos que se cruzan y entrecruzan, aportando significado y conocimiento a ésta.

Pese a lo atractivo de esta configuración, debemos reflexionar no sólo visualizando lo bueno, lo positivo, sino también hacer autocrítica. Como indica Celaya (2011: 107-108) la Red sigue estando llena de usuarios que “prefieren el corta y pega”, y cuya participación en las plataformas sociales cuando se exhorta a ella, aún es tímida y tibia:

la mayoría de los usuarios de Internet son meros espectadores de la Web 2.0, asumiendo una actitud totalmente pasiva en Internet, similar a la postura que teníamos anteriormente ante los medios de comunicación tradicionales. Muchos se empeñan en pronosticar que todo va a cambiar pero, como vemos, la mayoría de los usuarios de Internet traslada sus mismos vicios, actitudes y comportamientos a los nuevos medios digitales.

Esto lo venimos evidenciando en la implantación de nuestra acción educocomunicativa, valorando los obstáculos con los que nos encontramos y preguntándonos si, a pesar de que la teoría avala las posibilidades de los medios sociales, la realidad se descuelga un poco de aquélla.

Nos movemos en un terreno ciertamente movedizo y cambiante, propio de las sociedades líquidas enunciadas por Zygmund Bauman, en donde la incertidumbre es una de las premisas a tener en cuenta ¿Qué posibilidades tendrá la acción? ¿Llegará el discurso a calar en las personas? ¿Las comunidades creadas son verdaderas comunidades participativas?

A pesar de estos interrogantes, creemos que el horizonte que se abre es inmenso, interesante y rico y es que, como afirma Cano Suñén (2012: 131) Internet

se descubre como una gran red participativa inmensa, cambiante diariamente y abierta a infinitas posibilidades y descubrimientos cuyo alcance no podemos llegar a sospechar.

REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

- APARICI, R. y SILVA, M. (2012): "Pedagogía de la interactividad", *Comunicar. Revista Científica iberoamericana de la comunicación y educación*, 38: 51-58.
- ASENJO, M^a E. (2014): *Aprendizaje informal y Nuevas Tecnologías: Análisis y medición del constructo de interactividad en contextos de exposición de patrimonio*. Tesis doctoral. Madrid, Departamento de Psicología Básica, Universidad Autónoma de Madrid.
- BALLART, J. y TRESSERRAS, J. J. (2005): *Gestión del patrimonio cultural*. Barcelona: Ariel.
- BURBULES, N.C. (2012): "El aprendizaje ubicuo y el futuro de la enseñanza", *Encounters/Encuentros/Rencontres on Education*, vol. 13: 3 - 14.
- CANO SUÑÉN, N. (2012): "Definiendo el paisaje en base a la tensión". *Zainak*, 35: 117-138.
- CELAYA, J. (2011): "Cultura digital en redes sociales. Escasa creación original, colaborativa, participativa", *Revista TELOS. Cuadernos de Comunicación e Innovación*, 88: 107-109.
- COLORADO, A. (2003). "La obra de arte en la era de su digitalización", *Anuario de la Universidad Internacional SEK*, 8: 35-42.
- FERNÁNDEZ, L. y GARCÍA, M. (2011): "Laboratorios de innovación. Prototipos colaborativos en la era digital", *Revista TELOS. Cuadernos de comunicación e innovación*, 88: 100-102.
- FOUCAULT, M. (1991): *Las palabras y las cosas*. Madrid: Editorial Siglo XXI.
- KAPLÚN, M. (1998): *Una pedagogía de la comunicación*. Madrid: De la Torre.
- LAFUENTE, A. (2008): «Amateur y tecnocidanos», <http://madridmasd.org/blogs/tecnocidanos/2008/07/12/96728>, [12/05/2017].
- MALDONADO, M^a S. (2016): *Educación patrimonial y redes sociales. Análisis y evaluación de acciones en los medios de comunicación social para la definición de una cartografía educativa*. Tesis doctoral. Valladolid, Departamento de Didáctica de la Expresión Musical, Plástica y Corporal, Universidad de Valladolid.
- MATEOS, S. (2010): "Innovación en la comunicación global del patrimonio cultural: TIC", *Patrimonio Cultural de España*, 4: 115-127.
- PALACIOS, A. (2005): *La comprensión del entorno construido desde la educación artística. Una propuesta para educación primaria y formación inicial del pro-*

- fesorado. Tesis doctoral. Madrid, Departamento de Didáctica de la Expresión Plástica, Universidad Complutense de Madrid.
- PÉREZ SERRANO, G. y SARRATE, M^a L. (2011): "Las TIC promotoras de inclusión social", *Revista española de pedagogía*, vol. 69, 249: 237-254.
- RIZO GARCÍA, M. (2012): "La comunicación: ciencia, objeto de estudio y campo profesional. Posibilidades para la construcción de la comunicología en un entorno confuso", *Metacomunicación. Revista Académica de Comunicación y Ciencias Sociales*, 2: 43-61.
- SCOLARI, C. (2008): *Hipermediaciones. Elementos para una teoría de la comunicación digital interactiva*. Barcelona: Gedisa.
- TORRICO, E. (2004): *Abordajes y períodos de la teoría de la comunicación*. Buenos Aires: Norma.
- ZALLO, R. (2011): "Civilización y vida social. Paradojas de la cultura digital", *Revista TELOS. Cuadernos de comunicación e innovación*, 88: 103-106.
- ZAPATA-ROS, M. (2015): "Teorías y modelos sobre el aprendizaje en entornos conectados y ubicuos. Bases para un nuevo modelo teórico a partir de una visión crítica del 'conectivismo'", *Education in the Knowledge Society (EKS)*, v. 16, 1: 69-102.

CV

Stella Maldonado Esteras es educadora en arte y patrimonio. Doctora en Didáctica de la Expresión Plástica (Universidad de Valladolid, 2016) con una investigación sobre la presencia de la educación patrimonial en los medios de comunicación sociodigital. Graduada en Educación Social (UNED, 2016), Licenciada en Historia del Arte (UCM, 2003) y Máster en Museografía y Exposiciones (UCM, 2006). Desarrolla su trabajo profesional bajo la marca Ubuntu Cultural, diseñando, ejecutando y evaluando actividades y programas educativos y lúdicos que utilizan el arte como recurso, así como el fomento de la creatividad y el acercamiento artístico a todo tipo de público. Como fruto de la investigación doctoral y postdoctoral, implementa en redes sociales el proyecto Educación Patrimonial que trata de desarrollar procesos comunicativos y educativos patrimoniales.

Stella Maldonado Esteras is an educator in Art and Heritage. PhD in Plastic Expression Didactics (University of Valladolid, 2016) with an investigation on the Presence of Patrimonial Education in socio-digital means of Communication. She Graduated in Social Education (UNED, 2016) and Bachelor's degree in History of Art (UCM, 2003). She holds a Master's degree in

Museography and Exhibitions (UCM, 2006). She develops her professional work under the brand Ubuntu Cultural, designing, executing and evaluating activities plus educational and recreational programs employing Art as a resource, as well as promoting Creativity and artistic approaching to all sorts of public. As a result of her doctoral and postdoctoral research, she is implementing a Patrimonial Education project which aims at developing communicative and patrimonial-educative processes into social networks.

PROPUESTA EDUCATIVA DE MUSEARI. COM UN MUSEO ONLINE DE ARTE CONTEMPORÁNEO PARA LA DEFENSA DE LOS DERECHOS HUMANOS Y LA DIVERSIDAD SEXUAL

Ricard Huerta

Universitat de València

ricard.huerta@uv.es

Resumen: El arte contemporáneo y la educación artística están tomando una deriva social que tiene entre sus frentes más activos la lucha por los derechos humanos. Se trata de un espacio amplio de reivindicación en el que destacan los derechos de la diversidad sexual. El entorno online se convierte en un lugar común desde el cual podemos impulsar políticas culturales e innovaciones educativas. Conscientes de la necesidad de implicarnos en estos avances de orden tecnológico, que son también de equilibrio social, desde *Museari Museu de l'Imaginari* venimos aportando una serie de innovaciones que se convierten en argumentos artísticos, educativos, sociales y culturales. *Museari* es un museo online en el que se desarrollan proyectos pensados para mejorar la situación de los colectivos LGTB, gestando y coordinando actividades a través del arte y la educación. Inspirado en la tradición académica y la cultura del respeto, asumiendo el potencial de las Humanidades Digitales, el proyecto *Museari* utiliza las posibilidades que ofrece el ciberespacio para crear redes entre el profesorado y el alumnado, defendiendo el derecho a la diversidad. Al tratarse de un museo de arte contemporáneo disponemos de imágenes y recursos que servirán para atender a múltiples cuestiones vinculadas con la cultura y el progreso, ofreciendo al colectivo docente herramientas adecuadas. Auscultamos la relación entre el museo y sus opciones educativas, teniendo en cuenta que *museari*.

Abstract: *Contemporary art and Art Education are taking a social drift in the defence of Human Rights. It is a wide area of vindication for the rights of sexual diversity. The online environment becomes a common place to promote cultural policies and educational innovations. We are involved in these technological advances, which are also advances in social balance. From Museari Museu de l'Imaginari we bring a series of innovations that become artistic, educational, social and cultural arguments. Museari is an online museum in which projects are developed to improve the situation of the LGTB collectives, creating and coordinating activities through art and education. Inspired by the academic tradition and culture of respect, taking on the potential of the Digital Humanities, this project uses the possibilities offered by cyberspace to create networks between teachers and students, defending the right to diversity. It is a museum of contemporary art that has images and resources. This material will serve to address issues related to culture and progress, providing the teaching staff with appropriate tools. We are aware of the relationship between the museum and its educational options, bearing in mind that museari.com is part of the online environment and meets the requirements of the museum concept defined by ICOM. We organize actions connecting teachers digitally. An innovative contribution by Museari is our commitment to artistic and educational research. Here we present the results of research that allows us to elaborate and disseminate activities designed to combat homophobic bullying.*

CON LA RED EN LA RED

CREACIÓN, INVESTIGACIÓN,
COMUNICACIÓN CULTURAL Y
ARTÍSTICA EN LA ERA DE INTERNET

com forma parte del entorno online y cumple los requisitos del concepto de museo acuñado por ICOM. Organizamos acciones a partir de la conexión digital con el colectivo docente. Una de las facetas más novedosas de Museari es nuestra apuesta por la investigación, tanto a nivel artístico como educativo. Aquí presentamos los resultados de la investigación que ha permitido elaborar y difundir un dispositivo de actividades pensadas para luchar en las aulas contra el *bullying* homofóbico.

