



Co-funded by
the European Union

mmmm

 professional
media
presence

Formas de presencia - buenas prácticas en el uso de los medios de comunicación, de artistas para artistas en Europa

Editor: Pohjola Panu, Máster en Artes (Teatro y Arte Dramático), profesor titular, Grado en Cultura y Artes, Artes Visuales, Soluciones Digitales, Universidad de Ciencias Aplicadas de Laponia.

Autores de los artículos:

- **Uotinen Emma**, Máster en Artes (Estudios Culturales), asesora de proyectos, gestora de proyectos, Oficina de Gestión de Proyectos, Universidad de Ciencias Aplicadas de Turku. Finlandia.
- **Sundbacka Anni**, Máster en Artes (Estudios Artísticos, Literatura Comparada), profesora titular, Artes Escénicas, Academia de Arte, Universidad de Ciencias Aplicadas de Turku, Finlandia.
- **Borovac Ines**, Máster en Artes (Diseño Social), Artista visual e investigadora, Países Bajos
- **Krčelić Irena**, Croacia.
- **Rukavina Nika**, diplomada en escultura por la Accademia di Belle Arti Venezia, artista independiente. Croacia
- **Cacini Luca**, Máster EMJMD (Culturas de las Artes Mediáticas), artista multimedia e investigador. Italia.
- **Serpente Eleonora**, Bachillerato Científico, bailarina contemporánea autónoma, colectivo gruppocorp3. Italia.
- **Di Serio Roberta**, Máster en Antropología Cultural e investigadora de doctorado (Universidad de Milán - Bicocca), bailarina contemporánea, colectivo gruppocorp3. Italia.
- **Menchetti Raffaella**, Máster en Bellas Artes (Bellas Artes, Práctica Escénica y Culturas Visuales), artista interdisciplinar: directora, intérprete, artista visual, Italia.
- **Stroganova Alexandra**, Máster en Artes (Estudios Visuales Nórdicos y Educación Artística), artista transdisciplinar, Finlandia.
- **Ivana Tkalčić**, Máster en Ciencias (Economía), Máster en Bellas Artes, colaboradora artística, Croacia.
- **Li Tianjun**, Máster en Artes (Culturas Visuales, Comisariado y Arte Contemporáneo), artista interdisciplinar. Finlandia.
- **Koivunen Kati**, Doctora en Ciencias Económicas, profesora titular, investigadora, Responsabilidad en Empresas y Servicios, Universidad de Ciencias Aplicadas de Laponia. Finlandia.
- **Briffa Karen**, Diploma Profesional (Marketing Digital), artista de pirograbado. Malta
- **Bettoni Angela**, Licenciada en Artes Creativas. Artista performativa y activista con síndrome de Down. Malta.
- **Pohjola Panu**, Máster en Artes (Teatro y Arte Dramático), profesor titular, Grado en Cultura y Artes, Artes Visuales, Soluciones Digitales, Universidad de Ciencias Aplicadas de Laponia. Finlandia.



**Co-funded by
the European Union**

Metadatos de la publicación

Traducción de la obra original *Forms of presence – best practices for media use from artists to artists in Europe* publicada en 2026 por la Universidad de Ciencias Aplicadas de Laponia Ltd, Finlandia

URN del libro electrónico original: <https://urn.fi/urn:isbn:978-952-316-580-9>

Traducción: *realizada con Deepl, supervisada por Maria Mantzakou*

Derechos: CC BY

Financiador: Europa Creativa por EACEA



Financiado por la Unión Europea. Las opiniones y puntos de vista expresados solo comprometen a su(s) autor(es) y no reflejan necesariamente los de la Unión Europea o los de la Agencia Ejecutiva Europea de Educación y Cultura (EACEA). Ni la Unión Europea ni la EACEA pueden ser considerados responsables de ellos.

Índice

Introducción.....	5
<i>Emma Uotinen y Anni Sundbacka</i>	
Prólogo de Ines Borovac.....	9
<i>Ines Borovac</i>	
¿Quién es un artista profesional?	20
<i>Irena Krčelić</i>	
Hacia un futuro más justo para los artistas	28
<i>Nika Rukavina</i>	
Redes sociales, medios de comunicación y audiencia mediática	39
<i>Luca Cacini</i>	
Creación de comunidades a través de prácticas artísticas en la era digital: un desafío continuo y un recurso por explorar.....	51
<i>Eleonora Serpente y Roberta Di Serio</i>	
Presencia profesional en los medios: perspectivas sobre el conjunto de herramientas desde el punto de vista de un artista profesional y el ecosistema artístico.....	68
<i>Raffaella Menchetti</i>	
Los medios de comunicación y la identidad a través de una lente hidrofeminista.....	80
<i>Alexanda Stroganova</i>	
Future Media: Hacia una práctica regenerativa del cuidado.....	94
<i>Ivana Tkalčić</i>	
IA, creatividad y la presencia del artista en la era digital.....	113
<i>Tianjun Li</i>	
Creación de una marca profesional en las redes sociales.....	127
<i>Kati Koivunen</i>	
Buenas prácticas para los medios de comunicación	139
<i>Karen Briffa</i>	
Accesibilidad en línea: igualdad de derechos en los medios digitales	149
<i>Angela Bettoni</i>	
Epílogo	166
<i>Panu Pohjola</i>	

Introducción

Emma Uotinen y Anni Sundbacka

Gestión de proyectos, Turku, enero de 2026

«...el artista debe moverse entre múltiples realidades y dimensiones distorsionadas simplemente para sobrevivir [...] Presionados para expresar su identidad y dar a conocer su trabajo en las plataformas, los creativos no hacen más que intentar orientarse en la madriguera del conejo de la aceleración tecnológica».

Ines Borovac 2026



El proyecto Professional Media Presence (PMP) es una iniciativa de cuatro años (2023-2027) respaldada por Creative Europe. Su objetivo es empoderar a los artistas para que refuercen su presencia digital y su identidad profesional en un panorama cultural cada vez más impulsado por los medios de comunicación. El proyecto aborda las carencias en materia de alfabetización mediática y competencias digitales, fomentando la inclusión y la innovación en toda Europa.

El proyecto PMP responde a la creciente influencia de los medios de comunicación en la configuración de la identidad artística y hace frente a retos como la desinformación y las herramientas digitales en constante evolución. Al dotar a los artistas de competencias digitales y fomentar la colaboración, el proyecto refuerza la resiliencia cultural y la diversidad en toda Europa.

Una de las acciones principales han sido las actividades educativas. Durante el periodo 2023-2025, el proyecto PMP organizó cinco seminarios en línea, semanas de talleres y residencias artísticas para la creación colaborativa y el desarrollo de competencias.

Todas las actividades potencian la colaboración transnacional al conectar a artistas de seis países de la UE (Finlandia, Croacia, Italia, Malta, Eslovaquia y España) para promover el intercambio cultural. El proyecto reúne a un total de 113 artistas que representan diversos ámbitos artísticos. Damos prioridad a la inclusión social centrándonos sobre artistas en diferentes etapas de su carrera que se enfrentan a obstáculos como la discapacidad, problemas de salud, dificultades económicas, retos sociales o políticos, aislamiento geográfico o diferencias culturales, con el fin de promover una participación accesible y diversa.

El proyecto Professional Media Presence (PMP) se articula en torno a cinco temas principales.

«**Medios y arte**» explora cómo los medios de comunicación dan forma a la expresión artística y a las narrativas culturales. «**Medios en línea y narración digital**» enseña la creación de historias digitales y cómo compartirlas de forma eficaz en línea. **Redes sociales y audiencia mediática** se centra en la participación del público y el uso responsable de los medios para prevenir la desinformación. **Medios del futuro** examina nuevas tecnologías como la inteligencia artificial y la realidad virtual, haciendo hincapié en las aplicaciones éticas en el arte y los medios. **Medios e identidad profesional** guía a los artistas en el establecimiento y mantenimiento de una presencia profesional auténtica en línea.

Estos temas constituyen la columna vertebral del contenido educativo de PMP, el desarrollo de las Formas de presencia y los resultados creativos, garantizando que los artistas adquieran **alfabetización mediática, habilidades digitales y estrategias para el crecimiento profesional**.

Las «Formas de presencia» como un conjunto de señales de un artista a otro

«Formas de presencia» ofrece una visión de las condiciones para desarrollar una carrera artística en el contexto sociopolítico actual y en los distintos entornos europeos. A partir de las aportaciones de artistas en residencia y profesionales invitados, «Formas de presencia» destaca temas comunes, retos y buenas prácticas relevantes para los artistas que trabajan en un panorama mediático en constante evolución. Se concibe como un recurso tanto para artistas como para educadores, y como una invitación a explorar métodos y perspectivas entre artistas. La publicación «Formas de presencia» incluye prólogos artísticos y once artículos escritos por profesionales y por los artistas del proyecto, que abordan diferentes aspectos de la práctica artística contemporánea. Tal y como resume Tianjun Li en su contribución: «Las Formas de presencia no son un mapa completo, sino más bien una serie de señales que me hubiera gustado tener antes».

La publicación «Formas de presencia», al igual que todo el proyecto «Professional Media Presence», se basa firmemente en la idea del intercambio entre pares. En el proyecto, nos referimos a esto como un enfoque «de artista a artista»: los artistas comparten sus ideas y conocimientos desde sus propias perspectivas. Esto convierte a «Formas de presencia» de PMP en una recopilación única de enfoques artísticos individuales que ofrecen una visión de las posibilidades de los artistas europeos en el panorama cultural y mediático actual. Dado que los colaboradores se encuentran en diferentes etapas de sus carreras, los artículos reflejan una diversidad de pensamiento y forma y representan una amplia gama de campos artísticos.

El prólogo invitado de la artista **Ines Borovac** explora la construcción de la identidad artística en entornos digitales y en un contexto de aceleración tecnológica. En él se reflexiona sobre cómo los artistas gestionan la visibilidad, la vulnerabilidad y las nociones cambiantes del yo, la autenticidad y la comunidad, moldeadas por las lógicas de las plataformas y la mediación digital.

Irena Krčelić examina cómo se configura la definición de artista profesional en el contexto croata y qué tipo de restricciones institucionales se esconden en estas interpretaciones. La contribución pone de relieve la brecha entre el reconocimiento formal, las realidades del trabajo artístico y la inseguridad económica. **Nika Rukavina** aborda la precariedad artística, el trabajo invisible y la desigualdad institucional. El texto explica la realidad de los artistas y la negociación constante entre la autonomía creativa, la supervivencia empresarial y las estrategias activistas para mantener su práctica.

Luca Cacini reflexiona sobre las prácticas mediáticas en el contexto italiano trazando un mapa del ecosistema mediático y sus implicaciones para la visibilidad de los artistas y sus oportunidades profesionales. El artículo destaca el predominio de los medios tradicionales junto con la creciente influencia de las plataformas digitales y ofrece una visión de cómo los artistas se desenvuelven en las estructuras mediáticas, la fragmentación de la audiencia y la lógica cambiante de las plataformas.

Eleonora Serpente y **Roberta Di Serio**, integrantes del colectivo gruppocorp3, analizan cuestiones relacionadas con la comunidad, la conexión y la convivencia en la era de la sociedad digital. Al abordar las redes sociales desde una perspectiva artística, exploran sus posibilidades y sus retos, especialmente en relación con la construcción de comunidades, la presencia y las dinámicas de la economía de la atención. **Raffaella Menchetti** ofrece un interesante puente entre el arte como medio, el arte en los medios y el activismo artístico/mediático. El artículo sitúa a los medios no solo como un canal de difusión, sino como una plataforma en la que se negocian activamente la agencia artística, la memoria y la responsabilidad política.

El artículo de **Alexandra Stroganova** ofrece una reflexión crítica sobre los medios de comunicación, la ética y la identidad desde la perspectiva del hidrofeminismo. Además, propone ejercicios que invitan a la reflexión para profundizar en el tema. En su contribución, **Ivana Tkalčić** analiza con mayor detalle la reflexión crítica sobre la sobreproducción de las redes sociales y sus repercusiones ecológicas y sociales, prestando especial atención al consumo energético y a la producción de materias primas críticas. Como respuesta a los retos que plantean los requisitos materiales necesarios en el mundo digital, aparentemente inmaterial, Tkalčić recurre al decrecimiento para replantearse el cuidado y propone un enfoque artístico personal de los medios de comunicación como forma de práctica regenerativa. El artículo de **Tianjun Li** sugiere las posibilidades de la IA y las plataformas digitales como herramientas para la creación artística. También ofrece valiosas perspectivas sobre el trabajo como artista en el contexto europeo desde la posición de alguien que proviene de fuera de él.

El artículo de **Kati Koivunen** examina la marca profesional en las redes sociales como una forma continua de trabajo de identidad. Explora cómo los valores, las competencias y la visibilidad pública se negocian continuamente en el ámbito de la práctica artística. El texto de **Karen Briffa** refleja experiencias desde el inicio del proyecto PMP y ofrece ejemplos sobre el uso de las plataformas mediáticas por parte de los artistas.

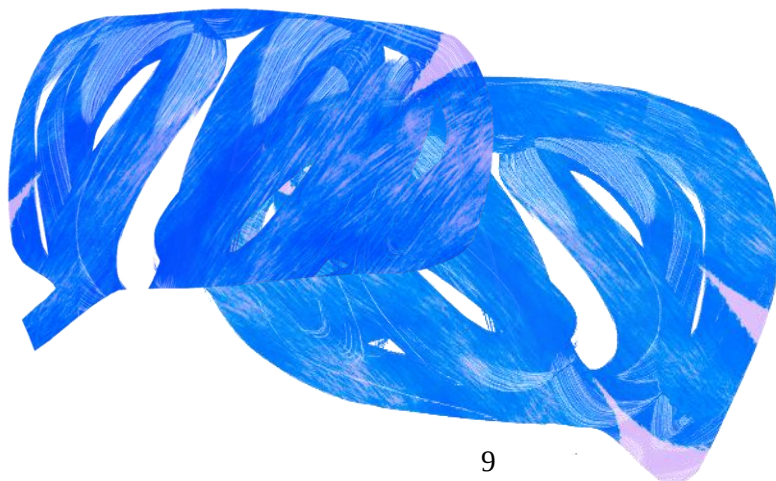
El artículo de **Angela Bettoni** da a conocer sus experiencias en el proyecto como artista con síndrome de Down y propone perspectivas inclusivas en el contexto de diferentes medios de comunicación. Esta sección también incluye entrevistas de casos prácticos que presentan historias inspiradoras de artistas.

Durante el ciclo de vida del proyecto, el mundo ya ha cambiado drásticamente, especialmente en lo que respecta a los entornos mediáticos. Al mismo tiempo, las orientaciones temáticas del proyecto se han definido con mayor claridad gracias a las diversas contribuciones de los artistas, como se pone de manifiesto a lo largo de estas Formas de presencia.

Queremos expresar nuestro más sincero agradecimiento a todos por sus contribuciones a «Formas de presencia», así como a todo el proyecto «Professional Media Presence»: a todos los artistas de los equipos nacionales de artistas, a los artistas residentes que han aportado sus ideas y han constituido el núcleo de estas «Formas de presencia», a «Creative Europe» por su apoyo a la realización del proyecto, y a todos aquellos que han aportado su pasión y experiencia al proyecto a lo largo de su desarrollo. También queremos dar las gracias a todo el equipo de socios del proyecto por su colaboración: la Universidad de Ciencias Aplicadas de Laponia (Finlandia), Youth for Equality (Eslovaquia), Espronceda, Institute of Art & Culture (España), Perypezye Urbane (Italia), Culture Hub (Croacia) y Prisms (Malta). Por último, queremos expresar nuestro más sincero agradecimiento a nuestros colegas de la Universidad de Ciencias Aplicadas de Laponia por la edición de esta publicación sobre «Formas de presencia», especialmente al profesor titular Panu Pohjola, quien ha impulsado incansablemente «Formas de presencia» junto con los artistas, guiándolos y apoyándolos en su trabajo con amabilidad y experiencia.

Creemos que estas «Formas de presencia» ayudarán y orientarán a los artistas europeos en su trayectoria artística individual, en un panorama mediático en constante cambio y lleno de retos. Asimismo, los educadores y los artistas-docentes pueden sacar partido de las «Formas de presencia» utilizándolas con fines educativos, identificando los principales retos y las mejores prácticas, y compartiendo información y puntos de vista con los futuros artistas.

Esperamos que los métodos de artista a artista, así como las ideas, te resulten valiosos e interesantes en tu propio camino. Estamos muy orgullosos y agradecidos a todos los artistas de toda Europa que participaron en este proceso y aportaron sus ideas y su tiempo al proyecto «Professional Media Presence».



Prólogo de Ines Borovac

Ines Borovac, directora del taller y ponente principal en Split, otoño de 2025

Introducción

«Puedes entrar a través de una interfaz, pero también a través de tu bolsillo. Puedes entrar a través de una pantalla, pero a cambio debes revelar algo de ti mismo» (Konior, 2020). Al escribir Instagram.com... Aparece la página de sitios bloqueados... «Buen intento... Has incluido instagram.com en la lista de sitios bloqueados, probablemente esté ahí por una razón...» Me siento momentáneamente contrariado por la eficacia de mi propia moderación, por el hecho de que las prohibiciones que me impuse a mí misma son, de hecho, funcionales. Efectivamente, está ahí por una razón. Aun así, me levanto de la mesa. Salgo de la habitación para recuperar el teléfono que había dejado deliberadamente en otra habitación, una pequeña coreografía de auto vigilancia motivada por el deseo. Abro Instagram y escribo rápidamente el nombre de un artista cuyo nombre ha aparecido en un artículo. ¡Los he encontrado! 10 000 seguidores, seguro que tienen éxito. Página web en la biografía. La página web presenta una estética contemporánea, profesional. Publicaciones en colaboración con las grandes galerías, un logro. Más allá de que esta información me proporcione material suficiente para caer en una espiral de comparaciones, demuestra la construcción de su identidad profesional. Desde este lado de mi espejo inteligente portátil, son artistas exitosos, profesionales y consumados. Dependiendo de la interfaz de la plataforma, el yo se representa de manera diferente; lo que se manifiesta como un curador de la estética en Pinterest se replantea como un individuo que busca intimidad romántica en Hinge.

La vida en el Tecnoceno ha normalizado compartir momentos más íntimos con nuestros dispositivos que con otros seres humanos. (Samman, 2023) La tecnología no solo se ha infiltrado en todas las esferas de nuestras vidas y ha alterado nuestras identidades, sino que también ha cambiado la forma en que expresamos nuestra identidad en línea, y la forma en que esto afecta a las identidades de quienes las observan. A través de todas las plataformas en las que iniciamos sesión, estamos presenciando todos estos cambios simultáneamente. Cada vez que creamos un perfil, la plataforma nos obliga a dividir y comprimir nuestra identidad, creando una imagen de nosotros mismos que se adapte al propósito de la plataforma. Como afirma Benjamin Bratton, el usuario es un sujeto diseñado (Bratton, 2016). En *The Stack*, Bratton sostiene que las plataformas generan identidades de usuario, sean deseadas o no (Bratton, 2016). A través de conjuntos de protocolos, verificaciones y, las plataformas solicitan información y nos obligan a identificarnos dentro de unos límites específicos. A los usuarios con la verificación de identidad más exhaustiva se les suele otorgar una «insignia de confianza», una forma de valoración disfrazada de muestra de estima. La participación en estas plataformas no es obligatoria, pero no participar supone un alejamiento deliberado de la global economía digital. Dentro de este ecosistema, existimos como identidades fragmentadas, constantemente

estiradas, comprimidas o remodeladas para adaptarse al molde específico de la interfaz de la plataforma. El proceso de reconfiguración constante de la identidad es una experiencia habitual para los creativos que buscan la autonomía económica. Como destacan las artistas Nika Rukavina e Irena Krčelić, la búsqueda de la libertad creativa a menudo exige a los artistas ganarse la vida compaginando trabajos secundarios mientras gestionan simultáneamente su presencia en línea, los impuestos y las cargas administrativas (Rukavina, 2026; Krčelić, 2026). Dominar las habilidades de un emprendedor se vuelve ineludible. Ser artista a menudo implica salir del ámbito económico tradicional sistema, salvo unos pocos afortunados que cuentan con el apoyo de la élite. Los artistas menos afortunados deben, en cambio, recurrir a la multiplicidad, compaginando múltiples trabajos secundarios e identidades sociales para poder mantener su trayectoria creativa. Moverse en el mundo profesional exige a los creativos adquirir habilidades de marketing lo suficientemente eficaces como para impulsar su carrera, pero sin llegar a ser tan buenos como para caer en la traición a sus principios. Más allá de la autopromoción, se necesitan excelentes habilidades de gestión para coordinar las diversas versiones de uno mismo en los momentos adecuados. En última instancia, la gestión de proyectos se convierte en una parte obligatoria del proceso creativo, ya que hay que mantener el equilibrio entre los diferentes roles. Aunque el concepto de los múltiples yoes no es nuevo en las artes, se ha transformado en una estrategia de supervivencia.

Johana Walsh, en su libro *Girl Online*, interpreta un fenómeno metafísico de reconfiguración constante de la identidad a través de la referencia a Alicia en el país de las maravillas, de Lewis Carroll, y su segunda entrega, *A través del espejo* (Walsh, 2022). Mientras sueña despierta con un mundo diferente, Alicia mira a través del espejo. El espejo se derrite y la transporta a una nueva realidad (Carroll, 1871). A lo largo de Alicia en el país de las maravillas, Alicia se vuelve alternativamente enorme, microscópica, gigantesca y del tamaño de un bolsillo; está sometida a continuos procesos de transformación. En su análisis, Walsh describe esta condición como una de las características de los sujetos «alicianos» (Walsh, 2022). Esta inestabilidad refleja la condición del creativo moderno, expuesto al flujo perpetuo de sistemas que no ha diseñado. Al igual que Alicia, el artista debe navegar por múltiples realidades y dimensiones distorsionadas simplemente para subsistir, todo ello mientras es glorificado por el espectáculo de la sociedad del entretenimiento. Presionados para expresar su identidad y exponer su trabajo en las plataformas, los creativos simplemente intentan orientarse en la madriguera del conejo de la aceleración tecnológica sin fin. Resistente al cambio, Alicia acepta la nueva versión de sí misma y, aunque expuesta a una nueva cultura visual y a medios de comunicación desconocidos, está decidida a navegar por el bosque oscuro y desorientador poblado por personajes caprichosos.

Según el colectivo Dark Forest Int y Bogna Konior, esto es exactamente en lo que se está convirtiendo Internet: un bosque oscuro (Konior, 2020; Strickler, 2024). En respuesta a los anuncios, el rastreo, el trolling, el bombo publicitario y otros comportamientos depredadores, el internet de hoy es un campo de batalla. El idealismo de la web de los años 90 ha desaparecido. Los espacios públicos y semipúblicos que hemos creado para desarrollar nuestras identidades, cultivar comunidades y adquirir conocimientos han sido invadidos por fuerzas que los utilizan para obtener poder de diversos tipos (mercantil, político, social, etc.) (Strickler, 2024). En el bosque oscuro no hay prados seguros donde uno puede sentir una sensación de calma y control. Ivana Tkalčić describe de forma vívida un prado seguro, una red de Internet como futuros espacios para prácticas regenerativas de cuidado (Tkalčić, 2026). Tkalčić se refiere a él como un bosque cuyos cables están conectados a la red ecológica de

nuestro planeta. El bosque se rige por la filosofía de la lentitud y la suficiencia, donde los valores de la comunidad y la regeneración marcan el ritmo del crecimiento. Si los terrenos regenerativos del cuidado no estuvieran amenazados por las especies invasoras del bosque oscuro, tal vez no caeríamos en el abismo de la abdicación ética, del mismo modo que la ideología aceleracionista de Nick Land fracasa ante el escrutinio de la crítica. Al negarnos a cuestionar quién sale perjudicado durante la aceleración tecnológica, somos cómplices del borrado del cuerpo, de lo social y de lo vulnerable. Aunque Tkalčić presenta una visión utópica, su ideología se alinea con el llamamiento de Karen Briffa a favor de programas mediáticos localizados (Briffa, 2026). En conjunto, ponen de relieve cómo el conocimiento y el progreso deben adaptarse a la escala del desarrollo local.

Como ha sugerido la artista y activista Angela Bettoni, el ritmo implacable del crecimiento tecnológico corre el riesgo de crear un «miedo a perderse algo» que deja al margen a quienes perciben el mundo de otra manera. Al ralentizar este crecimiento, podemos garantizar que las «búsquedas» profesionales de los artistas con discapacidad no se vean eclipsadas por la presión de mantenerse al día, sino que, por el contrario, cuenten con el apoyo de un enfoque del progreso más localizado e intencional. Con el fin de ralentizar y despertar una pequeña intención de solidaridad, el presente texto se ha adaptado a algunas de las directrices expuestas en el texto de Bettoni. Por muy fuerte que sea nuestro impulso de cuidar, el oscuro bosque del Tecnoceno está creciendo de forma descontrolada y asfixiando al bosque utópico del Antropoceno, dejando la idea de la «pradera segura» supeditada a la integridad personal. Según las palabras de Bogna Konior, el bosque oscuro es un lugar donde: «Las raíces crecen hacia arriba, la copa se extiende hacia abajo: envuelta alrededor del planeta, Internet circula entre satélites y cables submarinos» (Konior, 2020). A medida que las raíces se elevan hacia el cielo y el dosel se inclina hacia abajo, el bosque comienza a hablar a través de nosotros, preguntándonos en quiénes estamos dispuestos a convertirnos para poder permanecer. Al igual que Alicia, detenida por la Oruga y obligada a expresarse con cuidado, nos encontramos ante las mismas preguntas: ¿Quiénes somos en este nuevo mundo? ¿Cómo altera esta nueva realidad nuestra identidad creativa? ¿Cómo nos protegemos de los depredadores, y cuándo nos convertimos en ellos? ¿En quién confiamos? ¿Qué normas aceptamos? ¿Bajo qué términos y condiciones navegamos?

La fragmentación de la identidad en los entornos digitales

Al buscar mi identidad en línea, me convierto en un ejemplo para mí mismo. Se me muestra lo autosimilar, similar al yo que registran los algoritmos en los que entro, hasta que me parezco a lo que me gusta en la pantalla. En Tumblr, Instagram y Pinterest estoy construyendo un yo a través de fotografías de cosas que a ese yo le gustaría tener. - (Walsh, 2022)

Para atravesar el portal hacia otra realidad, el cuerpo de Alice se estira, se compacta, se encoge, se agranda y se comprime. Con cada intento por adaptarse, se enfrenta a una nueva versión de su propio devenir. Aunque la continua reconfiguración de su cuerpo está marcada por la incertidumbre y la inquietud, negarse a transformarse le impediría por completo acceder al portal. La transformación, en este caso, no es una amenaza, sino una condición para el paso. Una teoría similar del devenir fluido aparece en el texto de Alexandra Stroganova, quien aborda los medios de comunicación y la identidad desde una perspectiva hidrofeminista (Stroganova, 2026). Ella sostiene que la identidad, mediada a través de la tecnología y las herramientas mediáticas en un proceso de reconfiguración constante, desafía las narrativas antropocéntricas y las concepciones rígidas del género.

La ilustración de Stroganova de la identidad como agua ofrece una visión material. Apoyándose en las ideologías de Barad, a través de las cuales se materializa el poder intangible, Stroganova desmitifica los datos personales reimaginándolos como una moneda líquida (Barad, 2007; Stroganova, 2026).

En *Glitch Feminism*, Legacy Russell escribe sobre la artista E. Jane (2016) y su obra titulada «NOPE» manifiesto (Russell, 2020). La primera frase del manifiesto de E. Jane reza: «No soy una artista de la identidad sólo porque sea una artista negra con múltiples identidades», en referencia a su avatar «alter ego», Mhysa. E. Jane reconoce que la construcción de un yo, ya sea creativo o de otro tipo, es una tarea compleja y que reivindicar múltiples identidades es luchar contra la nivelación patriarcal de los cuerpos oprimidos —«cuerpos interseccionales que han viajado sin descanso, gloriosamente, a través de espacios estrechos». Aprovechar las «múltiples identidades» es, por lo tanto, un acto intrínsecamente feminista que reivindica la multiplicidad como una forma de libertad (Russell, 2020). Vivir dentro de los límites de un yo singular significa rendirse ante sistemas normativos rígidos. Ser encasillado en una identidad singular no sólo supone volverse vulnerable a estos sistemas de control, sino también renunciar a la capacidad de habitar múltiples mundos cuando uno de ellos, inevitablemente, se derrumba.

No obstante, la ideología de las multitudes ya no se basa exclusivamente en avatares y «alter egos». Ya no necesita un rostro, una forma corporal o un nombre diferentes para contener otra versión del yo. Debido a la gran cantidad de cuentas falsas, bots y estafas que pululan en el oscuro bosque de Internet, nos vemos obligados a vincular nuestra identidad en la vida real con la digital. Aunque todas las versiones de nosotros mismos se extienden a través de diferentes plataformas con identidades distintas, pero todas están interconectadas. Todas proceden de la misma persona; todas son simplemente extensiones de nosotros mismos. Como explica Kati Koivunen, la identidad de marca profesional expresada a través de los medios de comunicación funciona como una capa diferenciada del yo: no es reducible ni a la identidad personal privada ni a los roles profesionales formales, pero está entrelazada relacionalmente con ambos (Koivunen; 2026). Sostiene que la creación de contenido online curado constituye la identidad de marca profesional del artista. En lugar de mantener una separación rígida entre el yo profesional online y el yo privado, sugiere que la autenticidad surge al reconocer ambas como partes integrales del yo. Es precisamente esa parte de nuestra identidad creativa la que se mueve a través de las capas digitales; esto es lo que Koivunen describe como «autenticidad». Por mucho que el comportamiento auténtico pueda ayudar a la exposición artística, Raffaella Menchetti advierte sobre la delgada línea que separa la exposición de la performatividad (Menchetti, 2026). Afirma que hay que tener cuidado de no caer en la tentación de producir contenido visualmente impactante y de fácil consumo (Menchetti, 2026).

Citando a Yancey Strickler, uno de los fundadores del colectivo Dark Forest: Conectarse a Internet es volver a individualizarse, convertirse en un individuo con una forma y un lugar completamente nuevos (Strickler, 2024). Renacemos como individuos en un nuevo reino (Strickler, 2024). Con cada mirada a nuestras pantallas, corremos el riesgo de vivir el agotador destino de Alicia. La curiosidad nunca viene sin un precio y, en este caso, ese precio consiste en enfrentarnos a las implacables transformaciones que tienen lugar en nuestro interior. Como escribe Bogna Konior: «Cuanto más compleja e inteligente se vuelve la vida, mayor es el precio que puede tener que pagar en forma de conflicto» (Konior, 2020). La complejidad de lidiar con múltiples yoes llega a ser a veces tan densa que entra en conflicto con nuestra percepción de la realidad.

«... la Oruga se sacó la pipa de la boca y le dijo a Alicia con voz lenta y somnolienta: “¿Quién eres?” “No lo sé muy bien, señor”, dijo Alicia. Sé quién era cuando me levanté esta mañana, pero he cambiado tantas veces desde entonces. Creo que ahora soy una persona diferente». «¿Qué quieres decir con eso?», dijo la Oruga. «¡Explícate!». «No puedo explicarme, señor», dijo Alicia, «porque no soy yo misma, ya sabe». «No lo sé», dijo la Oruga». - (Carroll, 1871).

Paul B. Preciado advierte sobre lo que él denomina «feminismo amnésico» (Preciado, 2019). En una sociedad ansiosa, aislada y saturada de tecnología digital, el feminismo, como clave históricamente generativa de los archivos de la opresión, puede permitirnos rastrear los mecanismos de aniquilación de la memoria, la fractura de la identidad y la erosión de la integridad creativa. Preciado explica que el

«feminismo amnésico» es la incapacidad del feminismo para recordar su propia genealogía, para perder su voz, olvidar sus fuentes y extraviar sus archivos (Preciado, 2019). La artista Raffaella Menchetti sostiene que, para evitar la pérdida de memoria y las trampas de la performatividad digital —en la que los artistas se ven presionados a ajustarse a una estética en línea dictada por la visibilidad algorítmica—, los artistas deberían, entre otras cosas, practicar el «autoarchivo» (Menchetti; 2026). Una práctica en la que los artistas documentan y archivan su presencia en línea. Inspirándose en las palabras de Hito Steyerl (2017), Raffaella destaca el uso del «autoarchivo» entre los artistas como estrategia de resistencia contra la obsolescencia digital y para recuperar el control de su representación pública.

Cuando la historia la escriben los conquistadores, el feminismo se ve abocado necesariamente a la amnesia (Benjamin, 1940). A medida que el tiempo se ve cada vez más absorbido por la incesante circulación de información y contenidos, esta amnesia puede entenderse no como un lapsus pasivo de la memoria, sino como una condición impuesta. Un borrado sistemático de genealogías, tácticas y conocimientos encarnados que en su día hicieron posible la resistencia. Así, al representar nuestros múltiples yoes, debemos recordar que corremos el riesgo de perder nuestra propia genealogía y nuestros archivos. Si olvidamos las armas, los métodos y las trampas de nuestros opresores, quedamos vulnerables a su influencia. Antes de que nos demos cuenta, las trampas de los depredadores nos distraen para que expresemos nuestro yo en línea, devorando fragmentos de nuestra memoria mientras se deslizan a través del espejo, hacia el bosque oscuro.

Lo que aprendemos de Alice es que el olvido no es un fracaso del yo, sino una condición provocada por la desorientación, la velocidad y el exceso. La memoria se desvanece no porque la identidad sea débil, sino porque el entorno exige una adaptación constante sin pausa para la fijación. En este sentido, la amnesia de Alice refleja la nuestra: una identidad que se extiende a través de las plataformas, empujada a actuar mientras pierde continuidad. Frente a este borrado, el recuerdo feminista, a través del archivo, la cita y la rememoración encarnada, se convierte en un acto de resistencia. Recordar la propia genealogía es ralentizar la caída, dejar huellas mientras se desliza a través del espejo y reclamar la autoría sobre un yo que se niega a ser capturado por completo por el tiempo algorítmico. Solo permaneciendo anclados en nuestras propias genealogías, en sintonía con la multiplicidad que ya nos habita, podemos extender nuestros múltiples yos en línea. A partir de este recuerdo arraigado, los yos digitales no se fragmentan en actuaciones aisladas, sino que siguen siendo relacionales, responsables y capaces de transmitir el significado que emana de nuestra fuente creativa.

Crear arte en los entornos digitales más insólitos

En paralelo a la producción artística basada en la identidad, cada versión de nosotros mismos representada a través de las plataformas puede constituir una expresión creativa propia. Nuestras multitudes en línea atraviesan nuevos estados afectivos, pensamientos y experiencias que, aunque se archivan digitalmente, permanecen almacenados en la memoria corporal. En respuesta a la influencia dominante de las infraestructuras tecnológicas, los artistas multimedia tienen la responsabilidad de movilizar a los personajes en línea como agentes de fricción dentro de los entornos digitales. Ursula Le Guin lo explica en la Teoría de la bolsa de la ficción: si uno ve la tecnología menos como un arma de dominación lineal y progresiva que mata el tiempo y la trata como una bolsa, rompe la estructura rígida y la perspectiva estrecha incrustadas en las narrativas sobre ciencia y tecnología (Le Guin; 1986). Utilizando las mismas habilidades que hemos aprendido en nuestro proceso de representación de múltiples identidades en línea, poseemos el conocimiento para descontextualizar las plataformas a través de nuestra expresión creativa. Como afirma Benjamin Bratton, la tarea no es resistir, sino rediseñar (Bratton, 2016).

Los sistemas digitales influyen cada vez más en la formación de la identidad, hasta tal punto que muchos miembros de la Generación Z —los llamados «nativos digitales»— afirman sentirse más auténticos en línea que en la vida real (Frommer, 2024). En Simulacros y simulación, Jean Baudrillard sostiene que la sobreproducción de cultura, signos e imágenes ha desplazado lo real, generando una condición de hiperrealidad (Baudrillard, 1981). Para los nativos digitales, esta condición ya no es teórica, sino vivida; la realidad ya ha sido reseleccionada y reconfigurada. Este cambio exige la responsabilidad de cultivar vías de atención para guiar a las nuevas generaciones de usuarios a través del oscuro bosque de Internet. Desorientados, atrapados en la rutina del contenido, seducidos por la astucia algorítmica y la manipulación de la IA, y desprovistos del deseo de crear, aquellos a quienes se les ha entregado una bolsa de plástico conservan la herramienta para explorar con seguridad. Archivar los rastros de los yoes en línea es un elemento esencial aspecto que consiste en no perder el hilo de las conexiones entre las multitudes digitales y el yo encarnado. Los actos de recuerdo protegen contra la amnesia, ofreciendo orientación y estabilidad en el bosque oscuro, en lugar de una huida del mismo.

Este camino resulta especialmente difícil para una nueva generación de fotógrafos y artistas como Tianjun Li. Al intentar adoptar las nuevas herramientas de IA generativa y su potencial, los artistas que trabajan con la fotografía se ven obligados a cuestionarse el valor de su obra creativa. Por ello, para diferenciar su trabajo del generado por la IA, Li ha reconocido que el valor reside en su proceso creativo. Los viajes que ha realizado para tomar una foto, cruzar una frontera para llamar a la puerta de ese desconocido, las respiraciones que ha contenido para esa instantánea, tumbado en la hierba esperando a ese insecto. Sin embargo, no niega el potencial de las herramientas y plataformas generativas y digitales, sino que simplemente destaca la importancia de manejarlas con claridad e intención. «No se trata de resistirse al cambio, sino de moverse con reflexión en su seno: elegir la lentitud cuando sea necesario, crear presencias digitales honestas y labrar un espacio para expresiones vulnerables, complejas y humanas en un mundo cada vez más algorítmico.» (Li, 2026)

Partiendo de mi experiencia vivida con las plataformas digitales, trato de situar mis encuentros actuales en relación con los de mis antepasados. Esta búsqueda de continuidad guía mi recorrido por el bosque oscuro, mientras que mi propia identidad actúa como un vehículo a través del cual las plataformas se desmitifican, se reflexiona sobre ellas y se reelaboran críticamente. Esta metodología se articula con mayor claridad en mi proyecto «¿Por qué no saldrías conmigo?», desarrollado a lo largo de un año de interacción con aplicaciones de citas como Tinder, Hinge y Feeld.

