



Nuevos talentos: prácticas artísticas y consumo cultural en la era digital

En las últimas décadas los artistas más jóvenes han abandonado la especialización disciplinar para utilizar los medios en función de los proyectos que quieren realizar, destacando la rápida incorporación de las tecnologías más novedosas y sofisticadas en las distintas fases de su realización. Las tecnologías de la Información y la Comunicación (TIC) y las nuevas herramientas informáticas y digitales aplicadas a la creación, dibujan un nuevo escenario en el que los artistas más jóvenes se desenvuelven ágilmente, con habilidades y capacidades cognitivas sorprendentes para las generaciones anteriores. Los artistas utilizan las redes sociales para establecer relaciones intersubjetivas y afectivas como el resto de jóvenes pero además las han incorporado como una plataforma de carácter profesional, un ámbito de gran complejidad, que abordan con creatividad e innovación. Han expandido las posibilidades de interacción y participación social de estos medios, tanto para formarse como para desarrollar sus propuestas artísticas, y generar nuevos espacios de convivencia y comunidad. Juventud y desarrollo tecnológico se aúnan para describir una nueva cultura. Cultura descrita en ocasiones como superficial, pero que ha obligado a las instituciones culturales a adaptarse a las nuevas exigencias y formas de conocimiento que despliegan los artistas emergentes.

Palabras clave: Nuevas tecnologías, red, cultura y juventud, arte digital, consumo cultural.

“Se trata de admitir, sin concesiones ni paliativos, la evidente superioridad de la cultura joven. Pero esto es casi un pleonazgo: en realidad, hoy, digámoslo de una vez, solo la joven es, auténticamente, cultura.”

Jose Luis Brea

“Es en dicho mundo, en un mundo donde la única certeza es la certeza de la incertidumbre, en el que estamos destinados a intentar, una y otra vez y siempre de forma inconclusa, comprendernos a nosotros mismos y comprender a los demás, destinados a comunicar y de ese modo, a vivir el uno con y para el otro”.

Zygmunt Bauman

1. Una verdadera cultura

La asombrosa celeridad con la que los y las jóvenes vienen incorporando las nuevas tecnologías en sus rutinas, deja una amarga sensación en los desconcertados analfabetos digitales, que piensan como veraz aquella superioridad de la cultura joven que afirmaba Jose Luis Brea (2004). Se refería a que la idea de cultura estaba redefiniéndose, pero “no podía ser ya predicable de territorios, dominios, prácticas, inventarios disciplinares,

vocabularios expresivos, sedimentos cognitivos, a las que antes llamábamos *cultura*: Si hablamos de operativos complejos eficaces para habitar el mundo, hay que decir que restan muy pocos y que ellos se elevan en lugares que antes solo con condescendencia eran considerados culturales (habitualmente se les calificaba de subculturas). Asistimos ahora, en cambio, a una rebelión de esos programas menores, periferizados, en pleno asalto ahora de las Bastillas del (supuesto) saber. Se terminó esa principalidad de la cultura anciana, patrimonial, basada en la experiencia, la memoria y el asentamiento sedimental de lo ya sabido: ella carece de respuestas frente al mundo que tenemos, frente al que se viene encima.”

También el sociólogo Zygmunt Bauman (2009) advertía en nuestra relación con la memoria un cambio cultural. El acceso ilimitado que ofrece la red, ha favorecido que los jóvenes rechacen el conocimiento enciclopédico o global. Bauman señalaba esta naturaleza cambiante de la sociedad actual, que descoloca los viejos principios del aprendizaje y entiende la memoria como algo inútil, potencialmente incapacitante o, incluso, engañoso. Cuando además la cantidad de información tiende a aumentar y se distribuye a una velocidad cada vez mayor, se vuelve, cada vez más difícil, la creación de secuencias narrativas. Así, para Bauman, “la cultura moderna líquida ya no se concibe a sí misma como una cultura de aprendizaje y acumulación. Ahora parece, más bien, una cultura de desvinculación, discontinuidad y olvido”. La fugacidad impera, la atención es escasa: una realidad predigital potenciada por las capacidades de las nuevas tecnologías.

Brea no defendía que la cultura juvenil ofreciera soluciones: “No es que la juvenil posea respuestas. Es que en ese carecer de alguna ella se siente cómoda, en su sitio. Es el mundo -en su refractaria inasequibilidad contemporánea- el que se ha hecho insultantemente joven, irresuelto, y toda la demanda que eso arroja señala al único sector de la población que no ha perdido la capacidad de ser sí mismo en medio de esa devastación (de la inteligencia, de la capacidad de comprender). Como se dijo hace algún tiempo del surrealismo, puede ahora decirse de la cultura de juventud: ella representa la última instantánea de la inteligencia en el mundo.”

En este mundo insultantemente joven, España es el país europeo que más rápidamente ha acogido la enorme variedad de redes sociales y avances tecnológicos, siendo también el país europeo con más número de móviles por ciudadano, según recientes informes⁽¹⁾. Para Ana María Cortijo esta gran accesibilidad es relevante, ya que, aunque aún existen zonas oscuras digitalmente en nuestro país (por ejemplo: grandes extensiones de la provincia de Jaén), la tendencia social de uso de nuevas tecnologías ha favorecido su rápida expansión, especialmente entre los más jóvenes: “La generación *millennials*, son efectivamente nativos digitales. Han crecido con el desarrollo de Internet y su adolescencia ha coincidido con su expansión”. A través de dos décadas de docencia universitaria en el ámbito de la creatividad y comunicación, ha podido observar una clara evolución positiva en cuanto a habilidades y desarrollo de las aptitudes y capacidades de los y las jóvenes. “Hoy el medio digital es su medio natural, conocen sus claves y acceden con naturalidad a nuevas aplicaciones, servicios y medios”⁽²⁾.

A pesar del avance observado, España todavía se encuentra a distancia de los países europeos con mayor nivel de uso de estas tecnologías. No obstante, la tendencia de los últimos años ha supuesto una mayor convergencia con la media europea⁽³⁾. España destaca como país avanzado tecnológicamente

(1) Informes de la Asociación para la Investigación de Medios de Comunicación. <http://aimc.es/ Acceso-a-los-datos,88.html>

(2) Entrevista a Ana María Cortijo. 29-09-2017. Consultora en Comunicación y Coordinadora “De la clase a la cuenta internacional” US-UNESP Universidad de Brasil.

(3) Informe Nuevos hábitos de consumo, cambios sociales y tecnológicos. Disponible en: <http://www.ces.es/documents/10180/3557409/Inf0416.pdf>

entre los internautas y los *early adopters* con un 16%, frente al 14% de Reino Unido o el 11% de Alemania. Los internautas españoles son los que mayor grado de adopción muestran en dispositivos tan importantes como el Smartphone (82,8%), la Tablet (58,9%), el e-Reader (37,4%), o el Smart TV (36,3%). La utilización reciente de Internet entre los más jóvenes de 10 a 15 años, superaba ya en 2015, el 90 por 100, lo que ofrece una idea tanto del grado desarrollo de la sociedad de la información y la comunicación en nuestro país, como de los nuevos debates que este uso precoz está motivando.

Las transformaciones de los procesos culturales recientes crecen en complejidad al depender de muchos factores: son procesos globales, pero también específicos en cada país; dependen de estructuras económicas y de cambios en los hábitos de consumo, del acceso e interacción de los diferentes actores sociales. Entidades culturales y empresas privadas estudian la evolución de estos comportamientos para seguir siendo competitivos. Según el informe *La Sociedad de la Información* en España en su edición 2015⁽⁴⁾, en la incorporación de la generación de *millennials*, se observa un cambio de valores en todos los niveles que plantea nuevos retos para las empresas: el 60% valora más tener un trabajo que le apasione al salario, y un 72% prefiere empresas que dispongan de la modalidad de teletrabajo. Y en cuanto a estilo de vida, el 60% prefiere vivir experiencias, frente a un 21% cuya prioridad es la creatividad y un 19% para los que desean poseer cosas.