Palabras clave: educación artística, derechos humanos, diversidad sexual, humanidades digitales, museo

Key words: *Art Education, Human Rights, Sexual Diversity, Digital Humanities, Museum*

Al tratarse de un escenario innovador, la apuesta de Museari es doblemente arriesgada, ya que se trata de una entidad eminentemente virtual que mantiene características de los museos con ubicación geográfica, al tiempo que reivindica desde lo académico cuestiones que afectan al panorama social. Siendo un museo online, nos mantenemos en los esquemas planteados por ICOM (International Council of Museums) en tanto que institución permanente sin fines de lucro al servicio de la sociedad y abierta al público, que adquiere, conserva, estudia, expone y difunde su patrimonio. Los objetivos principales de Museari son la promoción de la Educación Artística y de la Historia como instrumentos fundamentales para la defensa de los derechos humanos, incidiendo en el respeto a la diversidad sexual. Todo ello lo generamos y difundimos a través del entorno virtual, permitiendo así una repercusión global, atendiendo de modo particular las necesidades del colectivo docente. La participación del alumnado de Grado de Maestro de Primaria ha propiciado actividades que podrán ser útiles para docentes en activo.

INTRODUCCIÓN

Entre las características que definen el siglo XXI en materia de recepción estética y de disfrute de las artes destacamos la presencia de las otredades (discursos creativos ajenos al heteropatriarcado) y la levedad en la transmisión comunicativa popular (fuerte impacto de la dimensión virtual y de los accesos tecnológicos por parte de públicos masivos). Enmarcados en esta situación, que es *otra* y es *leve*, observamos que son de nuevo las grandes multinacionales de la información y la comunicación las que compiten por reestructurar las novedades en base a criterios básicamente comerciales y de calado economicista. Frente a esta omnipresencia de las empresas globales, se alzan voces peculiares que nos devuelven el entusiasmo y que proponen escenarios mucho más alternativos, y desde luego más comprometidos con las problemáticas sociales. En esta línea de creación de entornos culturales innovadores nació *Museari Museu de l'Imaginari*, un museo online que defiende los derechos humanos desde la perspectiva de la diversidad sexual y de género. *Museari* se ha convertido en un espacio accesible, peculiar, curioso, de entidad activista, un entorno apto para generar reflexiones estéticas y educativas. *Museari* es una entidad sin ánimo de lucro que defiende los derechos humanos, que difunde las acciones de los colectivos LGTB (iniciales de lesbiana, gay, transexual y bisexual) y que se acerca a docentes de todos los niveles educativos (infantil, pri-

maria, secundaria, universidad) para ofrecer propuestas novedosas que ayuden al alumnado y al profesorado a introducir estas temáticas en sus clases. Museari atiende a las dudas que surgen entre el colectivo docente cuando se trata de abordar estas temáticas en el aula.

INNOVACIÓN ARTÍSTICA Y EDUCATIVA EN LAS REDES

En julio de 2015 nació *Museari Museu de l'Imaginari* como un nuevo concepto de museo llevando adelante la iniciativa de dos profesores universitarios. La creación del museo responde al activismo de estos docentes. Parte de un compromiso que ya no puede entenderse únicamente desde la ubicación geográfica, sino que remite al alcance global del escenario digital. Se trata de visibilizar la situación problemática del colectivo LGTB para ayudar a las personas que continúan teniendo miedo a expresar sus sentimientos en un marco aceptable y digno de libertad, equidad e igualdad. También pretendemos mejorar las condiciones educativas respecto a cuestiones trascendentes que siguen permaneciendo ocultas o siendo excluidas del currículum oficial. Museari es museo online que ofrece la posibilidad de acceder a sus contenidos de manera gratuita. Queremos formar e informar al conjunto de usuarios mediante el trabajo y la sensibilización. Museari se presentó oficialmente en el Congreso Internacional de ICOM-CECA (Committee of Education and Cultural Action) celebrado en Washington en septiembre de 2015 cuyo lema era "Museum Education and Accessibility: Bridging the Gaps". Entre los contenidos definitorios de Museari destaca la defensa de los derechos humanos, atendiendo especialmente a la diversidad sexual y apoyando las reivindicaciones de los colectivos LGTB. Museari es también un espacio de investigación sobre educación artística e historia. A través de las salas del museo se exponen sus planteamientos, objetivos e intereses. La historia fundacional de la institución virtual está vinculada al deseo de potenciar diferentes ámbitos, desde el cultural al educativo, desde el comunicativo al académico. Puesto que no existen iniciativas anteriores que nos sirvan como referente, Museari adopta una línea de trabajo particular y original. El modelo combina colección permanente, exposiciones temporales y noticias, recibiendo sugerencias e impulsando la interactividad con los públicos, ofreciendo asimismo acciones educativas para centros y para docentes en general.

LA DIFUSIÓN ONLINE Y EL ALCANCE DE MUSEARI EN EL NUEVO PAISAJE CULTURAL

Museari está instalado en la red Internet. Se trata de una web con diferentes dominios adquiridos¹, lo cual proporciona un elevado escenario de asistencia por parte de los buscadores generalistas, especialmente en el ubicuo Google. Otra peculiaridad que define *Museari* es su gran capacidad de repercusión en las redes, ya que el museo está presente con perfil propio en diversas redes sociales y repositorios académicos como Facebook², Twitter³, Instagram⁴, Academia.edu⁵.

Las nuevas realidades que ha propiciado el entorno online están replanteando cuestiones que hasta hace bien poco parecían inalterables e inamovibles. Un ejemplo de ello es la propia esencia del concepto de patrimonio (Huerta y Calle, 2013) y más concretamente la configuración del museo como institución. Atendiendo a la normativa de ICOM (International Council of Museums) partimos de la definición de museo como una "institución permanente, sin fines de lucro, al servicio de la sociedad y abierta al público, que adquiere, conserva, estudia, expone y difunde el patrimonio material e inmaterial de la humanidad y su ambiente con fines de estudio, educación y recreo", que sigue vigente desde que fue aprobada por los comisionados en el Congreso de Viena de 2007. Para obtener una calificación positiva de ICOM un museo deben atender a diferentes aspectos: adquisición, conservación, estudio, educación y recreo. Siempre hemos defendido el museo como una institución aliada del trabajo educativo y de los profesionales de la docencia (Huerta, 2010), por ello nos interesa reforzar el papel formativo que adquiere. En el caso de los museos de arte disponemos, además, de imágenes y recursos que servirán para atender a múltiples cuestiones vinculadas con la cultura y los progresos de la humanidad. Replanteamos los aspectos tradicionales de la relación entre el museo y las opciones educativas, teniendo en cuenta que en la actualidad muchos museos ya no se sustentan en una realidad geográfica, sino que forman parte del entorno online. Se trata de instituciones que existen en internet como entidades que mantienen su estrategia dentro de los parámetros de la realidad virtual. Estos museos también cumplen con los requisitos del concepto acuñado por

1. www.museari.com, www.museari.es, www.museari.cat

2. <https://www.facebook.com/museari>

3. <https://twitter.com/search?q=%23Museari>

4. <https://www.instagram.com/museari.museu>

5. <https://independent.academia.edu/museari>

ICOM, pero a diferencia de los convencionales, no existe un espacio geográfico en el que ubicarlos, sino que optan por ofrecer sus servicios a través de la red. Quisiera aclarar aquí que no estamos hablando de las “versiones digitales” de los museos ya existentes, ni tampoco de las aplicaciones en red que algunos museos convencionales han adaptado de sus colecciones. Nos referimos a los museos que han nacido desde una perspectiva digital y que tienen su actividad básicamente en el entorno virtual, como es el caso de *Museari Museu de l’Imaginari*. Se trata por tanto de museos digitales que organizan sus activos a partir de la conexión online con sus usuarios.

NUEVOS ESCENARIOS PARA LA DIVERSIDAD DESDE LAS TIC⁶, EL ARTE Y LA EDUCACIÓN

«La homosexualidad es tan natural como la heterosexualidad.
Se da en la naturaleza y entre los seres inteligentes. Lo antinatural es reprimir los sentimientos, las emociones y las pulsiones sexuales del ser humano»

Pedro Zerolo

El escenario social y político en el que nos movemos permite conseguir logros importantes en lo relativo a derechos de grupos minoritarios. Las democracias occidentales están dando muestras palpables de avances en materia legal y asistencial hacia las personas LGTB. Somos conscientes de que entre todos estamos consiguiendo superar muchos problemas que hasta hace bien poco parecían insalvables. A nivel cultural se está asumiendo el importante papel del colectivo LGTB en las parcelas de los saberes creativos (Lord & Meyer, 2013). Sin embargo la lucha por los derechos humanos debe continuar firme, ya que constantemente están en peligro los avances alcanzados. Vamos a seguir esforzándonos para lograr que lleguen también los derechos para quienes en sus respectivos países siguen siendo perseguidos, vejados, humillados, e incluso asesinados a causa de su orientación sexual. No podemos permitir que continúe habiendo tanta gente en el mundo sufriendo por la forma particular de vivir los propios sentimientos y deseos. En ese sentido, debemos erradicar la homofobia, la transfobia, la lesfobia, la bifobia, y todos los odios que atentan contra las diferentes opciones de la diversidad sexual (Robinson y otros, 2014). Desde Museari generamos acciones y nos esforzamos por conseguir que en todo el mundo se respeten los legítimos derechos de las personas cuando eligen cómo llevar su vida en función de su propia orientación sexual y de género.

6. TIC Tecnologías de la Información y la Comunicación

Se ha avanzado mucho desde los acontecimientos de Stonewall In en 1969, pero todavía queda un largo camino por recorrer para lograr una verdadera normalización de la situación, especialmente en el terreno de lo educativo (Huerta, 2014). Los prejuicios religiosos y la presencia obcecada del machismo recalcitrante continúan frenando muchas oportunidades de mejora (UNESCO,⁷ 2012). Pese a todas las dificultades, observamos que progresivamente aumentan los logros sociales, legales, políticos y culturales en el terreno de la defensa de los derechos humanos y de la diversidad sexual.