Como performance final, tuve una serie de citas con desconocidos que conocí a través de aplicaciones de citas. Las citas se retransmitieron en directo y se proyectaron en un espacio público de mi ciudad natal. Mientras las veían, los espectadores podían usar la aplicación para enviarnos órdenes en directo que influían en el desarrollo de las citas. La performance reinterpretaba una tradición balcánica de cortejo en la que la presencia y la vigilancia de los familiares durante el proceso de cortejo determinaban los comportamientos de la pareja. Hoy en día, a medida que la búsqueda de pareja se traslada a las plataformas digitales, lo que antes dirigía la familia extensa ahora lo rige el algoritmo. Al investigar usos alternativos de las tecnologías de streaming, el proyecto cuestionó la gamificación de la intimidad inherente a las plataformas de citas. Aproveché la naturaleza cambiante de mi identidad para vincular mi experiencia con las aplicaciones de citas con la de las mujeres de los Balcanes. Me convertí en Alicia al caer por la madriguera del conejo de las citas digitales, recreando los rituales tradicionales de cortejo a través de plataformas digitales para poner de relieve los paralelismos entre la autoridad algorítmica y la patriarcal.

Todas nuestras multitudes, aunque moldeadas por los procesos sintéticos de las plataformas, conservan la capacidad de crear nuevas formas de conexión basadas en la experiencia corporal, el afecto y la presencia. Cuando las identidades generadas por las plataformas se tratan no como instrumentos de optimización o dominación, sino como el contenido de una bolsa, capaz de albergar archivos, genealogías y lógicas alternativas, la narrativa lineal del progreso tecnológico comienza a resquebrajarse. En este cambio, el rediseño sustituye a la resistencia como método de participación. Para recorrer el bosque oscuro sin desorientarse es necesario llevar el propio archivo cerca del cuerpo. Los actos de recuerdo preservan la continuidad entre las multitudes digitales y el yo encarnado, protegiéndonos de la amnesia al tiempo que permiten el movimiento dentro de los sistemas tecnológicos. En este sentido, navegar por las plataformas se convierte en una práctica ética y creativa: no un escape de la mediación, sino una reorientación deliberada dentro de ella, donde el significado permanece abierto a ser reconfigurado.

Creciente rebelión frente a los entornos digitales

Estirados, expandidos, encogidos, agrandados, extendidos, condensados, comprimidos, diseccionados, fragmentados... Absorbidos a través de las pantallas y vertidos en el molde de la interfaz de la plataforma. Un molde rígido hecho de protocolos codificados, ideología latente y control sistémico. Nos encontramos recorriendo los estrechos espacios de millones de cables de fibra óptica mientras nos dejan sobrevivir sin un manual de instrucciones. Todos nuestros múltiples yos han sido entrenados por los sistemas opresivos disfrazados de conexión. Esta conexión en sí misma contiene el mismo poder para reconfigurar la identidad. Todo lo que necesitamos para interrumpir el proceso de

producción de identidad ha sido codificado en nuestro interior. Al inhibir las plataformas, ya hemos reunido todas las herramientas, formas y métodos transfigurativos en nuestra bolsa de viaje. A partir de este punto de partida, puede gestarse un potencial de rebelión en el seno de las plataformas digitales.

La elasticidad actúa como un mecanismo de resistencia a la rotura. En física, la elasticidad describe la capacidad de un cuerpo para soportar la deformación y volver a su estado original una vez que se retira la fuerza externa (Landau y Lifshitz, 1986). Cuando se presiona con el molde de la plataforma, la identidad se expande y se adapta temporalmente, amoldándose a las formas que la plataforma exige para poder hacerse legible y expresarse dentro de sus limitaciones. Sin embargo, este momento de reconfiguración no tiene por qué producirse únicamente en respuesta a las exigencias de la plataforma. La elasticidad también permite la agencia o, mejor dicho, la capacidad de cambiar de forma deliberadamente ante una presión coercitiva. En lugar de ceder ante la fuerza formativa de la plataforma, podemos movilizar la transformación como estrategia contra ella.

Esta lógica se refleja en el final de Alicia en el país de las maravillas, durante el enfrentamiento de Alicia con la Reina Roja y sus soldados de naipes. Abrumada por la brutalidad del juicio, Alicia olvida momentáneamente que su experiencia de reconfiguración le permite reequilibrar el poder para ampliar los límites de la situación en la que se encuentra. Al recordar su capacidad para transformarse, convoca una versión gigantesca de sí misma y utiliza la escala como forma de resistencia. Al abrumar a la corte con su tamaño, desestabiliza su autoridad y la obliga a huir. En esta convergencia, la elasticidad se convierte en algo más que una flexibilidad adaptativa; surge como una táctica activa. La transformación, cuando se reivindica en lugar de imponerse, convierte la distorsión en poder y la presión en posibilidad.

Si una plataforma funciona como un proceso de producción de moldes, basta con meter la mano en la bolsa de la compra y sustituir un molde esperado por otro que no pertenece al conjunto. Esta ruptura del ciclo no es simplemente un desafío ingenuo. Es una inserción deliberada de un elemento inesperado en un espacio que exige conformidad. Como resultado, estamos rompiendo la narrativa simplista de la identidad impuesta por las plataformas al establecer nuevas conexiones. Estos actos valientes crean praderas de esperanza y reavivan el deseo de crear, de hacer y de expresarse. Como explica Nika Rukavina en su texto: «El arte es un puente profundo que conecta a las personas con su yo más íntimo. Refleja la experiencia humana, capturando nuestras emociones, historias e imaginación, que trascienden el lenguaje y el tiempo» (Rukavina, 2026). Crear arte desplazando versiones de nuestras múltiples facetas dentro de plataformas ya existentes es un acto reparador. Introducir una versión de uno mismo en un espacio donde esa versión no se ajusta a la norma esperada no solo es un medio para tender puentes entre nuestro yo más íntimo y nuestros múltiples yos; también es una forma de forjar conexiones con otras personas moldeadas por las mismas limitaciones infraestructurales. A medida que la vida se vuelve cada vez más compleja y las raíces del bosque oscuro se extienden más allá del horizonte, la restricción de la identidad impuesta por las plataformas genera, paradójicamente, nuevos puntos de contacto. La capacidad de fluir a través de las raíces que crecen sin control y de desplazar las visiones que tenemos de nosotros mismos nos permite crear puentes disruptivos que conectan nuestras multitudes con las de los demás, reconfigurando las mismas redes que en su día intentaron contenernos.

Referencias:

Baudrillard, J. (1981). Simulacros y simulación. University Of Michigan Press.

Barad, K. (2007). Encontrarse con el universo a mitad de camino: la física cuántica y el entrelazamiento de la materia y el significado. Duke University Press.

Benjamin, W. (1940). Tesis sobre la filosofía de la historia. En Iluminaciones (H. Zohn, trad., pp. 253–264). Harcourt Brace Jovanovich.

Bratton, B. H. (2016). The Stack. MIT Press.

Bettoni, A. (2026). Accesibilidad en línea: igualdad de derechos en los medios digitales. Formas de presencia: buenas prácticas en el uso de los medios, de artistas para artistas en Europa.

Lapland UAS. Accesibilidad en línea

Briffa, K. (2026). Buenas prácticas para los medios. Formas de presencia: buenas prácticas para el uso de los medios de artistas para artistas en Europa. Lapland UAS. Accesibilidad en línea

Carroll, L. (1865). Las aventuras de Alicia en el país de las maravillas. Macmillan. Carroll, L. (1871).

A través del espejo, y lo que Alicia encontró allí. Macmillan.

Koivunen, K. (2026). Creación de una marca profesional en las redes sociales. Formas de presencia: mejores prácticas para el uso de los medios de comunicación de artistas para artistas en Europa. Lapland UAS. Accesibilidad en línea

Konior, B. (2020). La teoría del bosque oscuro de Internet (Flugschriften, vol. 6). Flugschriften.

Krčelić, I. (2026). ¿Quién es un artista profesional? En Formas de presencia: mejores prácticas para el uso de los medios de comunicación de artistas para artistas en Europa. Lapland UAS. Accesible en línea

Landau, L. D. y Lifshitz, E. M. (1986). Teoría de la elasticidad (3.^a ed., vol. 7). Pergamon Press.

Land, N. (2011). Deseo maquínico. En R. Mackay y R. Brassier (Eds.), Fanged noumena: Escritos recopilados 1987–2007 (pp. 319–337). Urbanomic/Sequence Press.

Le, U. K., y Le, U. K. (2024). La teoría de la bolsa de la compra en la ficción. Cosmogénesis. Li, T. (2026). La IA, la creatividad y la presencia del artista en la era digital. Formas de presencia: buenas prácticas en el uso de los medios de comunicación de artistas para artistas en Europa. Universidad de Ciencias Aplicadas de Laponia. Disponible en línea

Menchetti, R. (2026). Presencia profesional en los medios. Formas de presencia: mejores prácticas para el uso de los medios de comunicación de artistas para artistas en Europa. Lapland UAS. Accesibilidad en línea

Cada vez más miembros de la Generación Z y los Millennials afirman sentirse más ellos mismos «en línea» que «fuera de línea». (2024). El nuevo consumidor.

<https://newconsumer.com/2024/09/consumer-trends-highlights-digital-natives-tiktok-china-food-as-medicine/>

Preciado, P. B. (2019). Un apartamento de Urano. Fitzcarraldo Editions.

Rukavina, N. (2026). Hacia un futuro más justo para los artistas. Formas de presencia: mejores prácticas para el uso de los medios de comunicación de artistas para artistas en Europa. Lapland UAS. Accesible en línea

Russell, L. (2020). Feminismo glitch. Verso Books.

Tkalčić *Ivana*, I. (2026). Medios del futuro: Hacia una práctica regenerativa del cuidado. Formas de presencia: mejores prácticas para el uso de los medios de comunicación de artistas para artistas en Europa. Lapland UAS. Accesible en línea

Samman, N. (2023). Nadim Samman. Hatje Cantz Verlag.

Strickler, Y., y Colectivo, F. (2024). Antología de Internet: El bosque oscuro.

Walsh, J. (2022). Girl Online. Verso Books.



¿Quién es un artista profesional?

Irena Krčelić, artista residente en Turku, otoño de 2023

El término «artista profesional» puede parecer sencillo a primera vista, ya que sugiere que se trata de una persona que se gana la vida con su arte. Sin embargo, el Informe sobre el artista en activo de 2019 del Fondo Clark Hulings propone una definición más matizada, que tiene en cuenta tanto la validación del mercado como la intención profesional.

Un artista profesional se define, tal y como sugiere el informe, como alguien que vende activamente su obra, demostrando así su viabilidad comercial, y que aspira a obtener sus ingresos principales de su práctica artística.

Esta definición reconoce la compleja realidad en la que muchos artistas realizan trabajos adicionales para mantenerse, como la docencia o el trabajo de camarero, o dependen de los ingresos de su cónyuge o de sus padres, al tiempo que mantienen su enfoque principal en sus habilidades artísticas. Además, el camino para convertirse en artista profesional a menudo contradice la idea convencional de que la formación artística reglada es un requisito previo imprescindible.

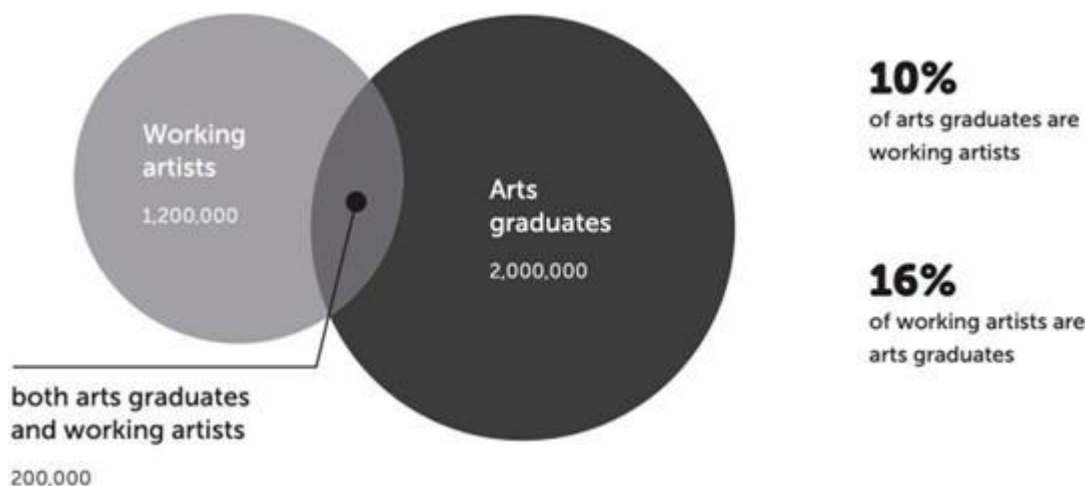


Figura 1.

El informe Artists Report Back de 2014 revela que, en Estados Unidos, el 40 % de los artistas en activo no posee una licenciatura en ningún campo, y solo el 16 % cuenta con títulos específicamente relacionados con las artes. Esta estadística cuestiona la narrativa convencional y subraya los caminos diversos y no lineales que los artistas suelen seguir para profesionalizar su práctica.

Así pues, aunque el término «artista profesional» pueda parecer sencillo a primera vista, no es en absoluto tan claro. A modo de comparación, imaginemos una situación en la que una encuesta sobre dentistas revele que un dentista profesional se define como alguien que presta servicios odontológicos y aspira a obtener sus ingresos principales de su consulta dental. Sin embargo, en la realidad, debe realizar trabajos adicionales, como trabajar de camarero o depender de los ingresos de su cónyuge o de sus padres, para mantenerse.

Además, imagina que el 40 % de los dentistas en activo no posee una licenciatura en ningún campo, y que solo el 16 % cuenta con títulos específicamente relacionados con la odontología. Consideraríamos esta situación absurda y totalmente inaceptable para dentistas, abogados, arquitectos y otras profesiones, pero en el ámbito del arte se ha normalizado debido a varios factores, el más importante de los cuales es la falta de una normativa significativa. El uso de estadísticas estadounidenses es deliberado, principalmente porque el mercado del arte estadounidense cuenta con un lenguaje unificador, lo que simplifica el análisis.

La situación en Europa es notablemente más compleja, y las estadísticas que nos llegan desde allí son aún más desalentadoras. La diversidad de idiomas y contextos culturales en Europa añade un grado adicional de complejidad al mercado del arte, lo que dificulta su comprensión. En consecuencia, los datos procedentes de Europa dibujan un panorama aún más sombrío en cuanto a la viabilidad profesional de los artistas.

La conclusión es sorprendente: solo uno de cada diez titulados en bellas artes, a ambos lados del Atlántico, seguirá en el sector y trabajará como artista profesional. Esto pone de manifiesto una deficiencia importante en el sistema educativo. No se trata solo de que los artistas tengan dificultades para encontrar su lugar en el mercado, sino también de cómo está estructurada la formación artística y de su desconexión con la realidad del mercado del arte. Los datos del Informe sobre el artista en activo del Clark Hulings Fund dejan innegablemente claro que los artistas son, en esencia, emprendedores.

Tienen necesidades y requisitos específicos para prosperar y tener éxito en su campo. Sin embargo, los programas educativos actuales parecen mal equipados para prepararlos para estos retos. A menudo no proporcionan las habilidades y los conocimientos necesarios para que los artistas puedan desenvolverse en el aspecto empresarial de su profesión. Esta brecha en la educación contribuye a la baja tasa de graduados en arte que logran mantenerse en el mundo del arte. Por lo tanto, está claro que se necesita una revisión profunda del enfoque educativo de las artes, uno que se ajuste más estrechamente a las exigencias reales de prosperar como artista en el mundo actual.

En la actualidad, somos 1 358 artistas profesionales en activo en la Asociación, y nuestro trabajo y nuestro impacto se reevalúan cada cuatro años.

Ser miembro de la Asociación conlleva varias ventajas, especialmente en lo que respecta al apoyo financiero y a la seguridad social. Los artistas pueden beneficiarse de diversas ventajas fiscales, y el Ministerio de Cultura se hace cargo del seguro médico y de los fondos de pensiones de los artistas, abordando así preocupaciones importantes como la asistencia sanitaria y la seguridad en la jubilación de los artistas autónomos.

Dicho apoyo tiene como objetivo proporcionar una red de seguridad para fomentar un trabajo creativo más sostenido y centrado, al menos en teoría. En la práctica, sin embargo, un artista tendría que ser ingenuo para depender de esta ayuda. Por ejemplo, el plan de jubilación previsto ofrece una pensión mensual de tan solo entre 200 y 250 euros, lo que está por debajo del umbral de la pobreza, y las demás prestaciones son igualmente mínimas, por lo que apenas suponen una ayuda significativa.

Estas dos vías reflejan un enfoque dual en la política cultural de Croacia: uno que permite un fácil acceso al mundo del arte para prácticamente cualquier persona, y otro que ofrece al menos algunas prestaciones y ayudas tangibles para el artista profesional.

Dos ejemplos interesantes de Croacia

TISJA KLJAKOVIĆ BRAIĆ

Tisja Kljaković Braić, una prolífica artista, pintora, escritora e ilustradora con más de dos décadas de trayectoria en el panorama artístico croata, ofrece un ejemplo convincente de cómo encontrar el equilibrio perfecto entre la autenticidad artística y la demanda del mercado. Su momento decisivo se produjo hace unos cinco años, en lo que pareció un «éxito repentino» que convirtió a Braić en un nombre muy conocido en tan solo unos meses.

El punto de inflexión fue la decisión de Braić de empezar a publicar ingeniosas caricaturas de la vida matrimonial del Mediterráneo en las redes sociales, titulada simplemente «They», que abordaba con tono lúdico la vida cotidiana de una pareja de ancianos.



Figura 2. Portada del libro

Lo que hizo que la obra de Braić tuviera un gran impacto en el público fue su mezcla única de humor y especificidad cultural. Imbuida del dialecto y el temperamento característicos de la región de Dalmacia, su obra, caracterizada por líneas y formas sencillas y distintivas, tocó la fibra sensible y cautivó al público con su franqueza, descaro, honestidad y humor.



Figura 3. *¡No comáis! Primero tenemos que hacer una foto.*

Esto refleja el poder de comprender al público y adaptar la expresión creativa sin perder la esencia de la propia voz artística. La capacidad de Braić para captar el pulso de lo que el mercado ansiaba, sin dejar de ser fiel a su sensibilidad artística, la distingue como un ejemplo de cómo saber manejar con éxito la compleja interacción entre la expresión creativa y su vertiente empresarial.



BITE ART

La artista plástica *Ana Šerić*, titulada por la Academia de Bellas Artes de Zagreb, se ha labrado un nicho único en el panorama artístico croata gracias a su innovador proyecto «Edible Art». Su creación, BITE ART, representa una fusión entre el placer culinario y la promoción de las artes plásticas. Destaca por ser una combinación innovadora de artesanía tradicional y arte moderno, en un esfuerzo por hacer que las obras de los artistas plásticos croatas sean más accesibles y visibles.



Figura 4. Proyecto «Edible Art». Bite Art.

El éxito de BITE ART radica en su capacidad para plasmar la esencia de la cultura nacional en un único y atractivo producto.

Al integrar obras de arte en una galleta tradicional croata de pimiento picante (paprenjak), Šerić no solo ha ampliado el alcance del arte visual croata, sino que también ha introducido un concepto novedoso que tiende un puente entre el arte y el público. Al hacerlo, ha sabido aprovechar una necesidad no cubierta del mercado, asegurando la viabilidad comercial al llenar un vacío muy notorio en el ámbito de los recuerdos artísticos accesibles.

El enfoque de Šerić ejemplifica cómo los artistas pueden explorar medios poco convencionales para crear proyectos artísticos significativos y exitosos que conecten con el público objetivo.



Figura 5. *Hrvoje Majer – Paisajes misteriosos*

Hrvoje Majer es un pintor de las cosas más silenciosas, como retratos de jóvenes misteriosos llenos de historias no contadas, meditando en medio del solemne santuario llamado Naturaleza. En un escenario que rebosa de un brillante verde neón, viven sus vidas silenciosas en un mundo creado con maestría por uno de los jóvenes artistas croatas más sensibles de la actualidad.



Fi

F

Figura 6. *BITE ART - Marko Tadić – Reconstrucción de la memoria*

Marko Tadić crea pacientemente sus propios mundos privados, cada uno con su narrativa original contada en forma de collages rigurosos, casi monocromáticos o de dibujos articulados realizados sobre mapas antiguos, postales y fotografías. Reducidas a un nivel arquetípico, sus obras eluden las explicaciones simples y directas... como suelen hacer los sueños.

Figura 7. *BITE ART Ana Kolega – El mar y el amor*

Ana Kolega te invita a un viaje a la Dalmacia del pasado: un colorido flashback repleto de alegres barcos, marineros con sus camisas a rayas, novias pacientes y una profusión de besos de despedida. Sus historias pintadas son como viejas películas sentimentales, algo nada extraño para una romántica empedernida y apasionada bailarina de tango como es Ana.



Figura 8. *BITE ART - OKO – Profetas*

OKO es una artista plástica que a menudo combina diferentes técnicas urbanas y callejeras. Aunque es una dibujante consumada —basta con echar un vistazo al estilo virtuoso de sus retratos surrealistas— también se entrega a las instalaciones y las performances. Misteriosa y discreta, OKO siempre nos sorprende.

Los nuevos en el panorama

Para prosperar, los artistas no solo deben dominar el medio que elijan, sino también desenvolverse en las complejidades del mundo empresarial.

La llegada de los medios digitales ha traído nuevas oportunidades a este panorama. Las plataformas digitales han democratizado el arte, permitiendo a los artistas llegar a un público global sin los intermediarios tradicionales, como galerías o agentes.

Sin embargo, el verdadero punto de inflexión lo marca la tecnología blockchain, que ofrece una forma revolucionaria de gestionar los derechos de autor y autenticar las obras. Esto empodera a los artistas como nunca antes, dándoles la posibilidad de mantener un control total sobre su obra y de percibir regalías directamente, incluso de las ventas secundarias. Este sistema elimina de hecho a los intermediarios, garantizando que los artistas reciban la parte que les corresponde de cada venta o reventa de su obra.

Este nuevo modelo, aunque aún está en evolución, representa un cambio significativo hacia un mercado del arte más equitativo y centrado en el artista, y es muy emocionante ver qué cambios traerá consigo.





Hacia un futuro más justo para los artistas

Nika Rukavina, artista residente en Laponia, otoño de 2024

¿Quién es un artista?

Cuando me pidieron que escribiera sobre quién puede considerarse artista, me encontré enfrentándome a una cuestión más amplia y compleja: **¿qué es el arte?, ¿por qué es importante? y ¿cómo navegamos nosotros, como artistas, por la compleja dinámica de nuestro trabajo?** Estas preguntas no son nuevas ni fáciles de responder, pero son esenciales para comprender el papel de los artistas en la sociedad.

El arte, en general, y solo desde mi perspectiva personal, es un puente profundo que conecta a las personas con su yo más íntimo. Refleja la experiencia humana, capturando nuestras emociones, historias e imaginación de formas que trascienden el lenguaje y el tiempo. No es de extrañar que el arte adopte tantas formas y siga prosperando, incluso cuando el beneficio económico no es la fuerza motriz detrás de su creación.

Según esta interpretación, cualquiera que encuentre formas creativas de expresarse podría considerarse un artista. Sin embargo, elegir el arte como profesión requiere mucho más: dedicación, habilidad y, a menudo, la capacidad de desenvolverse en sistemas complejos para ganarse la vida a través del arte. La distinción entre dedicarse al arte e intentar ganarse la vida con el arte no solo tiene que ver con el talento, sino también con las estructuras económicas y sociales que definen el arte como profesión.

Retos para los artistas profesionales en la UE

Definir qué significa ser artista —y quién puede considerarse como tal— es objeto de debate en toda Europa. Cada Estado miembro de la UE tiene sus propias definiciones y criterios, lo que complica los esfuerzos por crear políticas coherentes. Estas discrepancias se hicieron evidentes durante la crisis de la COVID-19, que puso de manifiesto las vulnerabilidades de los artistas y los trabajadores culturales en todo el continente. En la conclusión del Plan de Trabajo para la Cultura 2019-2022 se afirmó que Europa debe aprovechar sus activos creativos y culturales. La movilidad de los artistas y los profesionales de la cultura y la creatividad, la circulación y la traducción de contenidos europeos, la formación y el desarrollo del talento, la remuneración y las condiciones de trabajo justas, el acceso a la financiación y la cooperación transfronteriza son cuestiones de especial interés para la investigación y el intercambio a nivel europeo.

Entender el arte como un resultado abstracto es entenderlo como un material de trabajo, un proceso y una producción de obras de arte, y aquí nos enfrentamos a la precariedad laboral, caracterizada por el empleo por proyectos, los ingresos fluctuantes y unas protecciones sociales limitadas. Muchos artistas son autónomos o trabajan a tiempo parcial, combinando varios empleos para llegar a fin de mes. A diferencia de los empleados asalariados, a menudo carecen de acceso a seguro médico, pensiones o vacaciones pagadas. Esta fragilidad se ve agravada por la naturaleza impredecible del éxito artístico y por el hecho de que muchos artistas realizan su trabajo únicamente por la pasión y el amor que sienten por él, que rara vez se ve impulsado únicamente por la demanda del mercado.

Abordar estas cuestiones requiere un enfoque coordinado a escala de la UE. El Plan de Trabajo de la UE para la Cultura 2019-2022 puso de relieve la necesidad de cambios sistémicos, pero los avances han sido desiguales. Por ejemplo, Luxemburgo ofrece apoyo financiero continuo a sus artistas, mientras que Irlanda puso en marcha un programa piloto de «Renta Básica para las Artes» en 2022. Estas iniciativas son prometedoras, pero sin una legislación general de la UE, las disparidades persisten, lo que hace que muchos artistas tengan dificultades para desenvolverse en sistemas inconsistentes entre los distintos Estados miembros. En el plan cultural de la UE para 2023-2026 se afirma que, ahora más que nunca, existe una urgente necesidad de seguir reforzando la resiliencia de los sectores culturales y creativos (SCC), de apoyar su recuperación y diversidad, de fomentar su compromiso con los objetivos de sostenibilidad, de aprovechar las nuevas tendencias aceleradas por la pandemia, incluso en el ámbito digital, y garantizar condiciones de trabajo justas para todos los profesionales de los sectores culturales y creativos, de modo que se puedan escuchar más voces de este sector independiente y dinámico.

En los gráficos que figuran a continuación se pueden ver las ayudas que reciben los artistas en sus respectivos países; los datos proceden del plan de trabajo de la UE para el periodo 2019-2022, por lo que es posible que algunos de ellos hayan cambiado.



MEMBER STATE	UNEMPLOYMENT BENEFIT	DISABILITY ALLOWANCE	SICKNESS BENEFIT	HEALTH INSURANCE	MATERNITY/ PATERNITY LEAVE	BASIC PENSION	SUPPLEMENTARY PENSION	EARLY PENSION FOR DANCERS/PERFORMERS WITH SHORT CAREER SPAN ⁽⁴⁾	WORK ACCIDENT	VOCATIONAL TRAINING, CAREER TRANSITION AID	FAMILY ALLOWANCES	OTHER
Austria						x						
Poland ^(h)								x		x		
Portugal	x	x						⁽ⁱ⁾	x	⁽ⁱ⁾		x
Romania	⁽ⁱ⁾		⁽ⁱ⁾	⁽ⁱ⁾	⁽ⁱ⁾				⁽ⁱ⁾			⁽ⁱ⁾
Slovenia			x	x	x		x	x	x			
Slovakia								⁽⁴⁾				
Finland ^(l)							x					
Sweden ^(m)												

Figura 1. Encuesta OMC. Beneficios que obtienen los artistas en sus respectivos países.

Fuente: Encuesta OMC.

Notas: La tabla muestra únicamente las disposiciones de la seguridad social diseñadas específicamente para los artistas. Si no existen disposiciones específicas, los artistas pueden seguir estando cubiertos por normativa general de la seguridad social. En algunos Estados miembros, pueden combinar disposiciones generales y específicas.

(h) En Polonia, los artistas contratados como trabajadores por cuenta ajena tienen acceso a todas las prestaciones previstas en el actual sistema de seguridad social. Las prestaciones especiales —jubilación anticipada, programa de ayuda a la reconversión profesional— se aplican únicamente a los bailarines. El problema es que muchos artistas trabajan exclusivamente con contratos por obra y servicio (con los que obtienen ingresos reducidos), que no están sujetos a cotizaciones a la seguridad social y, por lo tanto, quedan fuera del sistema.

(i) Acceso anticipado a pensiones ordinarias para bailarines profesionales a tiempo completo de danza clásica y contemporánea. Este régimen laboral especial de prejubilación es financiado por el empleador (no se trata de una prestación de la seguridad social).

(j) Nuevas disposiciones y soluciones legales previstas en relación con la condición de artista.

(k) Para los bailarines, cantantes e instrumentistas de viento empleados en los teatros y orquestas nacionales y regionales.

(l) Si un artista ha recibido una beca en Finlandia, el seguro de pensiones para artistas lo gestiona Mela (una entidad aseguradora) siempre que la beca se haya concedido para un trabajo de al menos cuatro meses de duración y que el importe de la beca, al convertirlo en ingresos anuales, sea de 4 288 euros o más. Los artistas tienen la obligación legal de solicitar el seguro de pensiones a Mela. Un beneficiario de una beca asegurado tiene derecho a una pensión de vejez, y una pensión de invalidez. El seguro da derecho a los familiares a una pensión familiar y a una indemnización del seguro de vida colectivo. También incluye un seguro de accidentes y enfermedades profesionales para el mismo

período, que cubre las lesiones accidentales causadas por un suceso repentino e imprevisto, así como las enfermedades profesionales causadas por el trabajo. Finlandia cuenta además con una pensión complementaria para artistas independiente a la que estos pueden optar.

(m) En Suecia, los sistemas generales de la seguridad social suelen dar derecho a los artistas a la mayoría de las prestaciones mencionadas anteriormente. Existen soluciones específicas para los artistas; entre otras cosas, los interlocutores sociales han creado la posibilidad de que los bailarines y cantantes se jubilen antes. También se abona un complemento de pensión a los artistas que reciben ayudas públicas a largo plazo. Otro ejemplo son las asociaciones de artes escénicas, que constituyen una forma de contratación propia de Suecia para actores, bailarines y músicos. Se trata de una especie de tercera forma de contratación para los artistas escénicos de modo que, durante los periodos de desempleo, son contratados por las alianzas y, al mismo tiempo, tienen la oportunidad de formarse y capacitarse.



TABLE 2. WHICH BENEFITS ARE PART OF A SPECIFIC SOCIAL SECURITY REGIME FOR ARTISTS

MEMBER STATE	UNEMPLOYMENT BENEFIT	DISABILITY ALLOWANCE	SICKNESS BENEFIT	HEALTH INSURANCE	MATERNITY/ PATERNITY LEAVE	BASIC PENSION	SUPPLEMENTARY PENSION	EARLY PENSION FOR DANCERS/PERFORMERS WITH SHORT CAREER SPAN ^(a)	WORK ACCIDENT	VOCATIONAL TRAINING, CAREER TRANSITION AID	FAMILY ALLOWANCES	OTHER
Belgium	x											x
Bulgaria	x											
Czechia												
Denmark												
Germany		x	x	x	^(b)	x	x					
Estonia				x		x						x
Ireland	x											
Greece												
Spain	x									x		
France	^(c)	x	x	x	x	x	x	^(d)	^(e)	x		
Croatia		x		x		x		x		x		
Italy	x	x	x	x	x	x	x	x	x	x		x
Cyprus												
Latvia ^(*)	x	x	x			x	x	x		^(f)		
Lithuania				x	x		x	x				
Luxembourg	x											x
Hungary												
Malta												
Netherlands	^(g)	^(g)	^(g)									

Figura 2. Encuesta OMC. ¿Qué prestaciones forman parte de un régimen específico de seguridad social para países artísticos?

(a) Ya sea como la posibilidad de acceder anticipadamente a la pensión ordinaria o como una prestación especial que se percibe hasta la edad de jubilación ordinaria.

(b) Protección legal en el contexto del embarazo y el parto, pero sin prestaciones por maternidad/paternidad.

(c) Para los empleados, en función de las cotizaciones basadas en los salarios; para más detalles, véase el anexo 1.

(d) Para los bailarines contratados por la Ópera Nacional de París.

(e) En Letonia, el sistema general de seguridad social suele dar derecho a los artistas a la mayoría de las prestaciones mencionadas anteriormente. Existen soluciones adicionales especiales para los artistas a cargo

bajo la responsabilidad de la Fundación Capital de la Cultura.

(f) Transición profesional puesta en marcha por los Servicios Públicos de Empleo (no es una prestación de la seguridad social).

(g) Solo para los intérpretes sujetos a la normativa sobre artistas de la ley neerlandesa del impuesto sobre la renta. Esta normativa especial implica que los artistas pueden optar por que sus clientes paguen las cotizaciones sociales y las prestaciones sobre sus ingresos. Esto garantiza que el artista trabaje durante un breve periodo de tiempo como si fuera un empleado del cliente.

Salarios justos y desigualdades persistentes

Aunque existen ciertas tarifas no escritas y no oficiales para los artistas —y me refiero aquí a las instituciones estatales, no a las galerías privadas—, a menudo resultan insuficientes o se aplican de forma desigual. No todos los países de la UE pagan honorarios por las exposiciones, por ejemplo, y los artistas suelen tener que asumir los gastos de producción y transporte de sus obras. Esto resulta especialmente frustrante cuando se colabora con instituciones grandes y bien financiadas que pagan a su personal, pero esperan que los artistas contribuyan de forma gratuita —o por el «honor» de exponer.

Además, los artistas también realizan una importante labor invisible más allá del proceso creativo, que incluye: redactar solicitudes de subvenciones y propuestas de proyectos (yo redacto unas 20 solicitudes al año), lo que requiere una cantidad considerable de tiempo, esfuerzo y conocimientos especializados. En muchos casos, los artistas también actúan como técnicos en sus propias exposiciones, instalando, ajustando y manteniendo sus obras para garantizar que se presenten de forma eficaz. Con frecuencia, se encargan de transportar sus obras de arte a los espacios expositivos y de sufragar los gastos asociados, como los de viaje y alojamiento, que rara vez se reembolsan.

A esta carga se suma el hecho de que la mayoría de los artistas se encargan personalmente de sus impuestos y tareas administrativas, desde la facturación hasta la planificación financiera. Estas responsabilidades exigen competencias ajenas al ámbito artístico, pero son una parte ineludible para mantener una carrera. A pesar de su importancia fundamental para el funcionamiento del ecosistema artístico, esto supone un trabajo invisible que no se reconoce ni se remunera, lo que agrava aún más los retos a los que se enfrenta un artista profesional.

Vías para convertirse en artista profesional en Croacia

En Croacia, existen varias vías para convertirse en artista profesional, cada una con sus propias oportunidades y retos:

La Asociación Croata de Artistas (HDLU) es una organización nacional que presta apoyo a los artistas profesionales. Los titulados de la Academia de Bellas Artes pueden afiliarse automáticamente, mientras que el resto puede solicitar la afiliación presentando un portfolio para su evaluación. La afiliación ofrece acceso a importantes ventajas, como oportunidades de exposición, redes de contacto y beneficios fiscales para la venta de obras de arte. Cabe destacar que la afiliación a la HDLU es un requisito previo para solicitar la condición de artista independiente a través de la Asociación Croata de Artistas Autónomos (HZSU).

Y el último paso es obtener la condición de miembro de la HZSU: esta condición ofrece importantes beneficios, entre los que se incluyen las contribuciones del gobierno a las pensiones, el seguro médico y los permisos por maternidad o enfermedad. Aunque las prestaciones de la pensión son modestas, esta condición proporciona una red de seguridad crucial, especialmente para los artistas que se enfrentan a problemas de salud o responsabilidades familiares. Los miembros de la HZSU también obtienen ventajas fiscales y la opción de acogerse al sistema del IVA, lo que les permite emitir facturas de forma independiente.

Hay otras asociaciones de artistas que desempeñan la misma función que la HDLU como puente para acceder a la HZSU, y todo el sistema se remonta a la época en que formábamos parte de Yugoslavia. También existe la posibilidad de crear una ONG gestionada por artistas, que tiene su propio conjunto de normas y reglamentos, pero que resulta útil para solicitar fondos del gobierno, que convoca convocatorias abiertas para financiar ONG.

Y se puede registrar como pequeña empresa, como propietarios de negocios independientes que gestionan su trabajo bajo marcos fiscales y normativos específicos. Esta vía ofrece flexibilidad, pero también conlleva responsabilidades administrativas. A pesar de estas vías, el sistema en Croacia presenta importantes carencias. Los artistas suelen enfrentarse a una remuneración irregular, una protección social limitada y obstáculos burocráticos que dificultan el desarrollo de una carrera profesional.

Financiación pública de la cultura en Croacia

La financiación pública es la piedra angular de la producción cultural en Croacia, especialmente para las iniciativas no comerciales y sin ánimo de lucro. Las principales fuentes de financiación incluyen:

- Ministerio de Cultura y Medios de Comunicación: concede subvenciones anuales para proyectos culturales, incluyendo artes visuales, cine y literatura.
- Gobiernos locales y regionales: Ciudades como Zagreb y Rijeka destinan presupuestos a programas culturales comunitarios.
- Organizaciones especializadas: Fundaciones como Kultura Nova y Solidarna apoyan las artes contemporáneas y las iniciativas de la sociedad civil.
- Centro Audiovisual Croata (HAVC): Ofrece financiación para la producción y promoción cinematográfica.

A pesar de estos recursos, muchos artistas siguen teniendo dificultades para acceder a una financiación suficiente, sobre todo en ámbitos como las artes visuales, donde el mercado es prácticamente inexistente. La mayoría de los artistas visuales croatas trabajan como autónomos por proyectos y dependen de proyectos de la UE, residencias y galerías internacionales para su representación.