En este contexto los y las jóvenes distinguen cada vez menos entre tiempo laboral o de estudio, y tiempo de ocio, el móvil es una extensión irrenunciable que les mantiene conectados. Para Félix de Azúa es esto lo que caracterizaría a nuestro contexto: “lo importante de un signo es que construye tu vida sin que seas demasiado consciente de ello. El de los jóvenes de hoy es la pantalla. Lo sepan o no, hay una realidad construida ahí. Lo real les parece significativo cuando aparece en una pantalla”⁽⁵⁾.

2. Arte y tecnología

Azúa señalaba también como ahora el arte se rige por una producción democrática: un joven monta una performance e invita a sus amigos, uno la filma y la cuelga en la Red, otros contestan con otra obra..., una democracia favorecida por el uso de la red y las nuevas tecnologías. Pero advierte de que “el arte no tiene tanto que ver con la producción de obras sino con la *poiesis*, con la búsqueda de sentido, la producción de sentido.”

La democratización parece también evidente en la accesibilidad a los medios tecnológicos para poder generar las obras de las diversas exposiciones, certámenes, o convocatorias de arte emergente de los últimos años, en las que los y las jóvenes demuestran trabajar con naturalidad con estas herramientas. Unos medios inaccesibles para generaciones anteriores y que ahora se prestan a la virtualización de la cultura, el *hipertexto* como nueva *forma simbólica*, *interfaces*, modos de producción inmaterial, acontecimiento y simulacro..., nuevos conceptos que describen la complejidad del nuevo escenario artístico. La creciente presencia de obras y proyectos asociados a esta cultura digital (Net. Art, redes sociales...) no han llegado a desplazar a otras disciplinas tradicionales como muchos vaticinaban. A pesar de que para las lecturas evolucionistas mayoritarias, lo digital, inmediatamente habría investido de caducidad a las técnicas precedentes, que han tenido

⁽⁴⁾ Los datos anteriores también proceden de este informe, disponible en: https://www.fundaciontelefonica.com/arte_cultura/sociedad-de-la-informacion/informe-sie-espana-2015/

⁽⁵⁾ Entrevista en El Correo, 22-05-2010.

que medirse en clara competencia. Así lo entendía el comisario de la tercera edición de la *Bienal Internacional de Arte Contemporáneo de Sevilla BIACS*, el también artista Peter Weibel al explicar que en su propuesta “Solo habrá arte de hoy” refiriéndose a todas las obras influidas por el arte digital, en una feria que giraba en torno a las últimas aplicaciones tecnológicas. Weibel justificada esta identificación por una lógica sustitución evolutiva, “cuando llegó la fotografía los pintores perdieron el monopolio de la Imagen, con la llegada de Internet, la televisión y el cine han perdido el de la imagen en movimiento. Internet es una nueva Arca de Noé, una plataforma y un modelo. Sin embargo en la historia de la Biblia se salvan solo los elegidos, mientras que con la tecnología se salvan todos”(6).

La mayor parte de las exposiciones celebradas en el cambio de siglo, señalaban como característica determinante que las obras estuvieran realizadas con nuevas tecnologías. Así Manel Clot (1999: 26) el comisario de *Futuro Presente* afirmaba: “esta exposición se presenta deliberadamente como bisagra de las vivencias actuales que encaramos en el cambio de milenio y de siglo y el impacto psicológico que conlleva. Las nuevas tecnologías están marcando nuestra manera de ver el mundo y asimismo el del artista que se ve empujado a constituirse en investigador en diferentes campos y disciplinas del conocimiento situando lo artístico en el proceso y la actuación del artista. La tecnología es lenguaje y lo que sucede es que el futuro pisa constantemente el presente”.

Entrado el siglo XXI, aumenta el uso progresivo de estas tecnologías como práctica artística, específica y autónoma, y muchos artistas emergentes se han desinteresado por las disciplinas tradicionales y han abrazado lo digital sin concesiones. Pero esta respuesta no ha sido general, los que estaban más interesados en las disciplinas tradicionales han abordado una reflexión sobre su especificidad y rearticulación. Otros en cambio han encontrado un equilibrio utilizando los diferentes medios, en función de los resultados buscados, sin preocuparse por su carácter disciplinar. Es el caso de una de las artistas que recientemente ha generado más expectación, Blanca Gracia (Madrid 1989) que utiliza el dibujo y la pintura pero también el video o la animación digital: “Mi incursión en los medios digitales fue incentivada por una necesidad de combinar disciplinas para expresar mejor mis ideas e intentar involucrar más al espectador(7)” También Daniel Martín Corona (Madrid, 1981) decía procurar no obsesionarse con las técnicas: “Una constante en mi manera de proceder es que mi dibujo siempre nace en el ordenador. De ahí se traspasa a la mano. Y esto es así porque me gusta esa diferencia entre lo manual y lo digital (...), y observar cómo, al alejarse, la apariencia es virtual, pero, al acercarse, uno encuentra la senda de la mano. Eso es evidente en las acuarelas de *Ora toria, Ora dibujo*”(8).

El cambio no reside exclusivamente en el desarrollo de nuevas disciplinas digitales, desde una perspectiva técnica, sino que afecta a cuestiones no del todo periféricas. Ya que los y las jóvenes trasladan los hábitos que vienen desarrollando en su cotidianeidad tecnológica, a la estructura de las obras artísticas, incorporando procedimientos como “el *copiar/pegar, controlzeta*, y el *bluetooth*, o sea disposición a la transparencia y el intercambio incesante” (García, 2012: 9). Pero también van a compartir, incluso desde otras disciplinas, un interés por las nuevas problemáticas asociadas a la expansión de lo digital, por ejemplo proponiendo reflexiones sobre las implicaciones de la implantación de las tecnologías en la cotidianeidad de las sociedades. Es el caso de Soliman, un *media artista*, o *updated artist*, como él se define, que

(6) Entrevista en Babelia, nº 833, 10/11/07.

(7) Entrevista con la artista, 27/09/17. Más información en <http://blancagracia.com/>

(8) Más información en: <https://danielmartincorona.com/>

plantea una propuesta, especializada en la naturaleza propia de lo digital, en torno a la relación entre lo analógico y lo digital, la verdad y la mentira que conlleva el arte de nuestro tiempo⁽⁹⁾.

La expansión de los procesos de información y comunicación tecnológicamente mediados, en las últimas décadas, ha absorbido dentro de su lógica el resto de los procesos de producción cultural y la definición misma del conocimiento. El arte no ha escapado a estos procesos, observándose dentro de sus modos de producción y exhibición un intento de asimilación a los nuevos modos de circulación de la cultura, a la vez que se ha llevado a cabo una reflexión estética sobre los mismos.

3. Educación abierta 'online'

En la red hay una multiplicidad de saberes que circulan y ofrecen un entorno de información, versátil, de saberes múltiples y con formas diversas de aprendizaje. Esta alteración en los *modos de circulación* del saber es una de las más profundas transformaciones que puede sufrir una sociedad y su sistema educativo. Es uno de los retos más fuertes que el mundo de la comunicación le plantea al sistema educativo que muchas veces se sentirá cuestionado y amenazado. *Saberes-mosaico*, como los ha llamado A. Moles, por estar hechos de trozos, de fragmentos, que sin embargo no impiden a los jóvenes tener con frecuencia un conocimiento más actualizado que sus propios maestros. (Martín-Barbero, 2001).