El mundo educativo está atendiendo necesidades y urgencias que son propias del nuevo emplazamiento liviano y diverso. Vamos revisando los papeles del alumnado y el profesorado en el marco de las relaciones académicas. Se investiga sobre las posibilidades de mejorar los entornos educativos en base a criterios donde no primen únicamente los intereses económicos, y donde se puedan articular escenarios más generosos e integradores (Huerta y Calle, 2007). El papel de los implicados en la investigación educativa se desplaza hacia los intereses de las personas y los colectivos, de manera que el currículum deja de ser la razón última de las relaciones entre alumnado y profesorado (Huerta y Alonso-Sanz, 2017). Ahora nos preocupan más los sentimientos y las emociones, algo que hasta hace bien poco no se había tomado suficientemente en cuenta por parte de los responsables educativos. Nos hemos marcado nuevas direcciones y hemos dado paso a una gama más amplia de matices (Planella, 2014). El cuerpo, los deseos, las pulsiones y la libertad constituyen elementos fundamentales para gestionar una buena mejora de las condiciones de vida de las personas (Foucault, 1998). La forma de gestionar estas nuevas visiones de lo corporal (Butler, 2006) han de resultar familiares al profesorado, especialmente a los maestros de primaria y a los docentes de secundaria. Si estamos formando desde la universidad a estos futuros profesionales de la educación, debemos introducir las temáticas que están cambiando y mejorando el panorama de los derechos humanos en materia de diversidad. Todas las iniciativas han de basarse en el respeto y la coherencia.

LAS VOCES DE LAS ALTERIDADES

En las últimas décadas venimos asistiendo a una serie de rupturas y tránsitos que están reconfigurando los territorios del arte (Patiño, 2017), de la estética

7. UNESCO: Organización de las Naciones Unidas para la Educación, la Ciencia y la Cultura, en el inglés original de las siglas United Nations for Education, Science and Culture Organization

(Laddaga, 2006), de la educación (Sancho, Hernández y Rivera, 2016), y por supuesto de la Educación Artística (Huerta, 2016). Hemos pasado de un modelo en el que predominaba el rol del artista creador hacia una nueva realidad en la que urge atender el papel de los públicos usuarios y comprometidos. Esto ha provocado una tendencia hacia la reconversión de nuestros intereses, especialmente para quienes nos dedicamos a educar en artes. Sucede algo similar en lo relativo a comportamientos ideológicos y políticos. Las certezas de la modernidad propias del siglo XX nos empujaban hacia polaridades y distanciamientos. El panorama rizomático ha resquebrajado los postulados anteriores, de manera que los flujos cambiantes del momento actual nos sitúan en incertidumbres líquidas más propias de un cierto malestar permanente. Se trata de un estado donde predomina la levedad, tal y como había preconizado Ítalo Calvino en sus *Lecciones Americanas* (Calvino, 1995). Poco después fueron Deleuze y Guattari quienes insistieron en la volatilidad de los pronósticos, ya que desde las miradas anteriores propias del binarismo moderno únicamente se atendía a la polaridad y la duplicidad: “Ni qué decir tiene que este pensamiento jamás ha entendido la multiplicidad: para llegar a dos, según un método espiritual, necesita presuponer una fuerte unidad principal” (Deleuze y Guattari, 2004, 11). Pese a las tendencias más líquidas en las que estamos instalados preconizadas por Zigmunt Bauman, lo cierto es que las tensiones continúan, y ello es debido en parte al modelo de economía neoliberal en la que nos encontramos inmersos. En cualquier caso, las alteridades están impulsando nuevas lecturas del mundo, y tenemos que celebrar el empuje de miradas que provienen de los feminismos, de la diversidad LGTBIQ⁸, de las posiciones afroamericanas, del descontento social y de todos los pensamientos otros.

La transgresión ha sido y sigue siendo la marca identificadora de las otreddades. Dentro del espectro LGTB podemos encontrar voces singulares, incluso distantes, pero también es verdad que estamos asistiendo a una reverberación mediática de la visibilidad de estos colectivos diversos, lo cual enriquece el panorama visual de estas nuevas realidades. Un ejemplo sencillo que evidencia esta mayor visibilidad sería la profusión del imaginario de la diversidad sexual: se han popularizado elementos gráficos del elenco LGTB como la bandera multicolor o el triángulo rosa, se han instituido manifestaciones como las marchas del Orgullo, y tanto en el cine como en la televisión o en la literatura escrita se prodigan los personajes y las temáticas alusivas. Por otro lado, la mayoría

8. LGTBIQ: Lesbiana, gay, trans, bisexual, intersexual y queer

de avances en materia de derechos legales y de progreso social que venimos observando en los logros del colectivo atienden a unas políticas de igualdad que responden a criterios de visibilidad y mejora de la calidad de vida de las personas. La gravedad y trascendencia de la pandemia del SIDA⁹ durante las décadas de 1980 y 1990 tuvo como consecuencia un nuevo impulso en positivo para que se atendiesen los derechos de las personas afectadas, convirtiendo lo que inicialmente había sido una agresión brutal hacia el colectivo homosexual en un logro por la visibilidad de estas problemáticas. Fue en 1990 cuando la Organización Mundial de la Salud (OMS) eliminaba definitivamente la homosexualidad de la Clasificación Estadística Internacional de Enfermedades.

En 2005 se aprobaba en España el matrimonio entre personas del mismo sexo, dentro de una espiral de normalización que ha llevado a la mayoría de parlamentos de los países occidentales a instituir el matrimonio igualitario. A pesar de todos los avances que se detectan en campos como la medicina, la legislación y todo lo que supone una incidencia en la vida de las personas, no podemos olvidar que tanto los prejuicios sociales (homofobia imperante) como los convencionalismos religiosos (castigo a la disidencia) siguen manifestando su poder en contra de los derechos de la ciudadanía diversa. En cualquier caso, las leyes deben redactarse en favor de las minorías oprimidas y de los colectivos más desprotegidos (Council of Europe, 2011).

EL IMPORTANTE PAPEL DEL PROFESORADO EN EL MARCO DE UNA GEOGRAFÍA LÍQUIDA

«Un professeur est une chose, moins maniable qu'un livre sans doute, mais on peut l'apprendre: l'observer, l'imiter, le disséquer, le recomposer, faire expérience de sa personne offerte»

Jacques Rancière, *Le maître ignorant*

Conviene animar al profesorado a elaborar discursos más porosos que consigan evitar los violentos brotes homofóbicos. El respeto y el reconocimiento de la diversidad es algo que urge asumir y defender tanto cuando afecta a las mujeres como a las personas y colectivos homosexuales. Cabe decir que desde la Educación Artística se han escuchado voces desde hace décadas alentando estos derechos y avances (Freedman, 1994). Hemos de reconocer que en el entorno educativo todavía existe temor a expresar libremente la orientación sexual diversa. Profesorado y alumnado con diferentes opciones sexuales o de

9. SIDA: Síndrome de Inmunodeficiencia Adquirida

género sigue padeciendo el rechazo, lo cual provoca un silencio claustrofóbico y empaña cualquier intento de normalizar la situación tanto a nivel social como educativo (Pichardo, 2015). Consideramos positivo implementar el uso de imágenes que permitan al docente introducir las temáticas de la diversidad. Para ello ofrecemos a través de *Museari* numerosos ejemplos

Forman parte de la colección las obras singulares de numerosos artistas que han cedido sus piezas a *Museari*, contribuyendo a su puesta en valor, catalogación, estudio y divulgación. También se potencia la producción artística, humanista y científica de aquellos autores que traten sobre las diferentes temáticas prioritarias del museo. Cada año se diseña un programa de actividades. En dicha programación destacan las 12 exposiciones temporales que se inauguran el día 17 de cada mes, muestras que están compuestas por aquellas obras elegidas por cada artista participante. En la selección prima la calidad de las piezas expuestas el alto nivel de los artistas que participan con sus obras en las exposiciones temporales del museo, y la coherencia del conjunto. En el ejemplo de la Figura 1 el artista Xavier Mollà nos sitúa en un álbum de fotos de boda peculiar, ya que los que se casan son dos hombres. La peculiaridad de las imágenes de la serie "Mans d'estimar" (*Manos de amar*) es que se transmiten los sentimientos, con abrazos y gestos de cariño. No hay poses, la gente que asistió a la boda no sabía que se estaban haciendo las fotografías para un reportaje.

Tras años de andadura de *Museari*, ya son centenares las obras de arte que tienen a su alcance los docentes para consultar y utilizar en sus clases. Los derechos humanos son de importancia primordial, y al hablar abiertamente sobre reivindicaciones LGTB provocamos asimismo un ambiente distendido en el que aquellas personas que anteriormente se habían visto forzadas al silencio, ahora tienen la oportunidad de hablar y expresarse con libertad. El derecho al libre desarrollo de la personalidad, a una vida digna y sin violencia, constituye uno de los principales derechos humanos reconocidos internacionalmente (Art. 5, 12, 22 y 26 de la Declaración Universal de los Derechos Humanos). El derecho a la educación sin discriminación por orientación sexual o identidad de género se encuentra respaldado por los artículos 2, 28 y 29 de la Convención sobre los Derechos del Niño y en los Principios de Yogyakarta. Los artistas que exponen en *Museari* asumen todas estas premisas, y colaboran con sus creaciones a una verdadera transformación de la sociedad, intentando así superar la discriminación y la exclusión por homofobia y transfobia, realidades pre-

sententes en todas las sociedades, estigmas desafortunados que se reproducen también en los centros educativos. Es en el terreno de lo educativo donde *Museari* apuesta de manera decidida, incorporando acciones desde las artes y la educación artística.



Figura 1. "Mans d'estimar 5". Fotografía de Xavier Mollà.

EDUCAR EN ARTES DESDE UN ENTORNO VIRTUAL

Nos relacionamos cada vez más con experiencias visuales ya construidas, lo cual provoca que la distinción entre imagen y realidad se haga progresivamente más difusa. A tal efecto, desde los Estudios Visuales se intenta comprender e investigar sobre la cultura visual, ya que éstos no se ocupan únicamente de los objetos y artefactos visuales, sino que también abordan las relaciones y prácticas de subjetivación que generan. Para formar parte de la ciudadanía digital se han de satisfacer ciertas condiciones, a saber: poseer habilidades al manejar la tecnología digital, disponer de acceso a las herramientas necesarias, incluso tener acceso libre y constante a internet, desarrollando cotidianamente relaciones sociales en el ciberespacio, confiando en las aplicaciones digitales. Todo ello nos lleva a plantearnos la importancia de que existan las condiciones favorables para la apropiación social de la tecnología, ya que las diferencias entre distintos segmentos de la población acerca del acceso a la tecnología digital seguirá siendo fuente de desigualdades por los diversos niveles de educación y de formación. Reparando en todas estas problemáticas, hemos de prestar atención a lo que miramos y a cómo se conforman nuestras miradas sobre nosotros y sobre el mundo, puesto que se “tiende a entrar en un discurso que elude tensiones, cuando el comunitarismo ciudadano entra en escena y cuando la noción de ciudadano y sabio digital se convierte en línea de un horizonte social y educacional” (Sancho, Hernández y Rivera, 2016: 34).