La realidad de ser artista en Croacia

La precariedad del trabajo artístico en Croacia queda claramente ilustrada en investigaciones como «¿Cómo viven las mujeres artistas en Croacia?», de Selma Banich y Nina Gojić. Sus conclusiones revelan que:

****el 83 %**** de los artistas tiene dificultades para cubrir los gastos básicos de subsistencia.

****El 68 %**** carece de vivienda permanente y muchos utilizan sus espacios de vida como espacios de trabajo.

****El 48 %**** ha sufrido discriminación en el lugar de trabajo, a menudo por motivos de género o por pertenecer a una minoría.



Figura 3. «¿Cómo viven las mujeres artistas en Croacia?», de Selma Banich y Nina Gojić.

Estos retos ponen de relieve la necesidad apremiante de reformas sistémicas, especialmente en la forma en que las grandes instituciones estatales tratan a los artistas. Un ejemplo contundente de cómo los artistas abordan estas desigualdades fue la performance de protesta de 2023, aún en curso, titulada *The Invisible Ones*.

La actuación tuvo lugar durante la inauguración de la exposición «*The Visible Ones*» en el Museo de Arte Moderno y Contemporáneo de Rijeka. «*The Visible Ones*» es un proyecto y una exposición interinstitucional que reúne a más de un centenar de artistas croatas, analiza y pone de manifiesto la escasa representación de las mujeres artistas en las colecciones de arte de museos e instituciones, y presenta además determinados aspectos y un panorama general de la práctica artística contemporánea de las mujeres artistas en Croacia.

Esta acción sorpresa contó con la participación de cinco artistas —Milijana Babić, Branka Cvjetičanin, Tajči Čekade, Nadija Mustapić y Nika Rukavina—, que llegaron a la exposición con bolsas de papel cubriéndoles la cabeza. Al ocultar su identidad, las artistas simbolizaron su la invisibilidad dentro de la exposición de la que formaban parte. A través de un comunicado de prensa difundido tras el evento, los artistas revelaron sus identidades y expresaron sus quejas. Su protesta llamó la atención sobre deficiencias sistémicas, entre ellas la comunicación inadecuada entre curadores y artistas, la exclusión de los artistas de los procesos de toma de decisiones y una falta general de respeto por el trabajo que hay detrás de la producción artística. La performance criticó directamente las prácticas organizativas de las instituciones, poniendo de relieve la desconexión entre la dirección institucional y los artistas cuyo trabajo sustenta estas instituciones.

Invisible Ones tuvo un gran impacto entre los trabajadores culturales, ya que puso de relieve cuestiones más amplias de explotación e invisibilidad en el mundo del arte. Esta protesta también suscitó un debate público sobre las desigualdades dentro del sistema cultural croata y el papel de las instituciones en su perpetuación.

Esta actuación es emblemática de la lucha constante por los derechos y la dignidad de los artistas en el sector cultural. Pone de relieve la necesidad de replantearse las prácticas institucionales, de modo que los artistas no sean meros proveedores de contenido, sino que se les reconozca como actores fundamentales. Una verdadera reforma exigiría que las instituciones establecieran condiciones de trabajo transparentes y equitativas, respetaran las tarifas profesionales y crearan espacios para un diálogo significativo con los artistas.

Al hacer oír su voz a través de acciones como las mencionadas en los ejemplos, los artistas recuerdan al público y a los responsables de las políticas culturales que las instituciones existen gracias a su trabajo y su creatividad. Hasta que no se aborden estos problemas sistémicos, este tipo de actuaciones seguirán sirviendo como un recordatorio conmovedor de los cambios necesarios para garantizar la equidad, el respeto y la sostenibilidad de los trabajadores culturales.



Figura 4. La exposición «The Visible Ones» en el Museo de Arte Moderno y Contemporáneo de Rijeka.

La defensa y la lucha por unas condiciones laborales justas en el ámbito cultural

En respuesta a estos retos, los artistas y trabajadores culturales croatas se han movilizado para exigir condiciones laborales más justas, especialmente la práctica de pagar honorarios a los artistas, que debería convertirse en la norma.

Existen diferentes movimientos que luchan por unas condiciones laborales más justas, y uno de ellos es la Plataforma FOR B.R.E.A.D. (ZA K.R.U.H.), una coalición que agrupa a artistas en la lucha por

unos derechos laborales dignos y una financiación pública sostenible para la cultura. Fundada en 2020 durante la pandemia, la plataforma se basa en movimientos anteriores como la iniciativa de 2019 «¡Basta de recortes!», que se opuso a las medidas de austeridad que afectaban al sector cultural.

Entre los objetivos de la plataforma se incluyen:

- Garantizar una financiación pública mayor y transparente para la cultura.
- Garantizar una remuneración justa por el trabajo artístico, incluidos los honorarios por proyectos financiados con fondos públicos.
- Proteger las exenciones fiscales para los artistas sin que ello afecte negativamente a sus derechos de pensión.
- Mejorar el acceso a las prestaciones sociales, como la baja por enfermedad, el permiso de maternidad y las pensiones.
- Introducir programas de renta básica para las profesiones artísticas desfavorecidas.
- Abordar la discriminación sistémica y las desigualdades salariales en el sector cultural.

Hacia un futuro más justo para los artistas

El camino que tenemos por delante exige no solo medidas a nivel local, sino también esfuerzos coordinados a escala de la UE para hacer frente a las desigualdades estructurales que afectan a los artistas de toda Europa, garantizando que se proteja la dignidad del arte y de los artistas en el marco de unas políticas culturales mejoradas entre los países europeos. La labor cultural no es sólo una cuestión de apoyar a los artistas, sino que constituye una inversión en la riqueza cultural y el tejido social de nuestras sociedades.

Entonces, ¿quién es un artista? Al definir tu obra, estás definiendo tus realidades... No dejes que el sistema te defina... ¡Y sí, el arte es un trabajo!

Opinión personal sobre el arte visual y los medios de comunicación

En cuanto al tema del arte y los medios de comunicación, solo puedo compartir mi opinión personal al respecto. Creo que los medios de comunicación y las redes sociales son herramientas importantes para que los artistas visuales ganen visibilidad, especialmente si viven en ciudades o países más pequeños. Sin embargo, no son los únicos factores determinantes del éxito. Hoy en día, el arte se basa en gran medida en proyectos, y hasta que un artista alcanza la etapa de ser «rentable» (no me gusta esta palabra porque no creo que el arte deba basarse en el beneficio, sino en el intercambio emocional) para una galería o institución, el camino hacia el éxito a menudo no pasa por los medios de comunicación, sino por establecer conexiones con comisarios, instituciones y otros profesionales.

Además, dado que nosotros, como artistas, formamos parte en cierto modo del «producto» junto con nuestro arte, es crucial enseñar a las generaciones más jóvenes a mantener una frontera clara entre lo que hacen y quiénes son. El mundo online y sus críticos pueden ser duros, y los jóvenes artistas deben aprender a lidiar no solo con la crítica de arte profesional, sino también con las opiniones aleatorias y a menudo duras que se encuentran en Internet. A través de mi trabajo con los estudiantes, he observado que muchos de ellos evitan por completo las redes sociales debido a esto.



devote
yourself in
a bodily
rituals with
your device



Redes sociales, medios de comunicación y audiencia de los medios

Luca Cacini, artista residente en Laponia, otoño de 2024

Redes sociales, medios de comunicación y audiencia mediática en Italia

El panorama mediático italiano es un entorno dinámico y en constante evolución, influido por el progreso tecnológico, los cambios en el comportamiento de los consumidores y diversos factores culturales. Este informe examinará los elementos clave de las redes sociales, los medios tradicionales y el consumo de medios en Italia, además de investigar el papel de los artistas en la cultura italiana y sus interacciones con los medios.

El panorama mediático italiano

Televisión y radio

La televisión sigue siendo una fuerza importante en Italia, con un 95,9 % de la población que la ve habitualmente (EBC, 2023). El sector está liderado principalmente por dos grandes cadenas:

1. **RAI (Radiotelevisione Italiana):** La cadena de servicio público gestiona varios canales nacionales, entre ellos Rai Uno, Rai Due y Rai Tre (BBC News, 2023).
2. **Mediaset:** la principal cadena privada, propiedad de la familia Berlusconi, gestiona canales como Italia 1, Rete 4 y Canale 5 (BBC News, 2023).

La radio también tiene una fuerte presencia en Italia, donde el 78,9 % de los italianos la escucha habitualmente (EBC, 2023). El sector radiofónico incluye tanto emisoras públicas (RAI) como privadas, que ofrecen una combinación de noticias, música y programas de entretenimiento.

Prensa escrita

El panorama de la prensa escrita en Italia está fuertemente regionalizado, lo que refleja la variada historia e identidad regional del país (BBC News, 2023). Entre los periódicos nacionales más destacados se encuentran:

- Corriere della Sera
- La Repubblica
- Il Messaggero
- La Stampa
- Il Sole 24 Ore



Sin embargo, el sector de la prensa escrita se ha enfrentado a importantes retos en los últimos años. El número de lectores de periódicos impresos ha descendido un 3,4 %, mientras que las suscripciones a periódicos digitales han disminuido un 2,5 % (EBC, 2023). Este descenso forma parte de una tendencia más amplia de aumento del consumo de medios digitales.

Medios digitales

El informe «Digital 2024: Italia» ofrece datos exhaustivos sobre la adopción y el uso de los medios digitales en Italia para 2024. A continuación, se presentan los aspectos más destacados:

Uso de Internet

- 51,56 millones de usuarios de Internet (penetración del 87,7 %)
- El número de usuarios de Internet se redujo en 149 000 (-0,3 %) entre 2023 y 2024

Redes sociales

- Las redes sociales se han convertido en una fuente importante de noticias para muchos italianos, con 42,80 millones de usuarios de redes sociales en enero de 2024 (el 72,8 % de la población) que las utilizan habitualmente para acceder a contenidos (Kemp, 2024).
- El número de usuarios de redes sociales disminuyó en 1,1 millones (-2,5 %) entre 2023 y 2024

YouTube sigue siendo la red social más popular en Italia, con aproximadamente 42,80 millones de usuarios (Kemp, 2024). Otras plataformas populares son (Statista 2025):

Datos específicos de cada plataforma

- Facebook: 26,10 millones de usuarios
- YouTube: 42,80 millones de usuarios
- Instagram: 27,00 millones de usuarios
- TikTok: 20,92 millones de usuarios (solo mayores de 18 años)
- LinkedIn: 20,00 millones de miembros
- Snapchat: 3,69 millones de usuarios
- X (Twitter): 6,50 millones de usuarios
- Pinterest: 10,01 millones de usuarios



Artistas en Italia: profesión e ingresos

Artistas profesionales en Italia

Italia cuenta con un rico patrimonio artístico y sigue siendo el hogar de muchos artistas con talento en diversas disciplinas, entre las que se incluyen las artes visuales, la música, la literatura y las artes escénicas. La comunidad artística del país es diversa, y abarca desde artesanos tradicionales que conservan técnicas centenarias hasta artistas contemporáneos que traspasan los límites de sus medios.

Ingresos de los artistas

Los artistas en Italia, al igual que en muchos otros países, suelen tener dificultades para ganarse la vida de forma estable con su arte. Según los datos salariales en Italia, el salario bruto mensual para los puestos de trabajo en el sector de las artes y la cultura oscila generalmente entre 1.138 EUR (mínimo) y 3.083 EUR (media más alta, aunque los salarios máximos reales suelen superar esta cifra). Estas cifras incluyen bonificaciones, y los salarios pueden variar significativamente en función del puesto de trabajo específico (Paylab, 2026).

Sin embargo, es importante señalar que estas cifras pueden variar mucho en función de factores como la reputación del artista, el medio utilizado y la demanda del mercado.

Los artistas en Italia pueden generar ingresos a través de diversos medios:

- 
1. Venta de obras de arte
 2. Encargos para proyectos públicos o privados
 3. Becas y residencias
 4. Docencia o talleres
 5. Colaboraciones con empresas u otros artistas
 6. Derechos de autor por reproducciones o licencias de su obra

Muchos artistas complementan sus ingresos procedentes del arte con otros trabajos, especialmente en las primeras etapas de su carrera.

Representación mediática del arte y los artistas en Italia

El rico patrimonio artístico de Italia hace que el arte y los artistas suelen ser objeto de una gran atención por parte de los medios de comunicación. La cobertura se puede encontrar en diversas plataformas:

1. Programas dedicados al arte en televisión y radio
2. Secciones de arte y cultura en los principales periódicos y revistas
3. Publicaciones y sitios web especializados en arte
4. Reportajes y entrevistas con artistas en medios de estilo de vida
5. Cuentas en redes sociales y hashtags centrados en el arte y los artistas italianos

Los medios de comunicación suelen destacar tanto a artistas consagrados como a talentos emergentes, y cubren exposiciones, ferias de arte y grandes eventos culturales. Sin embargo, el nivel de cobertura puede variar en función del perfil del artista y del interés público que se perciba por su obra.



Impacto de la presencia en los medios de comunicación en los ingresos de los artistas

Una fuerte presencia en los medios de comunicación puede influir significativamente en el potencial de ingresos de un artista en Italia. La cobertura mediática puede:

1. Aumentar la visibilidad y el reconocimiento
2. Atraer a posibles compradores y coleccionistas
3. Generar oportunidades de exposiciones o encargos
4. Mejorar la reputación del artista y su valor percibido
5. Facilitar el contacto con galerías, comisarios y otros profesionales del mundo del arte

Sin embargo, es importante señalar que la mera presencia en los medios no garantiza el éxito económico. Los artistas siguen teniendo que producir obras de gran calidad y gestionar con eficacia los aspectos empresariales de sus carreras.

Establecer relaciones con los medios de comunicación en Italia

Para los artistas y otros profesionales que deseen establecer relaciones con los medios de comunicación en Italia, existen varias estrategias que pueden resultar eficaces:

1. Desarrollar una fuerte presencia en línea a través de una página web profesional y cuentas activas en redes sociales
2. Cultivar relaciones con periodistas y críticos especializados en arte y cultura
3. Participar en eventos y exposiciones de gran repercusión
4. Colaborar con otros artistas u organizaciones para aumentar la visibilidad
5. Crear proyectos o iniciativas de interés periodístico que se ajusten a las tendencias actuales o a cuestiones sociales
6. Colaborar con los medios de comunicación locales y regionales, dada la importancia de la identidad regional en la cultura italiana
7. Considera la posibilidad de trabajar con un publicista o un profesional de las relaciones públicas que conozca bien el panorama mediático italiano.



El uso de las redes sociales en Italia

Las redes sociales desempeñan un papel importante en la sociedad italiana, y plataformas como Facebook, Instagram y YouTube gozan de especial popularidad. Entre las tendencias y ejemplos más destacados del uso de las redes sociales en Italia se incluyen:

1. Consumo de noticias: la mayoría de los italianos se informa a través de Internet, siendo las redes sociales las vías de acceso más populares (Kemp, 2024).
2. Compromiso político: las plataformas de redes sociales, especialmente Facebook, se han convertido en herramientas cruciales para organizar protestas y otras concentraciones masivas (Freedom House, 2024).
3. Marketing de influencers: influencers italianos de diversos nichos han conseguido un gran número de seguidores y han establecido colaboraciones con marcas.
4. Promoción cultural: muchas instituciones culturales y artistas italianos utilizan las redes sociales para mostrar su trabajo e interactuar con el público.
5. Participación de la comunidad local: Los grupos de redes sociales centrados en ciudades o regiones específicas son populares para compartir noticias e información local.

Fiabilidad de los medios de comunicación en Italia

El sistema político de Italia se caracteriza por una estructura compleja y multifacética. Aunque, en general, se respetan las libertades civiles, persisten las preocupaciones en relación con los derechos de los migrantes y las personas LGBT+. Siguen existiendo importantes disparidades regionales, y cuestiones como la corrupción y la delincuencia organizada siguen poniendo a prueba el Estado de derecho y obstaculizando el crecimiento económico. La fiabilidad de los medios de comunicación en Italia es una cuestión compleja, con distintos niveles de confianza entre las diferentes plataformas y medios. Algunos puntos clave a tener en cuenta:

1. ANSA, la principal agencia de noticias de Italia, ha sido clasificada como la marca de noticias que inspira mayor confianza durante siete años consecutivos, con un 75 % de los italianos que confían en ella (Cornia, 2024). Otras fuentes de noticias que gozan de gran confianza son SkyTg24 (69 % de confianza), Il Sole 24 Ore (67 %) y TG La7 (62 %) (Cornia, 2024).
2. Los medios tradicionales, en particular los periódicos de calidad y la radiodifusión pública, suelen mantener niveles de confianza más altos en comparación con los medios nativos digitales y las redes sociales.
3. La preocupación por la desinformación y las «noticias falsas» en las plataformas de redes sociales ha dado lugar a un mayor escrutinio y a iniciativas de verificación de datos.
4. La concentración de la propiedad de los medios de comunicación, especialmente en la televisión, ha suscitado en ocasiones preocupaciones sobre la influencia política en los contenidos mediáticos (BBC News, 2023).
5. El clima político polarizado de Italia puede afectar a la percepción del sesgo y la fiabilidad de los medios de comunicación según las líneas ideológicas.

¿Cuáles son las principales plataformas europeas para artistas emergentes en las artes visuales?

Varias plataformas europeas ofrecen importantes oportunidades para que los artistas visuales emergentes ganen visibilidad y desarrollen sus carreras. Estas son algunas de las principales plataformas:

Plataformas de Europa Creativa

El programa Europa Creativa financia varias plataformas que apoyan a los artistas visuales:

Plataforma Europea de Arte Multimedia (EMAP)

- Se centra en el arte digital, la robótica y otras formas de arte multimedia
- Ofrece residencias y oportunidades de exposición

Plataforma de mercado de diseño distribuido

- Apoya a artistas visuales emergentes del movimiento maker
- Ofrece oportunidades de networking e intercambio

PARALLEL y FUTURES

- Dos plataformas independientes dedicadas a fotógrafos emergentes
- Ofrecen oportunidades de visibilidad y desarrollo profesional

SHAPE+

Aunque se centra principalmente en la música innovadora, SHAPE+ también apoya a artistas visuales que trabajan con arte audiovisual. Ofrece:

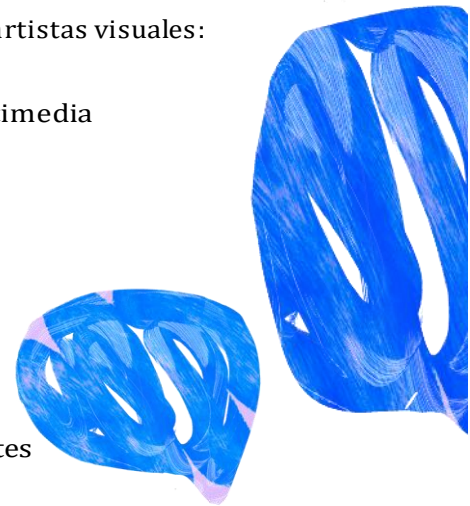
- Selección anual de talentos emergentes excepcionales
- Invitaciones a actuar y residencias colaborativas
- Eventos de networking y apoyo al desarrollo profesional

Fondo Europeo de Festivales para Artistas Emergentes (EFFEA)

EFFEA, una iniciativa de la Asociación Europea de Festivales, ofrece oportunidades a los artistas visuales a través de los festivales:

- Apoya anualmente a 150 festivales para que trabajen con artistas emergentes
- Ofrece residencias y oportunidades de colaboración
- Proporciona una plataforma para el desarrollo profesional internacional

Estas plataformas ofrecen a los artistas visuales emergentes valiosas oportunidades de residencias, exposiciones, networking y promoción profesional en toda Europa. Al participar en estas iniciativas, los artistas pueden darse a conocer ante públicos diversos y profesionales del sector, lo que puede impulsar su reconocimiento y éxito en el mundo del arte internacional.





¿Qué tipos de proyectos de artes visuales suelen recibir apoyo de estas plataformas?

Las plataformas europeas apoyan una amplia variedad de proyectos de artes visuales, con especial atención a las formas emergentes e innovadoras. (Plataforma de Relaciones Culturales, 2020), (Comisión Europea, 2026). Entre los tipos de proyectos de artes visuales que reciben apoyo con mayor frecuencia se incluyen:

Arte digital y multimedia

La Plataforma Europea de Arte Multimedia (EMAP) es una de las principales entidades que apoyan proyectos de arte digital y multimedia. Esta plataforma se especializa en:

- Arte digital
- Arte multimedia
- Bioarte
- Arte robótico

Fotografía

Dos plataformas especializadas apoyan a los fotógrafos emergentes:

- PARALLEL – Plataforma europea dedicada a la fotografía
- FUTURES – Plataforma europea de fotografía

Estas plataformas ofrecen a los fotógrafos emergentes la oportunidad de mostrar su trabajo y desarrollar su carrera a escala europea.

Arte audiovisual

SHAPE (Sonido, Arte Heterogéneo y Performance en Europa) apoya proyectos innovadores de arte audiovisual, combinando elementos visuales con sonido y performance.

Diseño y movimiento maker

La plataforma «Distributed Design Market Platform» se centra en apoyar a los artistas visuales que forman parte del movimiento «maker». Esta plataforma fomenta:

- Proyectos de diseño innovadores
- El diseño colaborativo y de código abierto
- Proyectos que combinan la artesanía tradicional con las nuevas tecnologías

Las artes visuales multidisciplinares

Muchas de las plataformas apoyan una amplia gama de proyectos de artes visuales que pueden incluir:

- Arte de instalación
- Arte performativo con fuertes elementos visuales
- Proyectos experimentales e interdisciplinares que traspasan los límites de las artes visuales tradicionales

Estas plataformas dan prioridad a proyectos innovadores, abordan cuestiones sociales de actualidad y tienen el potencial de llegar a públicos diversos en toda Europa. A menudo apoyan obras que incorporan elementos de tecnología, sostenibilidad y colaboración intercultural.

¿Cómo integran estas plataformas la transformación digital en sus proyectos de artes visuales?



Las plataformas europeas para artistas emergentes están integrando activamente la transformación digital en sus proyectos de artes visuales de varias maneras: (NeMe Arts Centre, 2022), (Ars Electronica, 2026), (Creative Europe, 2026), (Oddo&Tucker, 2022), (Culture and Creativity, 2026)

Arte digital y medios de comunicación

La Plataforma Europea de Arte Multimedia (EMAP) se centra específicamente en proyectos de arte digital y multimedia. Estos proyectos incorporan de forma inherente las tecnologías digitales y exploran su impacto en el arte y la sociedad.

Tecnologías innovadoras

Muchas plataformas animan a los artistas a experimentar con tecnologías de vanguardia:

- Realidad virtual y aumentada
- Inteligencia artificial
- Instalaciones interactivas
- Técnicas de fabricación digital



Por ejemplo, la plataforma SHAPE+ apoya a artistas audiovisuales que trabajan con tecnologías digitales innovadoras.

Exposiciones en línea y espacios virtuales

Las plataformas utilizan cada vez más los espacios digitales para exhibir obras de arte:

- Galerías virtuales
- Exposiciones en línea
- Proyectos interactivos basados en la web



Esto permite una mayor accesibilidad y difusión de la obra de los artistas emergentes.

Herramientas digitales para la creación

Se apoya a los artistas en el uso de herramientas digitales a lo largo de todo su proceso creativo:

- Software de modelado 3D
- Herramientas de pintura digital e ilustración
- Software de edición de vídeo y animación

Arte basado en datos

Algunos proyectos incorporan visualización de datos o elementos basados en datos:

- Uso del big data como medio de expresión artística
- Creación de visualizaciones interactivas de información compleja

Distribución y promoción digital

Las plataformas aprovechan los canales digitales para promocionar a artistas emergentes:

- Campañas en redes sociales
- Portafolios en línea
- Catálogos digitales de obras de arte

Interacción con el público a través de la tecnología

Se utilizan herramientas digitales para mejorar la interacción con el público:

- Aplicaciones móviles para guías de exposiciones
- Códigos QR para información adicional
- Elementos interactivos en la instalación



Al integrar estos elementos digitales, las plataformas están ayudando a los artistas visuales emergentes a adaptarse y prosperar en un mundo del arte cada vez más digital, al tiempo que exploran nuevas formas de expresión artística que la tecnología hace posibles.



Referencias:

Ars Electronica, Ars Electronica Platform Europe, 2026 (23.3.2026) <https://ars.electronica.art/europe/en/>

Cornia, Alessio, Informe sobre noticias digitales del Instituto Reuters 2024 (23.3.2026) <https://reutersinstitute.politics.ox.ac.uk/digital-news-report/2024/italy>

Línea «Cultura» de Europa Creativa, Comisión Europea, 2026 (23.3.2026) <https://culture.ec.europa.eu/creative-europe/creative-europe-culture-strand>

Plataforma de relaciones culturales, plataformas de Europa Creativa, 2020 (23.3.2026) <https://www.cultureinexternalrelations.eu/2020/09/21/creative-europe-platforms/>

Cultura y creatividad: plataformas europeas para la promoción de artistas emergentes, 2026 (23.3.2026) <https://culture.ec.europa.eu/creative-europe/creative-europe-culture-strand/european-platforms>

E Business Consulting (EBC): ¿Qué combinación de medios habrá en Italia en 2023? (23.3.2026) <https://www.e-businessconsulting.it/en/news-details/news/what-media-in-italy/>

Comisión Europea: Plataformas europeas para la promoción de artistas emergentes 2026 (23.3.2026) <https://culture.ec.europa.eu/creative-europe/creative-europe-culture-strand/european-platforms>

Freedom House: Libertad en la red 2024, Italia (23.3.2026) <https://freedomhouse.org/country/italy/freedom-net/2024>

Guía de medios de Italia - BBC News, 2023 (23.3.2026) <https://www.bbc.com/news/world-europe-17433146>

Kemp, Simon: Digital 2024: Italia - (23 de marzo de 2026) <https://datareportal.com/reports/digital-2024-italy>

NeMe Arts Centre: La Plataforma Europea de Arte Multimedia anuncia los artistas seleccionados para 2022 (23.3.2026) <https://www.neme.org/blog/emap-announces-2022-selected-artists>

Oddo, Egle y Tucker, Arlene: DESENREDAR ARCHIVOS - Cómo estamos entrando en una nueva era: el caso de Pixelache Helsinki, 2022 (23.3.2026) <https://artdependence.com/articles/disentangling-archives-how-we-are-entering-a-new-era-the-case-of-pixelache-helsinki/>

Paylab: Salarios para puestos en el ámbito laboral de Arte y Cultura, 2026 (23.3.2026) <https://www.paylab.com/it/salaryinfo/arts-culture>

Departamento de Investigación de Statista, 2025: Redes sociales y aplicaciones de mensajería preferidas para leer noticias en Italia a fecha de febrero de 2025 (23.3.2026)
<https://www.statista.com/statistics/726236/top-social-media-for-news-italy/>



Creación de comunidades a través de prácticas artísticas en la era digital: un desafío continuo y un recurso por explorar

Eleonora Serpente y Roberta Di Serio, artistas en residencia en Split, otoño de 2025

Introducción

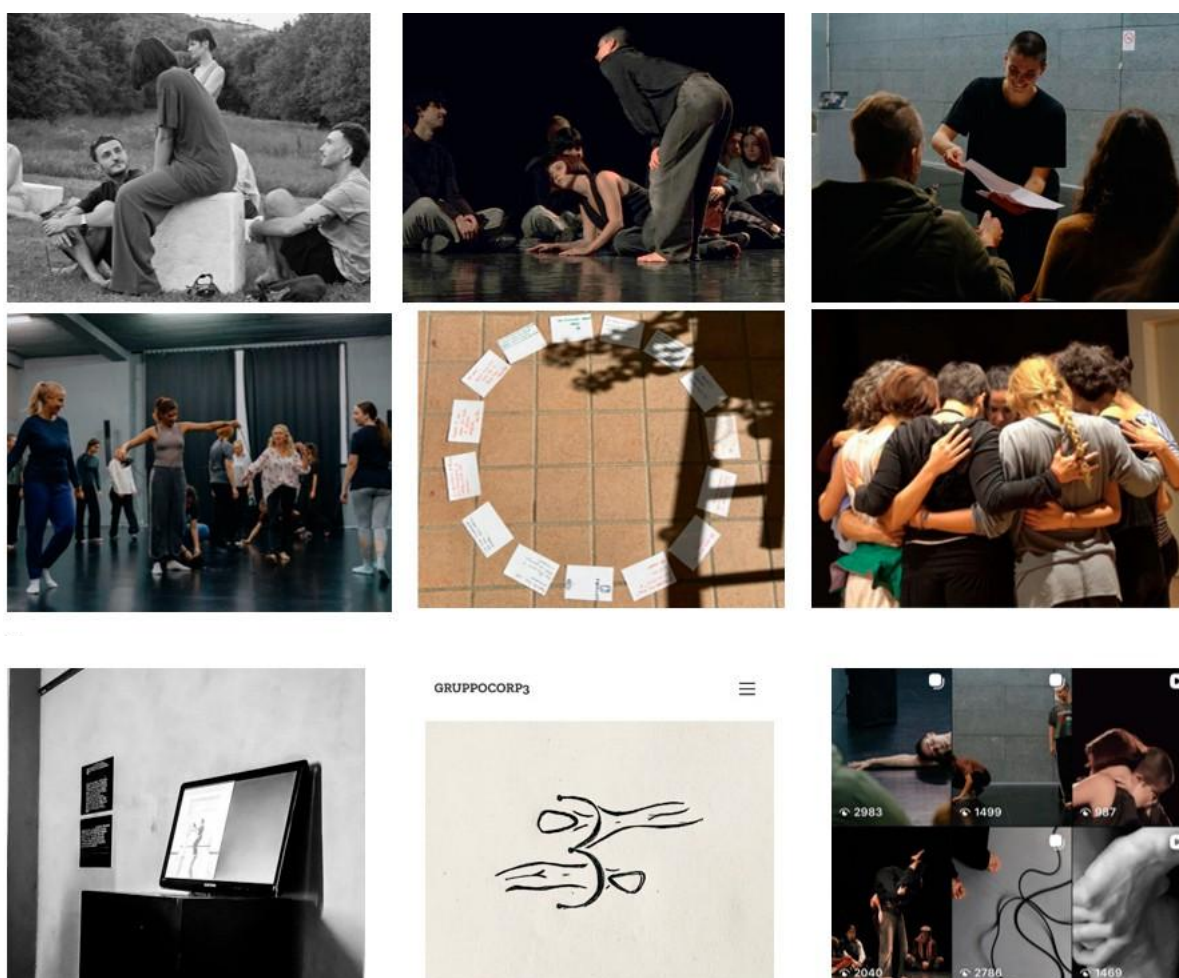


Figura 1. Países de las residencias de *gruppocorp3*.

Nos llamamos Eleonora Serpente y Roberta Di Serio (ambas nacidas en 1999), somos dos bailarinas contemporáneas de Italia que fundamos juntas el colectivo *gruppocorp3* en 2024. Desde su fundación, el colectivo ha realizado residencias en centros culturales (Paleotto 11/Ekodanza, Live Arts Cultures, Culture Hub Croatia) y ha participado en

festivales de artes escénicas como FUORIFORMATO (Génova), LaCampeggia FSCO-CREARE (Bologna), Sotto Venere (Lucca), Tracce di Luce (Isernia) y Dominio Pubblico / Fuoriprogramma (Roma). El colectivo crea, en colaboración con artistas visuales y músicos, proyectos de screendance, performances interactivas e instalaciones en directo, centrándose en la influencia que la obra de arte ejerce sobre los entornos naturales, artificiales y humanos. Entre nuestros intereses de investigación se encuentran la experimentación con las posibilidades del cuerpo en movimiento y del gesto poético, la contaminación entre géneros y medios, la creación de prácticas artísticas participativas, inmersivas e inclusivas, el feminismo interseccional y la ecología en el arte performativo.



Figura 2-3. *INTRA (el espacio entre)-Teatro India (RO) Dominico Pubblico/ Fuoriprogramma*

Elaboramos este manual tras una residencia creativa y artística de un mes de duración en Split, en el marco del proyecto «Professional Media Presence» (PMP) de Europa Creativa, organizada por el centro cultural Culture Hub Croatia. Durante la residencia, trabajamos en «STeReO», una actuación en solitario sobre el tema de los estereotipos de género relacionados con el cuerpo y los comportamientos femeninos. La obra incluye el cuerpo danzante de Eleonora, el uso de la voz en diversas formas (habla, canto, su voz grabada utilizada como entorno sonoro) y la comunicación directa con el público.

Este periodo de residencia en Split ha supuesto una exploración concreta de lo que, para nosotros como artistas, significa producir una obra artística o, en términos más amplios, hacer arte. Nos abrió a la experiencia de entrar en una comunidad activa desde la que pudiéramos recibir de forma masiva y gratuita, y donde pudiéramos explorar la posibilidad de devolver algo a cambio y cómo hacerlo de diferentes maneras. Como colectivo de artistas, creemos que es esencial participar en residencias en las que podamos sumergirnos en las comunidades de los lugares de acogida, no solo aprovechando los espacios, el tiempo y los recursos, sino también participando activamente en las actividades culturales locales y proponiendo otras nuevas. Participamos en las estimulantes actividades artísticas del CHC y compartimos nuestra investigación no solo a través de una actuación final, sino también mediante un taller gratuito abierto a la comunidad de Split y sus alrededores. Este enfoque de trabajo también se refleja en nuestra investigación artística: nos interesa desarrollar obras de danza que no sean autorreferenciales y que no tengan como único objetivo

y se limite al placer estético, sino que aborda la cuestión de cómo involucrar a las personas en experiencias de intercambio, encuentro, reflexión y cuidado. Para nosotras, por lo tanto, la construcción de comunidad no consiste solo en la forma en que nos acercamos al entorno y a las personas con las que nos encontramos (artistas, trabajadores y demás), sino que se sitúa en el núcleo mismo de nuestro trabajo. Creemos que las actuaciones, aunque sean solo temporales, pueden crear pequeñas comunidades improvisadas, espacios de resistencia que se oponen al individualismo imperante y a la soledad generalizada de nuestras sociedades contemporáneas. Aunque estas pequeñas comunidades se disuelven cuando termina la actuación, algo de ese momento suspendido de miradas y comunicación «teatral» permanece y resuena a través del tiempo: esta es, para nosotras, la belleza del arte performativo, entendido no como mero entretenimiento, sino como una forma terapéutica colectiva, un ritual de cercanía. Partiendo de estas ideas, en 2024 creamos nuestra primera obra, INTRA (el espacio entre), una obra que habla de la interdependencia humana. A través de una dramaturgia de miradas y cercanía, los intérpretes buscamos una interacción con el público que primero se insinúa y luego se hace más evidente. A través de danzas y gestos íntimos, el objetivo es convertir la actuación en una caja de resonancia, un dispositivo para las relaciones capaz de resaltar las infinitas líneas de conexión (físicas y emocionales) que se crean entre los cuerpos que habitan el mismo espacio, aunque solo sea durante 30 minutos.



Figura 4. *INTRA (el espacio entre)* – presentación final de la residencia en el festival LaCampeggiaFS (BO) -izquierda-



Figura 5. *INTRA (el espacio entre)* – restitución de la residencia en el espacio Live Arts Culture (VE) -derecha-

¿Qué significa hoy en día «comunidad»?

Hoy en día, el término «comunidad» se ha vuelto omnipresente en la retórica cotidiana, a pesar de que la hipercomplejidad del mundo contemporáneo transforma continuamente este concepto y exige a las ciencias sociales replantearse constantemente su significado. El significado más común del término «comunidad» se refiere a un grupo de personas que comparten algo: pertenencia geográfica, hábitos, valores. Sin embargo, la idea tradicional de comunidad como un grupo homogéneo parece estar en claro conflicto con la de la modernidad, en la que las identidades parecen cada vez más fragmentadas y distantes debido a las tendencias individualistas y utilitarias generalizadas de nuestras sociedades.

El antropólogo Marco Aime señala que cuando nos referimos al concepto de «comunidad» casi siempre lo hacemos en un sentido positivo y con cierta nostalgia, preguntándonos si este sentimiento podría deberse tal vez al hecho de que la modernidad ha cambiado profundamente nuestra forma de concebir el «nosotros» y las relaciones con los demás (Aime: 2010). El concepto de comunidad, por lo tanto, se invoca quizá con tanta frecuencia porque, en su sentido tradicional, se presenta como un remedio frente a las vertiginosas transformaciones del mundo contemporáneo, que desafían continuamente nuestras certezas identitarias. Históricamente, el primer golpe a la comunidad se produjo con la llegada de la sociedad urbano-industrial: la expansión del tamaño de las ciudades (cuyos límites se vuelven cada vez más imperceptibles e incomprensibles), los trabajadores separados de sus familias con la llegada de las fábricas y el modelo de vida urbana conducen a una fragmentación del tiempo y el espacio, que ya no viene dictada por ritmos compartidos, sino por las exigencias de la producción. La velocidad de la vida productiva dificulta la formación de vínculos humanos profundos. El segundo golpe a la comunidad es la llegada de la sociedad digital: el desarrollo de Internet y la difusión de dispositivos portátiles como los teléfonos inteligentes y las tabletas crean una conexión constante, lo que da lugar a la alienación de los lugares y las personas. Uno está en todas partes y en ninguna, y las relaciones físicas suelen ser sustituidas por otras virtuales, mediadas a través de pantallas. Paradójicamente, la hiperconectividad corre el riesgo de hacernos perder en una multitud solitaria. La paradoja radica en el hecho de que esa hiperconectividad corre el riesgo de hacernos perder en una multitud solitaria.