Multitud de estudios se suceden para comprender el alcance y el significado que tiene la revolución digital en la educación, cuestionándose la validez de los sistemas educativos tradicionales. La educación abierta prolifera con diversidad de ofertas⁽¹⁰⁾. Los estudios universitarios de Bellas Artes, Creatividad, Diseño... suelen incorporar los medios tecnológicos de forma tardía, en parte porque los planes de estudios no pueden modificarse fácilmente, pero también por carencia de recursos. Blanca Gracia, recuerda que en su etapa de estudiante no pudo abordar trabajos de animación digital, ya que las clases eran muy técnicas y con poco espacio para la creatividad, y no proporcionaban referentes de videoarte o ejemplos de artistas que utilizaran medios digitales. En el campo artístico es muy habitual que los jóvenes superen las carencias de sus sistemas educativos con una formación autodidacta, utilizando los numerosos recursos que la red ofrece, buscando aquello que necesitan para resolver un proyecto concreto. Así completó su formación Gracia: "En mi caso, todo el conocimiento que tengo de animación y cine es autodidacta; aprendí buscando tutoriales en Internet, trasteando con programas que encontraba... El resultado son vídeos más improvisados y con una estructura atípica, pero a cambio creo que resultan en narraciones más personales⁽¹¹⁾".

En este sentido, los nuevos medios han permitido desarrollar nuevas capacidades y sobre todo multiplicar la capacidad de acceso a la información de manera inmediata, desarrollando una cultura del *autoaprendizaje* en línea con la estrategia *long life learning* que promueve la Unión Europea. Para Cortijo, esa autonomía, sin embargo no está acompañada de un mayor rigor en nuestro sistema y planes de educación por lo que a menudo el uso que se hace es superficial o exclusivamente enfocado a las aficiones y relaciones personales.

⁽⁹⁾ Más información en: <http://harddiskmuseum.com/>

⁽¹⁰⁾ La educación abierta ha propiciado revoluciones como la liderada por el Massachusetts Institute of Technology (MIT) a principios de siglo con la publicación de material docente en la Red de libre acceso (OpenCourseWare). Les han seguido los MOOCs (Massive Online Open Courses o cursos online masivos y abiertos), los nanodegrees (pequeños grados impulsados por grandes empresas), el aula presencial invertida (lecciones teóricas online y prácticas presenciales en clase) y otras relevantes. Las lecciones en vídeo y ejercicios gratis en Internet de la Khan Academy tienen 26 millones de seguidores.

Plataformas como Coursera o Edx ofrecen cursos de las mejores universidades (MIT, Harvard, Stanford...). Otras pioneras, como Udacity, garantizan el empleo a los egresados en los Estados Unidos. El ámbito hispano lidera con Miriada X, que tiene dos millones de alumnos y UniMOOC, con 240.000 emprendedores de más de 100 países.

⁽¹¹⁾ Entrevista con la artista.

Las tendencias prometen, en un futuro próximo, una educación crecientemente personalizada, capaz de desarrollar tanto el talento individual como la creatividad y el trabajo multidisciplinar en equipos. Una reinención del concepto presencial de la universidad tradicional, capaz de explotar las herramientas y recursos abiertos y *online*. Innovación en nuevas formas de un aprendizaje continuo, capaces de explotar la cultura digital de las nuevas generaciones, tomando la gamificación (las estrategias propias de los juegos en otros entornos menos lúdicos), y el potencial individual como base. Con la promesa añadida, de que la inteligencia artificial también tendrá un papel relevante en la personalización de la educación⁽¹²⁾.

Por lo tanto la cuestión ya no es cómo pueden los jóvenes aprender mejor con las TIC, sino comprender cómo estas ya están influyendo no sólo en el aprendizaje, sino en todos los procesos que conforman lo que entendemos por educación. Un contexto en el que los mayores se preocupan en valorar sus riesgos, mientras los y las jóvenes se centran en explorar las grandes oportunidades que les ofrecen. El autoaprendizaje, los nuevos contextos educativos y los aprendizajes no formales que las TIC facilitan y potencian deben ser aspectos a tener muy en cuenta por parte de profesores, padres y responsables políticos, con frecuencia reticentes a reconocer las posibilidades educativas en contextos no formales de unos medios que no controlan.

Cada vez más las universidades españolas están impulsando proyectos que buscan generar conocimiento a través de las TIC y capacitar a los alumnos para su ámbito profesional. Por ejemplo el proyecto de investigación internacional *De la clase a la cuenta que ha recibido el Premio Andalucía Joven 2014*⁽¹³⁾, por desarrollar la innovación, la creatividad, y el espíritu emprendedor de los estudiantes de comunicación a partir de esos parámetros⁽¹⁴⁾. Para su directora Ana Cortijo “la capacidad de las personas para aprender es infinita, seguramente es nuestra capacidad más distintiva, la que nos hace ser seres humanos y por lo tanto seres creativos. Esa capacidad demostrada por la generación más reciente, pone de manifiesto la pobreza y falta de ambiciones de nuestros planes de enseñanza. Es una generación se puede cambiar un país y este es el reto pendiente”⁽¹⁵⁾.

También la universidad ha servido de plataforma para proyectos como *GeoFront* de Policarpo del Canto Baquera⁽¹⁶⁾, con el que ganó el premio *Young Talent Architecture Award 2016*. Una propuesta multidisciplinar, que engloba la arquitectura, la política y la sociología. Seis de las cartas que componen su proyecto de desarrollo fronterizo forman parte, junto a la obra de otros artistas, de la exposición *El Borde de una Herida*⁽¹⁷⁾.

Las instituciones educativas y culturales deben tener en cuenta las nuevas formas de producción, transferencia de conocimiento y consumo que ha generado, el entorno digital. Los jóvenes son cada vez más conscientes de las posibilidades que tienen de formarse independientemente de su estatus social. Como señala Cortijo: “La democratización del conocimiento está permitiendo afrontar los grandes retos de un mundo globalizado sin perder de vista la trascendencia y capacidad transformadora de las iniciativas y acciones locales”⁽¹⁸⁾.

(12)

“Las 10 revoluciones que nos cambiarán” propuesta de Andrés Pedreño, pionero tecnológico español. Disponible en: https://elpais.com/elpais/2016/10/07/talento_digital/1475834997_597004.html

(13)

Más información en: <http://www.delaclassaalacuenta.com/noticias/2014/de-la-clase-a-la-cuenta-premio-andalucia-joven-en-la-categoria-de-comunicacion/>

(14)

Más información en: <http://www.delaclassaalacuenta.com/noticias/2017/seis-agencias-junior-de-comunicacion-de-la-universidad-de-sevilla-presentan-el-jueves-23-de-marzo-sus-propuestas-para-promocionar-la-cultura-emprendedora-de-la-mano-de-andalucia-emprende-2/>

(15)

Entrevista.

(16)

Más información en: <http://morewithlessdesign.com/entrevista-policarpo-del-canto/>

(17)

Comisariada por Juan Guardiola en CentroCentro, Madrid, la presentación explica a través del arte y el documental el conflicto existente en el Estrecho. http://www.centrocentro.org/centro/exposicion_ficha/222

(18)

<http://www.delaclassaalacuenta.com/>

4. Una comunicación mediada

El progreso de los procesos de comunicación tecnológicamente mediados ha dado lugar a una diversidad de nuevos modos de relación interpersonal así como nuevas disposiciones subjetivas y construcciones identitarias. Los creativos y artistas emergentes vienen interpretando estos efectos tanto como una liberación de las ataduras y compartimentos de la sociedad disciplinar y patriarcal o, por el contrario, como una puesta absoluta de la subjetividad al servicio de la intensificación de los flujos comunicacionales.

Es en este ámbito donde Óscar Alonso observa una de las diferencias más extendidas de las jóvenes generaciones con respecto a las precedentes: “Su capacidad, desenvoltura para manejarse en ámbitos comunicacionales complejos, donde los planos de intervención y organización de diálogo entre interlocutores múltiples, o la construcción de significados en tiempo real, por poner dos ejemplos destacados, implican un alto nivel de pericia, rapidez en la decodificación del medio y su funcionamiento, incluso la constante creación de sistemas inéditos –invención- para la articulación y difusión de contenidos”⁽¹⁹⁾.