Figura 2. “D’Amors 4”. Obra de Anna Ruiz Sospedra.

En las piezas de Anna Ruiz Sospedra encontramos un interesante juego relacional entre los aspectos que afectan a los rasgos de sexo y género, como se puede comprobar en la Figura 2. La artista elabora esculturas en las que se los personajes han intercambiado roles. Los marcos de género se difuminan, lo cual provoca un interés por parte del alumnado, ya que supera los esquemas binarios a los que están habituados. Estas cuestiones se revelan mucho más cercanas cuando son analizadas desde el arte. Es por ello que animamos al profesorado a utilizar las imágenes del arte, para poder así acercarse sin prejuicios a los temas que puedan resultar más complejos de abordar.

RESULTADOS DE LA INVESTIGACIÓN “BULLYING HOMOFÓBICO”

Museari elabora materiales educativos vinculados a su colección permanente y a las exposiciones temporales, colaborando con otras instituciones en la programación y estimulando así un mayor alcance para sus fines. En el apartado *Museari Educa*, que es una de las opciones principales en la web del museo, encontramos el menú Actividades. Es importante que el profesorado de infantil, primaria y secundaria cuente con materiales para llevar al aula las temáticas que afectan a los colectivos LGTB. Entre las propuestas ofertadas podemos encontrar 21 actividades pensadas para asesorar al profesorado de Educación Primaria. Los docentes que deseen trabajar en sus clases disponen ahora de recursos que les llegan a través de internet. Este es un aliciente motivador, ya que son materiales de fácil acceso, son gratuitos, y siempre están disponibles, lo cual facilita la tarea para quienes optan por desarrollar este tipo de acciones en sus aulas. De este modo, el profesorado dispone tanto de las obras artísticas expuestas en el histórico del museo, como de las actividades pensadas para llevarlas a cabo en el aula.

Si revisamos las 21 Propuestas contra el Bullying Homofóbico encontraremos también las opiniones de sus creadores. Se trata de alumnado de Magisterio, quienes con su mirada joven y porosa han realizado esta actividad pensando en ofrecer al profesorado de Educación Primaria una serie de recursos para trabajar en el aula. La actividad que ofrece Laia consiste en ver “un vídeo en el que aparece un niño que tiene comportamientos distintos al resto de niños y por ello sufre bullying homofóbico. Se observa cómo es agredido verbalmente y maltratado hasta por su propia familia porque no aceptan como es su hijo”. Por su parte Yolanda presentamos una imagen del ilustrador Maurizio Quarello del álbum ilustrado “Titiritesa” para “detectar las concepciones

espontáneas que tiene el alumnado sobre la diversidad sexual, mediante preguntas como: ¿Qué os dice la imagen? ¿Qué ocurre? ¿Qué os transmite?”. Se trata de sacar a la luz todos los estereotipos, prejuicios e ideas que el alumnado tenga sobre el colectivo LGTBIQ, para después ver el corto “Animados en la diversidad”. Ángela anima a comentar “Diverdiferencias: un cuento para acabar con la discriminación”, material elaborado por Ideas sin Género de Chile, Colombia Diversa y el instituto de Género en Perú. Dado que la causa del acoso es un rechazo explícito hacia determinadas personas, sugiere “una dinámica social para observar el nivel de cohesión grupal a modo de diagnóstico y actividad introductoria”. Argumenta que las metodologías que fomentan la interacción, la equidad, el aprendizaje cooperativo y la responsabilidad compartida constituyen formas de prevenir cualquier tipo de violencia. No cumplir con las normas de género asignadas culturalmente a hombres y mujeres son algunas de las causas más frecuentes de acoso escolar: motivan desde el insulto y la burla, hasta la exclusión y la violencia física. Por ello conviene no minimizar el problema, invisibilizarlo o tratar de justificarlo. La intervención frente al acoso escolar por homofobia o transfobia es una responsabilidad que el personal docente y todos los miembros de la comunidad educativa deben cumplir y hacer cumplir en el desarrollo de sus tareas, más allá de las creencias o ideologías personales.

Los artistas que exponen en Museari tratan este tipo de problemáticas y ofrecen al profesorado elementos visuales con los que abordar en el aula estas cuestiones. Los cuerpos desnudos dibujados por el artista Moisés Mahiques (figura 3) están sometidos a una maraña de relaciones en las que nacen y mueren constantemente deseos, pasiones y encuentros fortuitos. El estigma religioso impide que se conozcan muchas de las posibilidades que transmite el propio cuerpo. Y de hecho durante siglos han estado prohibidas las relaciones ajenas a la reproducción. En realidad, el cuerpo acaba siendo un campo de batalla, como reza el texto inscrito en la famosa obra de la artista norteamericana Barbara Kruger: “Your Body is a Battleground”.

El cuerpo y sus representaciones son precisamente la causa de muchos casos de acoso, debido al poco trabajo educativo que se desarrolla sobre estas cuestiones vinculadas al cuerpo, los deseos y las pasiones. En cualquier caso, tanto para el tratamiento de aspectos tan graves como es el ciberbullying (el acoso digital), como para repensar las posibilidades del uso educativo de las imágenes en internet, conviene plantearse hasta qué punto somos capaces de



Figura 3. "Snowball 5". Pintura de Moisés Mahiques.

elaborar un lenguaje adecuado y pertinente al utilizar los entornos online en nuestras tareas cotidianas. Y es que para comprender la forma de interacción entre la cultura y la visión, no solamente debemos entender cómo funciona la vista, sino también desarrollar una mirada cultural, de manera que aprovechemos las respuestas diseñadas desde el cerebro y por supuesto las que llegan a él de manera no deseada. En tal sentido, urge contemplar el peso de las religiones y los tabúes en la invisibilidad de tales cuestiones. Conviene exponer en clase las opiniones que se tienen sobre estos temas y hablar abiertamente de sexualidad sin eliminar un concepto clave como es el deseo. Manejar la tecnología digital permite elaborar discursos ampliados, tejiendo provechosas relaciones en red muy atractivas por el dinamismo que imprime la inmediatez.

CONCLUSIONES

La existencia de *Museari*, *Museu de l'Imaginari* ha supuesto la creación y el uso de la tecnología digital para lograr una serie de objetivos culturales y lle-

var a cabo acciones educativas que integran los mundos del arte, la historia, la educación artística y la defensa de los derechos humanos. Con esta herramienta ágil y accesible hemos podido introducir en la formación universitaria de docentes la temática de la defensa de los derechos LGTB. También permite acompañar las clases de arte en el resto de niveles educativos, animando y asesorando trabajos de otros profesores interesados por la temática. Esto supone incorporar las cuestiones relativas a los derechos de las personas y colectivos LGTB en el currículum universitario y en el resto de etapas educativas. Conseguimos visibilizar la problemática social de la diversidad sexual, al tiempo que analizamos las imágenes con las que identificamos a las personas y los colectivos implicados. Estamos interesados en concienciar al alumnado de la importancia de tratar estas cuestiones con la máxima naturalidad, reflexionando sobre aspectos tan graves como el bullying, revisando hasta qué punto resulta necesario atajar este grave problema en los entornos educativos. Explicamos las peculiaridades de cada caso que pueda darse, ya que en los colectivos LGTB existen personas homosexuales, bisexuales, transgénero y transexuales, y es bueno acercarse a conceptos menos conocidos como la cissexualidad o la intersexualidad. Asumimos el reto de eliminar la homofobia y la transfobia de los entornos educativos, y por supuesto en cualquier otro entorno.

Como docentes de educación artística, hemos comprobado que el alumnado recibe este tipo de informaciones con el máximo interés, debido a que anteriormente no se habían tratado lo suficiente en clase. Nos aseguran que son temas sobre los que hablan de forma habitual en sus conversaciones coloquiales, pero que nunca se escuchan voces de especialistas en estas temáticas. El hecho de hablar sin condicionantes nos permite eliminar prejuicios absurdos y anquilosados que suelen predominar entre la mayoría de la población respecto a estas temáticas vinculadas a los derechos humanos y la diversidad sexual. El uso de Museari potencia otras actividades como puedan ser: visionar fragmentos de películas en las que se tratan cuestiones de bullying homofóbico; leer obras literarias donde aparecen ideas sobre la sexualidad, el placer y el deseo, sin miedos ni preconcepciones; anular los estigmas en terminologías como homosexualidad o transexualidad; y por supuesto incorporar terminología adecuada y respetuosa a nuestro vocabulario habitual. En última instancia, y en términos educativos, culturales, sociales y tecnológicos, siem-

pre conviene aclarar que el problema no es la homosexualidad: el problema es la homofobia.

REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

- BUTLER, J. (2006): *Deshacer el género*, Barcelona, Paidós.
- CALVINO, I. (1995): *Seis propuestas para el próximo milenio*, Madrid, Siruela.
- COUNCIL OF EUROPE (2011): *Report on Discrimination on Grounds of Sexual Orientation and Gender Identity in Europe*, Paris, Council of Europe.
- DELEUZE, G. y GUATTARI, F. (2004): *Mil mesetas. Capitalismo y esquizofrenia*, Valencia, Pre-Textos.
- FOUCAULT, M. (1998): *Vigilar y castigar. Nacimiento de la prisión*, México, Siglo XXI Editores.
- FREEDMAN, K. (1994): "Interpreting Gender and Visual Culture in Art Classrooms", *Studies in Art Education*, 35 (3): 157-70.
- HUERTA, R. (2010): *Maestros y museos. Educar desde la invisibilidad*, Valencia, PUV.
- HUERTA, R. (2014): "La educación artística como motor de cambio social", *Cuadernos de Pedagogía*, 449: 48-50.
- HUERTA, R. (2016): *Transeducar. Arte, docencia y derechos lgtb*, Barcelona, Egales.
- HUERTA, R. y ALONSO-SANZ (2017): *Entornos informales para educar en artes*, Valencia, PUV.
- HUERTA, R. y CALLE, R. (2007): *Espacios estimulantes. Museos y educación artística*, Valencia, PUV.
- HUERTA, R. y CALLE, R. (2013): *Patrimonios migrantes*, Valencia, PUV.
- HUERTA, R. y NAVARRO, G. (2016): "Museari. An online Museum about Sexual Diversity", *Museum Education and Accessibility. Bridging the Gaps*, Washigton: CECA-ICOM, 145-149.
- LADDAGA, R. (2006): *Estética de la emergencia*, Buenos Aires, Adriana Hidalgo.
- LORD, C. y MEYER, R. (2013): *Art & Queer Culture*, London, Phaidon.
- PATIÑO, A. (2017): *Todas las pantallas encendidas. Hacia una resistencia creativa de la mirada*, Madrid, Fórcola.
- PLANELLA, J. (2014): *El oficio de educar*, Barcelona, UOC.
- PICHARDO, J. I. (2015): *Abrazar la diversidad*, Madrid, Instituto de la Mujer.
- ROBINSON, K. H. y otros (2014): *Growing Up Queer. Issues Facing Young Australians Who are Gender Variant and Sexuality Diverse*, Melbourne, Young and Well.
- SANCHO, J., HERNÁNDEZ, F. y RIVERA, P. (2016): "Visualidades contemporáneas, ciudadanía y sabiduría digital: Afrontar las posibilidades sin eludir las tensiones", *Relatec Revista Latinoamericana de Tecnología Educativa*, 15 (2): 25-37.
- UNESCO (2012): *Education Sector Responses to Homophobic Bullying*, París.