El declive de las comunidades en la sociedad occidental contemporánea

A medida que avanzan la globalización y el capitalismo digital, la forma en que percibimos las comunidades y cómo nos percibimos a nosotros mismos como identidades que forman parte de una comunidad se convierte en un proceso complejo que requiere cada vez más esfuerzo para ser comprendido, analizado y elaborado. De generación en generación, la alienación, el individualismo y la aceleración son elementos que se intensifican hasta el punto de crear una fragmentación inexorable tanto del yo como del «nosotros». Se ha vuelto difícil crear relaciones duraderas en un sistema social basado en un modelo capitalista en el que el principio es privatizar el tiempo libre, en el que los mecanismos de solidaridad y ayuda mutua se subordinan a la lógica del mercado y en el que el objetivo de obtenerlo todo rápidamente supera las limitaciones de tiempo y espacio necesarias. Dicho todo esto, nos preguntamos: ¿podrían considerarse las comunidades virtuales como verdaderas comunidades? ¿Qué ocurre cuando falta la fisicidad en este ámbito? El problema de los cuerpos y la presencia sigue siendo un punto crucial del que es difícil desprenderse para observar críticamente el fenómeno. Por el contrario, se convierte en una lente: Byung-Chul Han, por ejemplo, en *La desaparición de los rituales*, sostiene que las comunidades en línea son una especie de reuniones rituales sin reencuentro, ritos debilitados y privados del valor que les confería la presencia física, masas incorpóreas que sustituyen a aquellas ceremonias que, en la antigüedad, creaban lugares y momentos de reunión guiados por creencias y aspiraciones compartidas (Han: 2020).

Sherry Turkle, en **Alone Together**, analiza el concepto de la «ausencia de copresencia» y la «hiperconectividad» (Turkle: 2012). Nos vemos continuamente bombardeados y estimulados por flujos de información que exigen, más que una presencia física, una conexión virtual que no necesita compartirse en un lugar y un momento concretos. Esto conduce a una crisis de proximidad que tiende

a hacernos intolerantes a la soledad, al silencio y a estar «desconectados», engañándonos al hacernos creer que no estamos ya solos en el acto de desplazarnos por la pantalla o navegar por la web: cuanto más conectados estamos, más solos estamos, y cuanto más solos estamos, más buscamos nuestra red con el único objetivo de explotar el poder o la ventaja que posee: ampliar, o más bien deformar, la percepción del tiempo, la realidad y la soledad. Por otro lado, las comunidades digitales, como las retransmisiones, los boletines informativos, los chats grupales, los foros, los blogs, los fandoms, las plataformas sociales, etc. surgen de las mismas necesidades e intereses compartidos por las personas, a veces duraderos, a veces fugaces.

Las comunidades en línea deben considerarse complementos de las conexiones del mundo real, no herramientas para sustituirlas. Redescubrir el valor de compartir puede ayudar a superar el empobrecimiento humano causado por la competencia a toda costa y la idea de la posesión como una señal de éxito. Las formas generalizadas de comunitarismo contemporáneo, junto con la nostalgia y la búsqueda de comunidad, nos muestran intentos de ir más allá del modelo individualista hacia una dimensión más colectiva. Por esta razón, la comunidad se percibe a menudo como un refugio seguro en un mundo excesivamente complejo. Si el capitalismo produce bienes de consumo, la comunidad debería producir bienes relacionales, creados y disfrutados conjuntamente por los participantes en un evento determinado —ni estrictamente público ni estrictamente privado— que pertenece a la esfera social. Todo ello requiere compartir, convivir y reciprocidad (Aime:2010).

Arte relacional, arte participativo, arte comunitario

Desde la década de 1990, los ámbitos artísticos y escénicos occidentales han prestado una atención cada vez mayor a la relación entre el artista y el público, a la interacción y al contexto social. Esta tendencia, que puede interpretarse como una respuesta al creciente individualismo y a la comercialización del arte provocados por el tecnocapitalismo, ha sido definida por el renombrado crítico francés Bourriaud como «estética relacional». Bourriaud concibe, por tanto, estas prácticas artísticas como momentos de convivencia e intercambio, espacios sociales temporales que él define como «micro-utopías», en las que el público se convierte en parte de la obra y completa su significado (Bourriaud: 1998).

Paralelamente a estas tendencias, se ha desarrollado lo que se ha definido como «arte participativo», que se diferencia del arte relacional por sus características más colaborativas (los participantes se convierten en coautores de las obras) y políticas.



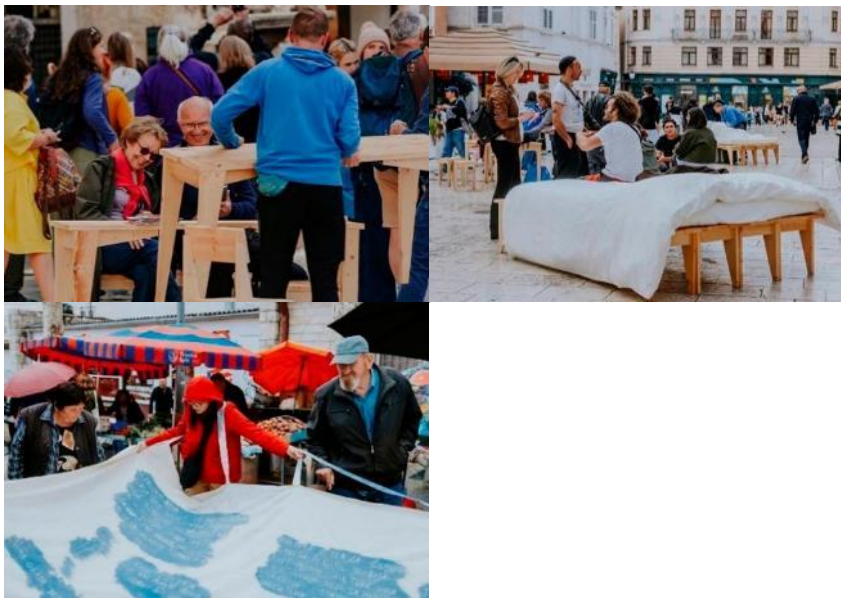


Figura 6.-7. *Odyssey* – intervención móvil e interactiva de Boijeot, Kardi y Martin en Split Calling (HNK) – izquierda, centro–

Figura 8. *Lifting Memories* – performance participativa de Tilla Giro en Split Calling (HNK) –derecha–



Figura 9-10. Talleres artísticos para la comunidad local organizados por Culture Hub Croatia en PROSTOR, Split (HNK) —izquierda, centro—

Figura 11. Taller de Alexandra Stroganova, «Tides of Care -Sensing the Hydrocommons», Split (HNK) - derecha-

En los últimos quince años, estas dos tendencias se han entrelazado, dando lugar a formas híbridas, entre las que destaca el arte comunitario. El arte comunitario (también conocido como arte social) es una práctica artística que surge y se desarrolla dentro de una comunidad concreta, principalmente con fines sociales. No se trata simplemente de arte «participativo»: tiene una dimensión profundamente territorial y, a menudo, transformadora. Para que una práctica artística se defina como «comunitaria», debe tener como objetivo generar nuevas comunidades o fortalecer los lazos dentro de una comunidad preexistente. Las prácticas de arte comunitario se utilizan actualmente en diversos contextos (hospitales, prisiones, centros de rehabilitación, centros de acogida, residencias de ancianos, escuelas, centros culturales) y se estructuran de acuerdo con las necesidades del grupo destinatario. Para que estas iniciativas sean eficaces, es evidente que no pueden ser efímeras: su perdurabilidad en el tiempo y su capacidad para generar beneficios concretos y duraderos para las comunidades implicadas son fundamentales. La danza y las artes escénicas también se han visto afectadas por estas tendencias en los últimos años.

Los artistas de la danza buscan cada vez más involucrar activamente al público y a las personas, no solo modificando la disposición tradicional del espacio escénico y, en ocasiones, eliminando la distancia entre intérpretes y espectadores mediante propuestas cada vez más inmersivas e interactivas, sino también creando espectáculos en los que participan personas no profesionales, por ejemplo. Cuando el artista de la danza es un coreógrafo e involucra activamente a las personas (ya sean participantes en un taller destinado a crear un espectáculo o el público de una actuación), hablamos de danza participativa. Cuando, por el contrario, el artista de la danza se convierte en facilitador de un proceso que tiene como objetivo construir una nueva comunidad o fortalecer una ya existente, entonces hablamos de danza comunitaria. Lamentablemente, el término «danza comunitaria» se utiliza a menudo para referirse a prácticas que poco tienen que ver con la expresión en sí: algunos artistas utilizan hoy en día esta etiqueta para referirse a talleres de corta duración que tienen muy pocos objetivos sociales, aparte de involucrar a las personas en una experiencia performativa, es decir, un evento estimulante, emocionante y beneficioso desde muchos puntos de vista, pero que no aporta los mismos beneficios duraderos que una práctica comunitaria. Sin embargo, tal y como sostiene Zagatti, una de las figuras más destacadas de la danza comunitaria en Italia, es fundamental referirse a los objetivos y características de la danza comunitaria como una práctica pausada, basada en la escucha, el diseño conjunto y la continuidad, y arraigada en el territorio, la historia compartida y las necesidades de los participantes.



Figuras 12-13-14. *LUMINOSO / La città autistica – proyecto site specific comisariado por Virgilio Sieni (BO)*



Figura 15.-16.-17. *Dance Well – investigación en movimiento para el Parkinson (VI)*



Como colectivo de bailarines, en el marco de las tendencias que acabamos de esbozar, sentimos que queremos formar parte de estos movimientos contemporáneos en la danza contemporánea y las artes escénicas y, por lo tanto, avanzar hacia un encuentro cada vez más auténtico y respetuoso con las personas que participan en nuestro trabajo. Nuestra práctica no pretende «construir» comunidades ni fortalecer otras, que es el objetivo de la danza comunitaria, pero sin duda comparte, reconoce y admira la importancia y el significado de sus objetivos (esperamos poder llevar a cabo proyectos de danza comunitaria reales y duraderos en el futuro). En la actualidad, hemos creado espectáculos que se centran en la cercanía con el público y en crear una comunicación no mediada por una estética superflua o convenciones artificiales. Por lo tanto, nuestra danza puede definirse principalmente como «relacional», ya que tiene como objetivo el encuentro con las personas, y, en menor medida, como «participativa», ya que parte de nuestras actuaciones se basan en la interacción directa con el público.

En lo que respecta a la «danza», aparte de la red de colaboraciones artísticas que hemos ido tejiendo desde que empezamos a trabajar, somos plenamente conscientes de que las propuestas escénicas no pueden crear una «comunidad» en el sentido tradicional del término, sino que solo pueden generar burbujas temporales de encuentro, comunidades suspendidas cuya duración coincide con la duración del evento escénico. No obstante, compartimos los objetivos de la danza comunitaria y esperamos, cada vez más, orientar nuestras prácticas artísticas en esa misma dirección, defendiendo la importancia de utilizar los términos adecuados para distinguir entre las diferentes prácticas (con el fin de contribuir a su reconocimiento sociocultural).

Arte performativo y comunidades en línea

El encuentro entre el arte performativo y las comunidades en línea no es para nosotros una mera cuestión teórica; es una realidad que vivimos a diario como artistas que nos movemos entre entornos físicos y digitales. En los últimos años, hemos sido testigos de una profunda transformación del concepto de presencia que está redefiniendo tanto la creación de prácticas artísticas en directo como las formas en que el público interactúa con ellas.

Peggy Phelan argumentó de forma célebre que la performance solo existe en su desaparición, en el momento irrepetible en el que los cuerpos comparten un espacio físico (Phelan, 1993). Sin embargo, la creciente migración de la performance hacia las plataformas digitales pone en tela de juicio esta noción de desaparecer y nos invita a replantearnos qué significa hoy en día «estar presente». Philip Auslander ya ha señalado que la rígida distinción entre lo vivo y lo mediado es mucho menos estable de lo que parece: lo mediado, incluso cuando se difiere o se filtra a través de una pantalla, genera relaciones reales y configura la experiencia del espectador (Auslander, 1999).

Las comunidades en línea tienden a desarrollar sus propios mecanismos de interacción, lo que permite a los espectadores comentar, responder, reinterpretar y, en algunos casos, co-crear la obra. Una retransmisión en directo de Instagram, una acción grabada o incluso un debate generado en los comentarios de una publicación pueden contener rastros de energía relacional. Sigue siendo presencia: mediada, distribuida, diferida, pero capaz de generar conexión. Este cambio también transforma el papel del espectador, ya que las propias plataformas digitales se convierten, de hecho, en escenarios. En línea, los espectadores ya no son observadores silenciosos: se convierten en interlocutores activos que aportan su propio

contenido, comentarios, creatividad, crítica, intercambio e historias, gracias a la asincronía, que permite superar las fronteras nacionales y las zonas horarias conectando a diferentes personas, culturas y voces. Henry Jenkins describe estas dinámicas como «cultura participativa», ecosistemas en los que los usuarios no consumen contenidos de forma pasiva, sino que los crean conjuntamente, estableciendo una relación más horizontal y dialógica con los artistas (Jenkins, 2006).

A menudo hemos podido observar que un comentario inesperado abre nuevas interpretaciones de una obra o que la resonancia emocional de un gesto se intensifica precisamente en el marco de la conversación que se desarrolla a su alrededor. Erika Fischer-Lichte describe la representación como un «acontecimiento autopoético», generado continuamente a través de la interacción entre el intérprete y el espectador (Fischer-Lichte, 2008). En Internet, esta autopoiesis adopta una forma diferente: no se produce en un entorno físico compartido, sino dentro de una red fluida de intercambios. A veces esto ofrece nuevas libertades: un gesto filmado de cerca revela microexpresiones invisibles en el teatro, o un bucle puede crear una temporalidad coreográfica sin precedentes. Hoy en día, sin embargo, la documentación suele ser la principal vía a través de la cual el público entra en contacto con el arte performativo, sobre todo en las comunidades en línea: circulan fotografías, fragmentos de vídeo, reflexiones textuales y archivos digitales de manera generalizada, dando forma a la memoria y la interpretación de una actuación. En muchos casos, la documentación no se limita a representar la actuación, sino que se convierte en una extensión integral de la misma, abriendo vías para nuevos significados, debates y formas de participación. La documentación, por lo tanto, ya no es solo un soporte para la memoria: se convierte en parte integrante de la obra, lejos de ser un residuo, ya que activa una relación performativa entre la imagen, el artista y el espectador. (Amelia Jones, 1997)

Promoción y colaboración: los medios en línea como creadores de comunidad

En este panorama artístico contemporáneo, la frontera entre la promoción, la colaboración y la creación de comunidades se ha vuelto cada vez más difusa. Como mencionamos en la sección anterior, los entornos digitales han transformado la difusión de la obra artística: estas plataformas se han convertido en espacios donde se forjan y evolucionan las relaciones. Las redes sociales, de hecho, ofrecen a los artistas mucho más que instrumentos para aumentar la visibilidad: proporcionan las condiciones estructurales para construir comunidades genuinas. Cuando compartimos algo en línea, a menudo nos damos cuenta de que la promoción nunca es solo promoción: una publicación, una historia o incluso un breve vídeo se convierten en una invitación para que otros se adentren en nuestro mundo creativo, para que sigan sus ritmos, sus momentos de crecimiento, incertidumbre y evoluciones silenciosas.

Mostrar el proceso, incluso en su forma más informal o frágil, ayuda a crear una sensación de continuidad que permite a los espectadores sentirse incluidos, sentir que forman parte de algo que poco a poco va tomando forma. De este modo, compartir contenidos en línea puede generar una conexión emocional temprana, una sensación de participación mucho antes de que la obra definitiva haya visto la luz. Al mismo tiempo, el ámbito digital abre las puertas a un diálogo colaborativo que difícilmente surgiría de otro modo: los artistas pueden pulir ideas en tiempo real, enviar borradores, debatir sus intenciones y compartir materiales incluso cuando se encuentran en países diferentes. En este sentido, las plataformas

ayudan a crear una sensación de cercanía; cuanto más interactúan las personas, más natural resulta imaginar hacer algo juntos en persona, por lo que la comunicación digital no sustituye a la colaboración física, sino que la prepara, la enriquece y la mantiene viva.

La colaboración en línea, sin embargo, no se desarrolla únicamente entre intérpretes y espectadores. Surge cada vez más de forma horizontal entre los propios artistas, que utilizan las plataformas digitales para compartir oportunidades, hacer circular recursos y apoyarse mutuamente en el ámbito profesional. Las redes sociales se convierten, por tanto, en infraestructuras informales de ayuda mutua, donde la visibilidad, la solidaridad y la conexión contrarrestan el aislamiento y la precariedad que a menudo caracterizan el trabajo artístico. Lo que puede comenzar como un simple gesto de reconocimiento puede ampliarse a invitaciones, ensayos compartidos, coproducciones o colaboraciones a largo plazo, y en este sentido, los espacios digitales no solo facilitan la comunicación: crean las condiciones en las que los artistas pueden contribuir a los caminos de los demás, abriendo el acceso a oportunidades a las que sería difícil llegar de forma individual y haciendo que el ámbito artístico sea más accesible e interconectado.

Las comunidades en línea se convierten, por tanto, en un «lugar» donde lo digital deja de funcionar simplemente como una herramienta y se transforma en un espacio real para establecer relaciones. Crecen a través de un archivo compartido: fotos, instantáneas entre bastidores, diarios de investigación y fragmentos de movimiento pasan a formar parte de una narrativa en curso, lo que permite a las comunidades seguir la evolución de un proyecto y profundizar en su implicación. Una comunidad, sin embargo, no surge solo de la visibilidad o del número de seguidores. Nancy Baym nos recuerda que las comunidades digitales se forman cuando los usuarios perciben la presencia de un yo auténtico en lugar de una figura diseñada únicamente para la exposición (Baym, 2010).

Los artistas suelen descubrir que las conexiones más sólidas con su público surgen cuando revelan sus propias dudas, errores e intentos, de tal manera que esos espacios íntimos ayudan a que el público pase de sentirse ajeno a sentirse parte de algo. Por supuesto, la promoción no siempre genera comunidad: en esos casos, debido a contenidos demasiado distantes, demasiado autocomplacientes o demasiado orientados a estrategias, la promoción sigue siendo un acto de comunicación unidireccional y no se convierte en un entorno comunitario; sin embargo, cuando tiene éxito, la promoción artística en las redes sociales produce formas de reunión similares a lo que Judith Butler describe como «asambleas»: espacios en los que los cuerpos, incluso cuando están mediados por una pantalla, se reúnen en torno a un imaginario compartido, una preocupación común o un gesto que resuena colectivamente.

La comunidad, entonces, se convierte en una extensión natural del diálogo iniciado por el contenido. En conclusión, la promoción del arte en las redes sociales puede, de hecho, crear comunidad y colaboraciones, siempre que la promoción se convierta en un acto de relación, apertura y una escucha recíproca, más que una simple exposición. Lo que realmente genera comunidad no es el contenido en sí mismo, sino los encuentros que este hace posibles. A través de publicaciones, mensajes e investigaciones compartidas, los artistas construyen redes horizontales que generan puestos de trabajo, colaboraciones y proyectos colectivos; de este modo, las redes sociales se convierten en infraestructuras informales de ayuda mutua, donde la visibilidad, la solidaridad y la conexión ayudan a contrarrestar el aislamiento y hacen que el ámbito artístico sea más accesible. Es a través de esos pequeños intercambios, esas palabras que circulan y esas respuestas inesperadas que la comunidad comienza a tomar forma.

Luchando juntos: el caso italiano de «Vogliamo tutt'altro»

Si bien las plataformas en línea se han convertido en espacios fértiles para la promoción y la colaboración artísticas, también se han revelado como poderosos territorios para la movilización colectiva, donde las frustraciones compartidas se cristalizan en causas comunes. Las redes sociales permiten que personas dispersas reconozcan que no están aisladas en sus dificultades y que sus experiencias resuenan con las de muchas otras. El entorno digital acelera este cambio: las emociones circulan rápidamente, los testimonios se acumulan y las conexiones se extienden en todos los sentidos. Es precisamente en el marco de esta dinámica donde toma forma el fenómeno de «*Vogliamo tutt'altro*». Literalmente significa «Queremos algo completamente diferente» y surgió como un **movimiento espontáneo** creado por jóvenes artistas italianos, estudiantes, intérpretes y trabajadores culturales que, entre 2023 y 2024, utilizaron las redes sociales para **denunciar la precariedad del sistema artístico italiano** e imaginar nuevas formas de comunidad y apoyo mutuo.

El fenómeno se inició tras las evaluaciones publicadas por el Ministerio de Cultura italiano y, más concretamente, a raíz de los mecanismos de financiación del Fondo Único para el Espectáculo (FUS), que, en Italia, es el principal instrumento a través del cual el Estado apoya el teatro, la danza, la música y las artes escénicas. Sin embargo, en los últimos años, muchos artistas y trabajadores culturales han expresado una creciente frustración respecto a la forma en que se asignan los fondos, criticando al sistema por dar prioridad a la ópera y al teatro tradicional frente a la investigación contemporánea, por su falta de transparencia, por la rigidez y la inaccesibilidad de sus criterios y por la precariedad estructural que sigue caracterizando a todo el sector. El nombre «*Vogliamo tutt'altro*» surgió directamente de este sentimiento compartido: el deseo de un mundo artístico diferente, más humano, más solidario, menos basado en el sacrificio y más en la solidaridad. Es importante destacar que el movimiento no comenzó como una asociación formal ni como un grupo estructurado. Surgió como una **red fluida, autoorganizada y totalmente digital** y, con el tiempo, la comunidad en línea comenzó a transformarse en una comunidad presencial: algunos perfiles se convirtieron en puntos de referencia donde se organizaban encuentros, debates abiertos, protestas culturales y lecturas colectivas. La comunidad de trabajadores del arte surgida de este movimiento (que reúne a artistas de todas las regiones del país) ha participado en varias protestas y movilizaciones intersectoriales que han tenido lugar en Italia durante estos meses. Al hacerlo, ha articulado una postura clara contra la dirección política que está tomando el Gobierno italiano. El movimiento afirma, por supuesto, la importancia de formar parte de una comunidad que lucha por una causa común, pero reconociendo que sus miembros también forman parte de la sociedad.

«El arte no es neutral». Por lo tanto, en consonancia con los principios que nos guían como seres sociales que vivimos en un sistema que requiere filtros y lentes para poder interpretarse con claridad, la comunidad reivindica la necesidad de protestar, de expresarse y, cuando sea necesario, de alzar la voz.





Figura 18. Manifestación de Vogliamo Tutt'altro en Roma (RO), 22 de septiembre de 2025



Figuras 19-20-21. Publicaciones de Vogliamo Tutt'altro en Instagram destinadas a informar a la comunidad y organizar asambleas

Nuestra lucha personal: pros y contras del uso de las redes sociales para hacer arte

Como artistas emergentes que pertenecemos a la generación de los «nativos digitales», experimentamos a diario las oportunidades y las dificultades inherentes al uso de las redes sociales, lo que implica lidiar constantemente con la tensión entre la libertad creativa y la exposición pública. Las plataformas sociales amplifican nuestra presencia, nos hacen visibles, pero también nos imponen presiones que pueden afectar a nuestro proceso artístico. Uno de los aspectos más delicados a los que se enfrentan los artistas es la cuestión de la privacidad: las redes sociales exigen un nivel de transparencia que puede difuminar fácilmente la línea entre la persona y la figura profesional. Muchos artistas gestionan esto manteniendo perfiles separados, uno más cuidado y público y otro reservado para la vida personal, con la esperanza de preservar un espacio que siga siendo solo suyo.

Esta separación, sin embargo, nunca es clara: la frontera es porosa y mantenerla exige una atención constante. Para algunos, esta fluidez resulta liberadora; para otros, resulta agotadora, como si las plataformas exigieran continuamente una forma de autodefinición que nunca es del todo estable. Para los bailarines y los artistas escénicos, estas tensiones se acentúan cuando el propio cuerpo se convierte en contenido. Publicar imágenes o vídeos de movimiento plantea la cuestión de si el cuerpo sigue siendo privado o pasa a formar parte de un archivo público. El cuerpo en la actuación es siempre simbólico, una presencia abstracta, pero las redes sociales tienden a aplanar

esta distinción, presentándola como algo de consumo inmediato. Un gesto que en el estudio encierra múltiples significados corre el riesgo de interpretarse en Internet como una mera exhibición estética. El cuerpo, suspendido entre la exposición y la abstracción, se vuelve a la vez vulnerable y político. Esta tensión también influye en la forma en que los artistas sociales interactúan con su público.

Por un lado, las plataformas fomentan un sentido de comunidad, ofreciendo espacios en los que personas de diferentes regiones u orígenes pueden reunirse en torno a inquietudes comunes. Por otro lado, exigen una negociación constante sobre cuánto de uno mismo revelar. Algunos artistas optan por exponer abiertamente sus inseguridades, convirtiendo la vulnerabilidad en una forma de fortaleza. Otros prefieren proteger celosamente su vida personal y utilizan la plataforma principalmente como herramienta profesional. Ambas opciones son válidas y reflejan una búsqueda más profunda del equilibrio en un entorno que se nutre de una visibilidad constantemente amenazada por traspasar los límites de la intimidad. Al fin y al cabo, trabajar a través de las redes sociales significa aprender a habitar un doble espacio: uno que amplifica nuestras voces y otro que exige una autorreflexión continua. Las plataformas nos permiten llegar a personas con las que de otro modo nunca nos encontraríamos, compartir obras que podrían haber pasado desapercibidas y formar parte de comunidades más amplias que nosotros mismos. Pero esta posibilidad conlleva la necesidad de redefinir cómo nos mostramos, cómo protegemos lo que nos importa y cómo decidimos qué partes de nuestra vida artística y personal pertenecen a la esfera pública. Para muchos de nosotros, esta negociación se convierte en parte de la propia práctica artística: una coreografía silenciosa que da forma a la manera en que nos movemos dentro del mundo digital.

Creatividad, conexión, comunidad

La conexión, en todos los sentidos y contextos, se convierte en una forma de alimento. Muchos artistas descubren que su obra resuena en personas a las que nunca han conocido y este público inesperado abre nuevas perspectivas sobre lo que su arte puede llegar a ser. El diálogo se desarrolla gradualmente: alguien comenta, otra persona comparte una experiencia similar y, poco a poco, se crea un vínculo entre personas cuyos caminos quizá nunca se hubieran cruzado en la vida real. La creatividad cobra impulso en este campo relacional, donde las ideas no solo se producen, sino que se intercambian, se ponen a prueba y se perfeccionan. Se trata de una forma de pensamiento colectivo que no borra la autoría individual, sino que la enriquece añadiendo capas de interpretación que surgen de la experiencia compartida.

A partir de esta red de relaciones surgen las comunidades. Rara vez se anuncian ni se organizan de manera formal; crecen silenciosamente a través de afinidades, repeticiones, reconocimiento mutuo, intereses comunes, valores o inquietudes. En el ámbito de las artes, estas comunidades suelen convertirse en una fuente de apoyo y validación que contrarresta el aislamiento al que se enfrentan muchos profesionales en su trabajo diario: proporcionan un sentido de pertenencia, y la pertenencia alimenta el riesgo creativo. Cuando los artistas se sienten vistos y comprendidos, están más dispuestos a experimentar, a traspasar límites y a crear obras que expongan su vulnerabilidad. Las plataformas digitales, además, nos ayudan a mantener relaciones con colaboradores conocidos durante residencias, festivales o viajes, y esta continuidad es esencial, especialmente para los artistas jóvenes que dependen de las redes para obtener oportunidades y apoyo: la presencia en línea nos permite, por tanto, dar forma a un ecosistema artístico más amplio.

Exposición, presión, competencia

Sin embargo, la otra cara de este entorno digital conlleva sus propias complejidades: las mismas plataformas que fomentan la creatividad también exponen a los artistas a un nivel de visibilidad que puede resultar abrumador en poco tiempo. Cada publicación se convierte en una declaración pública, un rastro que permanece abierto a la interpretación, el juicio o la comparación. El deseo de ser comprendido puede derivar en la presión por rendir, por mantener un cierto tono, un cierto nivel de productividad o una imagen artística coherente. En un entorno diseñado para recompensar la actividad constante, podemos sentirnos arrastrados por ritmos que no se corresponden con su proceso natural. Cuando los fragmentos de una obra circulan libremente, pueden sacarse de contexto, malinterpretarse o reducirse a sus aspectos más superficiales.

La intimidad del proceso creativo se convierte en material para el consumo público y, con ello, surge el temor a ser malinterpretado o menospreciado. Muchos artistas describen la sensación de ser a la vez hipervisibles e invisibles: visibles porque su obra está en línea, invisibles porque no siempre se capta su complejidad. La competencia surge silenciosamente en este panorama. Resulta difícil no darse cuenta de quién recibe más atención, quién avanza más rápido, quién parece más integrado en ciertos circuitos.

Estas observaciones, aunque a menudo involuntarias, pueden influir en la percepción que uno tiene de sí mismo, así como en las decisiones creativas y en las urgencias. El ámbito digital amplifica la sensación de escasez: la impresión de que las oportunidades son limitadas y de que la visibilidad en sí misma es una forma de moneda de cambio. En este contexto, los artistas pueden sentirse presionados a alinearse con la estética dominante o a enmarcar su obra de manera que se ajuste a las expectativas de las plataformas y los algoritmos, incluso cuando esas decisiones entran en conflicto con sus intenciones más profundas.

El reto reside en mantener una relación con las redes sociales que respete la integridad de la obra y, al mismo tiempo, tenga en cuenta las realidades de la exposición pública: proteger la honestidad al tiempo que se interactúa con el mundo digital de una forma que siga estando en consonancia con nuestra ética. Esto requiere conciencia, paciencia y el valor de avanzar a nuestro propio ritmo, cualidades que pasan a formar parte del propio trabajo artístico. En este ejercicio de equilibrio, el artista aprende no solo a dejarse ver, sino también a mantenerse fiel a sí mismo mientras se le ve.



Conclusiones

Como gruppocorp3, seguimos reflexionando sobre lo que significa crear arte en una época en la que la presencia digital es a la vez necesaria y desestabilizadora. A lo largo de este manual, hemos explorado cómo las plataformas en línea pueden generar formas de creatividad, diálogo y comunidad, pero también nos hemos enfrentado a las formas en que nos exponen, dividen nuestra atención y reconfiguran nuestro sentido de identidad. Vivir y trabajar en la era digital implica hacer concesiones cada día: intentamos acoger las oportunidades que ofrecen la visibilidad y la conexión, al tiempo que protegemos las relaciones concretas que nos sostienen y los espacios físicos donde nuestros cuerpos piensan, se mueven y crean.

Esta tensión no es algo ajeno a nuestra práctica: forma parte del trabajo en sí mismo, un terreno en el que nos movemos como bailarinas, intérpretes y mujeres jóvenes que se desenvuelven en un mundo hiperconectado. Nuestras actuaciones pretenden crear comunidad durante breves e intensos momentos y, sin embargo, las comunidades que intentamos construir en línea a menudo exigen una energía que va mucho más allá del escenario. Nuestra lucha es, por lo tanto, no solo profesional, sino profundamente personal: seguir creando arte sin perder la intimidad y la profundidad que definen quiénes somos, al tiempo que protegemos nuestra privacidad para que no se convierta en un bien de consumo.

Este conjunto de herramientas también ha puesto de relieve cómo las plataformas digitales, cuando se utilizan con conciencia, pueden convertirse en espacios de resistencia compartida. Hemos sido testigos de cómo la precariedad individual se hace visible, de cómo la ira se convierte en análisis y de cómo el análisis se convierte en movilización. Esta capacidad de transformar voces aisladas en acción colectiva es uno de los potenciales más poderosos de las formas de las comunidades contemporáneas, y este proceso es uno de los más interesantes para nuestra investigación. Lo que realmente cambia las reglas del juego son los momentos en los que lo online y lo offline se encuentran: cuando las publicaciones se convierten en asambleas, cuando los comentarios se convierten en presencia, cuando la proximidad digital se convierte en cuerpos que se reúnen en el espacio público.

Hoy en día todo es accesible al instante: vídeos, archivos, procesos creativos, debates políticos, invitaciones a participar... Vivimos en un mundo en el que podemos recopilar enormes cantidades de material de múltiples plataformas, y esta abundancia es, sin lugar a dudas, una fuente de riqueza. Amplía nuestra imaginación, nutre nuestro trabajo y nos conecta con personas a las que, de otro modo, quizá nunca conoceríamos. Pero nada de esto es comparable al poder de la experiencia vivida. Ninguna imagen sustituye al temblor de la respiración en una actuación, ninguna retransmisión en directo sustituye a la vibración de los cuerpos que comparten una sala, ningún hilo digital sustituye al acto sutil y frágil de cruzar la mirada con alguien. Lo digital amplía nuestro alcance, pero lo físico nutre nuestra profundidad.

Como artistas de nuestra generación, no rechazamos el mundo digital; intentamos redefinir nuestro lugar dentro de él o darle forma en nuestro espacio. Nuestro objetivo es conservar lo que importa (la proximidad humana, el intercambio encarnado, la atención ética) mientras exploramos lo que lo digital puede ofrecer cuando se aborda con cuidado crítico. Nuestra esperanza es forjar un espacio donde lo concreto y lo virtual coexistan, donde la comunidad siga siendo una práctica vivida más que un eslogan y donde la posibilidad del encuentro siga guiando el corazón de nuestro gesto artístico.

Referencias

Aime M., 2010, Comunità, Bologna, Il Mulino.

Bourriaud N., 1997, Estética relacional, Dijon, Les Presses du réel. Han BC., 2020, La desaparición

de los rituales, Cambridge, Polity Press Turkle S., 2011, Juntos pero solos, Nueva York, Basic Books

Zagatti F., 2012, Persone che danzano. Spazi tempi modi per una danza di comunità, Bologna, MPE Mousikè Progetti Educativi.

Zagatti F., 2018, Las palabras para expresarse. Hacia un léxico compartido de la danza comunitaria, en Danza E Ricerca. Laboratorio Di Studi, Scritture, Visioni, 10(10), pp. 349-369.

Phelan P., 1993, Unmarked: The Politics of Performance, Londres, Routledge.

Auslander P., 1999/2008, Liveness: Performance in a Mediatized Culture, Londres, Routledge.

Jenkins H., 2006, Convergence Culture: Where Old and New Media Collide, Nueva York, New York University Press.

Fischer-Lichte E., 2008, El poder transformador de la representación: una nueva estética, Londres, Routledge.

Jones A., 1997-1998, Body Art/Performing the Subject, Minnesota, University of Minnesota Press.

Jones A., «Presence in Absentia: Experiencing Performance as Documentation». Art Journal, vol. 56, n.º 4, 1997, pp. 11-18.

Baym N., 2010/2015, Conexiones personales en la era digital, Cambridge, Polity Press.

Residencia Professional Media Presence: <https://pmpproject.turkuamk.fi/b>

Perfil de Instagram de «Vogliamo Tutt'altro»: https://www.instagram.com/assemblea_lavorat_spettacolo?igsh=YmdsYjY3eWwwN3J4

Página web oficial de PMP, residencia de gruppocorp3: <https://pmpproject.turkuamk.fi/blogs/>

<https://pmpproject.turkuamk.fi/blogs/> [introducing-s](#)

Perfil de Instagram de «Vogliamo tutt'altro»: https://www.instagram.com/assemblea_lavorat_spettacolo?igsh=YmdsYjY3eWwwN3J4 (consultado por última vez el 6.12.2025)



Presencia en los medios profesionales - Kit de herramientas: puntos de vista y percepción de un artista profesional y del ecosistema artístico

Raffaella Menchetti, artista residente en Venecia, primavera de 2024

La percepción de lo que es un artista profesional varía considerablemente de un país a otro, y está determinada por factores culturales, económicos e institucionales. Según Pierre Bourdieu (1993), el campo artístico funciona como un espacio estructurado en el que diferentes formas de capital — económico, social y simbólico — determinan la legitimidad y el éxito de un artista. En Italia, esta dinámica es especialmente evidente, ya que los artistas se mueven en un ecosistema complejo y fragmentado en el que coexisten la financiación pública, el mecenazgo privado y las iniciativas autosuficientes.

Italia cuenta con una larga tradición de financiación estatal de las artes a través de instituciones como el Ministerio de Cultura (Ministero della Cultura) y los fondos culturales regionales. Sin embargo, el acceso a estos recursos suele ser burocrático y competitivo, lo que favorece a las instituciones consolidadas frente a los artistas independientes emergentes (Santagata, 2014). Como resultado, muchos artistas contemporáneos tienen dificultades para obtener reconocimiento institucional y estabilidad financiera, por lo que dependen de múltiples fuentes de ingresos, tales como:

- Subvenciones públicas y privadas (por ejemplo, el Consejo Italiano, programas de financiación europeos como Europa Creativa).
- Encargos y colaboraciones con galerías, museos y organizaciones culturales.
- Proyectos docentes y educativos, que proporcionan una fuente de ingresos constante.
- Autopromoción y participación directa del público a través de plataformas digitales.

El concepto de «clase creativa» de Richard Florida (2002) pone de relieve la naturaleza precaria del trabajo artístico en las economías posindustriales, donde la flexibilidad, la movilidad y el autoemprendimiento se convierten en una estrategia de supervivencia crucial. En Italia, estas dinámicas se agravan un marco normativo inconsistente para el trabajo cultural, lo que lleva a muchos artistas a buscar oportunidades en el extranjero o a través de modelos de financiación alternativos (Menger, 2006).



La digitalización y el papel cambiante del público

El auge de las plataformas digitales ha transformado la forma en que los artistas conectan con su público, ofreciendo una visibilidad sin precedentes, pero también nuevos retos en términos de monetización y sostenibilidad. Según Arora y Vermeylen (2013), los medios digitales permiten a los artistas eludir a los guardianes tradicionales, pero también requieren estrategias continuas de marca personal y de visibilidad algorítmica.

A partir de mi experiencia personal como artista que trabaja en la intersección entre los medios digitales y la performance, mi identidad profesional se define por una doble necesidad:

- Colaborar con instituciones tradicionales, que aportan prestigio y legitimidad.
- Aprovechar los medios en línea, que ofrecen una mayor accesibilidad y una interacción directa con el público.

Las plataformas de redes sociales como Instagram, TikTok y YouTube se han convertido en herramientas clave para los artistas contemporáneos, facilitando la creación de redes, la financiación (a través del crowdfunding o los NFT) y la captación de público. Sin embargo, como sostiene Bishop (2012), la creciente dependencia de los espacios digitales también conduce a una homogeneización estética y a la dependencia de las plataformas, donde la visibilidad viene dictada por lógicas algorítmicas más que por el mérito artístico.