Los artistas utilizan mayoritariamente los buscadores y las redes sociales más populares, y algunas más específicas y profesionales. Así Blanca Gracia, utiliza la red como forma de conocimiento y comunicación, dedica las primeras horas de la jornada de trabajo a buscar imágenes y fuentes en internet, y describe así, su «yo virtual»: “Tengo una página web con la que me he estado peleando este verano para actualizarla, www.blancagracia.com. También utilizo Facebook sobre todo para cuestiones de autobombo, aunque intento utilizarlo lo justo. Es increíble el tiempo que puedes perder ahí metido. A veces pienso que nos deberían pagar por usarlo. Consulto muchísimos blogs de distintos tipos, sobre todo buscando referencias visuales, como Void, Reuters, Contraindicaciones, Ubuweb...”⁽²⁰⁾

Estas prácticas profesionales son una extensión y especialización de los hábitos de relación social que adquirieron como estudiantes. Ana Cortijo señalaba como la evolución en líneas generales favorece la socialización, difuminando los límites geográficos. “Nuestros jóvenes viajan mucho más que sus padres o abuelos y uno de los factores sin duda es el rápido acceso a la información. Los jóvenes hoy atienden a llamadas, tanto para acudir a un concierto como a una acción social o participativa.” Para Cortijo este acceso a la información se lleva a cabo a veces de manera muy sumisa, “pero desde luego más participativa que la emitida por los medios de comunicación convencionales. No quiere decir que tengamos jóvenes con más conciencia pero sí son más liberales y abiertos”. Otras consecuencias del uso de Internet es cómo ha cambiado su percepción del tiempo, “viven la inmediatez y en este sentido, redes como *Snapchat* son ejemplos claros del consumo instantáneo de medios.”

Aquí se constata la nueva relación con la memoria que señalaba Bauman. Recientes estudios indagan en este carácter fugaz o menos trascendente, de la comunicación interpersonal digital de los universitarios españoles ya que, “aunque los jóvenes no renuncian a las relaciones de pertenencia, tienden a multiplicar las relaciones reticulares, transitorias, de alcance limitado, que permiten la experimentación sin consecuencias” (Cáceres et al, 2009: 229). También Vicente Verdú, ha señalado el débil vínculo de estas relaciones “La red nos enlaza. Nos enlaza pero no nos ata. Y menos para siempre”. Aunque dependerá de la actitud de cada persona, de por sí las interacciones digitales

(19)

Entrevista a Óscar Alonso Molina, crítico de arte y comisario independiente. 26/09/17, Madrid.

(20)

Entrevista en «Darán que hablar», un espacio en la web en el que autores incipientes en sus respectivas disciplinas dan a conocer su trabajo en primera persona. Cultura, ABC, Madrid, 9/10/2014.
<http://www.abc.es/cultura/cultural/20141009/abcdaran-hablar-blanca-gracia-201410091912.html>

no tienden a proporcionar “una comunicación a la vieja usanza, en la que se compromería mucho el yo, sino una comunicación efímera y fragmentaria, cambiante y removible a la manera en que la cultura de consumo ha enseñado a adquirir” (Verdú, 2012)(21).

5. Autoexposición

La red ofrece a los jóvenes una extensión *online* de su vida *offline*, caracterizada no solo por el aprendizaje, sino también por la sociabilidad y el consumo.

Ana Cortijo se refería a la ya nada novedosa exposición de los jóvenes en la red, aunque se trate de páginas profesionales: “Se da un gran personalismo en el perfil de contenidos, podemos hablar de narcisismo (*selfies*, etc.)”(22).

Creativos y artistas se ven obligados a mantenerse visibles, tener seguidores y ganar reconocimiento, ser competitivos, etc. con poco margen entre su identidad personal y la de su trabajo. Alonso advertía la consecuente situación de fragilidad en que muchas veces la red deja a los jóvenes “Generación cuya intimidad con las tecnologías supone a menudo un quedarse a solas -literalmente- con ellas. El nivel de autoestima es el factor de riesgo que vuelve vulnerables a sujetos necesitados de un reconocimiento efímero -pero constantemente reactivado- de su entorno virtual”(23).

Con motivo de la exposición *Exposed. Desire and Disobedience in the Digital Age* (Harvard University Press, 2015), Bernard E. Harcourt indagaba en los matices una sociedad expuesta, los individuos pueden espiarse los unos a los otros a través de las redes sociales, pero en la que además, sorprendentemente, todo el mundo quiere ser espiado (con pocas excepciones). Como resume Mendelson, con la exposición total que traen las redes, “una nueva clase de celebridad, percibida como envidiable y aterradora, llega a aquellos cuyo único talento es la autoexposición insistente”(24).

6. Algunas cuestiones críticas

El talento, enfocado más que nunca al avance de la tecnología, carece todavía de una base educativa en valores que cada vez más los expertos instan a establecer. En general se reclama un cambio de actitud en los jóvenes. Cortijo se lamentaba que el auge del desarrollo de habilidades tecnológicas en la creatividad y la comunicación no esté acompañado de un mayor criterio a la hora de seleccionar las fuentes o contenidos.

Alonso encuentra en este contexto otra evidencia de cambio generacional. También en los estudios de Bellas Artes y en el arte emergente, gran parte de esa actividad “se practica sobre un uso extensivo de información de poca profundidad (*superficial* suena peyorativo), en el sentido de somera especialización, lo que conlleva manejar cantidades inéditas de información que no se decantan necesariamente en conocimiento ni en ideas más allá del estereotipo, el *Trending Topic*, lo viral”(25).

7. La red, un nuevo paradigma

Por lo tanto la intensificación de los flujos de la comunicación y el conocimiento durante las últimas décadas, evidencia que la cultura

(21) Entrevista.

(22) Entrevista..

(23) Entrevista.

(24) Más información en: https://elpais.com/tecnologia/2017/09/29/actualidad/1506683537_908860.html?rel=cx_articulo#cxrecs_s

(25) Entrevista OAM.

contemporánea depende de la expansión de este nuevo paradigma –la red–; que comenzó imponiéndose en el siglo XX en la organización de los procesos económicos y políticos, configurando un nuevo orden mundial, y se ha desarrollado en el siglo XXI, en ámbitos antes insospechados, como es la construcción de la subjetividad.

La evolución de la cultura desde este parámetro va a ser constante y difícil de prever, ya que como advirtió Manuel Castells (2006) en la nueva “sociedad red”⁽²⁶⁾, su desarrollo podrá observarse a la luz del análisis de fenómenos y comportamientos específicos relacionados con el nuevo modelo red, en constante cambio y de gran capacidad transformadora.

De momento los jóvenes continuarán trabajando en una doble dirección, desde la red del arte, y desde el arte en la red.

En el inicio del Net.Art, José Luis Brea (2002), volcó todas sus expectativas en él, ya que detectó en el arte en la red, un espíritu de activismo que retomaría la aspiración de las vanguardias de desarrollar *comunidades de productores de medios en expresión* de Bertold Brecht, capaces de inducir entre los ciudadanos modos de comunicación directa, insumisa al interés de las industrias o las instituciones⁽²⁷⁾. Con el amplio uso de la red, ganó confianza para afirmar: “Cuando el pensamiento se relaciona con la técnica bajo este régimen de ‘insumisión’ su resultado se llama arte”. La red permitiría un arte ilusionante que actualizaría el sueño vanguardista. El mundo del arte se habría dirigido a la red por “la cautivadora fantasmagoría de ese programa, revisitado” Brea destacaba además, el potencial de articulación de formaciones de comunidad que poseen estas “comunidades web”.

Internet ha continuado generando visiones idealizadas sobre la supuesta horizontalidad y la desconcentración del acceso y poder sobre el conocimiento, que la red favorece. El auge de jóvenes comunidades que se van sumando a este medio ha hecho crecer las expectativas sobre esta democratización. Robert Darnton (2010) ha advertido sobre la ingenuidad de esta confianza, cuando grandes monopolios como Google seleccionan y organizan la cultura contemporánea e incluso la propia historia de la cultura. (García, 2012: 13). Para García Canclini, cuando las tecnologías digitales y los dispositivos en red crean relaciones sociales más horizontales y flexibles que las establecidas a finales del siglo pasado, el predominio de las industrias comunicacionales y las iniciativas privadas en el desarrollo cultural debe ser redimensionado.