CV

Ricard Huerta es profesor de Educación Artística en la Universitat de València. Investigador del Instituto de Creatividad e Innovaciones Educativas. Director de EARI Educación Artística Revista de Investigación. Dirige el Diploma de Posgrado Educación Artística y Gestión de Museos. Director de Museari¹⁰ Doctor en Bellas Artes y licenciado en Música, Bellas Artes y Comunicación Audiovisual. Coordinador del Grupo CREARI de Investigación en Pedagogías Culturales (GIUV2013-103). Profesor de la Facultat de Magisteri. Ha publicado recientemente los libros *La ciudad y sus docentes: Miradas desde el arte y la educación*, y *Transeducar. Arte, docencia y derechos lgtb*. Autor de artículos en revistas especializadas, ha coordinado numerosas publicaciones dentro del ámbito del arte, la educación, la formación de educadores, el patrimonio, los museos y las TIC.
<http://uv.academia.edu/ricardhuerta>
<http://www.facebook.com/ricardhuerta>
<http://www.revistaeari.org>
<http://artemaestrosymuseos.wordpress.com>

*Ricard Huerta PhD, is Assistant Professor of Art Education in the University of Valencia (Spain). Is regular member at the Institute of Creativity and Educational Innovation, and member of ICOM. Director of the postgraduate master "Art Education and Museums Marketing". Graduate in Fine Arts, in Music, and Communication. Head director of the Research Journal EARI Educación Artística Revista de Investigación. Director de Museari¹¹. Invited researcher in universities of Spain, United Kingdom, Cuba, Uruguay, Colombia, Peru, France, Italy, Brasil, Argentina and Chile. Author of the recent books *La ciudad y sus docentes: Miradas desde el arte y la educación*, and *Transeducar. Arte, docencia y derechos lgtb*, and author of articles in specialized journals. He has coordinated several publications and activities inside the areas of Visual Arts, Education, Training Teachers, ICT and Museums. As a visual artist, letters and Alphabets are the most relevant question for his performances.*

10. www.museari.com

11. www.museari.com

DIGITALIZACIÓN DE RECURSOS PATRIMONIALES MEDIANTE CÓDIGOS QR: LOS DISPOSITIVOS DIGITALES MÓVILES PARA LA DIFUSIÓN CULTURAL Y ARTÍSTICA EN EDUCACIÓN

José María Romero Rodríguez

Universidad de Granada

josemarr13@correo.ugr.es

Antonio-Manuel Rodríguez-García

Universidad de Granada

arodrigu@ugr.es

RESUMEN: En el presente capítulo se muestra, de manera general, el proceso de digitalización del patrimonio cultural que están llevando a cabo las instituciones museísticas, las cuales han utilizado las tecnologías de la información y la comunicación para adaptar parte de su colección a los tiempos actuales. A su vez, nos centramos en cómo todo este proceso se traslada al ámbito educativo, cuáles son sus consecuencias, ventajas y aplicaciones que pueden emplear los docentes a partir del contenido cultural y artístico utilizando los dispositivos digitales móviles. En concreto se analizan las prácticas realizadas a través del empleo de códigos QR, tanto por parte de los museos que compilan información de sus obras, como por el uso que hacen los docentes para generar metodologías que incluyan este recurso tecnológico. De este modo, con este capítulo se pretende invitar al lector a conocer el código QR como recurso para la difusión cultural y artística en educación, así como los factores que se asocian a su implementación. Finalmente se establece la necesidad de desarrollar la competencia digital en el estudiantado para formar ciudadanos acordes a la Sociedad del Conocimiento.

PALABRAS CLAVE: Patrimonio cultural; código QR; aprendizaje móvil; educación cultural.

ABSTRACT: This chapter shows, in a general way, the process of digitization of cultural heritage being carried out by museum institutions, which have used information and communication technologies to adapt part of their collection to the current times. At the same time, we focus on how this whole process is transferred to the educational field, what are its consequences, advantages and applications that teachers can use from the cultural and artistic content using mobile digital devices. Specifically, we analyze the practices performed through the use of QR codes, both by museums that collect information from their works of art, and by the use that teachers make to generate methodologies that include this technological resource. Thus, this chapter is to invite the reader to know the QR code as a resource for cultural and artistic dissemination in education as well as the factors that are associated with its implementation. Finally, it is established the need to develop digital competence in the students to train citizens according to the Knowledge Society.

KEYWORDS: Cultural heritage; QR code; mobile learning; cultural education.

INTRODUCCIÓN

La inclusión de la tecnología en nuestra vida ha ocasionado un importante avance en la sociedad, la cual ha integrado sus costumbres y estilo de vida a ellas. La omnipresencia tecnológica ha precisado que tanto ciudadanos como instituciones deban hacerse eco de los cambios a realizar en instas de adaptarse a las exigencias que demanda la sociedad del siglo XXI; sociedad donde lo tecnológico y lo digital se han convertido en dos patrones primarios que guían nuestras actuaciones y las formas en que nos desenvolvemos y relacionamos en sociedad.

En este escenario, nos encontramos en un ambiente digitalizado donde es habitual utilizar la tecnología para realizar cualquier trámite en nuestro día a día, ya sea ir a la consulta del médico, efectuar operaciones bancarias, hacer una compra habitual, realizar un trabajo académico o su actuación como guía y complemento a una institución museística.

En esta mediación con la tecnología, los dispositivos digitales móviles son una de las herramientas más utilizadas socialmente, en concreto los *smartphones*. Estos dispositivos juegan un papel muy importante en la creación e innovación cultural y artística desarrollada con medios digitales, así como en su difusión y comunicación, puesto que el usuario puede acceder al contenido en cualquier momento y lugar, suprimiendo las coordenadas espaciotemporales que anteriormente encorsetaban el conocimiento a determinados espacios e instituciones específicas.

Ante este panorama los museos, principales fuentes de difusión cultural, se han visto afectados y obligados a adaptarse a estos cambios para hacer frente a las necesidades y demandas actuales de la sociedad digital. De esta manera, realizaremos un breve recorrido sobre las prácticas que actualmente están desarrollando las instituciones museísticas cuyo objetivo reside en digitalizar partes de sus colecciones y difundirlas, posteriormente, a través de aplicaciones móviles, códigos QR así como las principales implicaciones de este proceso de innovación en el campo educativo.

En definitiva, con el escrito se pretende aunar en la transformación digital de los museos que han integrado los códigos QR para la difusión y comunicación cultural, los cuales pueden ser utilizados en la educación como un recurso para documentarse e interactuar con objetos cuya información multimedia queda compilada en dichos códigos, ofreciendo distintas posibilidades de expandir el aprendizaje.

DIGITALIZACIÓN DEL PATRIMONIO CULTURAL DE LOS MUSEOS

Los avances tecnológicos y los cambios sociales acontecidos en los últimos años han propiciado un escenario idóneo para la digitalización del patrimonio cultural de los museos. Este hecho posibilita la renovación y el acercamiento al público de unas instituciones esenciales para la transmisión cultural y artística.

El proceso de digitalización que están llevando a cabo los museos permite aprovechar su patrimonio para mostrarlo en la red y en abierto (Grefe, 2016: 95), en una dinámica donde la mayoría de nosotros puede acceder a él en cualquier momento y lugar a través del *smartphone*, al mismo tiempo que se nos permite interactuar con el contenido.

En esta línea de cambio, se encuentra el proyecto MINERVA de la Unión Europea para la digitalización del patrimonio cultural, resaltando como uno de sus objetivos la creación de una plataforma Europea que recoja recomendaciones y guías sobre la digitalización (Bañuelos, 2005: 1).

Por otro lado, en España contamos con experiencias pioneras como la realizada por Google Earth para digitalizar 14 obras del Museo del Prado, de modo que su difusión a través de internet ha propiciado la distribución del patrimonio cultural a usuarios de todo el mundo (Llorente, García y Rodríguez, 2010: 73), acercando estas obras, como *Las Meninas* de Velázquez, tanto al público general como a expertos del arte.

Siguiendo las consideraciones de Rodríguez (2016: 75) acerca de los beneficios de la virtualización del patrimonio, el proceso de digitalización conlleva:

Reconstrucción y recreación de escenarios.

Proposición de debates sobre metodologías de intervención con el público general y expertos.

Posibilidad de sustitución de una obra que se encuentre en restauración, con una copia digital.

A las que podemos añadir:

Democratización del patrimonio cultural, puesto que se derriban las barreras temporales y espaciales para acercar el contenido a cualquier persona.

Utilización de metodologías de enseñanza que empleen las TIC para acceder al contenido disponible en red.

Creación de museos únicamente virtuales que pueden alojar contenidos muy diversos, sin necesidad de contar con los objetos reales.

En este sentido, el Museo Virtual de la Historia de la Educación (MUVHE) que pertenece a la Universidad de Murcia, es un ejemplo de ello. Este museo virtual alberga una colección de materiales educativos, divididos en 5 salas que trasladan al usuario a un recorrido histórico por el mobiliario, espacios, edificios, catálogos y libros utilizados en la educación.