En el contexto italiano, persiste una brecha generacional e institucional entre:

- Las instituciones tradicionales (museos, academias, organismos culturales públicos) que dan prioridad a expresiones artísticas consolidadas como la pintura, la escultura y las artes escénicas clásicas.
- Artistas más jóvenes y experimentales que trabajan con nuevos medios, formatos híbridos y prácticas interdisciplinarias, pero que a menudo tienen dificultades para obtener reconocimiento institucional. Por ejemplo, mientras que bienales y festivales como la Bienal de Venecia o el Festival Romaeuropa acogen el arte digital y performativo contemporáneo, la mayoría de las instituciones siguen siendo conservadoras y dan preferencia a las formas artísticas tradicionales. Esta brecha limita el potencial de los artistas emergentes que desean abordar la narración interactiva, los medios inmersivos o la performance digital como expresiones artísticas legítimas.

Como sugiere Claire Bishop (2012), el mundo del arte se encuentra en una encrucijada crítica en la que las tecnologías digitales están reconfigurando la producción artística y la participación del público. Sin embargo, las instituciones deben adaptarse a este cambio para evitar la exclusión de nuevas voces artísticas. En Italia, el reto sigue siendo el mismo: ¿cómo pueden los artistas salvar la brecha entre los ecosistemas artísticos tradicionales y digitales al tiempo que garantizan la sostenibilidad financiera?

El papel de los medios de comunicación en el panorama artístico

Los medios de comunicación en Italia desempeñan un papel ambiguo y a menudo contradictorio en el sector cultural. Mientras que las principales plataformas mediáticas, tanto públicas como independientes, cubren eventos artísticos de gran repercusión, los artistas emergentes y experimentales luchan por hacerse visibles a menos que se alineen con las narrativas institucionales dominantes. Este fenómeno refleja una tensión más amplia entre los ecosistemas mediáticos tradicionales y los digitales, donde el acceso al discurso público sigue estando dictado en gran medida por mecanismos de control de acceso económicos, políticos y culturales (Hesmondhalgh, 2019).

Medios tradicionales y control cultural

En Italia, los canales de radiodifusión pública (por ejemplo, la RAI, Radio 3 y publicaciones culturales especializadas como **Il Sole 24 Ore Cultura** o **Artribune**) tienden a dar prioridad a las artes tradicionales, la música clásica y las exposiciones de importancia histórica. Este enfoque se deriva de una política cultural que privilegia la conservación del patrimonio frente a la producción artística contemporánea (Bonini, 2020). Como resultado, los artistas experimentales y digitales suelen encontrar un espacio limitado en el discurso cultural dominante, lo que refuerza la percepción de que el arte contemporáneo existe al margen de la identidad nacional.

Pierre Bourdieu (1998) describe la legitimidad cultural como algo vinculado a lo institucional reconocimiento, donde la visibilidad en los medios tradicionales es tanto un indicador del valor artístico como un requisito previo para la sostenibilidad profesional. En Italia, este mecanismo beneficia de manera desproporcionada a los artistas consagrados, lo que obliga a los profesionales más jóvenes o interdisciplinarios a recurrir a redes alternativas de autopromoción (Santagata, 2014). La relación entre los medios de comunicación y las artes en Italia también está condicionada por limitaciones políticas y económicas. Las instituciones de radiodifusión pública, aunque nominalmente independientes, suelen reflejar políticas culturales gubernamentales que dan prioridad a la preservación del patrimonio, la identidad nacional y el turismo económico frente a las prácticas artísticas de vanguardia o comprometidas políticamente (Bennett, 2013). Esto da lugar a:

- Una visibilidad selectiva, en la que el arte contemporáneo se destaca principalmente cuando se alinea con objetivos institucionales más amplios (por ejemplo, bienales a gran escala o exposiciones patrocinadas por los ministerios de cultura).
- Estrategias mediáticas orientadas al mercado, en las que las cadenas de televisión y los medios de comunicación privados dan prioridad a las formas artísticas comercialmente viables frente a las obras experimentales o de carácter activista.
- Censura y autocensura, especialmente en los casos en que la expresión artística desafía las narrativas políticas o religiosas dominantes (Baker y Blaagaard, 2016). El declive del periodismo artístico independiente agrava aún más este problema. Mientras los medios tradicionales luchan por su sostenibilidad económica, muchos críticos de arte y periodistas culturales se enfrentan a una presión cada vez mayor para ajustarse a narrativas favorables al mercado, lo que limita el discurso crítico sobre las prácticas artísticas contemporáneas (Jones, 2018).

A diferencia de los medios tradicionales, las plataformas digitales ofrecen un espacio más descentralizado en el que los artistas pueden promocionarse por sí mismos, interactuar directamente con el público y eludir a los filtros institucionales (Arora y Vermeylen, 2013). Plataformas como Instagram, TikTok y YouTube se han convertido en espacios fundamentales para la visibilidad artística, fomentando nuevas formas de interacción entre los artistas y el público. Sin embargo, la democratización del acceso a los medios conlleva nuevos retos:

- Exposición impulsada por algoritmos: las plataformas de redes sociales priorizan las métricas de interacción por encima del mérito artístico, lo que conduce al predominio de contenidos visualmente impactantes y de fácil consumo, en lugar de obras conceptualmente complejas o experimentales (Bishop, 2012).
- Desinformación y colapso del contexto: La rápida circulación de imágenes y narrativas a menudo conduce a interpretaciones erróneas de la intención artística, en las que las obras se despojan de su contexto original y se reutilizan para tendencias virales.
- Dependencia de las plataformas: Los artistas deben adaptarse constantemente a los algoritmos cambiantes y a las políticas corporativas, que pueden dejar de dar prioridad a ciertos tipos de contenido o restringir la visibilidad de forma repentina (Gillespie, 2018).

El caso del activismo digital en las artes ilustra estas tensiones. Si bien las redes sociales permiten la movilización y la defensa de base, también exponen a los artistas al acoso en línea, la censura y la mercantilización de la estética activista (Dean, 2010).

Alfabetización mediática y estrategias artísticas

Para los artistas que se mueven en este complejo panorama, la alfabetización mediática es esencial. Comprender cómo se construyen las narrativas y cómo los distintos medios enmarcan la obra artística permite una interacción más estratégica con las plataformas tanto tradicionales como digitales.

Durante mi participación en el proyecto PMP, exploré cómo las herramientas digitales pueden servir tanto de medio como de objeto de investigación artística. En concreto, mi investigación se centró en:

- La representación de la identidad y los cuerpos marginados en los espacios digitales.
- La naturaleza performativa de las redes sociales, donde la identidad artística se construye a menudo a través de personas online cuidadosamente seleccionadas.
- La intersección entre el activismo y la estética, examinando cómo la narración digital puede desafiar las narrativas culturales dominantes.

Al integrar la teoría crítica de los medios en la práctica artística, los artistas pueden desarrollar estrategias de visibilidad más resilientes y adaptables, garantizando que su obra no solo sea vista, sino también contextualizada dentro de discursos artísticos y sociopolíticos significativos (Steyerl, 2017).

Buenas prácticas en el uso de los medios de comunicación

En el panorama del arte contemporáneo, la interacción con los medios no es solo una herramienta promocional, sino un aspecto fundamental de la práctica artística. La digitalización del sector cultural ha transformado la forma en que los artistas construyen su identidad profesional, conectan con el público y se mueven por los espacios institucionales e independientes. A partir tanto de mi experiencia personal como de la observación de otros artistas, he identificado tres prácticas recomendadas clave para la interacción con los medios: la autorrepresentación estratégica, la interacción multiplataforma y la narración colaborativa.

Autorrepresentación estratégica: la creación de una identidad artística coherente

En un entorno saturado de medios de comunicación, la autorrepresentación estratégica es fundamental. Los artistas deben desarrollar una narrativa coherente y reconocible sobre su obra, asegurándose de que su visión artística quede claramente expresada en múltiples plataformas (Bourdieu, 1993). Esto implica:

- Desarrollar una página web personal sólida, que sirva como centro neurálgico para los portfolios, las declaraciones y la documentación de los proyectos (GioCredi, 2016).
- Mantener una identidad visual y temática coherente en todos los canales de redes sociales, reforzando la autenticidad y la credibilidad artísticas (Marwick, 2013).
- Colaborar con la prensa y las publicaciones independientes, distribuyendo estratégicamente y artículos para llegar a públicos especializados y generalistas.

Un ejemplo relevante es la práctica del «autoarchivo», en la que los artistas documentan y curan sistemáticamente su presencia digital. Hito Steyerl (2017) destaca cómo los artistas contemporáneos utilizan el autoarchivo tanto como estrategia de resistencia contra la obsolescencia digital como forma de controlar su representación pública.

Además, los artistas deben sortear la delgada línea entre la visibilidad y la sobreexposición. Mantener un equilibrio entre la integridad artística y la autopromoción es crucial para evitar las trampas de la performatividad digital, donde los artistas se ven presionados a ajustarse a la estética en línea dictada por la visibilidad algorítmica (Gillespie, 2018). Participación multiplataforma: diversificación de las estrategias mediáticas. Depender de un único canal mediático ya no es viable en una era en la que los ecosistemas digitales están fragmentados.

Los artistas más eficaces desarrollan estrategias de participación multiplataforma, asegurándose de que su presencia se extienda a través de redes institucionales, independientes y digitales. Esto implica:

- Participar en exposiciones y festivales institucionales, que aportan credibilidad y apoyo financiero.
- Crear contenidos digitales que vayan más allá de la representación estática, como blogs, ensayos en vídeo y proyectos multimedia interactivos (Bishop, 2012).

- Aprovechar canales de distribución alternativos, incluyendo plataformas gestionadas por artistas, publicaciones en línea y mercados de arte descentralizados basados en blockchain (Rogers, 2020). Por ejemplo, los artistas multidisciplinares suelen emplear la narración transmedia, en la que sus narrativas se desarrollan a través de múltiples formatos (Jenkins, 2006). La performance Real Fake, que co-desarrollé, ejemplifica este enfoque al existir tanto como evento en directo como vídeo-performance participativa, lo que permite al público interactuar a través de diferentes medios. Además, los artistas deben seguir adaptándose a las infraestructuras digitales cambiantes. La dependencia de las plataformas supone un riesgo, ya que los cambios en los algoritmos pueden reducir drásticamente la visibilidad (Cotter, 2021). El desarrollo de listas de correo, archivos independientes y estrategias descentralizadas de intercambio de contenidos garantiza la sostenibilidad más allá de los ecosistemas mediáticos corporativos.

Narrativa colaborativa: ampliar el impacto artístico

La colaboración se ha convertido en una práctica fundamental para ampliar la visibilidad, diversificar las narrativas y fomentar la resistencia artística. La experiencia de la residencia en Forte Marghera demostró cómo las exploraciones digitales colectivas de la identidad generan un discurso cultural que va más allá de las contribuciones artísticas individuales. Entre las prácticas de narración colaborativa se incluyen:

- Co-creación de contenidos mediáticos mediante colaboraciones artísticas interdisciplinarias, integrando elementos visuales, performativos y textuales.
- Implicación en procesos de narración comunitaria (community-driven storytelling), dando visibilidad a voces marginadas y creando contranarrativas frente a las representaciones dominantes en los medios de comunicación (Chandler & Munday, 2020).
- Uso de formatos de medios participativos, en los que el público desempeña un papel activo en la configuración del proceso artístico (Gauntlett, 2011).

Un ejemplo es la performance en red (Dixon, 2007), en la que los artistas utilizan retransmisiones en directo, medios interactivos y plataformas participativas para crear performances descentralizadas y en tiempo real. Esta estrategia quedó patente en nuestra exploración de Venecia, donde las herramientas digitales permitieron la interacción y la documentación en tiempo real con el público, transformando la ciudad en un espacio narrativo dinámico.

La narración colaborativa también se alinea con estrategias mediáticas interseccionales, en las que los artistas ponen en primer plano temas de identidad, resistencia y crítica social (Crenshaw, 1989). Al comprometerse con perspectivas diversas, los artistas contribuyen a conversaciones culturales más amplias que desafían las exclusiones institucionales y los sesgos algorítmicos en la esfera digital.

Características especiales de la residencia: presencia mediática profesional

Con motivo del taller del proyecto «*European Professional Media Presence*» (PMP), celebrado en abril de 2024, y de la residencia artística de mayo de 2024 en *Live Arts Culture*, en Mestre (Venecia), comencé a realizar entrevistas en vídeo a algunos de los 32 artistas europeos que participaron en el taller. Estas entrevistas se convirtieron en la base de mi exploración de la materialización de los gestos. El cuerpo y los movimientos de los entrevistados, junto con vídeos preseleccionados que abordaban el tema del *acoso callejero*, me permitieron desarrollar un *vocabulario de gestos*. La oportunidad de interactuar con artistas de diversos orígenes socioculturales propició un debate más amplio sobre el acoso callejero, lo que permitió una reflexión comparativa sobre su percepción e impacto en diferentes contextos europeos.

Tras ser seleccionada por *Perypezye Urbane* y *Professional Media Presence* para la beca de residencia de *Creative Europe*, tuve la oportunidad de llevar a cabo mi primera investigación en profundidad y práctica sobre «*Cat Care Calling*» en *Live Arts Culture*. Durante la residencia, di un primer paso crucial para transformar este concepto en una actuación de danza. En colaboración con Giselda Ranieri, inicié una serie de prácticas corporales que más tarde constituirían la base de la actuación final.

A lo largo de este proceso, una pregunta central guió mi enfoque:



«¿Cómo puede transformarse un acto de violencia en un acto de sanación?»



Para explorar esto, me dediqué a prácticas experimentales destinadas a cambiar la percepción de la violencia, evitando la victimización y fomentando, en su lugar, un espacio de cuidado como medio de empoderamiento. Abordé el cuidado como un acto de recuperación de la agencia, en el que la autodeterminación se convierte en una fuerza contraria a la vulnerabilidad impuesta.

La investigación condujo a la definición de cuatro *capítulos/prácticas corporales* fundamentales:

VOCABULARIO Y ENCARNACIÓN – Desarrollar un lenguaje de gestos extraído de las experiencias vividas

MITOLOGÍA DEL FUTURO – Reimaginar los cuerpos a través de una lente ecofeminista, fusionando elementos humanos, animales y botánicos.

REAPROPIACIÓN – Transformar los gestos violentos en actos de cuidado y empoderamiento.

Metodología: Transformar la violencia en sanación

La investigación se estructuró a través de *entrevistas, estudios de la corporalidad y el desarrollo de un vocabulario performativo*:

Entrevistas: Las entrevistas en vídeo que realicé a artistas durante el taller *Artist Media Presence* tenían como objetivo recabar perspectivas directas sobre el catcalling. Las preguntas planteadas incluían:

- «¿Sabes lo que es el acoso callejero?»
- «¿Alguna vez has sufrido piropos callejeros?»
- «¿Cómo se puede convertir un acto violento de piropes en un gesto de cariño?»
- «¿Puedes hacer un gesto que represente tu percepción del piropo?»

Las respuestas proporcionaron perspectivas inesperadas y contribuyeron a la investigación performativa. Un agradecimiento especial a Elvira Martos, Natalia Bozikova, Marcelo Doño, Kruno Jost, Sirkka Miradonna y Martina Freyja por su participación.

Representación corporal: De las entrevistas surgieron palabras y acciones clave, como ser perseguida, que te hagan señas, silbidos, miradas penetrantes, gritos, comentarios no solicitados e interacciones en el espacio público. Hice un mapa de los gestos descritos, que incluían susurros,

guiñar el ojo, pellizcar, chasquear los dedos, aplaudir y movimientos corporales sugerentes, entre otros. Junto con Giselda Ranieri, realizamos ejercicios físicos para encarnar y deconstruir estos movimientos, transformándolos finalmente en un nuevo lenguaje performativo.

Vocabulario gestual: Inspirándome en el Diccionario de gestos italianos de Bruno Munari, desarrollé un vocabulario de «catcalling», catalogando los movimientos tanto de las víctimas como de los autores de este acoso. Algunos gestos procedían directamente de las entrevistadas, mientras que otros surgieron de exploraciones improvisadas.

Mitología del futuro: Un momento crítico de la performance fue la transformación de la imagen estereotipada de un cuerpo femenino sometido a la cosificación en una forma híbrida. A través del trabajo con sombras y la metamorfosis física, el cuerpo se movió hacia una nueva identidad: una entidad que se funde con los elementos naturales, encarnando la perspectiva ecofeminista en la que la fusión de la vida humana, animal y vegetal da lugar a una visión posantropocéntrica.

Reapropiación: La fase final de la investigación se centró en la recuperación del poder a través del movimiento. Esto supuso reconvertir los gestos violentos en movimientos de cuidado, explorando cómo la agresividad podía invertirse para fomentar la fuerza y la capacidad de acción. Al llevar a cabo estas transformaciones ante el público, la obra invitaba a los espectadores a presenciar y participar en el proceso de recuperación.

Informe final: del encuentro con el proyecto PMP a la performance Cat Care Calling

La experiencia con el proyecto Professional Media Presence (PMP) fue transformadora, influyendo tanto en mi práctica artística como en mi comprensión del papel de los medios de comunicación en la configuración de la identidad profesional.

Seminario en línea: El punto de partida – Mi primer contacto con PMP fue a través de un seminario en línea, donde asistí a debates sobre la intersección entre los medios digitales y el arte. Estos intercambios resonaron con mi investigación en curso y reforzaron mi deseo de colaborar dentro de esta red.

Taller en Forte Marghera: Crecimiento artístico y diálogo – El taller presencial en Forte Marghera proporcionó un espacio único para el intercambio artístico con 32 artistas internacionales. Explorar la ciudad de Venecia y participar en la investigación colectiva amplió el alcance de mi proyecto, reforzando la conexión entre la interseccionalidad, la performance y la presencia digital.

De la investigación a la performance: Cat Care Calling – El proyecto Cat Care Calling pasó de ser una serie de entrevistas a convertirse en una performance estructurada desarrollada durante la residencia en Mestre. La colaboración con Giselda Ranieri condujo a una exploración basada en la danza de cómo un acto de violencia puede subvertirse y redefinirse como un proceso de sanación.

Esta metodología se estructuró en torno a cuatro componentes clave: Vocabulario – Identificar

y catalogar los gestos relacionados con el catcalling.

Encarnación: traducir estos gestos a un lenguaje performativo.

Mitología del futuro: Reimaginar la transformación del cuerpo más allá de los roles sociales impuestos.

Reapropiación/Empoderamiento: utilizar el movimiento como herramienta para recuperar la agencia.

El proceso de investigación completo y las reflexiones sobre la residencia se documentan en el artículo: https://pmpproject.turkuamk.fi/blogs/working-in-artist-residency-in-venice-what-is-catcare-calling/?fbclid=PAZXh0bgNhZW0CMTEAAaf8aQlZTFjXexkauZ8Lj2n6l3YG_DFgAiyQoo3exCO_osRyq8VxATgTOho_aem_GgkANGtxx68oEvp_hExcog

Conclusión

La experiencia con el PMP ha sido fundamental para dar forma a mi enfoque de la performance y la interacción con los medios de comunicación. Mediante la integración de la investigación basada en entrevistas, las prácticas de encarnación y las herramientas digitales, he desarrollado una metodología que no solo deconstruye los gestos sociales violentos, sino que también los recupera como una forma de empoderamiento. De cara al futuro, mi objetivo es ampliar «Cat Care Calling» para convertirla en una performance de múltiples capas que siga cuestionando las percepciones sobre la violencia de género, ofreciendo nuevas vías para la reflexión, el diálogo y la transformación.

Referencias

- Arora, P., y Vermeulen, F. (2013). ¿El fin del artista? Artistas, museos y la era digital. *Museum Management and Curatorship*, 28(5), 438-451.
- Baker, S., y Blaagaard, B. (2016). El periodismo y la cultura de la vigilancia: ¿control y empoderamiento de la sociedad? Routledge.
- Bennett, T. (2013). Crear cultura, cambiar la sociedad. Routledge.
- Bishop, C. (2012). *Infiernos artificiales: el arte participativo y la política del espectador*. Verso.
- Bonini, T. (2020). Los medios de comunicación de servicio público y la era digital: perspectivas internacionales. Bloomsbury.
- Bourdieu, P. (1993). *El campo de la producción cultural: Ensayos sobre arte y literatura*. Columbia University Press.
- Bourdieu, P. (1998). *Sobre la televisión*. The New Press.
- Chandler, D. y Munday, R. (2020). *Diccionario de medios y comunicación*. Oxford University Press.
- Cotter, K. (2021). Visibilidad algorítmica: plataformas, poder y la regulación del trabajo creativo. *New Media & Society*, 23(6), 1441-1462.
- Crenshaw, K. (1989). Desmarginalizando la intersección de raza y género: una crítica feminista negra de la doctrina antidiscriminatoria, la teoría feminista y la política antirracista. *University of Chicago Legal Forum*.
- Dean, J. (2010). *Teoría del blog: retroalimentación y captura en los circuitos del impulso*. Polity.
- Dixon, S. (2007). *Performance digital: una historia de los nuevos medios en el teatro, la danza, el arte performativo y la instalación*. MIT Press.
- Florida, R. (2002). *El auge de la clase creativa: y cómo está transformando el trabajo, el ocio, la comunidad y la vida cotidiana*. Basic Books.
- Gauntlett, D. (2011). *Crear es conectar: el significado social de la creatividad, desde el bricolaje y el punto hasta YouTube y la Web 2.0*. Polity Press.
- Gillespie, T. (2018). *Los guardianes de Internet: plataformas, moderación de contenidos y las decisiones ocultas que dan forma a las redes sociales*. Yale University Press.

- GioCredi, J. (2016). Branding para artistas: cómo desarrollar una narrativa personal en la era digital. *Journal of Arts Management*, 14(2), 95-112.
- Hesmondhalgh, D. (2019). *Las industrias culturales*. Sage.
- Jenkins, H. (2006). *Cultura de la convergencia: donde chocan los medios antiguos y los nuevos*. NYU Press.
- Jones, C. (2018). Crítica de arte en línea: visibilidad, valor y el giro digital. *Journal of Visual Culture*, 17(2), 1-15.
- Marwick, A. (2013). *Actualización de estado: Famosos, publicidad y marcas en la era de las redes sociales*. Yale University Press.
- Menger, P.-M. (2006). Mercados laborales artísticos: trabajo precario, exceso de oferta y gestión del riesgo laboral. En Ginsburgh y Throsby (Eds.), *Manual de economía del arte y la cultura* (pp. 765-811). Elsevier.
- Rogers, R. (2020). *Deplatforming: La lucha por la libertad de expresión en Internet*. MIT Press.
- Santagata, W. (2014). *La fábrica de la cultura: creatividad y producción cultural*. Springer.
- Steyerl, H. (2017). *Arte libre de impuestos: el arte en la era de la guerra civil planetaria*. Verso.



Los medios de comunicación y la identidad a través de una lente hidrofeminista

Alexanda Stroganova, artista residente en Split, otoño de 2025

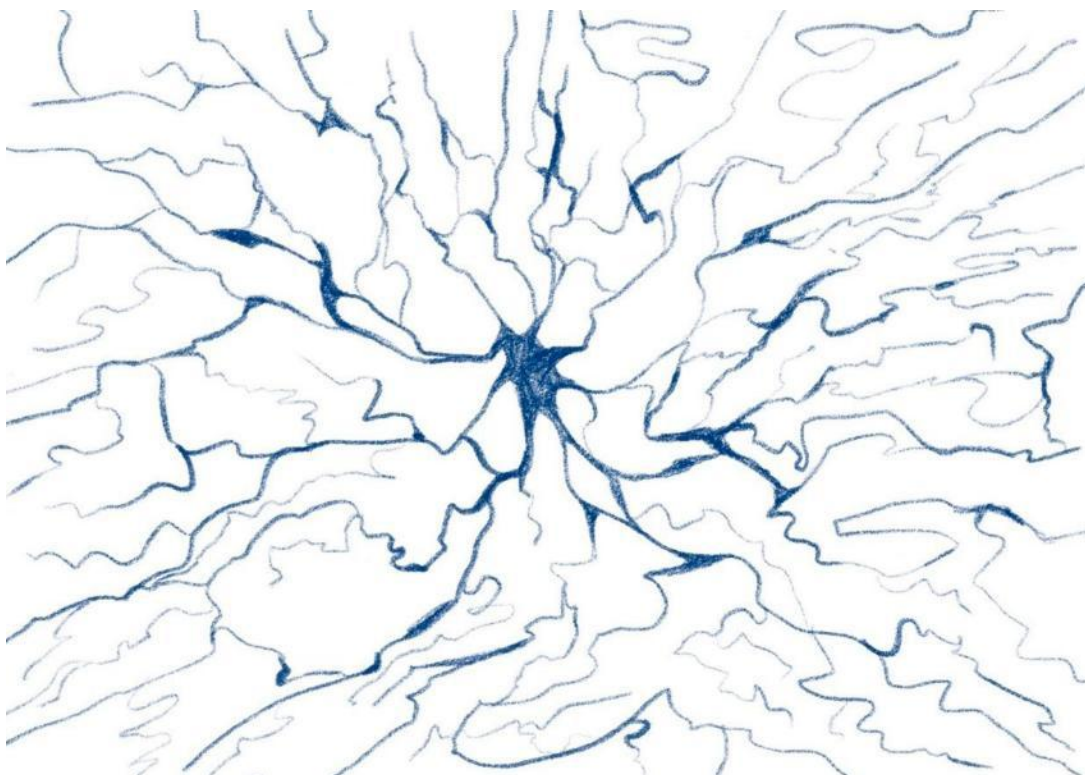


Figura 1. (Alexandra Stroganova)

Prólogo

«Estamos todos juntos en esto, pero no somos todos iguales»

- Rosi Braidotti

«Todos somos cuerpos de agua»

- Astrida Neimanis

Astrida Neimanis, pensadora feminista y académica, señaló en su intervención en la Bienal de Riga de 2021 que «todos estamos a la deriva». Estar a la deriva significa sentirse desorientado, sin saber qué hacer. Esta expresión define con gran precisión cómo se sienten muchas personas, y especialmente los artistas, en este mundo que se ha vuelto loco. Cambio climático. Deshielo de los glaciares. Extinción masiva de especies. Contaminación. Deforestación. Insecticidas. Guerras. Pandemias.



El auge de la política de extrema derecha. El fascismo. La crisis migratoria. La supremacía blanca. La misoginia. La injusticia. Y un largo etcétera. Sin duda, el mundo navega en estos momentos por aguas turbulentas. ¿Cómo no rendirse, sino más bien «permanecer con la dificultad» (Haraway, 2016) de este mundo y convertirlo en un lugar mejor no solo para las personas, sino para todas las entidades vivas y no vivas? ¿Cómo puede la reconfiguración de la forma de pensar y de estar en este mundo conducir nuestra embarcación hacia un horizonte más justo y equitativo? ¿Qué pueden hacer los artistas para contribuir a la mejora del mundo en su volatilidad?

En esta turbulenta era de crisis múltiples, muchas pensadoras feministas recurren al poshumanismo para abordar las limitaciones del pensamiento antropocéntrico. Donna Haraway, Astrida Neimanis, Rosi Braidotti, Stacy Alaimo, Karen Barad y muchas otras han señalado que el feminismo no se limita a los derechos de las mujeres, sino que abarca todos los derechos humanos y, lo que es más importante, los derechos más-que-humanos. Estas teóricas nos instan a replantearnos la posición central de los seres humanos en el mundo y su separación de la naturaleza (véase, por ejemplo, Barad, 2007; Haraway, 2016; Neimanis, 2017; Braidotti, 2013; Alaimo, 2010). Abogan por una forma de pensar y de ser más relacional y proponen ver el mundo como interconectado o, por utilizar un término de Barad (Barad, 2007), «intra-conectado», donde todo está «siempre ya enredado en relaciones con una multitud de otros seres (animales, vegetales, digitales y geológicos) y en las formas en que se influyen mutuamente» (Åsberg, 2021).

Este ensayo presenta varios conceptos que invitan a la reflexión para artistas (y otras personas) que buscan abordar las cuestiones contemporáneas relacionadas con **la ética, la identidad y los medios de comunicación**. En lugar de ofrecer una lista de respuestas prefabricadas, presenta nuevas perspectivas y ejercicios de reflexión que pueden ayudarte a definir tu propia postura respecto a estos temas. El texto se inspira especialmente en una corriente de la filosofía feminista poshumana conocida como hidrofeminismo (Neimanis, 2012). El hidrofeminismo sugiere que todos los cuerpos son cuerpos de agua y nos invita a pensar con el agua —tanto metafórica como literalmente— para comprender la relacionalidad de todos los cuerpos de agua, tanto humanos como más que humanos.

Los distintos medios de comunicación pueden ser herramientas eficaces o casi imprescindibles en la comunicación contemporánea, así como en la creación y difusión del conocimiento. La relación de los artistas con los medios de comunicación viene determinada por sus identidades, que a su vez están moldeadas por los propios medios. Por lo tanto, explorar la identidad desde diferentes perspectivas nos ayuda a aclarar qué intentamos o queremos comunicar, por qué ciertos temas nos atraen o nos alejan repetidamente y, por otro lado, cómo nos afecta estar presentes en los medios. Por último, comprender la ética del uso de los medios y su papel en la práctica artística es crucial si queremos utilizar sus herramientas de forma sostenible y en una forma que refuerce los espacios democráticos, seguros e inclusivos, libres de sexismo y racismo, al tiempo que se respeta la libertad de expresión.

Este ensayo examina la compleja red de relaciones entre la identidad y los medios de comunicación desde una perspectiva hidrofeminista, explorando cómo una ética del cuidado podría influir en el uso de los medios y en la creación artística por parte de los profesionales del arte. El resto del ensayo se estructura de la siguiente manera. En primer lugar, define el hidrofeminismo como una forma de pensar «con el agua», haciendo hincapié en la interconexión y la permeabilidad de todos los cuerpos acuáticos. En segundo lugar, analiza cómo la identidad y los medios de comunicación se entrelazan en nuestro mundo contemporáneo, impulsado por la tecnología. En tercer lugar,

explora los medios de comunicación como una materialidad fluida. En cuarto lugar, analiza cómo el cuidado, la atención y la reciprocidad pueden orientar la forma en que los artistas utilizan los medios o crean sus obras. Al final de cada capítulo, se incluyen preguntas y un ejercicio para que el lector reflexione sobre el contenido del capítulo. Al replantear estas conexiones presentadas anteriormente, el ensayo pretende ayudar a los artistas a contemplar las implicaciones éticas de sus prácticas mediáticas, en beneficio tanto de los propios artistas como de las comunidades con las que interactúan, así como de nuestro futuro común.

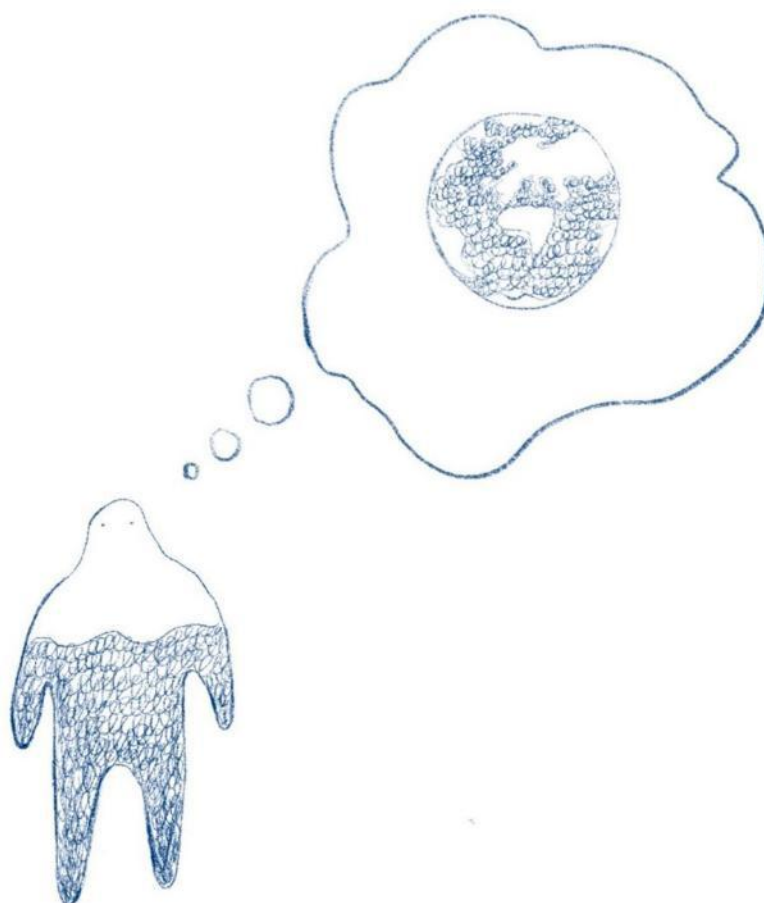


Figura 2. *(Alexandra Stroganova)*

Capítulo 1. Hidrofeminismo

«Reimaginarnos a nosotras mismas como cuerpos de agua no es, por tanto, solo un experimento sobre la encarnación humana, sino también un compromiso feminista con el seguimiento de los flujos de la marginación y la injusticia, así como de los de la conexión, el empoderamiento y la alegría que nuestras corporalidades acuáticas generan de forma colaborativa».

-Astrida Neimanis (2017, p. 64)

En este capítulo, desarrollo las ideas clave del hidrofeminismo, analizando cómo aborda el agua tanto como metáfora como fuerza material, dando forma a los mundos a través de flujos relacionales.

El hidrofeminismo es una corriente de la teoría feminista desarrollada por Astrida Neimanis (2012) que tiende un puente entre las ideas feministas y las ecológicas. En esta filosofía, el agua ocupa un lugar central y se entiende, tanto en sentido metafórico como literal, como una sustancia que conecta a todos los seres vivos y no vivos de nuestro planeta.

Neimanis (2012; 2017) afirma que los seres humanos y todos los seres vivos son, tanto en sentido literal como figurado, cuerpos de agua. El agua no solo pasa a través de nosotros como algo que bebemos, absorbemos y excretamos; también nos constituye: nuestros cuerpos están compuestos por más de la mitad de agua. Por lo tanto, ser una masa de agua significa ser tanto un portador de agua como el agua misma. Cuando reconocemos que nuestro planeta es un planeta oceánico mucho más que «tierra», y que toda la vida se sustenta gracias al agua, la frontera entre los seres humanos y lo más que humano comienza a difuminarse. De este reconocimiento surge un desafío a las ideas antropocéntricas que nos separan de todo lo demás. El hidrofeminismo sugiere que «todos somos cuerpos de agua» y que todos los cuerpos de agua están conectados a través de una reciprocidad acuática con otros cuerpos y ecosistemas, y por lo tanto no existen de forma aislada, sino siempre en relación. Neimanis (2017) describe esta interconexión como unos «hidrocomunes más que humanos»: «Los cuerpos de agua nos piden que imaginemos estas aguas corpóreas como parte de unos hidrocomunes que nosotros creamos y que, a su vez, nos crean a nosotros» (p. 169).

Al poner en primer plano la agencia del agua y las relaciones más allá de lo humano, el hidrofeminismo cuestiona el excepcionalismo humano y reposiciona a los seres humanos como participantes en los procesos planetarios, en lugar de como sus amos.

Todos los cuerpos de agua están conectados, pero no son iguales (Neimanis, 2017). Decir que todos estamos conectados a través del agua no significa disolver todas las diferencias en una gran masa homogénea. El hidrofeminismo insiste en que permanezcamos atentos a las historias coloniales, la desigualdad estructural, la injusticia medioambiental, las vulnerabilidades racializadas y de género y el daño ecológico. Aboga por un replanteamiento de la ética, la justicia y el cuidado en el contexto del cambio climático, el aumento del nivel del mar, la contaminación del agua y otras crisis. De hecho, este cambio de perspectiva puede abrir nuestra imaginación, como pregunta Astrida Neimanis: «¿Qué tipo de ética cultivaríamos si prestáramos atención a nuestros orígenes acuáticos? ¿Cómo podríamos reimaginar el parentesco y la conexión si recordáramos esta red ineludible de animales, plantas, ríos, nubes y océanos, pero también de depuradoras, balsas de residuos y agua sucia de fregar, que circula a través de nosotros? Esto puede sugerir diferentes tipos de responsabilidades» (Neimanis y Blackmore, 2024)

Interludio 1. Percibir los hidrocomunes

Aquí propongo un pequeño ejercicio para sentir y conectar con los hidrocomunes. Si tienes acceso a algún lugar con agua (pequeño estanque, río, lago, mar, arroyo, pantano, etc.), puedes dar un paseo por allí y buscar un lugar tranquilo donde sentarte o quedarte de pie unos minutos. Si no, no te preocupes, este ejercicio se puede hacer en cualquier sitio.

Busca un lugar adecuado. Ponte en una posición cómoda. Si puedes, siéntate. Lee primero las instrucciones y luego cierra los ojos.

Presta atención a tu respiración. Respira profundamente. Exhala. Siente cómo entra y sale el aire.

*Inspira.Exhala.
Inspira. Exhala.*

Presta atención a los sonidos que te rodean. Coloca las manos sobre el pecho. Siente el agua dentro de tu cuerpo. ¿Está quieta o fluye? ¿Es fría o cálida? ¿Tranquila o turbia? Imagina que esa misma agua fluye por el cuerpo de la otra persona. Por el cuerpo del otro animal.

En el pez del mar, en el pájaro del cielo, en el árbol del parque.

Inhala. Exhala.

Piensa en un momento en el que el agua te cuidó, o en el que tú cuidaste del agua. ¿Cómo te sentiste?

Inhala. Exhala.

Recuerda aquel momento en el que estabas completamente rodeado de agua, en el útero de tu madre. Recuerda la calidez de esas aguas... ¿cómo te sentías flotando en el océano de amor y cuidados?

Inspira. Exhala.

Ahora piensa por un momento en tu situación en este mundo en relación con el agua. ¿Tienes el privilegio de poder acceder a ella la mayor parte del tiempo? Reconoce este privilegio. Intenta no sentirte culpable, sino da las gracias al agua por estar ahí para ti y piensa en qué podrías hacer para aportar más amor, cuidado y justicia a este mundo.