8. Mundo superficie

Internet ha dibujado un nuevo escenario icónico difícil de valorar exclusivamente por la Historia del Arte, mientras los Estudios Visuales aparecen como una nueva disciplina, capaz de analizar esta nueva cultura, ya que no limita lo visual a las artes sino que crea un continuum reflexivo entre las imágenes en el arte y en los medios de comunicación contemporáneos.

Y es que estamos frente a un nuevo régimen estético en el que las obras artísticas se igualan al resto de los objetos “promotores de procesos de comunicación y producción de simbolicidad soportada en una circulación social de carácter predominantemente visual,” (Brea, 2005) donde ha tenido lugar la superación de la obra de arte por la imagen, planteado en términos de Susan Buck Morris (2005): “La obra de arte (...) representa, mientras que la

(26)

La definía como un modelo social que resultaba de la interacción de la tecnología de digitalización de la información y la ingeniería genética y la evolución histórica de las sociedades avanzadas a finales del siglo XX.

(27)

Entrevista.

imagen ofrece una evidencia. El significado de la obra de arte es la intención del artista, el significado de la imagen es la intencionalidad del mundo. Si el *mundo como cuadro* (en la expresión de Heidegger) encaja la realidad en un marco para darle sentido, el mundo-como-imagen toma su intencionalidad del objeto (...)" Buck Morss hablará también del carácter inherentemente comunitario de las imágenes. Sus análisis describen un nuevo escenario, en el que las imágenes flotan sin contexto ni procedencia, pudiendo ser mediadas o interpretadas por cualquiera. Si las obras de arte son ante todo imágenes, la categoría de lo artístico se torna inadecuada, al convertirse todas las imágenes en irrelevantes y equivalentes. "Ya no se distinguen (más) los límites que separan la intervención artística intencional de la realidad sobre la que, hasta hace poco, actuaba como sobre la esfera de su lenguaje-objeto" se desdibujan las fronteras entre ambos prácticamente en los *mass media*, "a través de un proceso deslumbrante y tenebroso al mismo tiempo (...) lleno de implicaciones políticas" (Alonso 2002). Si lo único que podemos observar del mundo es la película superficial del mundo que forman las imágenes sin ningún tipo de valor añadido, quedarían obsoletas las aportaciones de Debord por las que gran parte de la teoría artística contemporánea defendía el arte como un acto de desvelar, de revelar lo oculto: "El mundo-imagen es la superficie de la globalización. Es nuestro mundo compartido. Empobrecida, oscura, superficial, esta imagen-superficie es toda nuestra experiencia compartida. No compartimos el mundo de otro modo. El objetivo no es alcanzar lo que está bajo la superficie de la imagen: sino ampliarla, enriquecerla, darle definición, tiempo. En este punto emerge una nueva cultura" (Buck-Morss, 2015).

Los y las jóvenes se han dado cuenta intuitivamente de este proceso, al compartir sin *jerarquías* las imágenes de Internet, sin cuestionar la veracidad de su procedencia, y equiparando el interés de sus fuentes, sin el respeto a la autoría que habrían prestado las generaciones precedentes.

Recientemente el artista Juan Zamora (Madrid, 1982) se refería a los límites del arte contemporáneo en relación con el resto de imágenes de nuestro presente: "(...) creo que la diferencia entre las imágenes que generamos en el arte y las que imágenes con las que lidiamos en nuestro día a día radica en que las primeras son una vuelta de tuerca de las segundas, con el peligro que conlleva pasarse de rosca o dejar la pieza `suelta`. Lo siniestro es que mientras el arte se sirve -o debería- de las posibilidades de las imágenes para cuestionar e intentar avanzar como cultura visual, otros las utilizan sólo como un instrumento de manipulación en beneficio propio"(28).

9. Nuevos actores sociales

Los jóvenes ven que se modifica su papel en la sociedad, en parte debido a su creciente participación en la economía de la producción cultural, pero sobre todo como consumidores, impulsores de las tecnologías digitales en todas las áreas de la creación y la comunicación cultural. Los jóvenes que se dedican a actividades creativas, están siendo especialmente observados, como emprendedores independientes, trendsetters, techsetters, prosumidores, en definitiva, como actores clave en esta sociedad de la información o del conocimiento. España está liderando la economía creativa y el desempeño innovador de los movimientos juveniles, generando debates sobre la realidad de estas nuevas nociones: industrias creativas, creatividad individual... Por tanto la posición de los jóvenes ante la industria cultural

(28)

Ha recibido el Premio Princesa de Girona de las Artes y las letras 2017. Más información en: <http://juanzamora.com>

parece diferente a la de generaciones anteriores. Para García Canclini (2012:9) los comportamientos de las nuevas generaciones “difieren de las precedentes en tanto que construyen a partir de experiencias con las nuevas formas de organización socioeconómica y tecnológica, así como el fracaso de conductas previas.” El comportamiento actual de los jóvenes serviría así de diagnóstico, de las estructuras y los procesos que condicionan las actuaciones de los sujetos.

También la forma lineal en la que se concebía el desarrollo cultural, en las generaciones anteriores: del creador al intermediario y finalmente al público; parece haber terminado. La creación es reformulada por los jóvenes como programación, como un manejo creativo de materiales preexistentes y de sus cambios en la circulación. Ahora la creatividad cultural se halla tanto en la gestación, como en la comunicación y la recepción, que se entremezclan sin orden secuencial (García, 2012: 13)

10. Prácticas colaborativas

Sin embargo en la producción y circulación digital de productos culturales, conviven las formas más avanzadas con hábitos comunitarios tradicionales o antiguos. En la formación de nuevas comunidades y tipos de negocio, se combinan fórmulas de la cultura masiva con formas de trabajo artesanal renovadas o revisitadas. De modo que como observa Enedina Ortega, en las redes digitales creativas, incluso los emprendedores con más alta capacidad tecnológica, funcionan desde “el pragmatismo, la búsqueda colectiva de soluciones innovadoras y los modos de compartir su expertise.” Motivos por los que les denomina “meros artesanos” (García, 2012: 15).

Sin duda estas y otras nuevas comunidades surgen del valor y del riesgo, y es una de las conquistas más valiosas de los jóvenes. Para Alonso su rasgo principal sería el altruismo: “Generosidad es aquí la palabra clave. La gran enseñanza que esta generación ha enseñado a las precedentes es su capacidad de organizarse espontáneamente en torno a un espacio común –toda red es, en este sentido, esencialmente “política”-, sin jerarquías relevantes en principio, donde cada cual colabora desinteresadamente según sus intereses, aptitudes, tiempo, voluntad... Desde traducir letras de canciones, o compartir contenidos todo tipo (basta pensar en los ya inabarcables repositorios de vídeos, textos, películas, etcétera), implica un tiempo de dedicación voluntario a un lugar de encuentro comunitario, una plaza pública, que se siente organizada por ellos mismos, autorregulada con sus propias y espontáneas reglas de uso (siempre en evolución, por lo demás), protocolos de actuación y convivencia: en definitiva sistemas éticos y estéticos”(29).

Este uso democrático de las tecnologías se suma a una tendencia global que viene extendiéndose desde los 90. Gran parte del arte actual está definido por la participación y la transitividad, la convivencia y la colaboración. Debido en parte a la gran influencia que el análisis de Nicolas Bourriaud (1998) ha tenido sobre los artistas que no estaban interesados en generar objetos artísticos. El arte relacional es aquel que se interesa por la esfera de las interacciones humanas y su contexto social, más que la afirmación de un espacio simbólico autónomo y privado.