Teniendo en cuenta estas consideraciones, el proceso de digitalización del patrimonio es una necesidad para los museos y en general para lograr el avance de la cultura. Ya no solo por el mero hecho de poder acceder desde la red, sino por introducir en la propia exposición elementos que propicien la interacción de los usuarios con la obras. En consecuencia, encontramos museos con pantallas interactivas, videos explicativos, tabletas que muestran información en función de lo que vayamos marcando en la pantalla, elementos para leer con nuestro dispositivo móvil, entre otros. Todos estos factores inciden positivamente en la experiencia del usuario, ya que tradicionalmente la visita a una institución cultural, como el museo, era algo pasivo y unidireccional, transformándose hoy en día en un recorrido donde el usuario forma parte de la exposición y hay una interacción constante con el entorno.

En cuanto a elementos diferenciadores que incluyen algunas obras y nos permiten utilizar nuestro dispositivo móvil para leer la información que contiene, el código QR se alza como un potente recurso que se ha expandido en importantes museos de la geografía española como el Carmen Thyssen de Málaga o el Reina Sofía de Madrid. Estos museos han compilado en códigos QR información y comentarios de expertos en sus obras, de tal modo que 162 obras de sus fondos (Carmen Thyssen) y obras concretas, como *Mujer en azul* de Pablo Picasso (Reina Sofía), permiten al usuario su lectura para descargar la información a través de su *smartphone* y poder consultarla ipso facto o posteriormente (figura 1).

Por consiguiente, la aplicabilidad de estos recursos en los museos abarcan desde su almacenamiento de datos y accesibilidad para el usuario, hasta la facilidad del trabajo a los operarios que los utilizan para el registro e inventario de colecciones (Rodríguez, 2013: 21). Específicamente el código QR al ser un recurso abierto y de fácil lectura, a partir de un dispositivo móvil, hace factible su aplicación y difusión debido al bajo coste de creación y distribución. Por todo ello, se posibilita como una herramienta valiosa y útil que puede utilizarse en el ámbito educativo.



Figura: Código QR - Mujer en azul de Pablo Picasso (Museo Reina Sofía)

LOS CÓDIGOS QR COMO RECURSO DIGITAL EN EDUCACIÓN

El código QR cuyas siglas hacen referencia a *Quick Response* "es un código de barras utilizado para contener información en una matriz de puntos bidimensional tanto horizontal como vertical que contiene información codificada en ella" (Rodríguez y Muñoz, 2016: 410). La información que contienen estos códigos puede ser estática cuando el contenido no cambia (una información un QR, si se modifica es necesario otro código) o dinámica cuando el autor modifica los datos (varias informaciones un mismo QR). Debido a la expansión de los códigos QR a nivel social e institucional, en educación pueden utilizarse como un recurso para documentarse e interactuar con objetos cuya información queda compilada en dichos códigos.

Respecto a los contenidos que se pueden almacenar en estos códigos la variabilidad es diversa, desde hipervínculos a cualquier dirección web, hasta texto e imágenes. Por tanto, la aplicabilidad de los códigos QR a cualquier ámbito resulta de provecho y facilita a los usuarios el intercambio de información de manera sencilla.

Si trasladamos todo esto al ámbito educativo, ya sea en los propios museos o en contextos formales como el aula escolar, nos encontramos con una serie de consideraciones importantes aparejadas a este recurso, entre ellas: desarrollo de competencias básicas y aprendizaje activo; ambiente cooperativo; aumento de la motivación por el uso de la tecnología; posibilidad de reducir a un código una gran cantidad de datos y; movilidad e intercambio de información entre usuarios.

Como destaca Román (2012: 105) “un primer paso para introducir los códigos QR en el aula es el direccionamiento a un sitio web de tipo dinámico (diarios electrónicos, blogs, wikis, etc.)”. De esta manera, se puede direccionar al alumnado a un recurso que se encuentra en constante actualización, siguiendo así un hilo conductor entre la materia que se imparte y su desarrollo. De igual forma, como recurso educativo dentro de una institución museística los usuarios que obtengan este código pueden consultarlo posteriormente para obtener información actualizada de la obra o incluso de eventos próximos o exposiciones relacionadas con la visita realizada.

A partir de su aplicación surgen diversas experiencias como la llevada a cabo por Monguillot *et al.* (2014: 179) que muestra una práctica desarrollada en educación física que combina el uso del *mobile learning* y los códigos QR para el fomento de prácticas físicas saludables. Para ello, se simuló el ascenso al Everest de forma colaborativa entre alumnado de ESO de dos centros, utilizando para ello retos de fuerza y resistencia, compartidos y visualizados a través de los códigos QR. La experiencia confirma que se desarrollaron habilidades como el trabajo cooperativo, la autorregulación y la competencia digital a través de la educación física.

Como se constata, la aplicación de los códigos QR en el ámbito educativo puede realizarse de forma transversal en cualquier materia. En este caso, a través de la educación física se han trabajado una serie de retos que conllevan a la consecución de ciertas habilidades. Teniendo en cuenta que el tema ha sido el Everest, también podríamos afirmar que se ha utilizado este recurso para la difusión cultural, puesto que este monte forma parte de la cultura mundial.

Por otro lado, se puede aprovechar todo el proceso de digitalización que están realizando los museos para trabajar en el aula estos valiosos recursos, de modo que:

En las visitas a museos que contengan obras con códigos QR puede leerse la información para trabajarla en el acto o posteriormente en el aula.

Se puede acceder al patrimonio cultural online de un museo y recopilar información para compilarla en códigos QR de creación propia, con el objetivo de recrear dicha institución en la escuela.

Se fomente el trabajo cooperativo a partir de la búsqueda, recopilación y establecimiento de la información a compilar en un código QR.

Permite el estudio pormenorizado de una obra al poder consultarse tantas veces como se quiera en la red, así como un recurso para el docente que puede crear un foro de discusión cuyo enlace quede recogido en un código QR y acceda cualquier estudiante a nivel de aula, curso o centro.

En suma, los códigos QR son eficaces para la transmisión de información al alumnado y establecimiento de actividades *on-line* (Gómez, Atienza y Mir, 2015: 31), debido a sus características y a la facilidad que aporta al profesorado a la hora de crear dichas actividades que repercuten de forma positiva en el alumnado, favoreciendo la creatividad y la competencia digital a través de la difusión cultural y artística del patrimonio de los museos.

MOBILE LEARNING PARA LA DIFUSIÓN CULTURAL Y ARTÍSTICA EN EL AULA

Han sido numerosas las transformaciones que nuestra sociedad ha experimentado durante los últimos años a causa de la expansión y el desarrollo tecnológico. Cambios que se han intensificado a causa de su papel en la transformación de las relaciones humanas, económicas, sociales y culturales. En este panorama, uno de los elementos que más ha impactado en la sociedad ha venido de la mano del auge de la tecnología móvil y de los dispositivos inteligentes. Más comúnmente conocidos como *smartphones*, estos terminales han revolucionado y permutado la manera en que las personas se relacionan entre sí y con su entorno próximo. De hecho, su gran impacto queda señalado en los últimos informes sobre la sociedad digital, donde se recoge el incremento exponencial de personas que hacen uso de estos dispositivos en su vida diaria (Jhonson *et al.*, 2016: 30).

No pudiendo ser de otra manera, la práctica universalizada de los dispositivos móviles conlleva implícitamente una serie de cambios en los patrones sociales, siendo cada vez más las instituciones que han de adecuarse a los requerimientos de esta nueva era (Rodríguez-García, Aznar y Alonso, 2016: 512). Comercios electrónicos, ciudades inteligentes, pagos instantáneos a través de la tecnología móvil, oferta de aplicaciones para suplir cualquier necesidad, disponibilidad de seguimiento de asignaturas o cursos virtuales son solamente algunos de los ejemplos que manifiestan la gran relevancia que ha adquirido esta invención en los últimos tiempos.

Indudablemente, estos procesos han provocado una fuerte repercusión en el contexto e instituciones educativas, originando el yacimiento de nuevas metodologías de enseñanza-aprendizaje. Hablamos, en este momento, del paradigma subyacente a esta revolución y que se ha designado como *mobile learning*, aprendizaje móvil o en movilidad (Brazuelo y Gallego, 2011: 16). La esencia de este concepto viene a referirse a una metodología de enseñanza-aprendizaje donde se emplean dispositivos móviles electrónicos, tales como *smartphones*, tabletas u otros terminales similares que tengan posibilidad de conectividad inalámbrica. En otras palabras, el objetivo principal de este nuevo paradigma no sería otro que el de encaminar, facilitar, guiar y mejorar la acción educativa, expandiendo el aprendizaje a cualquier momento y lugar. Por tanto, tres características básicas serían las que avalan el potencial que ha cobrado el empleo de estos terminales en educación (Rodríguez-García, Aznar y Alonso, 2016: 513):

En primer lugar, se trata de dispositivos cuyas dimensiones son especialmente reducidas, por lo que una de sus características principales viene siendo la facilidad para portar los mismos y convertirlos en fieles compañeros de bolsillo.

En segundo lugar, son terminales que ofrecen una amplia gama de posibilidades, siendo cada vez más las prestaciones que ofrecen al usuario para suplir sus necesidades.

En tercer lugar, durante los últimos años hemos asistido a un verdadero auge de paradigmas educativos que apuestan por la semipresencialidad (*b-learning*) o virtualidad (*e-learning*) de los procesos educativos (Aznar, Hinojo y Cáceres, 2009: 167). En este sentido, los dispositivos móviles se convierten en fieles aliados para sustentar esta nueva forma de llevar a cabo la acción educativa.

No obstante, el empleo de los dispositivos móviles como elementos de mejora de los procesos de enseñanza y aprendizaje no han de concebirse como un fin en sí mismos, sino como medios adicionales que amplían las posibilidades y oportunidades educativas, ofreciendo nuevas ópticas y perspectivas hacia donde caminar para conseguir nuevos resultados.

Como bien hemos mencionado anteriormente, son numerosas las posibilidades que nos brindan estos terminales. A modo de síntesis, y atendiendo a distintas investigaciones (Brazuelo y Gallego, 2011: 17-20; Aznar, Hinojo y Cáceres, 2009: 167-168; Klimova y Poulouva, 2016: 1111-1113), destacamos las siguientes:

Supresión de las coordenadas espacio-tiempo de los procesos de aprendizaje, donde la labor educativa se encorsetaba únicamente al espacio del aula, siendo ahora posible llevar el conocimiento a cualquier momento y cualquier lugar.