*Inhala. Exhala.
Inhala. Exhala.
Inhala. Exhala.*

Recupera la conciencia poco a poco moviendo los dedos de las manos y los pies, sintiendo todas las partes de tu cuerpo y tu cabeza, y abriendo lentamente los ojos. ¿Cómo te has sentido?



Figura 3. (Alexandra Stroganova)

Capítulo 2. Identidad y medios de comunicación a través de la lente hidrofeminista

«Estamos hechos de lo que hay ahí fuera. Lo que hay ahí fuera nos hace ser quienes somos».

-Astrida Neimanis

En este capítulo se analiza cómo los conceptos de identidad y medios de comunicación pueden reconfigurarse a través del hidrofeminismo.

El diccionario Merriam-Webster define la identidad como «el carácter o la personalidad distintiva de un individuo», abarcando tanto los rasgos fisiológicos como los psicológicos que, a menudo, se supone que se desarrollan durante la infancia y se estabilizan en la edad adulta. Esta definición se centra en el individuo humano, pero la identidad no es meramente un rasgo humano; es un concepto amplio y multifacético y su significado depende del marco teórico en el que se sitúe.

La identidad está indisolublemente ligada al cuerpo y, por lo tanto, redefinir nuestros cuerpos como cuerpos de agua transforma nuestra forma de entender la identidad misma. Un enfoque hidrofeminista hace hincapié en la fluidez del cuerpo y, por ende, de la identidad, poniendo de relieve cómo nuestro sentido del yo surge a través de intercambios continuos con los mundos acuáticos y las redes ecológicas.

«El agua, como sabemos, es un elemento que cambia de forma: pasa del estado sólido al líquido y al gaseoso, y se instala en y como masas de todo tipo. El agua está indudablemente relacionada con lo fluido, pero, como materialización de una propiedad abstracta, nos permite pensar la importancia de esta materia de formas más específicas y situadas: en términos de los cuerpos que anima, las operaciones que hace posibles y los límites con los que se encuentra.» (Neimanis, 2017, p. 80)

Esta perspectiva desestabiliza la noción occidental del yo como algo discreto, autónomo y delimitado. En su lugar, entiende los cuerpos y, por consiguiente, las identidades como fluidos, relacionales e integrados en los ciclos hídricos planetarios. Desde un punto de vista hidrofeminista, la identidad no es fija ni autónoma; se encuentra siempre en un proceso continuo de «convertirse-con» los entornos, las tecnologías y las entidades tanto vivas como inanimadas. El «convertirse en» es un término que Donna Haraway (2016) utiliza para describir cómo los seres se configuran continuamente a través de sus relaciones con los demás y con su entorno. Esta perspectiva destaca que no nos convertimos en nosotros mismos de forma aislada, sino a través de encuentros continuos e interrelacionados con el mundo. Esto puede entenderse como un proceso de constante transformación de nuestra identidad, que se ve influida por las relaciones con otros actores —tanto humanos como no humanos— y con los entornos.

Los medios de comunicación, según la definición de dictionary.com, son «los medios de comunicación, como la radio y la televisión, los periódicos, las revistas e Internet, que llegan a un amplio público o influyen en él». Hoy en día, los medios de comunicación desempeñan un papel significativo no solo en la comunicación y la difusión del conocimiento, sino también en la configuración de identidades (Acim, 2025). Lo que vemos, leemos y escuchamos en los medios de comunicación determina nuestra forma de entender el mundo. Del mismo modo, lo que compartimos con el mundo a través de los medios influye en él y determina cómo nos percibe.

Partiendo del hidrofeminismo, los medios de comunicación pueden entenderse como una forma de materialidad fluida, que se mueve y se transforma de manera muy similar al agua. Neimanis (2012) describe el agua como un «medio material» que se filtra, circula y transporta recuerdos, mostrando cómo los cuerpos y los entornos intercambian constantemente significado. Esto ofrece una forma de reflexionar sobre cómo los medios absorben, redirigen y reconfiguran las narrativas de identidad a través de redes que nunca son neutrales. Para Neimanis (2012), todos los conocimientos están mediados. Partiendo de esto, la idea puede traducirse en entender la identidad como algo siempre mediado por tecnologías y herramientas mediáticas: un proceso fluido de reconfiguración constante. Al igual que el agua transporta historias ecológicas y políticas, las infraestructuras mediáticas conllevan sus propios sesgos y consecuencias. Ver los medios a través de esta lente pone de relieve la ética material, recordándonos que toda circulación, ya sea de agua o de información, tiene efectos que se propagan a través de los cuerpos, las tecnologías y las identidades.

Interludio 2. Comprender la identidad digital

Este ejercicio se puede realizar en cualquier lugar y en cualquier momento. Puede que te resulte útil disponer de un trozo de papel y un bolígrafo.

Reflexiona sobre las preguntas que aparecen a continuación y escribe tus ideas. También puedes hacer un dibujo o un mapa. No hay respuestas correctas ni incorrectas. El objetivo de este ejercicio es tomar conciencia de las complejidades, las posibilidades y las limitaciones de los medios de comunicación en relación con la identidad.

- *¿Crees que tienes una identidad fija o que está en constante cambio?*
- *¿Qué tipo de relaciones influyen en tu identidad personal?*
- *¿Tu identidad profesional está separada de la personal? ¿Cómo se manifiesta en los medios de comunicación?*
- *¿Tu identidad digital es la misma que tu identidad personal o profesional? ¿Cómo ha ido cambiando a lo largo del tiempo que has utilizado los medios de comunicación? ¿Qué podría haber influido en ese cambio?*
- *¿Tu identidad difiere en las distintas plataformas mediáticas?*

Puedes elegir a un artista que conozcas y comprobar cómo utiliza las plataformas mediáticas. ¿Está presente en varias plataformas mediáticas? ¿Cómo se manifiesta su identidad profesional y personal a través de los medios?

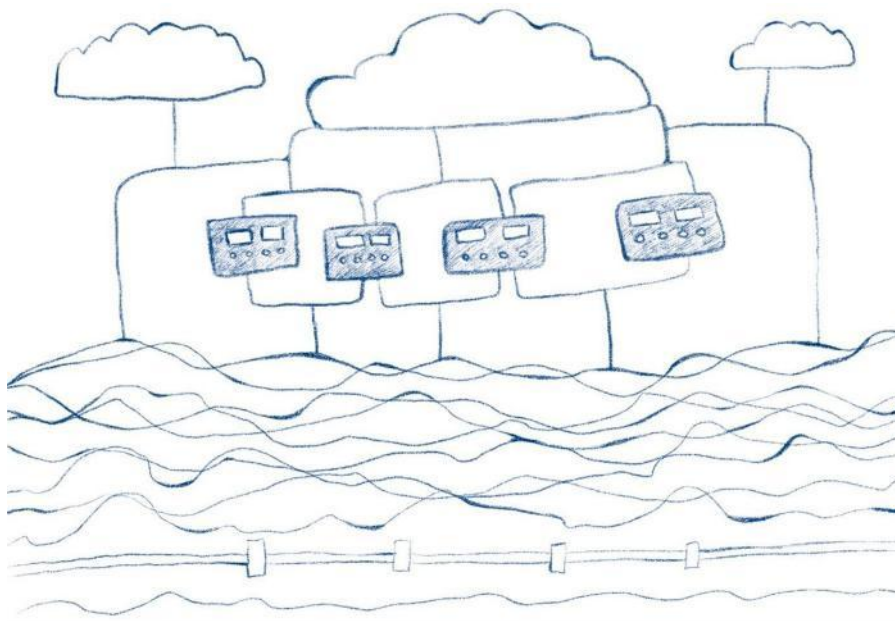


Figura 4. (Alexandra Stroganova)

Capítulo 3. Los medios como materialidad fluida y las aguas ocultas de los medios

El uso de los medios de comunicación se ha convertido en una parte integral de la vida de muchos artistas en todo el mundo. Si bien las redes sociales facilitan el intercambio y la difusión de información, permitiendo conexiones y formas de comunicación que eran inimaginables hace tan solo unas décadas, las cuestiones relacionadas con su uso responsable y la sostenibilidad de las infraestructuras mediáticas suscitan serias preocupaciones. Los algoritmos crean cámaras de eco donde las vías se estancan, como aguas residuales sin salida. A menudo percibimos y describimos los medios como flujos de imágenes, voces e identidades en el espacio digital.

El espacio digital parece infinito y efímero. Sin embargo, estas nubes, flujos y depósitos digitales dependen en gran medida de la infraestructura física: desde el hardware, como los teléfonos inteligentes y los ordenadores, hasta lo que hace posible esta red global y este espacio digital: los sistemas de cables submarinos, los servidores y los enormes centros de datos. Estos últimos dependen principalmente del agua como agente refrigerante. En los últimos años, el rápido crecimiento de digitalización ha impulsado una mayor demanda de centros de datos y, en consecuencia, un mayor consumo de agua en sus sistemas de refrigeración. Un solo centro de datos puede consumir cientos de millones de litros de agua potable al año, lo que puede equivaler a la cantidad de agua que consume una pequeña ciudad (Mytton, 2021). Esto, en sí mismo, plantea muchas preguntas, especialmente si se tiene en cuenta que muchos lugares del mundo sufren una grave aridez y la competencia por el agua.

Las «aguas ocultas» de los medios digitales revelan que los flujos aparentemente inmateriales de imágenes, identidades y comunicación dependen de un sistema hidrológico esencialmente material infraestructura. El agua se convierte en un medio de mediación: literalmente se lleva el calor de nuestras interacciones mediáticas. Desde esta perspectiva, la «nube» es un sistema hidrológico moldeado por la interacción entre los deseos humanos, las tecnologías digitales y los elementos. Esto plantea además una cuestión ética que se sitúa en el corazón del hidrofeminismo: ¿de quién son las aguas que se extraen, se desvían o incluso se sacrifican para sostener nuestras interacciones mediáticas, nuestros archivos y nuestros yo digitales? Este enfoque insiste en que la ecología mediática nunca es neutral, sino que está imbuida de una política hídrica planetaria que distribuye de forma desigual los riesgos, las cargas y las responsabilidades.

Interludio 3. Comprender tus medios

Este ejercicio tiene como objetivo reflexionar sobre las plataformas mediáticas que utilizamos y las redes de relaciones de las que forman parte. Elige una plataforma de medios digitales que utilices con frecuencia. Investiga quién es su propietario, dónde se encuentran sus servidores de datos y cómo se refrigeran.

¿Qué cuerpos de agua o sistemas energéticos los sustentan?

¿Cuánta agua se utiliza diariamente o anualmente para mantener esta plataforma?

¿Qué cuerpos de agua (literales o metafóricas) sustentan tu identidad digital?



Figura 5. (Alexandra Stroganova)

Capítulo 4. Ética hidrofeminista en el arte y los medios de comunicación

«Las imágenes visuales nunca son inocentes; siempre se construyen a través de diversas prácticas, tecnologías y conocimientos».

-Gillian Rose

Este capítulo explora cómo el cuidado, la atención y la reciprocidad pueden guiar a los artistas hacia prácticas artísticas y mediáticas más responsables, y resume cómo el hidrofeminismo puede inspirar enfoques éticos, interconectados y sostenibles para la creación artística y el uso de los medios de comunicación.

A menudo se tiende a considerar el arte como un producto acabado en lugar de como un proceso. Sin embargo, detrás de cada obra de arte —ya sea un objeto estático tradicional, una imagen en movimiento, arte sonoro, una instalación o cualquier otra cosa— siempre hay un proceso. Además, los artistas nunca crean de forma aislada.

Crear arte requiere una conexión con los materiales, las ideas, otros seres humanos y entidades más allá de lo humano. El arte es un proceso intrínsecamente entrelazado. De hecho, el arte nunca puede estar verdaderamente terminado; siempre está en proceso de devenir —devenir junto con los entornos en los que se sitúa y con quienes lo experimentan.

La presentación del arte a través de los medios añade otra capa más: la pantalla. Como resultado, el arte compartido en los medios pasa a formar parte de una cultura visual mediada por la tecnología. Y dado que la tecnología nunca es neutral, esto hace que la conciencia crítica entre los artistas sea una necesidad ¿Qué deciden compartir los artistas en Internet? ¿Son solo historias de éxito? ¿Muestran sus procesos creativos o solo la obra «terminada»? ¿Qué tipo de narrativas refuerza el arte que circula por los medios de comunicación? ¿Y cuánto espacio digital ocupa?

Es importante comprender el aspecto relacional de la creación artística para tomar mayor conciencia de sus implicaciones éticas. La creación artística exige a los artistas ser a la vez responsables y capaces de responder (Haraway, 2016). La «capacidad de responder» —un concepto introducido por Donna Haraway (2016)— reinterpreta la responsabilidad no como una mera rendición de cuentas, sino como la capacidad de responder con cuidado y consideración. Nos invita a ser «capaces de responder» al comprometernos atentamente con las complejidades del mundo, especialmente ante los retos ecológicos. En esencia, la capacidad de responder implica tomar decisiones meditadas, fomentar el entendimiento colectivo y forjar vínculos con otros seres a medida que nos enfrentamos y «permanecemos con los problemas» del mundo.

Al asumir esta responsabilidad, debemos plantearnos varias preguntas. ¿Cómo podemos fomentar prácticas de cuidado colectivo en una era de incertidumbre impulsada por la tecnología? ¿Cómo podemos crear y presentar el arte de formas más reflexivas? ¿Qué tipo de prácticas artísticas pueden marcar la diferencia en este mundo? La ética hidrofeminista, que hace hincapié en el cuidado, la escucha, la reciprocidad y la atención a diversos tipos de flujos, ofrece un marco para abordar estas cuestiones.

Una ética del cuidado nos anima a abordar los medios de comunicación no solo como herramientas de expresión, sino como entornos relacionales que implican responsabilidades, dependencias y consecuencias. En lugar de considerar los medios como neutros o exentos de fricciones, una práctica centrada en el cuidado pone de relieve las condiciones ecológicas, sociales y emocionales que dan forma a la creación y la circulación de los medios. Esta perspectiva tiene el potencial de ayudar a los artistas a desenvolverse en los medios de comunicación de varias maneras.

Una ética del cuidado respalda prácticas que priorizan el consentimiento, el contexto y la participación respetuosa. Anima a los artistas a considerar cómo las imágenes representan a los demás, cómo circulan las historias y cómo el público puede verse afectado por la obra. El cuidado también se extiende más allá de las relaciones humanas. Incluye la atención al agua, los materiales, los dispositivos y los entornos implicados en la producción. Una ética del cuidado ofrece una contrapráctica a la aceleración, la publicación constante y las presiones impulsadas por las plataformas. Legitima la lentitud, las pausas y la intencionalidad.

Para crear arte de forma más ética, los artistas deben ser conscientes del tipo de mensajes que transmite su obra. ¿Con quienes trabajan? ¿Cómo colaboran con esos seres humanos o con seres más que humanos? ¿De dónde proceden los materiales y qué contienen? ¿Qué recursos, como la electricidad y el agua, se utilizan y en qué cantidades? ¿Qué huellas deja el arte? Para crear arte de forma más ética y sostenible, los artistas deben ser conscientes de estas cuestiones y ser respetuosos con aquellos con quienes pensamos y trabajamos. Elegir materiales artísticos y formas de creación más sostenibles contribuirá a un futuro mejor para todos.

Interludio 4

¿En qué consiste el arte y la práctica mediática desde una perspectiva hidrofeminista y ética?

Consentimiento y visibilidad: respetar a los colaboradores y a los sujetos.

Ética digital: cuestionar los algoritmos, comprender el colonialismo de datos y los sesgos de las plataformas.

Ética ecológica: tener en cuenta los costes energéticos, hídricos y materiales de la producción artística y mediática.

¿Cuáles tu relación con el agua?

¿Cómo estamos todos conectados como cuerpos de agua?

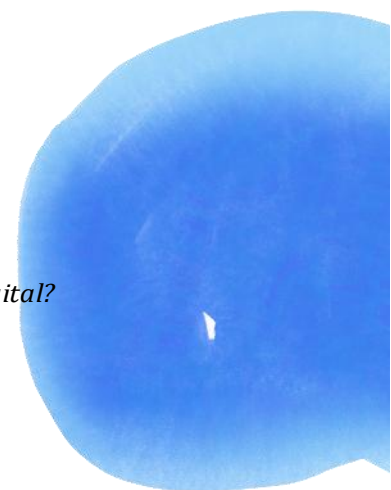
¿Qué historias encierran los archivos acuáticos?

¿Qué podemos aprender del agua?

¿Cuál es el impacto humano en el medio ambiente?

¿Qué huellas deja tu práctica artística en el mundo y en el ecosistema digital?

¿Tu trabajo amplifica o silencia las voces?



Epílogo

Este ensayo ha presentado un marco hidrofeminista para analizar el arte, la ética, la identidad y los medios de comunicación. En lugar de centrarse en lo que nos separa unos de otros y del mundo, ofrece una perspectiva que destaca cómo estamos conectados a través de nuestros cuerpos de agua. Esta perspectiva nos permite entender las identidades no como algo individual y fijo, sino reconociéndolas como fluidas y en constante cambio. Dado que el hidrofeminismo sostiene que todo está interconectado, la práctica artística ética debería tener en cuenta, junto con las perspectivas feministas convencionales de género, la justicia ecológica, las relaciones entre especies y los derechos y el bienestar del agua misma.

En última instancia, el hidrofeminismo no ofrece respuestas definitivas ni soluciones prescriptivas. Por el contrario, invita a una atención, una escucha y una respuesta continuas. Para los artistas y los profesionales de los medios de comunicación, esto significa mantenerse abiertos a cómo evolucionan las prácticas a través de las relaciones, los contextos y las condiciones materiales, y aceptar la incertidumbre como un espacio para el cuidado, la responsabilidad y el devenir colectivo.

Referencias:

- Acim, Y. (2025). El impacto de los medios de comunicación en la construcción de la identidad: Universidad Sultán Moulay Slimane. *Dibon Journal of Languages*, 1(2), 165–173. <https://doi.org/10.64169/djl.28>
- Alaimo, S. (2010). *Naturalezas corporales: ciencia, medio ambiente y el yo material*. Indiana University Press.
- Barad, K. (2007). *Encontrarse con el universo a mitad de camino: la física cuántica y el entrelazamiento de la materia y el significado*. Duke University Press.
- Braidotti, R. (2013). *Lo poshumano*. Polity Press.
- Haraway, D. J. (2016). *Permanecer con el problema. Crear parentesco en el Chtuluceno*. Duke University Press.
- Identidad. (s. f.). En el diccionario Merriam-Webster.com. Consultado el 24 de noviembre de 2025, en <https://www.merriam-webster.com/dictionary/identity>
- Medios de comunicación. (s. f.). En Dictionary.com. Consultado el 10 de diciembre de 2025, en <https://www.dictionary.com/browse/media>
- Mytton, D. (2021). Consumo de agua en los centros de datos. *npj Clean Water*, 4, 11. <https://doi.org/10.1038/s41545-021-00101-w>
- Neimanis, A., y Blackmore, L. (28 de abril de 2024). *Aprender con el agua*. En *La Escuela Journal*. Consultado el 10 de diciembre de 2025, en <https://laescuela.art/en/campus/library/journal/learning-with-water-astrida-neimanis>
- Neimanis, A. (2017). *Bodies Of Water – Posthuman Feminist Phenomenology*, Londres y Nueva York: Bloomsbury (https://monoskop.org/images/9/90/Neimanis_Astrida_Bodies_of_Water_Posthuman_Feminist_Phenomenology_2017.pdf)
- Neimanis, A. (2012). «Hydrofeminism: Or, on becoming a body of water». En H. Gunkel, C. Nigianni y F. Söderbäck (Eds.), *Hijas desobedientes: Movilización de conceptos, cuerpos y subjetividades del futuro en el pensamiento y la práctica feministas* (pp. 96–115). Palgrave Macmillan.
- Rose, Gillian. *Metodologías visuales: una introducción a la investigación con materiales visuales*. (1.^a ed. 2001; 5.^a ed. 2022).



Medios del futuro: Hacia una práctica regenerativa del cuidado

Ivana Tkalčić, artista en residencia en Barcelona, primavera de 2025

Introducción: La situación actual: saturación mediática y exposición tecnológica

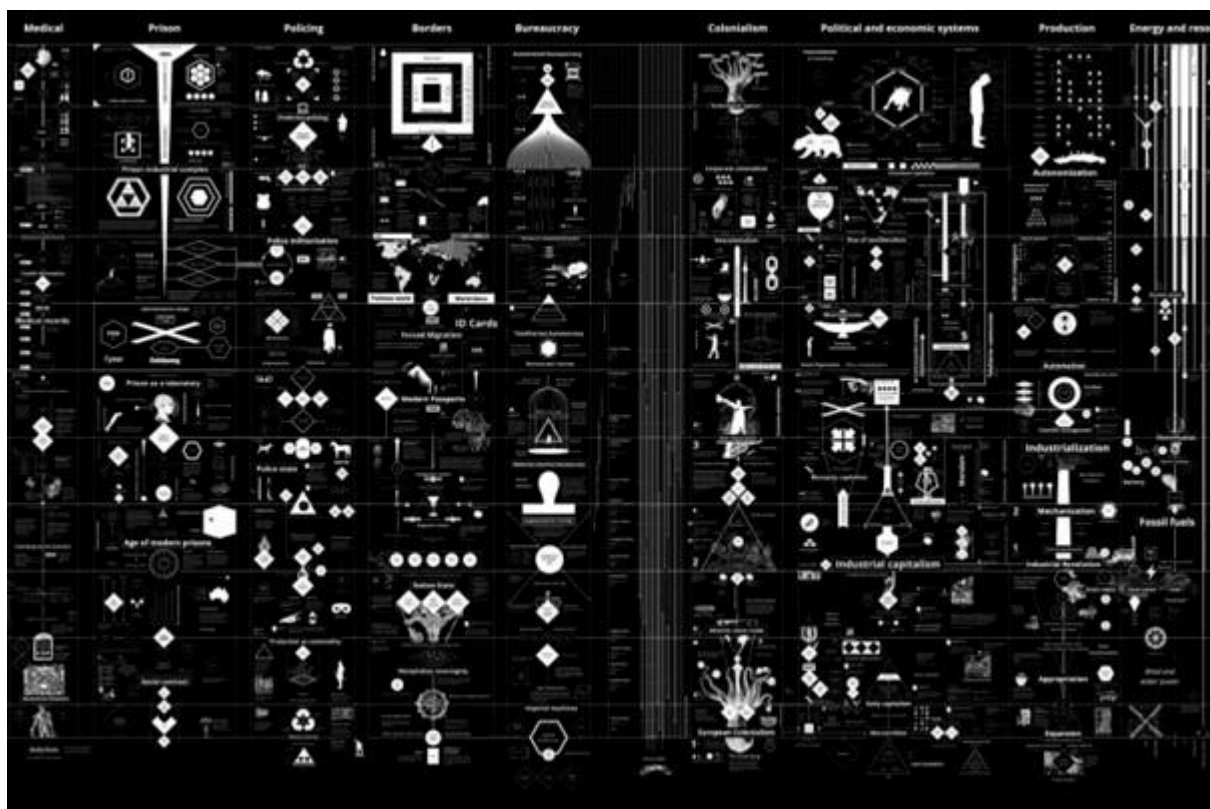


Figura 1. Crawford, K., y Joler, V. (2023). *Calculating Empires: A genealogy of tecnología y el poder, 1500-2025* [Mapa interactivo]. <https://calculatingempires.net>

Cada día nos sumergimos en un mar de medios digitales. Las redes sociales conectan a miles de millones de personas, los algoritmos personalizan nuestras noticias y nuestro entretenimiento, y la inteligencia artificial genera ahora contenidos a una escala antes inimaginable. En un solo minuto de Internet, se suben más de 500 horas de vídeo a YouTube (Blog oficial de YouTube, 2025), lo que forma parte de un torrente interminable de información que compite por nuestra atención. Esta saturación mediática sin precedentes define la vida contemporánea, aportando tanto una conectividad extraordinaria como un serio motivo de preocupación.

Además, este panorama mediático está dominado por una economía de la atención impulsada por el lucro. Las plataformas de redes sociales y los gigantes tecnológicos compiten por cada segundo de nuestra atención, diseñando funciones para maximizar la participación y obtener ingresos publicitarios. Como señala la investigadora Shoshana Zuboff, las empresas tecnológicas «desarrollan productos que condicionan nuestro comportamiento de manera que resultemos más rentables para ellas» (Zuboff, 2019).

En otras palabras, los medios de comunicación se han convertido en un instrumento de la hiperproducción capitalista, que genera sin cesar contenidos y estímulos en pos del crecimiento. Los críticos sostienen que este modelo es fundamentalmente insostenible. El fondo finlandés para la innovación Sitra, por ejemplo, advierte de que nuestro paradigma actual de agotar los recursos y generar residuos es «insostenible y perjudicial para el medio ambiente». (Sitra, 2023). Este modelo degenerativo, impulsado por la hiperproducción, trata la atención humana y los recursos naturales como combustible prescindible para un «progreso» perpetuo. Una consecuencia inmediata del entorno mediático siempre activo es el impacto negativo en la salud mental. Diversos estudios han relacionado el uso intensivo de las redes sociales con un aumento de la ansiedad, la depresión y los problemas de atención.

En 2023, el Cirujano General de los Estados Unidos publicó un informe en el que describía los retos «sin precedentes» a los que se enfrentan los jóvenes en materia de salud mental, en parte debido a las redes sociales, y advertía de los efectos «alarmantes» sobre el bienestar (Oficina del Cirujano General, 2023). El desplazamiento interminable por los feeds seleccionados puede fomentar comparaciones sociales poco saludables y el miedo a perderse (FOMO), lo que socava la autoestima. La presión constante de las notificaciones y los contenidos fragmenta nuestra capacidad de atención y nuestra energía mental, lo que a menudo conduce al «agotamiento digital». Lo que debería ser una herramienta de conexión e información puede convertirse fácilmente en una agotadora rutina para la mente. Nuestro propio sentido de la realidad también se está fragmentando bajo la influencia de los medios algorítmicos. Las burbujas de filtro y los feeds personalizados hacen que dos personas en línea puedan habitar mundos de información radicalmente diferentes. Los feeds altamente optimizados, los bots y el contenido generado por IA están «desafiando la propia naturaleza de la “realidad”» y remodelando la percepción humana.

Disfrutamos de flujos de noticias personalizados que nos resultan cómodos, pero entre bastidores las plataformas digitales filtran lo que vemos para satisfacer nuestras «necesidades», creando un «mundo de burbujas personales, una cómoda ilusión». El problema de esta visión de burbuja es que atrapa a los usuarios en «universos de información paralelos» que se alimentan de sí mismos, aislando a las personas de cualquier hecho o punto de vista que no refuerce el suyo propio. De hecho, el Barómetro de Confianza Edelman de 2023 reveló que nuestra esfera mediática, antes compartida, ha dado paso a cámaras de eco, lo que dificulta la resolución conjunta de los problemas; la confianza del público en los medios de comunicación se encuentra en un mínimo histórico, siendo especialmente baja la confianza en las redes sociales (Edelman, 2023). En un panorama tan fragmentado, incluso alcanzar un consenso básico sobre la verdad resulta difícil, lo que supone un dato preocupante para la democracia y la sociedad. Además, la huella ecológica de la infraestructura digital actual es enorme. Los centros de datos y las redes que alimentan nuestro mundo virtual consumen enormes cantidades de electricidad y agua. Hasta ahora, el sector de las comunicaciones consume el 4 % de toda la electricidad (Ericsson, 2025); sin embargo, con la rápida expansión de los centros de datos, la proliferación de la inteligencia artificial y la creciente demanda de servicios digitales, se prevé que el consumo de electricidad en este sector siga aumentando.

La Agencia Internacional de la Energía (AIE) prevé que la demanda mundial de electricidad aumentará aproximadamente un 4 % anual hasta 2027, y que los centros de datos serán uno de los principales responsables de este incremento (Data Center Knowledge, 2024). El almacenamiento y la transmisión de nuestros datos tampoco son limpios: en pocos años, solo los centros de datos podrían generar más emisiones de CO₂ que todo el sector de la aviación. El auge de la IA está agravando estos impactos: el entrenamiento de un solo modelo de IA de gran envergadura, como el GPT-3 de OpenAI, consumía 1 287 MWh de electricidad, lo que generaba unas 552 toneladas de CO₂ en el proceso (MIT News, 2025). Cada consulta a un sistema de IA recurre a servidores que consumen mucha energía, y la demanda acumulada está sobrecargando las redes eléctricas. Además, el auge del hardware que sustenta los medios digitales conlleva un elevado coste en materiales. Los minerales raros que necesitan nuestros dispositivos deben extraerse, a menudo a un gran coste humano y ecológico: la extracción de cobalto y litio para las baterías, por ejemplo, tiene una «huella ecológica significativamente tóxica» y se ha relacionado con graves abusos contra los derechos humanos (Scientific American, 2023). Desde las emisiones de carbono de la computación en la nube hasta los residuos electrónicos que contaminan tierras y comunidades, las externalidades medioambientales de la tecnología de los medios de comunicación son cada vez más difíciles de ignorar.

Decrecimiento y medios de comunicación del futuro: ¿Cómo podemos imaginar un futuro diferente para los medios de comunicación?



Figura 2. Crawford, K., y Joler, V. (2021). *Anatomía de un sistema de IA: los costes planetarios de la inteligencia artificial* [Proyecto de investigación interactivo].

Obtenido de <https://anatomyof.ai>

La mitología del progreso lineal ha presentado durante mucho tiempo la tecnología como una línea en constante ascenso: redes más rápidas, más contenido, algoritmos más inteligentes, un «más» sin fin. Pero en una era de límites ecológicos y sociales, el «más» está perdiendo su brillo. Ahora «más ya no es mejor»; de hecho, el «más» nos está llevando hacia un colapso sistémico. La necesidad de una actualización y expansión perpetuas en los medios digitales forma parte de esta ideología tambaleante. Cada nuevo smartphone o centro de datos promete mejoras, pero deja tras de sí una creciente montaña de residuos electrónicos y un voraz consumo de energía.

La búsqueda de maximizar los clics y la potencia informática nos ha aportado comodidad, sí, pero también una creciente sensación de que nos estamos acercando a un precipicio en el que la cantidad acaba por imponerse a la calidad.

La suposición de que el crecimiento tecnológico equivale al progreso humano se revela como una ficción limitada, que ignora los costes ocultos bajo una apariencia brillante. Esos costes ocultos han sido cuidadosamente cartografiados tanto por investigadores como por artistas. En *Anatomy of an AI System*, Kate Crawford y Vladan Joler descascarillan la pulida carcasa de un Amazon Echo para revelar «cadenas entrelazadas de extracción de recursos, mano de obra humana y procesamiento algorítmico» que se extienden por todo el mundo (Crawford, Joler, 2018).

Un simple comando de voz («Alexa, enciende las luces») activa una vasta red: minerales de tierras raras extraídos de paisajes devastados, trabajadores mal pagados que moderan datos, almacenes que devoran electricidad. A todos los niveles, la tecnología contemporánea funciona a base de explotación: de cuerpos humanos, de comunidades, de la propia Tierra. Los dispositivos multimedia llegan a nuestras manos como artilugios pulidos únicamente porque sus orígenes crudos —las minas contaminadas, los cables submarinos, las granjas de servidores que escupen CO₂— se mantienen a salvo, fuera de nuestra vista. Como sostiene el historiador de arte Jaime Vindel, nuestros imaginarios culturales han normalizado este vínculo entre la energía basada en combustibles fósiles, el desarrollo tecnológico y la retórica del progreso.

Los «aspectos estéticos y culturales del capitalismo fósil» han hecho que la unión entre la alta tecnología y la alta extracción resulte natural. Deslizamos y navegamos con feliz ignorancia, incluso cuando el elegante diseño de nuestros dispositivos «oculta la procedencia de los minerales» y el trabajo que los sustenta (Vindel, 2023). Es en respuesta a esta crisis que el movimiento del decrecimiento se presenta con un mensaje claro: menos puede ser más. Los pensadores del decrecimiento invierten el discurso del progreso, insistiendo en que el bienestar no mejora mediante una expansión constante, sino mediante una reducción deliberada de los excesos. Proponen una «reducción planificada del consumo de energía y recursos» para restablecer el equilibrio entre los sistemas humanos y el mundo vivo (Reality Studies, 2023).

En lugar de medir el éxito por el PIB o el próximo lanzamiento del iPhone, el decrecimiento nos pide que lo midamos por la suficiencia, la equidad y la resiliencia. Esto significa ralentizar, reparar y reutilizar en lugar de sustituir sin cesar, y centrarse en prácticas locales y regenerativas en lugar de la explotación global. En la práctica, el decrecimiento «pone el énfasis en soluciones hiperlocales al tiempo que reduce el consumo excesivo de recursos y energía». Rechaza la premisa del «crecimiento verde» y sostiene, por el contrario, que el crecimiento en sí mismo es «intrínsecamente insostenible» en las condiciones actuales. Si la ideología del «más» nos ha llevado al borde del abismo, el decrecimiento imagina un futuro alternativo que privilegia la calidad, la sostenibilidad y el cuidado frente a la cantidad. Fundamentalmente, esto no es una rendición ante el estancamiento o la falta de innovación, sino que es, como distinguió el economista Herman Daly, un cambio del mero crecimiento (hacerse más grande) al auténtico desarrollo (mejorar). «Cuando algo crece, se hace más grande... mientras que cuando algo se desarrolla, mejora en un sentido cualitativo» (Biddlecome, 2023).

El decrecimiento nos insta a buscar esa mejora cualitativa —relaciones más profundas, contenidos más significativos, tecnologías diseñadas para perdurar y aportar valor social— en lugar de acumular sin sentido actualizaciones y beneficios. ¿Cómo podrían estos principios redefinir

el mundo de la creación y el uso de los medios de comunicación? Imagina aplicar una filosofía de desaceleración y suficiencia a nuestra vida digital. Ya ha surgido un movimiento denominado «slow media» que está empezando a esbozar los contornos de esa alternativa. Al igual que la filosofía del «slow food», el «slow media» aboga por una producción y un consumo conscientes de los medios de comunicación, en lugar del ritmo frenético de los clics y las transmisiones en streaming.

Ya en 2010, el Manifiesto de Slow Media señaló con gran perspicacia que, tras el auge de los inicios de Internet, la gente no buscaría contenidos «aún más fáciles y rápidos», sino una interacción más significativa. Según el manifiesto, Slow Media «no se trata de un consumo rápido, sino de elegir los ingredientes con cuidado y prepararlos con esmero». Aboga por unos medios de comunicación que sean sostenibles tanto en los materiales que utilizan como en la mano de obra: se acabaron los teléfonos inteligentes ensamblados en talleres clandestinos o la recopilación de datos que vulnera la privacidad. En el paradigma de Slow Media, el éxito de una plataforma no se mide por lo adictiva y omnipresente que sea, sino por su capacidad para enriquecer a una comunidad, fomentar el diálogo y perdurar en el tiempo (Slow Media, 2010). Estos principios encajan a la perfección con los objetivos del decrecimiento.

Un ecosistema mediático basado en el decrecimiento podría favorecer las redes comunitarias pequeñas y de bajo consumo frente a las granjas de servidores globales que consumen mucha energía; las herramientas de código abierto mantenidas por las comunidades en lugar de las plataformas propietarias que deben ampliarse constantemente; la narración de historias con raíces locales en lugar del «clickbait» optimizado para la viralidad algorítmica. En este sentido, el objetivo no es más contenido o tecnología, sino que sea mejor y suficiente. Los artistas y los trabajadores culturales están a la vanguardia a la hora de imaginar este futuro mediático diferente. Pero, como observa la crítica cultural Leigh Biddlecome, el decrecimiento no tiene que ver con el estancamiento, sino con dar rienda suelta a la creatividad dentro de los límites ecológicos. Liberados de la presión de producir constantemente «la próxima gran novedad», los artistas pueden orientarse hacia la profundidad, el contexto y la colaboración. En la economía del decrecimiento, una idea clave es la redistribución: acabar con los sistemas en los que el ganador se lo lleva todo para que los recursos y las oportunidades se compartan. En el mundo del arte, esto podría significar menos exposiciones de gran éxito y más apoyo a los laboratorios de medios de comunicación de base; menos bienales financiadas por multimillonarios y más espacios artísticos comunitarios impulsados por la solidaridad. También implica valorar prácticas que el mercado del arte, impulsado por el crecimiento, ignora, como la reparación, el mantenimiento y el intercambio abierto de conocimientos.

Como señala Biddlecome, es posible que los museos organicen menos exposiciones al año para reducir la «rotación» de las exposiciones de arte como «producto de consumo», centrándose en cambio en una mayor implicación del público y en mejores condiciones de trabajo para los creadores (Biddlecome, 2023). Estos cambios se hacen eco del llamamiento del decrecimiento a una producción más lenta y centrada en el cuidado en todos los ámbitos. Los artistas, a su vez, aportan algo vital al decrecimiento: el trabajo de la imaginación. Crean las historias, los símbolos y las experiencias que nos permiten sentir cómo podría ser un futuro sostenible. Sin esa percepción cultural, los cambios políticos y las soluciones técnicas no cobrarán impulso: necesitamos imaginar ese mundo diferente antes de poder construirlo. A lo largo de la historia, los artistas han sido nuestros exploradores de lo posible, y hoy están modelando formas de vivir y crear más allá del paradigma del crecimiento. Lo vemos en el arte ecológico que trabaja con los ritmos naturales en lugar de contra ellos, en instalaciones digitales que revelan los centros de datos y las minas que se esconden tras la nube, en experimentos con la estética «solar punk» de la resiliencia. Del mismo modo, en todo el mundo, los artistas se están involucrando en actos de «supervivencia colaborativa» (Tsing, 2015), por utilizar la expresión de la antropóloga Anna Tsing.