Para Brea (2006) el hecho determinante es que el sistema de red que permite internet constituye un escenario “en que una vez más para la historia de lo simbólico, tecnología y aspiración democrática pueden coincidir

(29)
Entrevista.

y favorecerse mutuamente”(30). La propia naturaleza de la obra digital permitiría al arte ponerse al servicio de producir conocimiento y generar procesos de socialización, generadores a su vez de comunidad, abriendo un régimen social de comunicación frente al perjudicial mercado económico.

11. Prosumo cultural

En cuanto al consumo cultural los jóvenes se comportan cada vez más como co-creadores, distanciándose del consumidor pasivo, apostando por la producción compartida y la participación. Los usuarios son, a su vez, creadores de contenidos. La redefinición de esta ética participativa revoluciona también el modo en que se están acercando a la tecnología, de forma que el prosumo cultural está superando en calidad, conveniencia y eficiencia a muchos de los productos que producen los mercados y los gobiernos. Es una actividad voluntaria, que requiere compromiso, esfuerzo y tiempo; muchas veces sin afán lucrativo, tan solo utilizando, generando e intercambiando información; atendiendo a las propias necesidades y solucionando las necesidades de otros a través de la red, con lo que hacen que la red crezca a medida que se usa. Por lo tanto no es solo una cuestión de voluntariado y comunidad, sino de conseguir conocimiento de forma más rápida y eficaz.

Estas nuevas actitudes de creación y participación colectiva han implicado también cambios significativos en el la posición de las instituciones hacia el público. Museos y centros culturales apuestan por las fórmulas que los jóvenes han difundido desde la participación. No ha sido la mera existencia de redes, ni la tecnología, lo que ha permitido abrir estas instituciones, antes impermeables, a la participación. Es la voluntad de conectar con los jóvenes para lograr interesarles en sus contenidos, y entender las nuevas dinámicas que estos han extendido, dinámicas que están transformando las prácticas culturales. Implicarse en ellas considerando al público, no ya sólo como destinatario de su saber sino como partícipe y co-creador de contenidos, es uno de los síntomas de su radical transformación.

Las entidades han entendido que potenciando el trabajo prosumidor a través de redes de colaboración, agregan valor de manera colectiva, incentivando la innovación y compartiendo conocimientos que aceleran los ciclos económicos y tecnológicos. Se suman al reclamo de los jóvenes de conseguir mayor democratización de la cultura. Internet ha fomentado, como señala Paul Mathias, cierta ciberdemocracia, en la que se mantienen ciertos ideales libertarios, se entiende la cultura como un valor social más, accesible para todos y el arte y la creación manifestaciones que al fin pueden instalarse en la experiencia cotidiana, compartiendo el espacio de comunicación como una opción más entre las que hoy se encuentran al navegar por la red.

Esta transformación cultural se inserta en un contexto más amplio, compartido con otros sectores de conocimiento. El movimiento maker es heredero del movimiento global iniciado por los usuarios de Linux o creadores de los proyectos de software libre y la licencia libre, que tiene también tendencias filosóficas e incluso morales: el software propietario, al no poder compartirse, es antiético dado que prohibir compartir va en contra del sentido común. Así se entiende desde Openframeworks, la mayor red de código abierto, y Creative Commons, la forma de compartir imágenes e información que ofrece Wikipedia. Muchas realizaciones están sometidas a

(30)
BREA, Jose Luis: “Cambio de régimen escópico”, en FERNÁNDEZ POLANCO, Aurora; LARRAÑAGA ALTUNA, Josu eds: Las imágenes del arte, todavía (seminario-taller). Diputación Provincial de Cuenca, 2006, p. 114.

estas licencias libres, lo que significa que todas las ideas están a disposición de las instituciones sin obligación, excepto la de nombrar a los autores de dichas ideas.

La citada ciberdemocracia defiende y extiende el uso del código abierto, que se centra en la premisa de que al compartir el código, el programa resultante tiende a ser de calidad superior al software propietario por la experiencia de los usuarios. Se imponen estos modelos transparentes ya que permite una máxima participación gracias al enorme número de contribuidores y a la flexibilidad de uso del contenido. Estos movimientos, pretenden además ser una alternativa a las reglas mercantilistas del acceso y circulación del conocimiento, son partidarios acérrimos de la libertad para hacer, para accionar en el interior de los programas y procesos informáticos, participar activamente en las redes, transformar, divulgar y compartir todo tipo de conocimiento sin restricciones.

Los jóvenes creadores y consumidores culturales son conscientes de las limitaciones que supone un concepto de propiedad intelectual poco flexible, apostando incluso por borrar las huellas de autor para crear un sistema comunitario y de acceso libre a toda clase de bienes, defendiendo que incluso a las instituciones culturales, les convendría desarrollar más la filosofía Open, ya que liberar datos, documentos, imágenes revierte en un enriquecimiento que beneficia a todos. Algunos museos están dando ya primeros pasos liberando bajo licencia Creative Commons textos de la web sobre las obras destacadas de la colección como el Museo Picasso.

Néstor García Canclini (2012) fundamenta con un minucioso trabajo de campo esta nueva tendencia en las artes visuales, la música, la industria editorial y las redes.

Si bien en numerosas ocasiones se describe a la juventud actual como facilista o desmotivada, estas nuevas ideologías describen un escenario muy interesante, que invita a la participación activa de otros actores sociales. A la vez, ese movimiento toma diferentes direcciones y formas, construye un discurso innovador y flexible sobre el conocimiento como un producto que se elabora colectivamente y por lo tanto es de todos.

Los jóvenes impulsan plataformas especializadas para proyectos de código abierto, para cofinanciar proyectos artísticos propios, o para potenciar la cofinanciación de proyectos coordinados con la comunidad y la sociedad civil, logrando así un efecto multiplicador. Compartiendo conocimiento, procesos, resultado, responsabilidad o beneficio, desde la filosofía del procomún. Contagiando, también en lo económico, a instituciones culturales y museos que se abren a la financiación colectiva externa, crowdfunding, todo un nuevo paradigma de la red que genera nuevos modelos socioeconómicos y posibilidades de supervivencia o expansión a muchas entidades de este tipo.

Museos y centros de arte han ido incorporando las nuevas tecnologías y la red para llevar a cabo estos nuevos procesos de dialogo e intercambio con los jóvenes; desarrollando una amplia oferta virtual. Para Bernard Deloche (2002) la verdadera competencia de las nuevas tecnologías sobre el museo institucional se ejerce a través de los contenidos. Ya que los jóvenes se interesan por los medios de comunicación surgidos de técnicas industriales porque estos verdaderamente producen y difunden una nueva cultura. Para el autor no se trata simplemente de un proceso de aceleración de la difusión:

lo que cambia es el contenido, es decir, la cultura misma. La cultura entendida como el proceso colectivo que incluye los modos de vida, las formas de pensar y el sistema de valores de un grupo social.

Para Deloche los cambios actuales se están produciendo de un modo violento: sin que acabemos de ser conscientes de ello, los medios contemporáneos (la televisión, la web, etc.) están tendiendo a remplazar al museo. Por ejemplo los museos de antropología basaban su espectacularidad en que daban la posibilidad al visitante de contemplarse en una vitrina, con los rasgos de otro: el individuo era el verdadero protagonista, no necesitaba soñar con ser otro, descubría que él era un héroe. En la actualidad es lo que hacen los medios: con la *webcam* el individuo es un héroe de una película que todo el mundo puede ver en la red; con la tele-realidad, etc. Los jóvenes se comportan como mirones narcisistas, las imágenes entran con rotundidad en la intimidad de sus casas y los contenidos se muestran sin ninguna distancia histórica o geográfica respecto a la realidad cotidiana.

Los medios muestran, como en un espejo, la vida actual. Gracias al sesgo de los medios tecnológicos se elabora una cultura paralela, resultado de la mezcla de poblaciones y de técnicas de difusión. Los jóvenes reconocen la cultura viva actual que está producida y difundida por los medios, mientras que el museo sigue dando a conocer la cultura de antaño. Por lo tanto para Deloche el problema es político, ya que implica a los modos de vida y a los sistemas de valores de los ciudadanos, hasta el punto de que, hoy día, el museógrafo sufre la competencia directa del publicista, del presentador de televisión e, incluso, del *webmaster*.