Al tratarse de dispositivos portables, se favorece y se apuesta por un aprendizaje flexible, accesible, ubicuo e inmediato, debido a la posibilidad de acceder a gran cantidad de información con una simple búsqueda rápida.

Favorece la motivación y la satisfacción de los estudiantes, siendo estos quienes se ponen sus metas de aprendizaje y quienes deciden el momento más oportuno para llevar a cabo el mismo.

En línea de lo anteriormente mencionado se fomenta y se apuesta, a su vez, por la autonomía de los estudiantes. En este sentido, el alumno adquiere un papel protagónico en el proceso y donde la autorregulación del aprendizaje se convierte en una característica esencial de esta perspectiva.

Por otro lado, estos dispositivos no solamente se convierten en fieles aliados para el aprendizaje del alumno, sino que actúan como potenciadores de la acción docente, a la par que la favorecen y la complementan.

A su vez, se trabajan habilidades fundamentales para el aprendizaje a lo largo de la vida, beneficiando la mejora de la competencia digital y avalando la colaboración y el intercambio de distintas experiencias, información y, en definitiva, conocimiento.

Por último, se promueven relaciones horizontales de comunicación entre distintas personas, pudiendo producirse en diferentes niveles: individuales, grupales o institucionales.

Podríamos afirmar, por tanto, que las posibilidades educativas que ofrecen los dispositivos móviles son tan amplias que únicamente se ven limitadas por

los fines de nuestra creatividad e imaginación. De hecho, algunos autores señalaban las grandes oportunidades que nos oferta esta tecnología para trabajar, fomentar, favorecer e impulsar el desarrollo de las ocho competencias básicas: competencia en comunicación lingüística, competencia matemática, competencia en el conocimiento y la interacción con el mundo físico, tratamiento de la información y competencia digital, competencia social y ciudadana, competencia cultural y artística, competencia para aprender a aprender; y autonomía e iniciativa personal (Cantillo, Roura y Sánchez, 2012: 9-12). Por cuestiones de interés del presente trabajo, nos centraremos en las posibles estrategias a emplear para el tratamiento de la competencia cultural y artística.

En las diferentes tiendas de aplicaciones ofertadas por los distintos sistemas operativos de dispositivos móviles (Android, iOS, Symbian o Blackberry OS) contamos con una innumerable cantidad de propuestas para trabajar cada una de las competencias anteriormente mencionadas. Refiriéndonos a la cultural y artística, se pone a disposición del usuario (docentes y/o alumnos) una oferta de recursos que posibilitan el desarrollo de la creatividad, la difusión del patrimonio histórico y cultural, así como el aprendizaje y el gusto por la música y el arte.

De manera incuestionable, la revolución de la tecnología móvil ha supuesto la creación de nuevas propuestas educativas que enriquecen los procesos de aprendizaje, siendo cada vez más las instituciones de educación formal, no formal e informal las que utilizan este tipo de estrategias para llevar a cabo acciones con fines didácticos o educativos. Canalizando las aplicaciones anteriormente mencionadas a través de propuestas específicas, desde diferentes organismos e instituciones se han llevado a cabo algunos proyectos que vienen a trabajar y desarrollar la competencia cultural y artística a través de la difusión del patrimonio cultural. Un claro ejemplo de ello fue el estudio presentado por Asenjo *et al.* (2011: 152), donde evaluaban el uso y la satisfacción de los usuarios en la utilización de las PDA como recursos de aprendizaje en el Museo Marítimo de Barcelona, ofertándose aplicaciones para la posibilidad de traducción en diferentes idiomas, ampliar la información, archivos audiovisuales adicionales, entre otras. Otro ejemplo clarificador versa en la gran cantidad de museos que han decidido ofertar sus obras de arte a través de aplicaciones para dispositivos móviles, tales como: Museo Nacional del Prado, Louvre Audioguía, MoMA, Vusiem British Museum o Thyssen, por ejemplo.

Recientemente, dos de las tendencias actuales en el empleo de los dispositivos móviles en educación vienen de la mano del uso de los códigos QR y la realidad aumentada, dos recursos que pueden combinarse para producir un resultado de aprendizaje efectivo a la par que interesante y motivador para el alumnado. Más allá del contexto educativo formal e informal, se han llevado a cabo diferentes experiencias donde se armonizan ambos elementos para la producción de un resultado de aprendizaje. Apostamos, en este momento, por dar un paso más allá promoviendo una mayor interactividad con los contenidos culturales a través de este tipo de recursos, así como nuevas posibilidades para expandir el aprendizaje.

En línea de lo anteriormente mencionado, Moreno y Vera (2016: 9) llevaron a cabo una experiencia didáctica donde emplearon los códigos QR como elementos para promover el conocimiento del papel que había desempeñado la mujer en el arte en la época renacentista y barroca. Otra experiencia de aplicación de los códigos QR para la difusión cultural y artística en el aula fue la que emplearon Moreno, López y Vera (2014: 188), integrando los códigos QR en la formación y el aprendizaje del arte de los futuros docentes. En este caso, eran los propios alumnos quienes debían desarrollar materiales didácticos a través de códigos QR y realidad aumentada para la difusión artística y cultural de distintas obras pertenecientes a todas las épocas históricas, obteniendo resultados de aprendizaje muy positivos y desarrollándose, a su vez, habilidades de cooperación y de indagación entre los propios estudiantes.

Investigaciones y proyectos de aplicación similares, donde se emplearon los códigos QR como prácticas innovadoras de aprendizaje fue el desarrollado por Ullán (2012: 1), profesor de Tecnología del Instituto de Educación Secundaria Tierras Blancas (Badajoz), titulado "Promoción del patrimonio Histórico-Artístico a través de los códigos QR", y cuyo objetivo viene a resumirse en la promoción del pensamiento crítico-creativo y el fomento del patrimonio histórico, cultural y natural de la comarca donde desarrolla su acción docente (Zalamea de la Serena), valiéndose del empleo de los códigos QR, la realidad aumentada y los dispositivos móviles, alojando información audiovisual de interés que puede ser consultada mediante los terminales electrónicos.

En definitiva, aunque los códigos QR y la realidad aumentada no pueden garantizar que el aprendizaje se produzca por sí mismo, cuestión lógica si consideramos que se trata de herramientas que sirven de apoyo en el proceso educativo, sí que nos abren y ofertan un mundo de posibilidades para el desarrollo

competencial del alumnado, contribuyendo a la mejora del aprendizaje de éstos, y realizándolo de una manera lúdica, motivadora y activa.

DESARROLLO DE LA COMPETENCIA DIGITAL

Dos hitos principales han incidido en la formación por competencias en la sociedad actual: por un lado, la creación del Espacio Europeo de Educación Superior y, por otro lado, los cambios acelerados que ha sufrido nuestra sociedad desde que las Tecnologías de la Información y la Comunicación se han incorporado a nivel mundial, dando lugar a la evolución de la Sociedad de la Información a la Sociedad del Conocimiento.

Anteriormente ya habíamos mencionado las ocho competencias básicas que cualquier persona ha de desarrollar a lo largo de la vida. Focalizando nuestra atención en el tratamiento de la información y competencia digital, el Instituto Nacional de Tecnologías Educativas y de Formación del Profesorado (INTEF) afirma que:

“La competencia digital supone el uso creativo, crítico y seguro de las tecnologías de información y comunicación para alcanzar los objetivos relacionados con el trabajo, la empleabilidad, el aprendizaje, el tiempo libre, la inclusión y la participación en la sociedad” (INTEF, 2017: 9).

A su vez, según la fuente citada anteriormente, y atendiendo a los distintos informes y estándares internacionales, como el proyecto DIGCOMP 2.0 de JRC, la competencia digital se desglosa en una serie de áreas y dimensiones que señalamos a continuación (INTEF, 2017: 10-24):

Información y alfabetización informacional: esta área consiste en la identificación, localización, obtención, almacenamiento, organización y análisis de la información digital, evaluando tanto su finalidad como su relevancia.

Comunicación y colaboración: engloba el desarrollo de habilidades de comunicación en entornos digitales, así como las estrategias para compartir recursos a través de herramientas en red, establecer conexiones y colaboración con otras personas valiéndose de herramientas digitales, la interacción y participación en distintas comunidades y redes, así como una concienciación de la interculturalidad digital.

Creación de contenidos digitales: esta área supone tanto la creación de contenidos digitales nuevos como la edición de los mismos, la reelaboración de otros ya utilizados, así como la realización de producciones artísticas o con-

tenidos de carácter multimedia, programación informática y la competencia de aplicación de los derechos de autor, licencias y propiedad intelectual.

Seguridad: el área de seguridad abarca todo lo relacionado con las medidas de precaución tomadas por los usuarios para proteger su información, datos personales, identidad digital, uso responsable y seguro de la tecnología.

Resolución de problemas: supone la identificación de necesidades en el uso y empleo de los recursos digitales, la toma de decisiones informada sobre las herramientas y estrategias más adecuadas a emplear atendiendo a las necesidades que se nos presentan, el uso de la tecnología de manera creativa, así como la habilidad para resolver problemas técnicos y mantenerse actualizado en esta competencia.

La adquisición de la competencia digital ha cobrado especial relevancia durante los últimos años, convirtiéndose en uno de los pilares fundamentales a desarrollar por cualquier persona a lo largo de su vida. Es innegable que no puede haber progreso en este campo si no se utilizan los medios necesarios para ello pero, más importante aún, es el hecho de entender que no se puede adquirir un buen nivel formativo en competencia digital sin entender la globalidad del término y todas las pautas necesarias a desarrollar, especialmente en lo que se refiere a un uso efectivo y correcto de las tecnologías. Lo que no podemos evadir es la necesidad de integrar adecuadamente la tecnología en los procesos educativos, aprovechando al máximo su potencial para desarrollar acciones educativas donde la tecnología se convierta en un soporte de apoyo para desarrollar los objetivos de aprendizaje.

En este sentido, la interacción con recursos digitales a través de los dispositivos móviles no solamente promueven habilidades digitales esenciales como pueden ser la capacidad para transferir archivos, comunicarnos con los demás, abrirnos al mundo que nos rodea, indagar e investigar toda la información que está a nuestro alcance, la creación de archivos multimedia o el establecimiento de redes colaborativas de trabajo, por ejemplo, sino que, a su vez, se promueven otra serie de destrezas básicas esenciales para desarrollarnos en un mundo cuyo apellido, inexorablemente, es "digital". De hecho, es nuestra propia sociedad la que nos plantea este tipo de exigencias, la que ineludiblemente necesita de ciudadanos preparados para desenvolverse de manera correcta en un mundo interconectado, donde la tecnología continuará siendo un campo de avance continuado y donde las personas estamos abo-

cadras a reciclarnos continuamente en instas de convertirnos en ciudadanos competentes en lo que a este aspecto se refiere.