Tsing, en *The Mushroom at the End of the World*, describe cómo, en los bosques devastados de Oregón, los seres humanos, las setas matsutake y los pinos forman alianzas insólitas, nutriéndose mutuamente sin pretenderlo. Ningún agente tiene el control; juntos crean «paisajes de diseño involuntario» a partir de los escombros del capitalismo. Esta visión de la resiliencia multiespecie resuena profundamente con la forma en que los artistas abordan una futura ecología mediática. En las grietas de nuestros sistemas quebrantados, los artistas encuentran oportunidades similares a las de los hongos: reutilizan tecnología desechada, recuperan espacios públicos y forjan redes de cuidado y conocimiento que brotan de las «ruinas capitalistas». Demuestran que, incluso en medio de la escasez, la creatividad puede florecer y se pueden construir mundos comunitarios. Imaginar y poner en práctica un futuro de los medios de comunicación orientados al decrecimiento no es una tarea que recaiga únicamente en los artistas. Se trata de un proyecto colectivo de innovación cultural en el que también participan responsables políticos, expertos en tecnología y ciudadanos.

Sin embargo, la perspectiva artística y humanística es indispensable porque plantea las preguntas más fundamentales: ¿Qué es lo que realmente merece la pena conservar? ¿Qué valoramos cuando ya no se puede tener todo? En otras palabras, debemos crear nuevas narrativas culturales con la misma audacia con la que el sector tecnológico creó en su día sus dispositivos. ¿Cómo podrían ser algunas de estas narrativas y estos futuros? Quizás vislumbramos un mundo en el que los medios digitales tienen temporadas y ritmos, en lugar de un flujo incesante las 24 horas del día, los 7 días de la semana. Las plataformas de noticias podrían adoptar el periodismo lento que da prioridad al contexto y a la reflexión. Las redes sociales podrían ser de propiedad cooperativa, mantenerse a escala humana y diseñarse para que el contenido se integrara gradualmente en archivos comunitarios, en lugar de generar una novedad sin fin. Los espacios virtuales podrían alimentarse con presupuestos de energía renovable: imagina un foro en línea que cierre cuando se ponga el sol o amaine el viento, recordando a los participantes su conexión con los flujos energéticos locales. En esos futuros, tanto los artistas como los usuarios se convierten en jardineros de la tecnología, podando y cuidando sus herramientas en consonancia con los ciclos ecológicos. La estética predominante ya no es la hiperestimulación brillante, sino lo que el investigador español Jaime Vindel denomina una nueva sensibilidad tras la «estética fósil».

– un arte basado en la gestión cuidadosa y la honestidad sencilla, en el que los medios de producción audiovisual (los cables, el código, la huella de carbono) se hacen transparentes y se rinden cuentas de ellos. Los dispositivos multimedia podrían envejecer visiblemente y adquirir pátina, como el cuero, invitando a su reparación y al apego, en lugar de ocultar su desgaste. Toda nuestra noción de innovación podría cambiar: la innovación se convierte en reutilización imaginativa, la brillantez de hacer más con menos. Estas visiones pueden parecer utópicas, pero están siendo sembradas aquí y ahora por profesionales de la cultura que se niegan a creer que nuestra trayectoria mediática de alta velocidad y gran volumen sea el único camino a seguir. Están, por citar a Tsing una vez más, aprendiendo el «arte de percibir» las vidas posibles entre los escombros del presente.



Los medios del futuro como «Naturaleza»: tecnologías que imitan los procesos naturales

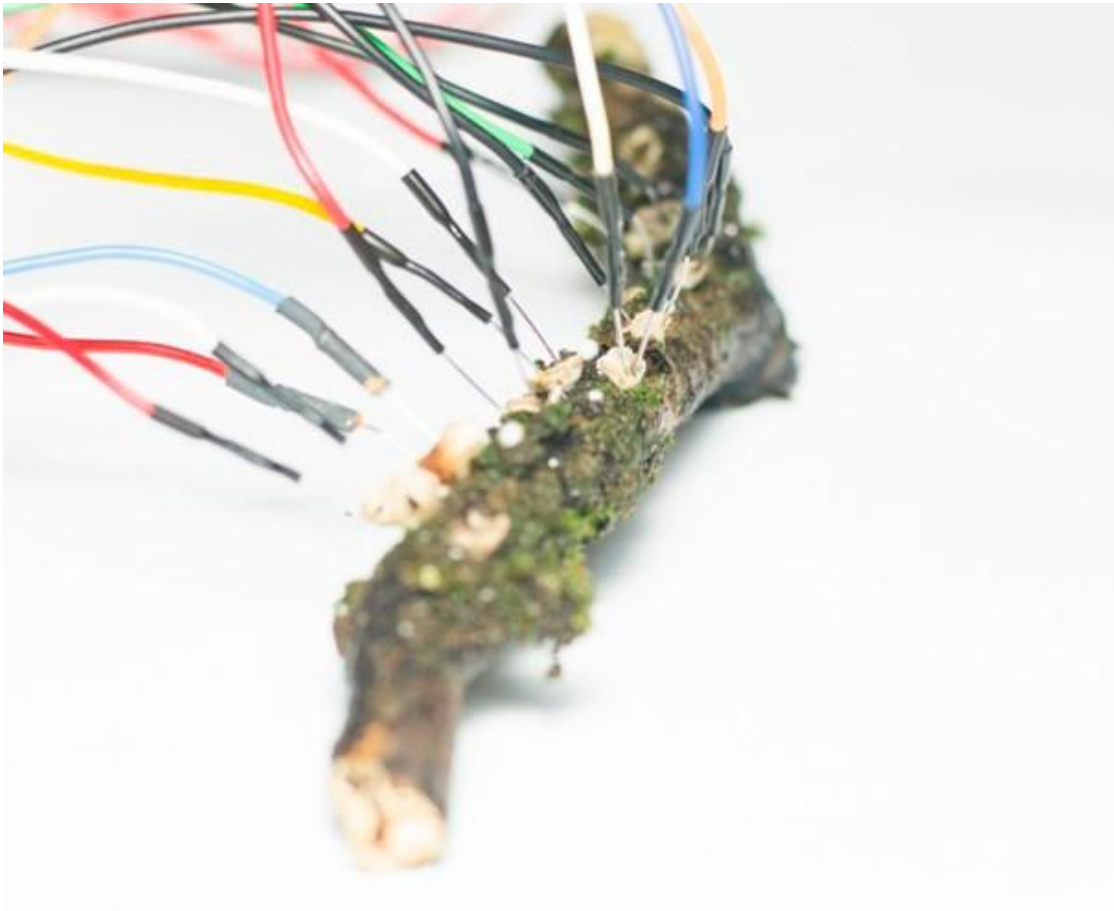


Figura 3. *Interesting Engineering.* (24 de abril de 2023). *¿Qué son los ordenadores de setas?*
Obtenido de <https://interestingengineering.com/science/what-are-mushroom-computers>

Es posible que los medios de comunicación del futuro ya no sean una herramienta neutral a disposición de la humanidad, sino una presencia viva entrelazada en la red ecológica de nuestro planeta. Imaginemos una tecnología mediática que se comporte como un bosque o un arrecife de coral: cíclica, adaptativa y regenerativa. En lugar de dominar la naturaleza, estas tecnologías forman parte de ella, siguiendo patrones de renovación e interdependencia. Desde este punto de vista, la humanidad y sus medios de comunicación son parte integral de una red de vida interconectada en la que no existe una separación real entre «nosotros» y «ello». Cualquier daño a un hilo de esta red repercute en el conjunto, recordándonos que la verdadera innovación debe trabajar en sintonía con los ritmos del mundo vivo, y no en contra de ellos. Esta perspectiva se inspira en corrientes filosóficas que combinan la especulación con el cuidado.

La investigadora en ciencia y tecnología María Puig de la Bellacasa sostiene que el cuidado no es solo un sentimiento humano, sino una red de prácticas y obligaciones que se extiende a los no humanos e incluso a los objetos tecnológicos. En su obra *Matters of Care* (Puig de la Bellacasa, 2017),

nos insta a ver la tecnociencia y las «culturas de la naturaleza» como entrelazadas en una red viva de cuidado, donde incluso los «objetos» tienen agencia y merecen consideración ética. Del mismo modo, la filósofa feminista Donna Haraway nos invita a practicar la simpoiesis, o «hacer-con», un enfoque colaborativo que difumina las fronteras entre lo humano, lo animal y la máquina. La metáfora del cibernético de Haraway —un híbrido entre organismo y máquina— no es una figura distópica, sino un llamamiento a la afinidad entre especies y tecnologías, que fomenta relaciones de parentesco y cuidado en lugar de dominio. (RenMinds, 2024). En conjunto, estos pensadores contribuyen a reimaginar la tecnología de los medios como un agente relacional, algo que crece junto a la comunidad de la vida en su conjunto y la nutre.

Un ejemplo científico es el de un investigador que presenta un circuito impreso biodegradable, diseñado específicamente para descomponerse de forma segura tras su uso. Al incorporar enzimas en sus polímeros, el circuito puede disolverse en agua tibia y liberar sus componentes metálicos para su reutilización, imitando los ciclos de nutrientes de la naturaleza. Las tecnologías inspiradas en la biomimética ya están marcando el camino hacia este modelo regenerativo. Por ejemplo, los ingenieros han creado dispositivos electrónicos biodegradables que funcionan como las hojas caídas de un árbol: están ahí durante una temporada de uso y luego regresan a la tierra sin causar daño alguno. En 2022, un equipo del Laboratorio de Berkeley ha presentado un circuito totalmente reciclable y biodegradable que funciona como cualquier circuito flexible, pero que puede descomponerse y reciclarse sin generar residuos tóxicos. Tras su uso, se disuelve y libera sus metales conductores para su recuperación, lo que evita que los dispositivos electrónicos acaben en los vertederos y mitiga la contaminación por metales pesados derivada de los residuos electrónicos (Berkley Lab, 2022).

Esta filosofía supone un cambio radical con respecto a la actual economía extractiva de los gadgets. En lugar de montones de plástico y silicio que persisten durante siglos, nuestros futuros dispositivos multimedia podrían biodegradarse como la fruta, y sus restos alimentarían una nueva producción, a modo de compost tecnoecológico. Otro ejemplo claro proviene del mundo que se encuentra bajo nuestros pies: las vastas redes miceliales de los hongos. En la naturaleza, los hilos de micelio tejen una «wood wide web», intercambiando nutrientes e información entre los árboles. Los tecnólogos están explorando ahora redes basadas en el micelio que podrían transformar la informática. Imagina una red que crece en lugar de construirse: circuitos vivos que se autoensamblan y se regeneran como una colonia de hongos. Los investigadores han comenzado a crear prototipos de «ordenadores de setas», utilizando hongos vivos en lugar de chips de silicio. En un dispositivo de este tipo, el micelio del hongo es el circuito: conduce señales, procesa datos e incluso almacena memoria, todo ello mientras es un sistema vivo y en evolución. Los primeros estudios muestran que los hongos pueden transmitir impulsos eléctricos y responder a estímulos, comportándose en algunos aspectos como neuronas o puertas lógicas. La promesa de este enfoque es extraordinaria: estas redes orgánicas podrían ser biodegradables y autorreparables por naturaleza. Un ordenador de micelio podría «recuperarse» tras sufrir daños, de forma muy similar a como un bosque vuelve a crecer tras un incendio. Funciona gracias al metabolismo del hongo (no se necesita energía externa más allá de alimentar al organismo) y, cuando ya no sea necesario, podría simplemente descomponerse, sin dejar residuos tóxicos (Interesting Engineering, 2022).

Se trata de una tecnología multimedia inspirada en la ecología forestal: resiliente, adaptable y totalmente reciclable. Los medios regenerativos también surgen en la intersección entre la biología y la energía. Pensemos en el prototipo de un ordenador alimentado por algas: un pequeño dispositivo que contiene cianobacterias (algas verdeazuladas) que realizan la fotosíntesis bajo la luz solar. En un experimento reciente, los científicos

encerraron una colonia de algas en una cápsula del tamaño aproximado de una pila AA y la dejaron en el alféizar de una ventana (The Verge, 2022). Las algas generaron una corriente eléctrica constante mediante la fotosíntesis, suficiente para alimentar un microprocesador de forma ininterrumpida durante un año —y sumando— utilizando únicamente la luz ambiental y el agua (Universidad de Cambridge, 2022).

Este híbrido solar-biológico funciona como una pequeña hoja que alimenta un cerebro electrónico. Su fuente de energía es, literalmente, la vida misma: mientras las algas dispongan de luz y nutrientes, renuevan su energía, a diferencia de una batería finita que se agota. Estos dispositivos apuntan a un cambio del consumo de recursos a la coexistencia con los sistemas vivos. Podríamos disponer de sensores y nodos multimedia alimentados por la luz solar y las algas, que filtraran silenciosamente el CO₂ y liberaran oxígeno mientras funcionan. Estos dispositivos demuestran un avance hacia modelos circulares de innovación, en los que la generación de energía y la computación forman un circuito cerrado con procesos orgánicos. En esencia, la informática pasa a formar parte del ciclo fotosintético: una simbiosis entre el silicio y la clorofila. Todos estos ejemplos tienen un denominador común: la transición de modelos extractivos a modelos cíclicos. Las tecnologías multimedia actuales suelen basarse en la extracción de minerales raros, la quema de combustibles fósiles para obtener energía y la generación de residuos que perduran más allá de nuestra vida. Las alternativas que aquí se plantean funcionan más bien como un ecosistema: cada componente está diseñado para alimentar otras partes del ciclo, no solo para extraer de él.

Esto concuerda con lo que el fondo finlandés para el futuro Sitra denomina «talous elämän palveluksessa»: una economía (y, por extensión, un sistema mediático) «al servicio de la vida». Según la visión de Sitra, una economía verdaderamente regenerativa «funciona al servicio de la vida, reforzando la vitalidad de los sistemas naturales y sociales» de los que depende (Sitra, 2023).

Aplicar esto a los medios de comunicación significa crear un ecosistema informativo que enriquezca la vida en lugar de agotarla. Imaginemos redes de comunicación que restauren el medio ambiente a medida que se expanden; por ejemplo, routers wifi que también sirvan como maceteros o centros de polinización, o granjas de servidores que no solo obtengan energía de fuentes renovables, sino que también aprovechen el exceso de calor para los invernaderos. En un ecosistema mediático inspirado en la naturaleza, la innovación se mide por su capacidad para nutrir la red de la vida. El enfoque pasa del control al cuidado, de los usuarios a los socios, de la explotación a la interdependencia. Los medios del futuro, replanteados a imagen de la naturaleza, se convierten en una fuerza regeneradora, relacional y solidaria: no un complemento externo a la vida, sino un hilo vital que forma parte integrante del rico tapiz de la vida.



Los medios como espacio de regeneración y experiencia



Figura 4. Tkalčić, I. (2024). *Catching the Wind* [Documentación de la performance]. Residencia artística *Hyperborealis*, Kvitbrakka AiR, Berlevåg Havnemuseum, Berlevåg, Noruega.
<https://ivanatkalcic.com/2024/11/29/catching-the-wind/>

Mi cuerpo entra en contacto con la tierra como si se tratara de dos pieles que se tocan: la piel humana y la piel-tierra. En mi práctica, suelo empezar presionando las manos contra el suelo, sintiendo la fresca humedad y la textura de la tierra. Este contacto corporal no es solo una metáfora; es un medio. Pienso en «EarthSkin», mi exploración en curso de la conexión entre la piel humana y la tierra, como una interfaz literal y simbólica que pone de relieve un vínculo regenerativo entre nosotros. El cuerpo se convierte en un órgano de percepción en sintonía con la Tierra: un mundo vivo que se comunica silenciosamente a través de nuestra piel. En estos momentos de contacto sin palabras, aprendo que los medios pueden ser regenerativos, no meramente representativos.

Cuando hablo de «medios», no me refiero a pantallas ni a dispositivos, sino a cualquier espacio de intercambio entre el ser humano y el entorno. Una pausa silenciosa, una respiración pausada al compás de la brisa, el sutil temblor de la tierra bajo los pies... todo ello son también medios que transmiten información a través de las sensaciones. Esos microseñales y esos ritmos naturales recalibran mis sentidos de una forma que ninguna pantalla brillante ni ningún algoritmo puede simular. Me he vuelto recelosa del optimismo tecnológico; cuanto más se inunda nuestro mundo de ruido digital, más necesito sentir la tierra y el viento sobre mi piel. Fotograma de la performance *Catching the Wind* (2024) (Tkalčić, 2024). Me encuentro en un paisaje rocoso y remoto de Finnmark, utilizando una lámina reflectante para captar el viento, haciendo visibles las corrientes de aire invisibles a medida que se hinchan contra mí. En esta obra, he dado la vuelta a la idea de los medios como

puesta en práctica de la superficie de contacto. Utilizando materiales sencillos, transformé el movimiento del viento en movimiento, haciendo tangible una fuerza invisible. Mi propio cuerpo se convirtió en un instrumento, balanceándose y cediendo para traducir las sutiles señales de la atmósfera. A medida que las ráfagas presionaban contra mi piel, la frontera entre el yo y el entorno se difuminaba: el viento me movía tanto como yo me movía con él. En ese intercambio etéreo sentí tanto humildad como asombro, como si el propio cielo estuviera haciendo una declaración. Esto reafirmaba que los medios de comunicación pueden ser, literalmente, el aire que nos separa, un espacio dinámico donde el ser humano y la naturaleza se encuentran en diálogo.

Representación de Astronaut(s) without a spaceship (2020) (Tkalčić, 2022) en el bosque de mi ciudad natal: llevo un «traje espacial» improvisado con papel de aluminio reflectante, escenificando una hipotética exploración extraterrestre en la Tierra. No hace mucho tiempo miraba a las estrellas en busca de nuevos mundos, pero ese viaje me llevó directamente de vuelta a la Tierra. En una serie de lo que considero «ejercicios de terraformación», me dediqué al entrenamiento analógico de astronautas y a para indagar en los sueños de la humanidad de viajar al espacio y sus implicaciones éticas. Me di cuenta de que, aunque se habla de colonizar Marte o la Luna, es nuestro propio y frágil planeta el que necesita urgentemente recuperarse: la explotación de los recursos de la Tierra debe dar paso a la regeneración. De hecho, es probable que tengamos que «terraformar» la propia Tierra antes de soñar con otros mundos. Mi tiempo en las simulaciones de astronauta se convirtió en una meditación artística: dentro de un traje voluminoso, avanzando con dificultad por un bosque familiar como si fuera un terreno extraño, vi lo absurdo que es buscar la salvación en las estrellas mientras descuido el suelo que pisan mis pies.

Estos ejercicios me inculcaron un rechazo hacia el optimismo tecnológico escapista y la convicción de que cualquier futuro que merezca la pena imaginar debe surgir de una relación íntima y responsable con la Tierra. A través de estos proyectos y experiencias, vuelvo a una verdad sencilla: cartografiamos nuestro mundo no solo con satélites y coordenadas, sino con nuestros cuerpos y nuestros sentidos. Me inspiran aquellas personas que, como Frédérique Aït-Touati en *Terra Forma* (Aït-Touati, Grégoire, Tsingarida, 2022), nos instan a ampliar la cartografía y el conocimiento más allá de las cuadrículas cartesianas y hacia perspectivas situadas y encarnadas.

Mi propia investigación artística se ha convertido en una especie de cartografía de lo esencial, arraigada en los ritmos planetarios y atenta al pulso de la Tierra. Al rechazar la abstracción incorpórea, he adoptado una ontología ecológica y encarnada, que sitúa el ser en el compromiso material y sensorial con el entorno, reconociendo las realidades físicas del cuerpo, como el contacto con la tierra y el acto de respirar. Los medios del futuro, tal y como yo los veo, no tienen que ver en absoluto con inventar nuevas tecnologías, sino con redescubrir los medios de la vida misma: los espacios regenerativos donde la experiencia humana y la Tierra convergen y co-crean.



La práctica profesional de los medios de comunicación en el futuro



Figura 5. Tkalčić, I. (2017). *Residencia artística julio-agosto de 2017 – Kunstnarhuset Messen, Ålvik, Noruega. Kunstnarhuset Messen.*

Al imaginar el futuro de los medios de comunicación profesionales, hay que pensar en un ecosistema digital que sane y reconecte, en lugar de extraer y explotar. Las infraestructuras mediáticas actuales suelen explotar la atención como un recurso, sobrecargan la mano de obra y funcionan con sistemas que consumen mucha energía y que, en gran medida, permanecen invisibles para sus usuarios. Pero los medios de comunicación del mañana podrían ser regenerativos, diseñados no para dominar, sino para nutrir. Este giro exige un cambio fundamental en la forma en que los profesionales de los medios abordan su trabajo: menos como una carrera por la visibilidad y el crecimiento, y más como una práctica de gestión responsable y presencia. En este contexto, los medios ya no son una herramienta para expandirse, sino un espacio para arraigarse, volviendo a los ritmos del cuidado, la localidad y la renovación.

Esta visión encuentra eco en la obra de Jenny Odell *How to Do Nothing: Resisting the Attention Economy* (2019) (Odell, 2019), donde la autora cuestiona la compulsión por permanecer conectados, ser productivo y mantenerse visible en todo momento. Odell sostiene que negarse a aceptar la lógica de la optimización puede ser un acto de resistencia política y ecológica. Su insistencia en cultivar la presencia —a través de la observación de aves, la escucha profunda y el tiempo en comunidad— modela una ética que los futuros profesionales de los medios podrían adoptar: lo que ella llama «no hacer nada» no es inercia, sino la creación de un espacio para un compromiso regenerativo. En este espíritu, una práctica emergente es el ayuno mediático: períodos intencionados de desconexión digital que permiten que la atención se asiente y los sentidos se despierten de nuevo.

Una futura cultura mediática podría integrar estos ciclos de alejamiento y retorno en las rutinas profesionales, respetando la idea de que no todo el tiempo tiene por qué ser productivo. El diseño también desempeña un papel fundamental a la hora de moldear nuestros hábitos mediáticos. Las interfaces actuales están diseñadas para un consumo sin fricciones: desplazamiento infinito, reproducción automática, empujones algorítmicos. Por el contrario, los medios regenerativos adoptarían interfaces basadas en metáforas naturales: interfaces que ralenticen a los usuarios, inviten a la reflexión o reflejen los ciclos estacionales. Por ejemplo, una aplicación podría atenuarse y cambiar su paleta de colores durante el crepúsculo, fomentando el descanso. Una plataforma de publicación podría lanzar contenido en capítulos estacionales, en lugar de flujos constantes. Estos pequeños cambios de diseño nos devuelven a los ritmos naturales, fomentando prácticas mediáticas que reflejan el tiempo, el lugar y la experiencia corporal. Incluso la inteligencia artificial, a menudo vista como una fuerza incorpórea de aceleración, podría reorientarse al servicio de la inteligencia natural. En lugar de sustituir la atención humana, la IA podría utilizarse para fomentar la conciencia sensorial y ecológica: sugiriendo pausas, propiciando el tiempo en la naturaleza o ayudando a las comunidades a compartir historias arraigadas en el lugar. En esta reimaginación, la IA se convierte en una presencia silenciosa —un jardinero digital— que poda la sobrecarga de información y aumenta nuestra conexión con el mundo vivo, en lugar de romperla.

Esto se hace eco del llamamiento de María Puig de la Bellacasa a considerar las cuestiones del cuidado en contextos tecnocientíficos: debemos prestar atención a qué y a quién afectan las tecnologías, y cómo configuran las condiciones de la vida compartida (Puig de la Bellacasa, 2017). Quizá la propuesta más radical sea la idea de un «Internet terrenal» (Bratton, 2021). —una arquitectura de red y una ética que priorice la sensibilidad, la localidad y la limitación. Una web «Earthbound» se construiría teniendo en cuenta las limitaciones ecológicas: servidores alimentados con energías renovables, sitios web diseñados para un bajo consumo energético, flujos de datos que se adapten a las condiciones ambientales. Ya existen prototipos de esta visión: sitios web que se apagan en días nublados para conservar la energía solar, servidores contruidos a partir de hardware recuperado, redes en malla que dan servicio a las comunidades locales sin depender de las nubes corporativas.

Estas infraestructuras no persiguen el tiempo de actividad y el alcance a cualquier precio, sino que siguen el ritmo de la naturaleza, se adaptan a las limitaciones y dialogan con los lugares a los que prestan servicio. Estos modelos también externalizan menos costes ecológicos y se ajustan al principio fundamental de la economía regenerativa: que los sistemas deben restaurar más de lo que extraen. En un panorama mediático regenerativo, el éxito no se mide por las curvas de crecimiento ni por la captación de audiencia, sino por la vitalidad ecosocial que fomenta un proyecto. Un medio de comunicación podría medir el éxito por su impacto en la confianza ciudadana o la concienciación sobre la biodiversidad local, y no por sus ingresos publicitarios. Una organización mediática podría diseñar para la resiliencia de la comunidad: organizando asambleas públicas, apoyando la difusión de historias sobre justicia climática y reinvertiendo los beneficios en alfabetización digital y restauración medioambiental. Tal y como explica Sitra (Sitra, 2023), los sistemas regenerativos son aquellos que refuerzan la vitalidad de la naturaleza y las personas; y los medios de comunicación, como fuerza cultural e infraestructural, pueden erosionar o mantener esa vitalidad. En esta visión, el profesional de los medios del futuro no es un extractor, sino un facilitador de conexiones. Trabaja con los ritmos, no contra ellos. Sabe que la velocidad no es lo mismo que la relevancia, y que el cuidado puede ser un criterio de medición. Las interfaces envejecen con dignidad. Las plataformas cierran al caer la tarde. Las historias se desarrollan como jardines en flor, no como productos en cintas transportadoras. La atención ya no es una mercancía, sino un espacio compartido que hay que proteger. Al resistirnos a las exigencias de una expansión sin límites, es posible que volvamos a algo más profundo: una atención que escucha, un Internet que respira, unos medios de comunicación que, por fin, crecen con vida.

Conclusión: Los medios de comunicación como práctica de cuidado y relación

El medio de comunicación del futuro no es una pantalla, sino un espacio compartido de relación. En este futuro reinventado, el medio de comunicación es como el suelo en el que crecen las conexiones entre las personas, la naturaleza y la comunidad. En lugar de un rectángulo luminoso que nos aísla, se convierte en un campo abierto o un jardín comunitario donde se cultivan juntos historias, experiencias y entendimiento. Este medio está vivo y es recíproco: una conversación, un escuchar tanto como un hablar. Es una red viva de relaciones, donde la tecnología apoya humildemente el florecimiento de la vida en lugar de dominarla. Ya no buscamos el código perfecto ni un algoritmo optimizado, sino una presencia sensorial más profunda y una sintonía con el mundo que nos rodea. El impulso por la innovación y la velocidad sin fin da paso a una aspiración más tranquila: sentir y percibir verdaderamente la vida en sus texturas ricas e inmediatas.

Los medios del futuro nos invitan a reducir el ritmo y a sintonizar con el sonido del viento entre los árboles, las sutiles emociones en el rostro de un amigo, el vaivén de los ritmos comunitarios. En este ritmo más pausado, se produce un cambio radical que nos aleja del crecimiento y la producción sin fin para acercarnos a la suficiencia y el cuidado. Al adoptar un espíritu de decrecimiento y suficiencia, aprendemos que hacer menos, pero con más atención, puede revelar una belleza profunda. El progreso ya no se mide por lo que podemos diseñar o producir, sino por la profundidad con la que podemos sentir, comprender y cuidar lo que está aquí. Esta sintonía es una práctica cotidiana de la presencia, tan simple y transformadora como respirar con intención.

En un mundo así, el papel del artista no consiste simplemente en inventar cosas nuevas, sino en recordar y recuperar los conocimientos anteriores a la modernidad fosilizada. El artista se convierte en un narrador a través del tiempo, integrando los conocimientos tradicionales y las perspectivas olvidadas en los contextos contemporáneos. En lugar de perseguir una visión idealizada del progreso tecnológico, busca orientación en los sistemas de conocimiento ancestrales, indígenas y preindustriales. Hacen referencia a prácticas ancestrales arraigadas en la sintonía con los ciclos naturales, en las que el ritual servía para fomentar un sentido de pertenencia y las interacciones humanas con la naturaleza se regían por principios de respeto y reciprocidad. Estos recuerdos actúan como catalizadores de la inspiración, arraigándose en el pensamiento contemporáneo y en las prácticas mediáticas. Al volver a examinar lo que quedó marginado durante la aceleración de la era de los combustibles fósiles, los artistas facilitan un reencuentro cultural con principios perdurables: la santidad del mundo natural, la importancia de los lazos comunitarios y los ritmos de la renovación. La innovación, en este sentido, surge a través de actos de recuerdo, avanzando mediante la rearticulación de verdades perdurables que llevan mucho tiempo presentes.

Este medio regenerativo es una forma de cuidado cotidiano: para el planeta, para el cuerpo y para la vida cultural. No es una industria ni un producto, sino una práctica diaria, como cuidar un jardín o atender a un ser querido. Cada acto de comunicación o creación es consciente de su impacto en las ecologías de la Tierra, buscando nutrir en lugar de agotar. Cada elección de diseño, cada historia contada, honra el bienestar de nuestros cuerpos y mentes, fomentando la conexión en lugar de la distracción o la división.

Culturalmente, los medios de comunicación como cuidado significan preservar las lenguas, contar historias diversas y fortalecer los lazos que unen a las comunidades. Es el decrecimiento en acción: hacer más con lo que ya tenemos, y hacerlo con amabilidad y respeto. De esta manera, los medios de comunicación se convierten en un ciclo suave de dar y recibir, más parecido al compostaje y la siembra que a la extracción y el desperdicio. Los resultados de una creación alimentan la siguiente generación de ideas, y nada se desecha: se recuperan las viejas narrativas, se reutiliza la tecnología y se renuevan continuamente las relaciones. Para terminar, concebimos los medios de comunicación como una práctica que afirma la vida. Es lenta, relacional y arraigada. Es lenta como crece un bosque: con paciencia, resiliencia y la comprensión de que el cambio significativo se desarrolla con el tiempo. Es relacional, se define por la cooperación y el parentesco, recordándonos siempre que existimos juntos en un ecosistema de seres e historias. Y está arraigada, firmemente enraizada en la Tierra y en nuestros cuerpos, sin perder nunca de vista los lugares y las personas reales de los que surge.

Esta visión apacible contrasta claramente con los medios frenéticos e incorpóreos del pasado. Nos muestra un camino hacia adelante en el que los medios no son un escape de la vida, sino una celebración de la vida. En este futuro, cada tuit podría ser como el canto de un pájaro y cada videollamada como sentarse alrededor de una hoguera en el pueblo: la tecnología y el arte simplemente nos ayudan a cuidarnos unos a otros y a cuidar nuestro mundo. Los medios de comunicación, por fin, se convierten en una práctica de cuidado y relación: un acto humilde y continuo de nutrir la red de la vida a la que todos pertenecemos.



Referencias

Aït-Touati, F., Grégoire, A. y Tsingarida, A. (2022). Terra forma: Un libro de mapas especulativos (trad. S. Hawkes). MIT Press.

Berkeley Lab. (29 de agosto de 2022). Un circuito impreso biodegradable: un paso hacia la solución del problema de los residuos electrónicos. Centro de noticias. —
<https://newscenter.lbl.gov/2022/08/29/biodegradable-printed-circuit/>

Biddlecome, L. (2023). Más allá de la sostenibilidad: Adaptando la teoría del «decrecimiento» al mundo del arte. Art Düsseldorf. <https://www.art-dus.de/leigh-biddlecome-sustainability-art-essay/>

Bratton, B. (2021). The Terraforming. Strelka Press.

Crawford, K., y Joler, V. (2021). Anatomía de un sistema de IA: Los costes planetarios de la inteligencia artificial [Proyecto de investigación interactivo]. <https://anatomyof.ai>

Crawford, K. y Joler, V. (2023). Calculating Empires: A genealogy of technology and power, 1500–2025 [Mapa interactivo]. <https://calculatingempires.net>

Data Center Knowledge. (2024). Los centros de datos impulsarán el aumento de la demanda mundial de energía: AIE. <https://www.datacenterknowledge.com/energy-power-supply/data-centers-to-drive-surging-global-power-demand-iea>

Edelman. (2023). Informe global del Barómetro de Confianza de Edelman 2023. <https://www.edelman.com/sites/g/files/aatuss191/files/202303/2023%20Edelman%20Trust%20Barometer%20Global%20Report%20FINAL.pdf>

Ericsson. (2025). TIC y sostenibilidad: Consumo energético y emisiones de carbono. <https://www.ericsson.com/en/reports-and-papers/mobility-report/dataforecasts/ict-sustainability>

Interesting Engineering. (24 de abril de 2023). ¿Qué son los ordenadores de setas? <https://interestingengineering.com/science/what-are-mushroom-computers>

Noticias del Instituto Tecnológico de Massachusetts (MIT). (17 de enero de 2025). Explicado: El impacto medioambiental de la IA generativa. <https://news.mit.edu/2025/explained-generative-ai-environmental-impact-0117>

Odell, J. (2019). Cómo no hacer nada: Resistir a la economía de la atención. Melville House.

Oficina del Cirujano General. (2023). Las redes sociales y la salud mental de los jóvenes: El aviso del Cirujano General de EE. UU. Departamento de Salud y Servicios Humanos de EE. UU. <https://www.hhs.gov/surgeongeneral/priorities/youth-mental-health/social-media/>

[index.html](#)

Puig de la Bellacasa, M. (2017). Cuestiones de cuidado: Ética especulativa en mundos más allá de lo humano. University of Minnesota Press.

Reality Studies. (2023). Explicación del movimiento del decrecimiento y su visión del futuro de la economía. <https://www.realitystudies.co/p/explaining-degrowth-movement-economics>

RenMinds. (12 de noviembre de 2024). Abrazar la interconectividad: la visión de Donna Haraway para un futuro sostenible más allá del colonialismo, el nacionalismo, el imperialismo, y el capitalismo. <https://renminds.org/2024/11/12/embracing-interconnectivity-donna-haraways-vision-for-a-sustainable-future-beyond-colonialism-nationalism-imperialism-and-capitalism/>

Scientific American. (2023). Los detractores de la minería en los fondos marinos presionan a la ONU para que evalúe los impactos climáticos. <https://www.scientificamerican.com/article/seabed-mining-foes-press-u-n-to-weight-climate-impacts/>

Sitra. (2023). Hacia una economía regenerativa: Fortalecer la vitalidad de la naturaleza y las personas (Estudios Sitra 235). https://www.sitra.fi/app/uploads/2023/08/sitra_kohti_uusintavaa_taloutta_310823.pdf

Slow Media. (2010). El Manifiesto de Slow Media. <https://en.slow-media.net/manifesto/comment-page-2>

The Verge. (16 de mayo de 2022). Científicos crean un chip informático alimentado con algas. <https://www.theverge.com/2022/5/16/23074715/algae-computer-chip-photosynthesis-arm-cortex-iot-biophotovoltaics>

Tkalčić, I. (25 de septiembre de 2022). Astronautas sin nave espacial. <https://ivanatkalcic.com/2022/09/25/astronauts-without-a-spaceship/>

Tkalčić, I. (29 de noviembre de 2024). Aprovechando el viento. <https://ivanatkalcic.com/2024/11/29/catching-the-wind/>

Tsing, A. L. (2015). La seta al final del mundo: Sobre la posibilidad de la vida en las ruinas del capitalismo. Princeton University Press.

Universidad de Cambridge. (12 de mayo de 2022). Científicos crean una célula fotovoltaica biológica fiable utilizando algas. <https://www.cam.ac.uk/research/news/scientists-create-reliable-biological-photovoltaic-cell-using-algae>

Vindel, J. (2023). Jaime Vindel sobre la estética y la cultura de la modernidad fosilizada. The Syllabus. <https://www.the-syllabus.com/ts-spotlight/the-right-climate/conversation/jaime-vindel>

Blog oficial de YouTube. (s. f.). YouTube para la prensa. Consultado el 8 de abril de 2025, en https://blog.youtube/press/#:::text=500%2B%20hours%20of%20content%20uploaded,ever_y%20minute

Zuboff, S. (4 de octubre de 2019). El capitalismo de vigilancia es un ataque a la autonomía humana y a la privacidad digital. The Guardian. <https://www.theguardian.com/books/2019/oct/04/shoshana-zuboff-surveillance-capitalism-assault-human-autonomy-digital-privacy>



IA, creatividad y la presencia del artista en la era digital

Tianjun Li, artista visual y sonore, Finlandia, artista residente en Barcelona, primavera de 2025

Introducción

«Cuando el viento trae una voz que suena casi humana, pero no del todo, ¿la escuchamos con curiosidad o con miedo?»

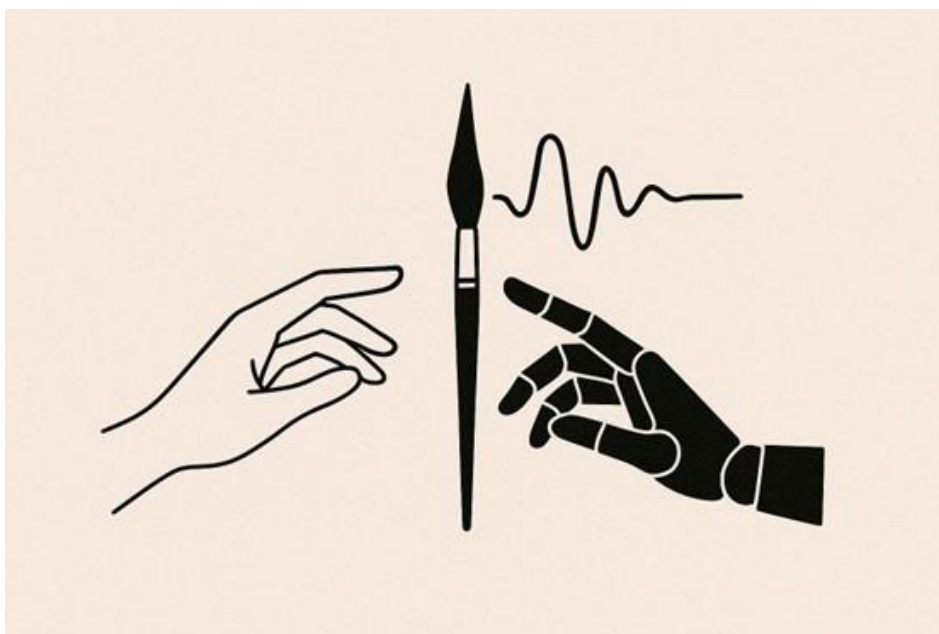


Figura 1. Imagen generada por ChatGPT siguiendo la instrucción «Genera una imagen que describa la relación entre el ser humano y la IA en la creación artística».