Algunos museos han comprendido que la cultura paralela desarrollada por los medios no es una no-cultura, como a menudo se cree, sino otra cultura, una cultura realmente diferente, múltiple y fragmentada, fruto de la mezcla de pueblos, con sus propios códigos, sus valores, sus jerarquías...

12. Nuevos museos

Surgen iniciativas que pretenden suprimir los obstáculos que separan educadores y artistas, científicos y expositores, visitantes y creadores, invitando a colaborar a todo el mundo en el desarrollo de nuevos contenidos en una comunidad virtual. Distintos recursos y aplicaciones permiten a los jóvenes acercarse a la oferta del museo sin dificultad. Las nuevas estrategias hacen que el visitante presencial o virtual sienta al museo como una zona de contacto, un espacio de transacciones. Gurús de las nuevas tecnologías como el australiano Seb Chan, han producido cambios radicales en los museos generando herramientas que amplían o posibilitan un continuum con la experiencia vivida. Se incorporan también juegos en red que sirven para explorar otras identidades, se están utilizando en nuevas prácticas comunicativas.

La comunidad museística del *Tech Museum of Innovation (The Tech)* de California, buscó revolucionar las técnicas y los procesos con los que creaban las exposiciones a través de la *The Tech Virtual*. Crearon una plataforma en línea compuesta de un sitio Web donde nacen los proyectos y una presencia en *Second Life*. Les permite comunicarse en tiempo real, intercambiar ideas y elaborar prototipos virtuales, para desarrollar contenidos que más tarde se integrarán en las exposiciones y programas originales de cada institución. La idea es generar prototipos de exposiciones en línea, de manera colectiva,

democratizando el proceso y permitiendo a los conservadores salir del marco institucional para trabajar juntos. Buscan generar una joven comunidad creativa apasionante, una nueva clase de diseñadores de exposiciones, con los recursos propios de su edad.

Los equipos más jóvenes investigan e incorporan nuevas formas de acceso y distribución de trabajos artísticos, esto es, distribución y acceso virtual y deslocalizado. Trabajan implicados en las nuevas tecnologías con propuestas de gran complejidad y sofisticación, que modifican el mismo concepto de museo o centro de exposición.

El arte ha abandonado su aislamiento productivo obligado por los nuevos medios. Por ejemplo, en esta última década, algunos museos modifican su estructura hacia los centros de creación, la transversalidad del arte actual obliga a que colaboren de diversas formas en la producción de las piezas. Se altera entonces el papel de los museos y de las galerías, y deben dar respuesta a nuevos retos. Ambos pasan de ser lugares de simple presentación y archivo, a ser *partners* en la producción. El museo busca una combinatoria posible entre el planteamiento museístico patrimonialista -de la colección- y el del centro de producción. Para Peter Weill director del ZKM en Karlsruhe un centro de Media Art debe ser también un lugar para el desarrollo científico y la investigación tecnológica, un lugar de producción, así como una plataforma de creación de discurso, un foro. Planteamiento que afecta no sólo a las exposiciones temporales de un museo, sino también a la estructura de la colección y a su archivo.

Los nuevos centros de creación permitirían a los jóvenes creadores una confrontación crítica con la civilización técnica. Ofreciendo la oportunidad al público de comprender mejor su propio entorno tecnológico, y también aumentar su competencia y sus aptitudes tecnológicas.

Desde este contexto los jóvenes creadores reclaman un plan global en la que prime la cooperación entre festivales, industrias relacionadas con las tecnologías de la comunicación y la información, así como museos, galerías, centros de investigación y coleccionistas privados. Como requisitos indispensables para poder garantizar unas condiciones adecuadas que aseguren el futuro del arte que generan con los nuevos medios.

Los centros de producción permiten ver las aplicaciones de sus propias tecnologías libres de la presión económica a que se ven sometidas en su implementación en el mercado. Presión que conduce casi siempre a la reducción de las posibilidades de aplicación de estas tecnologías.

Es necesario establecer cuál es el papel de las instituciones culturales públicas respecto del arte producido con tecnologías de la comunicación, teniendo en cuenta los enormes costes de actualización de medios, la práctica ausencia de un mercado artístico para tales trabajos, y el carácter -a menudo efímero- de estas producciones.

De este modo muchas instituciones ofrecen nuevos espacios de experimentación artística y tecnológica, un entorno en el que jóvenes artistas, científicos, expertos en tecnología, educadores, sociólogos, escritores, curadores e investigadores de arte, etc., van a formar una comunidad creativa y generadora de ideas e innovación. La aproximación multidisciplinar es tendencia, como ejemplo las actividades del *Exploratorium* de San Francisco. Las limitaciones iniciales de algunos museos como la Science Gallery - espacio pequeño, sin colección permanente y dirigido a un público adulto-

se convirtieron en oportunidades cuando la institución se planteó producir actividades y proyectos implicando a una comunidad activa, imitando los procesos de comunicación e intercambio de los jóvenes. Siguiendo el concepto de proyectos como el *Ablative Design* de Sean McDougall: facilitar que las cosas sean hechas por la gente y trabajar con y desde propuestas realizadas por la gente, la misión del museo es convertirse en plataforma creativa (y no solo en un contenedor de contenidos). Medialab Prado o el Future Lab de Ars Electrónica son también ejemplos en de espacios y laboratorios de creación⁽³¹⁾.

13. Periodo de incertidumbre

Para Ana Cortijo los creativos españoles están siendo más competitivos “Según mi experiencia, los jóvenes estudiantes y profesionales de la creatividad y la dirección de arte, en líneas generales están más al día, por lo que, generalmente, el nivel medio ha subido, aunque obviamente siguen existiendo los extremos”⁽³²⁾.

La crisis económica ha trastocado los planes de futuro que los jóvenes habían soñado según la experiencia de la generación anterior: un trabajo estable y con vistas de futuro, una especialización... Se sienten muy preparados, con capacidades tecnológicas con las que pueden responder a exigencias empresariales, y se enfrentan a la realidad de la precariedad laboral. Por un lado, decía Bauman, está la “devastación emocional y mental de muchos jóvenes que entran ahora al mercado de trabajo y sienten que no son bienvenidos, que no pueden añadir nada al bienestar de la sociedad sino que son una carga”. Por otro, concluía, “la gente que tiene un empleo experimenta la fuerte sensación de que hay altas posibilidades de que también se conviertan en desechos.” Los jóvenes sienten la falta absoluta de agentes, de instituciones colectivas capaces de actuar efectivamente.

En muchas ocasiones se olvida que las grandes capacidades digitales de los jóvenes muchas veces son el resultado de un contexto de supervivencia. Los cambios generacionales están inducidos también por la precariedad de los trabajos efímeros que consiguen, las exigencias laborales de ser autoempleables y estar disponibles todo el tiempo, la necesidad de completar los ingresos como artistas con otro tipo de trabajos. Las redes favorecen la versatilidad –entre diversos oficios, formas de colaboración y aún lenguas y países-, pero es también un requisito imprescindible y normalizado por la flexibilización de los mercados laborales. La incertidumbre acerca del futuro de los trabajos es determinante. Tener varios perfiles profesionales y aprender a trabajar con especialistas de carácter multidisciplinar son necesidades que impone el entorno sociocultural (García, 2012).

Cortijo se refería a la orientación laboral de los jóvenes: “En este sentido percibo una falta de criterios y objetivos a la hora de emprender la vida laboral con la búsqueda del primer trabajo. Todas sus habilidades no les permiten trazar estrategias o planes encaminados a generar un perfil personal que fácilmente podrían proyectar a través de Internet. No hemos creado ciudadanos más formados o más críticos, pero sí más hábiles⁽³³⁾.”