CONSIDERACIONES FINALES

La digitalización del patrimonio cultural supone un importante avance para acercar la cultura y el arte a todo el mundo a través de la red. Aunque todavía se traten de experiencias puntuales, bien es cierto que el camino hacia el futuro vendrá predispuesto por una mayor exposición de los contenidos culturales en los medios digitales, pues nos encontramos en un campo de actuación que se encuentra continuamente en desarrollo, demandando continuos cambios que ofrezcan respuestas a las problemáticas que nos plantea nuestra sociedad.

En el presente capítulo se han mencionado algunas estrategias llevadas a cabo por los museos en la digitalización de su patrimonio completamente o parcialmente, siguiendo la estela de subir su contenido a la red y añadir en las obras elementos tecnológicos como los códigos QR, pantallas interactivas, audios, vídeos, texto, entre otros elementos.

En este sentido, teniendo en cuenta que la mayoría de conexiones se realizan a partir de dispositivos móviles, especialmente desde el *smartphone*, es de utilidad disponer de las herramientas necesarias para acentuar y favorecer su difusión. Aunque en este caso hemos abordado el código QR como recurso tecnológico aplicado a la educación, son diversas las aplicaciones y posibilidades que nos brindan este tipo de terminales para expandir el aprendizaje bajo parámetros propios del paradigma educativo conocido como *mobile learning*.

Particularmente, la posibilidad de lectura de los códigos QR mediante dispositivos digitales móviles (tabletas, *phablets* o *smartphones*) tiene la peculiar característica de la ubicuidad, es decir, el poder de consultarse en cualquier momento y lugar, derribando así las fronteras temporales y geográficas que permiten al usuario acceder sin importar la hora o el sitio en el que se encuentra. Este hecho posibilita una serie de ventajas para trabajar contenidos culturales y artísticos en un aula formal, en el propio museo o en un contexto informal, de forma que se adquieren una serie de habilidades relacionadas, en primer lugar, con la tecnología, en segundo lugar con el aprendizaje de la cultura y el arte y, en tercer lugar, con competencias profesionales, como el trabajo cooperativo o el desarrollo de habilidades digitales necesarias para la vida y la empleabilidad.

En última instancia, la necesidad de formar ciudadanos con una alta competencia digital requiere el desarrollo de prácticas educativas que asienten sus bases en el uso y empleo de la tecnología para, de esta manera, promover una mayor interacción del ciudadano con estos medios, ofreciéndole diferentes posibilidades para el desarrollo y adquisición de este tipo de destrezas, indispensables para el aprendizaje permanente.

REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

- ASENJO, E., LÓPEZ, O., MAYOLAS, M. y ASENSIO, M. (2011): "Compañeros de viaje inexplorados. Evaluación del uso pedagógico de los dispositivos móviles en el Museo Marítimo de Barcelona", en Asensio, M. y Asensio, E. (ed.), *Lazos de luz azul. Museos y tecnologías 1, 2 y 3.0*, Editorial UOC, Barcelona: 141-160.
- AZNAR, I., HINOJO, F.J. y CÁCERES, M.P. (2009): "Percepciones del alumnado sobre el blended learning en la universidad", *Comunicar: Revista científica iberoamericana de comunicación y educación*, 33: 165-174.
- BAÑUELOS, J. (2005): "Digitalización del Patrimonio Cultural", *Razón y palabra*, 44:1
- BRAZUELO, F. y GALLEGU GIL, D.J. (2011): *Mobile Learning. Los dispositivos móviles como recurso educativo*, Innovación escolar, Sevilla.
- CANTILLO, C., ROURA, M., y SÁNCHEZ, A. (2012): "Tendencias actuales en el uso de dispositivos móviles en educación", *La educación digital magazine*, 147: 1-21.
- GÓMEZ, F., ATIENZA, R. y MIR, M. (2015): "Revisión bibliográfica sobre usos pedagógicos de los códigos QR", *@tic, revista d'innovació educativa*, 15: 29-38.
- GREFFE, X. (2016): "Los efectos de la digitalización del patrimonio cultural. ¿Hacia un turismo creativo?", *Telos: cuadernos de comunicación e innovación*, 102: 94-96.
- INTEF (2017): *Marco Común de Competencia Digital Docente*, Ministerio de Educación, Cultura y Deporte, España.
- JOHNSON, L., ADAMS BECKER, S., CUMMINS, M., ESTRADA, V., FREEMAN, A., y HALL, C. (2016): *NMC Horizon Report: 2016 Higher Education Edition*, The New Media Consortium, Austin, Texas.
- KLIMOVA, B., y POULOVA, P. (2016): "Mobile Learning in Higher Education". *Advanced Science Letters*, 5-6: 1111-1114.
- LLORENTE, M.C., GARCÍA, M.L. y RODRÍGUEZ, F. (2010): "La digitalización del Museo del Prado: una sede web convertida en una peculiar galería de arte", *Revista Icono*, 14: 71-101.

- MONGUILLOT, M., GONZÁLEZ, C., GUITERT, M. y ZURITA, C. (2014): "Mobile learning: una experiencia colaborativa mediante códigos QR", *Revista de Universidad y Sociedad del Conocimiento (RUSC)*, 1: 175-191.
- MORENO, J. R., LÓPEZ, M.I., y VERA, M.I. (2014): "Development of creative and educational thinking in arts training teachers: QR codes", *SYLWAN*, 12: 185-200.
- MORENO, J.R. y VERA, M.I. (2016): "QR-Learning: la invisibilidad de la mujer en el arte", *Revista estudios*, 33: 1-22.
- RODRÍGUEZ-GARCÍA, A.M., AZNAR, I. y ALONSO, S. (2016): "El uso de dispositivos móviles en la práctica docente universitaria", en Bernal, J.L. (coord.), *Globalización y organizaciones educativas, XIV Congreso Interuniversitario de Organización de Instituciones Educativas*, Universidad de Zaragoza, Zaragoza: 511-518.
- RODRÍGUEZ, A. (2016): "Digitalización y virtualización del patrimonio cultural. Hacia un nuevo horizonte en la conservación-restauración", *Telos: cuadernos de comunicación e innovación*, 102: 67-76.
- RODRÍGUEZ, L. (2013): "El código QR y su utilización en las instituciones museísticas venezolanas", *Museos.ve*, 24: 20-22.
- RODRÍGUEZ, M.A. y MUÑOZ, E.M. (2016): "La enseñanza mobile learning en geografía: los códigos "QR", en Sebastiá, R. y Tonda, E.M. (Coords.), *Congreso Ibérico de Didáctica de la Geografía: La investigación e innovación en la enseñanza de la geografía. Libro de actas*, Universidad de Alicante, Alicante: 405-418.
- ROMÁN, P. (2012): "Diseño, elaboración y puesta en práctica de un observatorio virtual de códigos QR", *@tic, revista d'innovació educativa*, 9: 96-107.
- ULLÁN, J. (2012): <<Promoción del patrimonio Histórico-Artístico a través de los códigos QR>>, <<https://goo.gl/Yn1Ff9>>, [15/04/2017].

CV

José María Romero Rodríguez

Contratado predoctoral FPU (Formación del Profesorado Universitario) en el departamento de Didáctica y Organización Escolar de la Universidad de Granada. Doctorando en el programa de Ciencias de la Educación. Graduado en Pedagogía por la Universidad de Granada, habiendo obtenido el Premio Extraordinario Fin de Carrera y Máster Universitario en Investigación e Innovación en Currículum y Formación. Miembro del grupo de investigación A.R.E.A. (HUM-672) de la Consejería de Educación y Ciencia de la Junta de Andalucía, perteneciente al Departamento de Didáctica y Organización Escolar de la Universidad de Granada. Especializado en la

línea de investigación sobre nuevas tecnologías aplicadas a la educación, e-learning, mobile-learning. Experiencia laboral como docente e-learning e investigador, autor de varias comunicaciones y artículos científicos en la línea de las nuevas tecnologías educativas y responsable de proyectos de investigación becados por el plan propio de investigación de la Universidad de Granada y el Ministerio de Educación, Cultura y Deporte de España.

Scholarship holder FPU (University Teacher Training) in the department of Didactics and School Organization of the University of Granada. PhD student in the program of Sciences of the Education. Graduated in Pedagogy by the University of Granada, having obtained the Extraordinary End of Career Award and Master's Degree in Research and Innovation in Curriculum and Training. Member of research group A.R.E.A. (HUM-672) of the Ministry of Education and Science of the Junta de Andalucía, belonging to the Department of Didactics and School Organization of the University of Granada. I'm specialized in the line of research on new technologies applied to education, e-learning, mobile-learning. I have work experience as an e-learning teacher and researcher, author of several papers and scientific articles in the line of new educational technologies and responsible for research projects awarded by the own research plan of the University of Granada and the Ministry of Education, Culture and Sports of Spain.

Antonio-Manuel Rodríguez-García

Licenciado en Pedagogía por la Universidad de Granada, habiendo recibido el Premio Extraordinario Fin de Carrera y Máster de Investigación e Innovación en Currículum y Formación. Miembro del grupo de investigación HUM-672 A.R.E.A. (Análisis de la Realidad Educativa de Andalucía). Actualmente desarrolla labores de docencia en el Grado de Educación Infantil y de investigación en el Departamento de Didáctica y Organización Escolar de la Universidad de Granada con un proyecto de investigación financiado por el Ministerio de Educación, a través de una beca de Formación del Profesorado Universitario (FPU/14). Estudiante del Programa de Doctorado en Ciencias de la Educación de la Universidad de Granada. Sus principales líneas de interés versan en las Tecnologías de la Información y la Comunicación, la formación docente, la Educación Superior, entre otras.

Degree in Pedagogy from the University of Granada, having been awarded the Extraordinary End of Career Award. Official Master of Research and Innovation in Curriculum and Training. Member of research group HUM-672 A.R.E.A. (Analysis of the Educational Reality of Andalusia). Currently he works as a professor in the Child Education Degree and develops research in the Department of Didactics and School Organization of the University of Granada, with a research project financed by the Ministry of Education, through a University Teacher Training Fellowship (FPU/14). Student of the Doctoral Program in Educational Sciences of the University of Granada. His main areas of research interest relate in information and communications technology, teacher training, higher education, among others.