Para Rafael López Castejón, autor del blog Nativos digitales “A los jóvenes y a las empresas hay que prepararles para la incertidumbre permanente”, ya que considera que ninguna universidad ni empresa está preparada para el ritmo de los cambios que se producen entre los adolescentes⁽³⁴⁾.

⁽³¹⁾ Más información en: http://medialab-prado.es/article/interactivos12_dublin_workshop

⁽³²⁾ Entrevista.

⁽³³⁾ Entrevista..

Recientes estudios, se cuestionan si los elogios a la creatividad y el emprendimiento que proliferan en la actualidad, no estarán escondiendo la gravedad del desempleo o la incapacidad del actual modelo económico para incorporar a nuevas generaciones (McRobbie et al, 2009).

José Luis Pardo (2016) plantea que “El desafío civilizatorio al que hoy nos enfrentamos, tanto en el terreno ético como en el estético, es, probablemente, el hacer de esta Tierra desterritorializada un lugar de refugio y hospitalidad tan poco siniestro, excluyente y repulsivo como sea posible. Un hogar para la mera humanidad.”

Referencias bibliográficas

Alonso Molina, Ó.: “Sin poetas. Sintiendo el rastro de los dioses huidos más allá del siglo XX”. *Guadalimar*, nº 162, 2002, p. 10.

Bauman, Z. (2009). “Vida líquida”. Paidós, Barcelona.

Page, B (2017). “El momento culmen en el arte digital es el guardar como”. En *La Vanguardia* 20/08/2017. Disponible en: <http://www.lavanguardia.com/tecnologia/20170820/43630831262/soliman-lopez-updated-artist.html>

Bosco, R. (2007). “La tecnología democratiza la creación para que todos puedan ser artistas”, en el suplemento *Babelia*, *El País*, nº 833, 10/11/ 07, p. 8.

Bourriaud, N. (2013). “Estética relacional” Buenos Aires.

Brea, J. L. (2002). *La era posmedia. Acción comunicativa, prácticas (post)artísticas y dispositivos neomediales*. Colección Argumentos, Ed. Centro de Arte de Salamanca, Salamanca.

___ (2004). “El tercer umbral: estatuto de las prácticas artísticas en la era del capitalismo cultural”. Cendeac, Murcia.

___ (ed.) (2005). “Los estudios visuales: por una epistemología política de la visualidad”, en *Estudios visuales. La epistemología de la visualidad en la era de la globalización*. Akal, Madrid. pp. 5-15.

___ (2006). “Cambio de régimen escópico”, en Fernández Polanco, A.; Larrañaga Altuna, J. (eds): *Las imágenes del arte, todavía (seminario-taller)*. Diputación Provincial de Cuenca.

___ (2007). “Cultura_RAM: mutaciones de la cultura en la era de su distribución electrónica”. Gedisa, Barcelona.

Buck Morss, S. (2005). “Estudios visuales e imaginación global”, en Brea, J. L. (ed.): *Estudios visuales. La epistemología de la visualidad en la era de la globalización*. Akal, Madrid, pp.

Cáceres, M. D., Ruiz San Román, J. A. y Brändle, G. (2009): “Comunicación interpersonal y vida cotidiana. La presentación de la identidad de los jóvenes en Internet”. En *CIC, Cuadernos de Información y Comunicación*, vol. 14, pp. 213-231.

Castells, M. (2006). *La sociedad red: una visión global*. Alianza Editorial, Madrid.

Clot, M. (1999). “Retorno a Hanoi”, en Nuria, A., *Futuro Presente. Prácticas de artistas contemporáneos*. Dirección General de archivos, museos y bibliotecas, Madrid.

Coca, C. (2010). “El arte murió con la religión y la sociedad tradicional”, en el suplemento, *Territorios de El Correo*, 22-05-2010. Disponible en: <http://info.elcorreo.com/territorios/articulo/lecturas/1769589/el-arte-murio-con-la-religion-y-lasociedad-tradicional.html>

Consejo Económico y Social de España. (2016): *Informe Nuevos hábitos de consumo, cambios sociales y tecnológicos*. Colección Informes 04/2016. Madrid, Consejo Económico y Social de España, Departamento de publicaciones. Disponible en: <http://www.ces.es/documents/10180/3557409/Inf0416.pdf>

Deloche, B. (2002). “El museo virtual: hacia una ética de las nuevas imágenes”. Trea, Gijón.

Díaz-Guardiola, J. (2012). “Daniel Martín Corona: Vivimos una gran ficción.” En suplemento *Cultura ABC*, 02/11/2012. Disponible en: <http://www.abc.es/20121102/cultura-cultural/abci-arte-entrevista-daniel-martin-201211021240.html>

(34)

Más información en: http://www.elpais.com/articulo/sociedad/tamtam/nativos/digitales/elpepiscoc/20081221elpepiscoc_1/Tes

- Díaz-Guardiola, J.** (2014). Blanca Gracia: «Cada edad tiene sus restricciones», en *Cultura abc Cultural*, Madrid, 09/10/2014.
- Elola, J.** (2008) "El tam-tam de los nativos digitales", publicado en El País, 21 de diciembre de 2008. Disponible en: http://www.elpais.com/articulo/sociedad/tamtam/nativos/digitales/elpepisc/20081221elpepisc_1/Tes
- García Canclini, N.; Cruces, F.; Urteaga Castro, M.** (2012). "Jóvenes, culturas urbanas y redes digitales: prácticas emergentes en las artes, las editoriales y la música. Barcelona : Ariel ; Madrid : Fundación Telefónica.
- García Canclini, N.; Urteaga Castro, M. (coord.)** (2012) *Cultura y Desarrollo. Una visión crítica desde los jóvenes*. Ed.Paidós, Buenos Aires.
- Fundación Telefónica** (2016): *Informe La Sociedad de la Información en España*. Madrid, Fundación Telefónica; Barcelona, Ariel.
- Loveless A., Williamson B.** (2017). "Nuevas identidades de aprendizaje en la era digital: creatividad, educación, tecnología, sociedad". Ministerio de Educación, Cultura y Deporte/ Narcea, Madrid.
- Martín-Barbero, J.** (2001). "Culturas-Tecnicidades-Comunicación", en *Tres espacios lingüísticos ante los desafíos de la mundialización*. Actas del coloquio internacional, París, 20 y 21 de marzo, 2001. pp. 359-384. Disponible en: <http://www.oei.es/historico/cultura2/barbero.htm>
- Martín Prada, J.** (2008). Economías afectivas: Vida y biopolítica. en "Cuerpo-Experimental Transmutativo". Centro Multimedia del CENART, México. Disponible en: <http://cmm.cenart.gob.mx/publicaciones/cuerpoexperimental.pdf>
- ____ (2015) "Prácticas artísticas e internet en la época de las redes sociales". Akal, Madrid.
- Pardo, J. L.** (2016). *Estética de lo peor. De las ventajas e inconvenientes del arte para la vida*. Pasos Perdidos, Madrid.
- Pedreño, A.** (2016). "Las 10 revoluciones que nos cambiarán", en Talento Digital, El País, 29-12-16.
- Rodríguez, A.** (2017). "En Instagram eres más feliz, y lo sabes", en El País, 30/09/2017. Disponible en: https://elpais.com/tecnologia/2017/09/29/actualidad/1506683537_908860.html?rel=cx_articulo#cxrecs_s
- Taberner, C.; Aranda, D.; Sánchez-Navarro, J.** (2010). "Juventud y tecnologías digitales: espacios de ocio, participación y aprendizaje", en REJ (88) INJUVE, Madrid.
- Verdú, V.** (2005). *Yo y tú, objetos de lujo: el personismo: la primera revolución cultural del siglo XXI*. Debate, Barcelona.
- Verdú, V.** (2012): "El personismo", en El País, 28 de abril de 2012.
- Zamora, J** (2010). *Where one sun*. Fundación Salamanca Ciudad de la Cultura, Salamanca.