En una época en la que la inteligencia artificial es capaz de generar una nueva «fotografía» e incluso de componer la voz humana, los artistas se enfrentan a un dilema a la vez apasionante e inquietante: ¿está la inteligencia artificial ampliando lo que entendemos por creatividad, o se limita a imitarla mientras sustituye silenciosamente la práctica milenaria del creador humano? Sospecho que esta es una pregunta que no tiene respuestas fáciles, al menos para aquellos de nosotros que intentamos no solo lidiar con nuevas tecnologías y medios, sino también con nuevas geografías, lenguas e identidades.

Estoy elaborando un conjunto de herramientas que se basa en mi experiencia como artista interdisciplinar — utilizando la fotografía, el vídeo, el sonido y la performance— y como persona recién llegada al contexto cultural europeo. Reflexiona sobre cómo los medios digitales, en particular

la inteligencia artificial y las redes sociales, están transformando el papel, la voz y la visibilidad del artista de nuestra época. En las páginas siguientes, a partir de ejemplos propios y ajenos, analizaré la inteligencia artificial desde una perspectiva tanto creativa como crítica. Me pregunto: ¿qué ocurre cuando las máquinas hablan por nosotros, o incluso en nuestro nombre? ¿Puede la inteligencia artificial ser algo más que un asistente eficiente? ¿Puede convertirse en un cocreador del lenguaje artístico?

También analizaré las redes sociales no solo como una herramienta promocional, sino como un medio performativo, interactivo y colaborativo que permite a las voces menos representadas abrirse paso entre las narrativas dominantes. Por último, compartiré ideas y consejos para artistas no comunitarios como yo, que buscan desarrollar prácticas artísticas sostenibles en el contexto europeo.

La IA en las artes: ¿herramienta o amenaza?

Me gustaría compartir mis experiencias y reflexiones a través de los medios artísticos con los que estoy más familiarizada, como forma de plantear las siguientes cuestiones: la imagen (fotografía) y el sonido (voz).

Sobre la IA y la fotografía

Antes de preguntarnos cómo está cambiando la IA la fotografía, quizá debamos preguntarnos primero: ¿qué es la fotografía?

¿Es el acto de capturar la luz tal y como se refleja en el mundo? ¿Una herramienta para registrar la presencia: la prueba de que «yo estuve allí»? ¿O ha sido siempre algo más: una impresión emocional, una mirada construida, un rastro de añoranza plasmado en píxeles o celuloide?

Desde sus inicios, la fotografía ha caminado en la delgada línea que separa la documentación de la ilusión. Incluso los primeros fotógrafos, como Oscar Rejlander y, más tarde, Man Ray, manipulaban imágenes mucho antes de que existieran el Photoshop o la IA. La fotografía nunca ha sido puramente objetiva.

Y, sin embargo, lo que distinguía a la fotografía de la pintura o el dibujo era precisamente su relación indexical con el mundo real. La luz tocaba una superficie. Algo sucedía. Alguien pulsaba el obturador. En este sentido, la fotografía no es solo una imagen: es un momento capturado en el tiempo, ligado a un lugar, a una presencia y a un cuerpo humano detrás del objetivo.

¿Y qué ocurre cuando ese momento nunca existió? Cuando la imagen que estamos contemplando

de lugares en los que nunca hemos puesto un pie, visiones que nunca hemos visto realmente. Esto resulta a la vez fascinante y profundamente inquietante.

No creo que la IA sustituya el arte técnico de la fotografía. Pero la fotografía en sí misma ha ido mucho más allá de su función inicial como dispositivo de registro: ahora es un lenguaje visual a través del cual podemos construir narrativas con múltiples capas, complejas y profundamente personales. De este modo, la fotografía deja de centrarse en representar el momento tal y como es. ¿Qué pasa cuando la imagen no tiene ningún anclaje en la experiencia vivida? Cuando las imágenes generadas por IA, entrenadas con miles de millones de fotografías reales, producen

¿«Fotografías» de personas que nunca existieron, de lugares que nunca existieron? ¿Se pueden seguir llamando fotografías?

Técnicamente, quizá no. Son imágenes digitales en el lenguaje visual de la fotografía. Pero falta algo. Lo que falta es el testigo.

Las imágenes generadas por IA pueden imitar la estética de la fotografía —la profundidad de campo, la iluminación, incluso las imperfecciones—, pero no surgen del acto de presenciar los hechos. No hay ningún ser humano de pie en la nieve, conteniendo la respiración, esperando a que llegue la luz adecuada. Nadie se tumbó en la hierba durante una hora para fotografiar ese insecto. Nadie cruzó una frontera ni llamó a la puerta de un desconocido.

Esta distinción es especialmente crítica en la fotografía documental y periodística, donde la verdad y la responsabilidad son fundamentales. La IA difumina esas líneas, a veces de forma peligrosa. Fotos falsas de protestas, figuras políticas generadas por IA, escenas de guerra que nunca ocurrieron: no se trata solo de «experimentos creativos», sino de campos minados éticos. En el contexto de la fotografía como arte, sin embargo, los límites son más flexibles.

La fotografía artística lleva mucho tiempo jugando con la ficción, la fantasía y la construcción. En este contexto, la IA podría verse menos como una amenaza y más como un elemento provocador: un reto para llevar el medio aún más lejos.

Como artista para quien la fotografía es uno de los principales medios de expresión, en los últimos años me he visto a menudo reflexionando sobre la evolución del papel de la fotografía en la era de la inteligencia artificial. Históricamente, la esencia de la fotografía ha estado ligada a su capacidad para registrar la realidad. Esa conexión fundamental con la presencia —estar allí, ser testigo, capturar— siempre ha sido importante. Y, sin embargo, hoy en día, con la aparición de herramientas de generación de imágenes como Midjourney, somos capaces de producir fotografías del mundo tal y como es, y nos centramos más en utilizar lo que vemos para expresar lo que sentimos, imaginamos o cuestionamos.

De cara al futuro, creo que la fotografía tomará dos caminos distintos. Uno se acercará más a la esencia pura de la documentación: el deseo de preservar y ser testigo de la realidad. El otro disipará por completo el énfasis en la «verdad» fotográfica, animando a los artistas a utilizar este medio de forma similar a como un pintor utiliza el pincel: manipulando, combinando e incluso distorsionando las imágenes para expresar mundos interiores.

El auge de la IA complica aún más las cosas. Muchas de mis propias obras han sido confundidas con «fotos falsas» debido a su estética surrealista y onírica: imágenes superpuestas, paletas de colores alteradas, paisajes imposibles. Pero estas obras siempre parten de mis propias fotografías, tomadas en lugares reales, durante encuentros reales. Por ejemplo, una vez me topé con una cabra montés en un escarpado acantilado de una remota isla del sur de China. Reimaginé a esa cabra vagando por un cosmos azul surrealista hecho de cristal, óxido, escombros industriales y niebla marina: todas imágenes que yo mismo había capturado. No se trataba de ficción, sino de una reconstrucción poética de la realidad, filtrada a través de la memoria, la imaginación y la nostalgia.



Figura 2. *Tianjun Li, Una cabra en azul, Fotografía, 2018*

Aun así, vivimos en una época en la que las fotos se consumen en cuestión de segundos, sobre todo en pantallas. La mayoría de la gente rara vez se pregunta quién ha creado una imagen o qué significa. Reaccionan ante la sensación visual. Y en ese ámbito, la IA puede dominar fácilmente, porque genera contenido rápido, visualmente seductor e hiperrealista. Me preocupa que muchas obras fotográficas significativas, con un proceso laborioso y cargadas de emoción, se vean ahogadas en un mar de brillo generado por la IA. Pero también veo esto como un reto para los artistas: reafirmar el valor del ojo humano, del cuerpo, de la historia.

Lo que distingue el arte creado por humanos de las imágenes generadas por IA no es solo la técnica: es la experiencia vivida que hay detrás de la imagen. Mi práctica está profundamente arraigada en mis propios viajes físicos y emocionales: desde los bosques que una vez llamé hogar, ahora destruidos, hasta las rutas migratorias que he recorrido, pasando por las utopías imaginadas que construyo en mis instalaciones. La IA no siente el viento frío en ese acantilado, ni la nostalgia de dejar atrás una patria. Puede simular, pero no puede encarnar.

Dicho esto, no considero que la IA sea un enemigo. Es una herramienta, y además muy potente. Para mí, el peligro no reside en la herramienta en sí, sino en el uso irreflexivo que se haga de ella. Si logramos integrar la IA de forma reflexiva y con un propósito claro, y mantenemos una conciencia crítica sobre la autoría, la ética y el contexto, es posible que, de hecho, abra nuevas puertas en la práctica creativa.

Tengo mis preocupaciones, especialmente en torno a los derechos de autor y la erosión de la confianza en el poder de la fotografía para reflejar la verdad. Cuando empiezan a circular «fotografías falsas» generadas por IA en las que aparecen figuras o acontecimientos reconocibles, se plantean cuestiones éticas y legales complejas. ¿Quién es el propietario de qué? ¿Quién es responsable? ¿Qué ocurre cuando la línea entre lo documentado y lo inventado desaparece por completo?

Por supuesto, el auge de la IA también genera una verdadera inquietud en muchos ámbitos creativos. Se trata de un cambio radical. A lo largo de la historia, todas las grandes revoluciones tecnológicas han desplazado ciertas profesiones al tiempo que han dado lugar a otras nuevas. Diseñadores gráficos, fotógrafos comerciales, incluso periodistas: estas profesiones ya se están viendo afectadas. Y, sin embargo, no creo que los artistas puedan ni deban intentar competir con las máquinas. Nuestra fuerza reside en nuestra capacidad para sentir, reflexionar e imaginar otras posibilidades.

Consideraciones éticas y autenticidad

La integración de la inteligencia artificial en el arte plantea importantes cuestiones éticas. Una de las preocupaciones es la autenticidad de las obras generadas por la IA. Por ejemplo, la BBC utilizó la IA para recrear clases de escritura «impartidas» por la difunta Agatha Christie, utilizando su imagen y su voz. Aunque el proyecto tenía como objetivo preservar su legado, suscitó debates sobre las implicaciones éticas de las representaciones póstumas. <https://www.bbcmaestro.com/courses/agatha-christie/writing>.

Además, el uso de la IA para reproducir estilos artísticos característicos ha suscitado polémica. La generación de imágenes por parte de OpenAI al estilo del Studio Ghibli provocó críticas por parte del cofundador del estudio, Hayao Miyazaki, quien consideraba que el arte generado por IA carecía del «alma» de las obras creadas por el ser humano.



Figura 3. Deborah Szapiro señala que OpenAI está explotando «la comodidad, la seguridad y la belleza del mundo de Miyazaki». (Facebook: Studio Ghibli)

<https://www.abc.net.au/news/2025-04-03/the-controversial-chatgpt-studio-ghibli-trend-explained/105125570>

El auge de la IA también plantea retos para el trabajo artístico tradicional. A medida que la IA se vuelve más capaz de producir contenido de alta calidad, los artistas pueden ver cómo su trabajo se devalúa o se sustituye. Este cambio exige una reevaluación del papel del artista y de la importancia de la creatividad humana en un mundo cada vez más automatizado.

La IA en el arte sonoro y las narrativas ecológicas

La aplicación de la IA va más allá de las artes visuales y se extiende al arte sonoro y a la narración ecológica. Una de mis obras favoritas es la instalación «Kórsafn» de la artista islandesa Björk, que utilizó la IA para crear un paisaje sonoro en constante evolución en el vestíbulo de un hotel de Nueva York. El sistema de IA respondía a datos ambientales en tiempo real, como el tiempo y las migraciones de aves, para modular composiciones corales, creando así una experiencia auditiva dinámica.

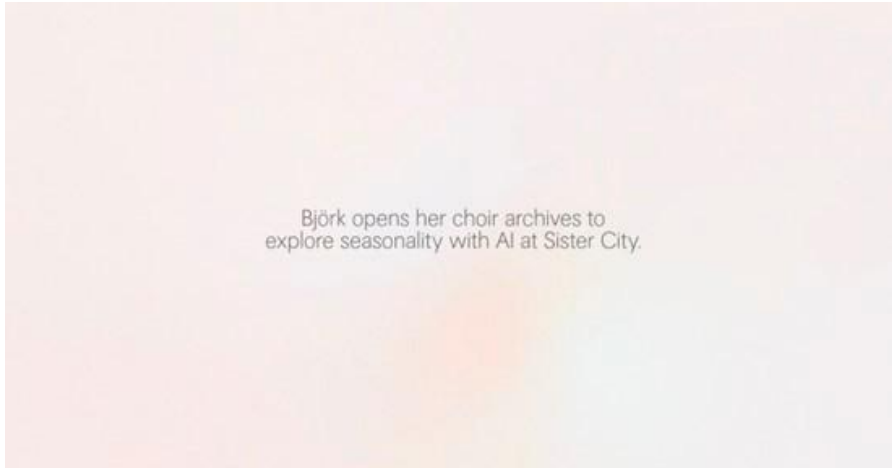


Figura 4. Captura de pantalla de la instalación Kórsafn de Björk

En otro proyecto, «Nature Manifesto», Björk colaboró con el Instituto Francés de Investigación y Coordinación en Acústica y Música (IRCAM) para reconstruir los cantos de animales extintos mediante inteligencia artificial. Esta instalación inmersiva tenía como objetivo concienciar sobre la pérdida de biodiversidad y el impacto de la actividad humana en los ecosistemas.



Figura 5. Captura de pantalla de un vídeo promocional de Nature Manifesto, creado por Sam Balfus (Balfua)

<https://www.centrepompidou.fr/en/magazine/article/bjoerk-after-plagues-and-pandemics-there-will-be-new-modes-of-existence>

De manera similar, el proyecto «Fragments of Extinction» del artista sonoro italiano David Monacchi consiste en grabar la biodiversidad acústica de las selvas tropicales primarias. Mediante equipos especializados y análisis de IA, Monacchi crea paisajes sonoros inmersivos que resaltan la riqueza y la fragilidad de estos ecosistemas.

Explorar la IA como herramienta para la creación artística

A pesar de los retos y las consideraciones éticas, muchos artistas, entre los que me incluyo, consideramos que la IA es una herramienta valiosa capaz de potenciar la creatividad; debemos seguir cuestionándola, familiarizándonos con ella y utilizándola para ampliar las posibilidades de la creación artística.

Me gustaría citar las respuestas de Björk en relación con las controversias sobre la IA:

También se cuestionó la decisión de utilizar la inteligencia artificial. Björk y Molinari la defendieron, ya que ambos ven la IA como una herramienta que puede utilizarse de forma creativa y sostenible; Björk se centró en la importancia de la aportación humana para dotar a la IA de un «alma», y Molinari destacó la necesidad de prácticas tecnológicas sostenibles en el contexto más amplio de la vida digital.

Tras la clausura de la exposición, Björk añadió: «así es como trabajaremos en el futuro. [...] si no hay alma en la música del futuro creada por la IA es porque [nadie] la ha puesto allí y tenemos que alzar la voz y velar por ello como oyentes», y añadió que ya hay «música ambiental sin alma» [sic] en Spotify, «fabricada en masa sin prestar atención a la creatividad».

https://en.wikipedia.org/wiki/Nature_Manifesto

Al aprovechar las capacidades de la IA, los artistas pueden explorar nuevas formas de expresión y llegar a un público más amplio. La clave reside en mantener un equilibrio entre adoptar los avances tecnológicos y la preservación de los elementos humanos que dan al arte su profundidad y significado.

Han surgido varias herramientas de IA para ayudar a los artistas en sus procesos creativos:

Herramientas de IA basadas en imágenes

Midjourney

Una herramienta de IA de «texto a imagen» que genera imágenes surrealistas y pictóricas a partir de indicaciones. Muchos artistas la utilizan para esbozar ideas conceptuales o explorar atmósferas visuales antes de plasmarlas en soportes físicos.

Ejemplo de uso: he visto a compañeros utilizar Midjourney para imaginar entornos especulativos o criaturas míticas.

Adobe Firefly (dentro de Photoshop)

Integra funciones de IA generativa directamente en los flujos de trabajo de edición de imágenes, incluyendo la ampliación del fondo, la eliminación de objetos y la generación de imágenes a partir de texto.

Herramientas de IA basadas en vídeo

Runway ML (Gen-2)

Permite a los artistas generar o editar vídeo a partir de texto o imágenes. No es solo un atajo, es una herramienta para replantearse la temporalidad, el movimiento y la narración visual.

Caso de uso: lo he utilizado para reimaginar documentación de la vida real en secuencias oníricas y superpuestas, explorando la memoria como algo en movimiento.

Herramientas de IA basadas en el sonido

AIVA (Artista Virtual de Inteligencia Artificial)

Una herramienta de composición que genera música en función del estado de ánimo, el género o el tema narrativo.

ElevenLabs

Un potente generador de voz con IA capaz de clonar voces humanas y producir locuciones en varios idiomas.

Las redes sociales como plataforma para los artistas: ¿liberadoras o agotadoras?

En los últimos años, me he visto atrapada entre dos emociones muy diferentes en lo que respecta a las redes sociales: la gratitud y el agotamiento. Por un lado, me han abierto puertas que nunca pensé que podría atravesar. Por otro, es un espacio que constantemente pide más: más contenido, más actualizaciones, más de mí misma. Para artistas emergentes como yo, especialmente aquellos sin acceso a los sistemas de galerías tradicionales o a las redes institucionales, las redes sociales pueden ser un camino alternativo. Pero también pueden consumir silenciosamente la energía que necesitamos para crear.

La espada de doble filo de la visibilidad

Cuando empecé a compartir mi trabajo en línea, todavía era estudiante en un país extranjero, lejos de los centros de poder del mundo del arte. No tenía representación en ninguna galería y mi currículum era escaso. Pero tenía un teléfono, una cámara y una historia que contar. En plataformas como Weibo/RedNote (redes sociales chinas que funcionan como Instagram), podía mostrar mis fotografías, películas y experimentos vocales, no en un cubo blanco pulido, sino en fragmentos, historias y momentos espontáneos. Poco a poco, la gente empezó a fijarse.

Las invitaciones no tardaron en llegar.

Las redes sociales han democratizado la visibilidad, al menos en cierta medida. Permiten a los artistas emergentes eludir a los intermediarios y conectar directamente con el público. Crean un espacio en el que un artista de un pueblo pequeño, expresándose con su propia voz, puede llegar a miles o millones de personas en todo el mundo. También han cambiado la forma en que entendemos la presencia artística: ya no está ligada a la geografía, una «plataforma» es ahora tanto un lugar de expresión como de exposición.

Pero esta exposición tiene un coste.

Para mantenerse visibles, los artistas se ven a menudo empujados a seguir un ritmo más propio de la creación de contenidos que de la práctica artística. Los algoritmos premian la constancia, la rapidez y la interacción. Si desapareces durante un mes para centrarte de lleno en un proyecto —como a veces deben hacer los artistas—, corres el riesgo de pasar desapercibido en el feed. Esta presión puede llevar a producir obras más rápidas, más a la moda y más orientadas a complacer al público. En momentos de duda, me he encontrado preguntándome: ¿estoy creando esta imagen porque lo necesito o porque «tendrá éxito» en Internet?

También hay un tipo de fatiga más profunda que traen consigo las redes sociales. A veces parece que el esfuerzo por ser vista me está quitando tiempo del esfuerzo por convertirme en algo.

Peor aún es la ansiedad por el rendimiento. El número de «me gusta», de compartidos y de seguidores empieza a parecer un indicador de valor. Es fácil caer en la comparación, sobre todo cuando el feed está lleno de compañeros que parecen tener éxito.

Por otro lado, he experimentado con actuaciones vocales en directo a través de Live, en las que el público podía responder en tiempo real. He visto a artistas utilizar las secciones de comentarios para recopilar historias, recuerdos e incluso sonidos para crear obras participativas. De esta forma, las redes sociales se convierten en algo más que una herramienta de marketing, pasando a formar parte de la propia obra de arte.

Usar las redes sociales con criterio: estrategia

Al igual que con cualquier medio, las redes sociales no vienen con un manual, y para los artistas pueden resultar tanto liberadoras como abrumadoras. Con el tiempo, he llegado a comprender que utilizar estas plataformas de forma eficaz no consiste en «descifrar el algoritmo», sino en abordarlas con claridad e intención. He aprendido (a menudo a base de prueba y error) que el uso reflexivo de las redes sociales empieza por saber por qué estoy ahí, a quién me dirijo y qué quiero aportar y recibir de ese espacio.

Conoce a tu público y tu propósito

Una de las lecciones más importantes que he aprendido es que los números no lo son todo. Puede resultar tentador —especialmente al empezar— medir el éxito de una publicación o un proyecto por el número de «me gusta» o de veces que se comparte. Pero las redes sociales son un espacio de desplazamiento rápido y sobrecargado visualmente. Las obras complejas, lentas o con múltiples capas emocionales a menudo no «funcionan» bien, pero eso no las hace menos valiosas. Muchos de mis trabajos más poéticos o basados en la investigación reciben menos interacción en línea, pero han dado lugar a conversaciones profundas y significativas fuera de Internet.

Por eso es fundamental definir tu propósito antes de perseguir la popularidad. ¿Tu objetivo es mostrar el proceso de creación? ¿Documentar tu investigación? ¿Conectar con compañeros, comisarios o colaboradores? Las redes sociales pueden servir para todo ello, pero la claridad ayuda a evitar caer en la trampa de producir arte para la plataforma, en lugar de a través de tu propia práctica.

Por supuesto, no todas las obras están destinadas a ser de nicho. Algunos proyectos —especialmente aquellos que incluyen elementos participativos, activismo o intervención pública— se benefician de un mayor alcance y de la participación activa del público. En esos casos, la visibilidad se convierte en un elemento clave del impacto de la obra. Un ejemplo es el proyecto viral a nivel mundial *Postcards from the Future*, del colectivo artístico *Forensic Architecture*, que aprovechó las redes sociales para recopilar datos de forma colaborativa y crear conciencia sobre las violaciones de los derechos humanos. Pero para muchos de nosotros, especialmente para quienes trabajamos en medios poéticos, conceptuales o de ritmo lento, está bien, e incluso es necesario, dejar de lado las ambiciones virales.

Crear una presencia artística profesional

Más allá de compartir obras terminadas, una de las formas más eficaces en las que he utilizado las redes sociales es como una especie de currículum en constante evolución. Actualizar periódicamente las exposiciones, residencias, actuaciones o charlas ayuda a crear una presencia artística coherente y visible. Permite a los comisarios y compañeros seguir tu trayectoria, y transmite a tu público una sensación de continuidad.

También es importante tratar tu feed y tus momentos destacados como parte de tu portfolio. Una documentación de alta calidad de hitos clave —como exposiciones, actuaciones o colaboraciones— puede utilizarse posteriormente para solicitudes, sitios web o comunicados de prensa. Una presencia profesional no significa publicar constantemente, sino más bien una coherencia meditada. Incluso si me encuentro en una fase de producción más tranquila, puedo compartir algo de mi cuaderno de bocetos, mi práctica vocal o una breve reflexión de mi diario de artista.

Una plataforma de aprendizaje y oportunidades

Aunque las redes sociales suelen considerarse un espacio para difundir, son igual de valiosas como herramienta para escuchar. He descubierto muchas de mis residencias, becas y convocatorias a través de cuentas de Instagram que publican regularmente oportunidades para artistas. Tengo por costumbre seguir a organizaciones, organismos de financiación y comisarios independientes que se dedican a compartir convocatorias abiertas. Algunas de mis cuentas favoritas son:



@residencyunlimited: publica regularmente residencias internacionales
@artconnect.opps: convocatorias abiertas, becas y concursos
@otm.network: On the Move —financiación para la movilidad en Europa
@framefinland: para artistas que trabajan en el ámbito artístico finlandés
@nordiskkulturkontakt: apoyo cultural nórdico
@artenda: convocatorias abiertas, becas y concursos

También sigo medios y revistas de arte contemporáneo para estar al tanto del discurso crítico, las tendencias y las nuevas obras, como:

@e_flux
@artreview_magazine
@artnet
@artnews
@friezeofficial



Navegando por Europa como artista procedente de un país no perteneciente a la UE

Como artista de un país no perteneciente a la UE que se trasladó a Europa durante los años de incertidumbre de la pandemia, a menudo me he sentido como si estuviera tanto dentro como fuera del marco. El mundo del arte europeo es, en muchos sentidos, un ecosistema emocionante y relativamente abierto, pero moverse en él como inmigrante implica un trabajo invisible, una adaptación silenciosa y una negociación persistente. Esta guía no es un mapa completo, sino más bien un conjunto de señales que me hubiera gustado tener antes.

El panorama artístico y los sistemas de apoyo en Europa

Europa, en su conjunto, ofrece un entorno sorprendentemente inclusivo para los artistas, especialmente en comparación con muchas otras partes del mundo. Muchos festivales, residencias y organismos de financiación están abiertos a los artistas independientemente de su nacionalidad, siempre y cuando residan legalmente en Europa. Desde los países nórdicos hasta Europa Central, existe un reconocimiento general de que la producción cultural se beneficia de la diversidad y del intercambio transfronterizo.

La financiación pública de las artes está más generalizada aquí. Aunque los niveles de apoyo varían de un país a otro, me llamó la atención la cantidad de becas, ayudas para residencias y colaboraciones institucionales a las que realmente se puede acceder. En Finlandia, donde resido, tanto los consejos de las artes locales como los nacionales convocan periódicamente convocatorias abiertas en las que pueden participar personas que no son ciudadanas. En lugares como los Países Bajos, Alemania, Suecia y Francia, los programas de apoyo a los artistas suelen hacer hincapié en la inclusión, la sostenibilidad y el compromiso social.

Dicho esto, el entorno de tu país de origen también es importante. Algunos gobiernos o embajadas ofrecen becas culturales o fondos de colaboración destinados específicamente a artistas que viven en el extranjero. Otros pueden ofrecer oportunidades de representación nacional en festivales o bienales internacionales. Vale la pena investigar ambas opciones: tanto el lugar donde te encuentras ahora como el lugar de donde vienes.

Visados, financiación y realidades administrativas

Aquí es donde las cosas se complican. Es posible que las residencias artísticas y los festivales no siempre comprendan la realidad administrativa de ser ciudadano de un país no perteneciente a la UE. Aunque las oportunidades puedan anunciar que están «abiertas a todos», en la práctica, los requisitos de visado y las limitaciones de residencia pueden crear barreras ocultas.

Si resides fuera de la UE, antes de solicitar una residencia, comprueba si ofrecen ayuda para la tramitación del visado o cartas de invitación. Algunos programas en Alemania, Austria o Francia están dispuestos a ayudar, pero no todos están familiarizados con los trámites de inmigración para residentes de fuera de la UE.

Si tienes un permiso de residencia de un país de la UE (por ejemplo, Finlandia), muchos países del espacio Schengen permiten estancias cortas sin necesidad de un visado adicional.

Crear una comunidad

Una de las partes más importantes para desarrollar una práctica artística sostenible en Europa es crear una red local. Algunos pasos que me ayudaron:

Asiste a las inauguraciones de exposiciones locales, aunque seas tímido. A menudo son eventos informales y gratuitos, y son buenos lugares para conocer a comisarios, artistas u organizadores. No hace falta que «hagas contactos», basta con estar presente.

Aprovecha las redes sociales: sigue a centros de arte locales, comisarios independientes y espacios gestionados por artistas. Muchas oportunidades se publican primero en Instagram o en boletines informativos

Y no olvides conectar con otros artistas inmigrantes o de la diáspora. He encontrado fuerza en quienes comprenden la condición de «entre dos mundos» que compartimos, y de esas relaciones surge un tipo diferente de solidaridad y de creación artística.

Una lista de instituciones de financiación artística con sede en Europa

On the Move

Una plataforma clave para la movilidad y la financiación cultural en toda Europa y más allá. Actualiza periódicamente las convocatorias abiertas para residencias, ayudas económicas y becas de viaje relacionadas con el arte.

Culture Moves Europe

Financiado por la UE, apoya la movilidad de los artistas, las residencias y los proyectos de colaboración transfronterizos. Abierto a artistas de países no pertenecientes a la UE que residan en Europa.

Pro Helvetia – Consejo Suizo de las Artes

Apoya las artes contemporáneas procedentes de Suiza y desarrolladas en el país, incluyendo intercambios internacionales, exposiciones y residencias.

Nordic Culture Point

Financia la cooperación artística entre los países nórdicos y bálticos. Los artistas que vivan en la región nórdica (independientemente de su nacionalidad) pueden optar a ayudas para la movilidad y la creación de redes.

Además, cada país cuenta con sus propios sistemas de financiación. Extras: plataformas para buscar residencias y becas.

Res Artis — Red global de residencias con convocatorias abiertas periódicas.

TransArtists — Lista exhaustiva de residencias artísticas y ayudas en Europa.



De cara al futuro, creo que debemos seguir preguntándonos:
¿Qué tipo de arte queremos crear y para quién?



Ya sea adoptando herramientas de IA, cultivando relaciones más saludables con las redes sociales o creando nuevas redes como artistas internacionales, el futuro del arte se configura tanto por la conciencia crítica como por la innovación tecnológica. No se trata de resistirse al cambio, sino de avanzar con reflexión en él: optando por la lentitud cuando sea necesario, creando presencias digitales honestas y abriendo un espacio para expresiones vulnerables, complejas y humanas en un mundo cada vez más algorítmico.



mmmm

Crear una marca profesional en las redes sociales

Kati Koivunen, ponente principal en el seminario web «Redes sociales y audiencia mediática 2024».

Artículo 2025

Introducción

Para muchos artistas de hoy en día, el trabajo creativo va más allá de la creación artística. La visibilidad, el establecimiento de contactos y la autopromoción se han convertido en aspectos esenciales de la vida profesional. Las plataformas digitales lo hacen posible al ofrecer herramientas para compartir el trabajo y conectar con el público; sin embargo, también generan presiones como la disponibilidad constante, la atención impulsada por algoritmos y la sensación de estar «siempre en el mercado laboral» (Jacobson, 2020). En este artículo, la marca profesional se refiere al proceso continuo de definir, comunicar y gestionar una identidad y reputación profesionales distintivas ante los públicos relevantes.

Para comprender por qué esto es importante, los investigadores señalan tanto las oportunidades como las preocupaciones éticas. La marca personal y el networking pueden ayudar a las personas en entornos laborales precarios a mantenerse visibles y a transmitir su valor a las partes interesadas (Gandini, 2016; Shepherd, 2005). Al mismo tiempo, la retórica orientada al mercado a menudo impone una gran responsabilidad a las personas y difumina los límites entre la vida laboral y la privada (Lair et al., 2005).

Además, estudios recientes describen la marca profesional como un proceso de identidad co-creado y dinámico en el que los profesionales negocian quiénes son y en quiénes quieren convertirse en relación con múltiples partes interesadas (Koivunen, 2023; Dumont y Ots, 2020; Jacobson, 2020). Esta perspectiva desplaza la atención de los eslóganes hacia el trabajo continuo de alinear valores, competencias y visibilidad pública.

La presencia en las redes sociales influye además en la forma en que se descubre a los artistas, cómo se interpreta su obra y cómo se desarrollan con el tiempo las relaciones con sus compañeros, las instituciones y sus seguidores (Labrecque et al., 2011; Scolere et al., 2018; Smith y Fischer, 2020). Los estudios sobre el apego a las marcas profesionales sugieren que los seguidores suelen conectar con personas que transmiten competencia, cercanía e idealidad: una combinación de habilidad, conexión emocional y cualidades a las que se aspira (Ki et al., 2020). La autenticidad es un elemento central de las marcas profesionales, ya que el público tiende a confiar y apoyar a aquellos cuya presencia digital se percibe como coherente con sus valores y acciones declarados (Khedher, 2019; Kucharska et al., 2020; Moulard et al., 2015).

Partiendo de estas ideas, este artículo ofrece un marco práctico para los artistas. Se centra en definir la identidad de marca, captar la atención del público a través de los contenidos y la narración de historias, y abordar los retos de la marca para que la presencia pública siga siendo sostenible y se base en los valores fundamentales.

Identidad de marca profesional

Autorreflexión y características fundamentales de la identidad

Una gestión eficaz de la marca profesional de los artistas comienza antes de crear cualquier publicación. Sin un sentido claro de la identidad profesional, la actividad en las redes sociales se vuelve fácilmente reactiva. Los artistas pueden acabar respondiendo a tendencias algorítmicas, expectativas percibidas o modas que cambian rápidamente, en lugar de desarrollar una presencia coherente y significativa. La identidad de marca profesional se distingue de la identidad personal privada y de un rol profesional oficial, aunque está interconectada con ambas (Koivunen, 2023). Para los artistas, se refiere a la forma en que eligen presentarse ante comisarios, público, compañeros, financiadores y clientes en su calidad de profesionales creativos. Tres componentes fundamentales son esenciales para esta identidad: valores, competencias y atributos personales.

Los valores constituyen una brújula inamovible para las decisiones relacionadas con la marca. Pueden incluir compromisos con la sostenibilidad, la justicia social, la práctica experimental, la accesibilidad o la creación de comunidad. Cuando los valores son explícitos, resulta más fácil decidir qué colaboraciones aceptar, qué tipo de contenido compartir y dónde trazar los límites. A los profesionales que saben expresar claramente sus valores les suele resultar más fácil decidir qué compartir y qué mantener en privado en las redes sociales (Koivunen, 2023). Para los artistas, esto puede implicar rechazar un encargo comercial que entre en conflicto con sus compromisos políticos o decidir hablar públicamente sobre temas como la discapacidad, la migración o la crisis climática, que son fundamentales en su trabajo.

El segundo elemento de la identidad de marca profesional se refiere a las competencias y el dominio experto. Los artistas a veces subestiman la importancia de describir sus habilidades específicas, sus técnicas y su experiencia profesional en un lenguaje accesible. Las investigaciones destacan la necesidad de comunicar con claridad la pericia y las capacidades distintivas, de modo que las partes interesadas puedan comprender qué tipo de valor aporta un profesional (Labrecque et al., 2011; Parmentier et al., 2013). Por lo tanto, es importante que los profesionales creativos identifiquen sus habilidades técnicas, enfoques artísticos y áreas de conocimiento, y sean capaces de explicar qué hace que su práctica sea distintiva (Koivunen, 2024a).

El tercer componente es el carácter personal: las cualidades humanas que hacen que un artista resulte cercano y memorable, como el sentido del humor, la serenidad, el entusiasmo o la intensidad crítica (Bendisch et al., 2013; Moulard et al., 2015). Estos atributos influyen en cómo las personas viven la interacción en comentarios, talleres o visitas al estudio. También pueden convertirse en parte del sello distintivo del artista, junto con el estilo visual. Con el tiempo, las marcas cambian, pero ciertos elementos, como las orejas de Mickey Mouse, permanecen estables y reconocibles.

De manera similar, un artista puede experimentar con nuevos temas y técnicas sin dejar de mantener un estilo básico reconocible o una preocupación recurrente que el público aprende a asociar con su nombre. La reflexión deliberada sobre los valores, las competencias y el carácter favorece el paso de una vaga incomodidad con la imagen de marca hacia una comprensión más sólida de lo que se presenta públicamente y lo que se mantiene deliberadamente en la esfera privada.

Los artistas suelen desempeñar varios roles al mismo tiempo, como creador, docente, comisario, activista o trabajador cultural en entornos institucionales. Todas estas identidades coexistentes determinan cómo se percibe una marca profesional ante diferentes públicos, incluso cuando solo algunas de ellas se muestran de forma explícita. Esto se analiza con más detalle en el capítulo «Gestionar los retos».

La autenticidad en un mundo curado

La autenticidad es una promesa fundamental en el discurso actual sobre la imagen de marca, aunque a menudo se reduce a consejos del tipo «sé tú mismo». Sin embargo, los estudios sobre la imagen de marca profesional describen la autenticidad en términos más precisos. Khedher (2019) identifica tres dimensiones de la autenticidad en la imagen de marca profesional: el estilo personal, la sinceridad y la integridad.

El estilo personal se refiere a la forma distintiva en que las personas se presentan visual y verbalmente. Para los artistas, esto puede traducirse en un tono visual coherente en sus sitios web y redes sociales, un ritmo concreto a la hora de publicar contenido o una forma reconocible de redactar los pies de foto. La sinceridad implica una concordancia entre los valores internos y las manifestaciones externas, lo que incluye la forma en que un artista habla de su obra y cómo trata a sus colaboradores y al público. La integridad se refiere al respeto de las normas éticas y al mantenimiento de un comportamiento coherente en todos los contextos.

La autenticidad suele evaluarse en función del grado de coincidencia entre el comportamiento de una persona en Internet y en la vida real, la coherencia entre las distintas plataformas y la concordancia entre los valores declarados y las acciones observables (Khedher, 2019). Cuando estos elementos están en armonía, la autenticidad se refuerza; cuando entran en conflicto, la confianza suele disminuir.

La autenticidad no implica una transparencia total. La imagen pública es siempre una construcción selectiva que destaca algunos aspectos de la personalidad y mantiene otros en la esfera privada. Esta versión «curada» de uno mismo puede seguir resultando emotiva y digna de confianza cuando la selección se rige por valores claros y cuando la narrativa se mantiene coherente a lo largo del tiempo (Dion y Arnould, 2016). Esta perspectiva resulta útil para los artistas a quienes les preocupa que su participación estratégica en las redes sociales pueda parecer poco auténtica. La autenticidad planificada es compatible con la práctica ética cuando la planificación respalda la expresión veraz y protege los límites personales. Las investigaciones sobre la marca profesional sugieren que la selección estratégica puede permitir una presencia sostenible en los medios sin empujar a los profesionales a una constante autoexposición (Jacobson, 2020).

Para los artistas, un enfoque práctico de la autenticidad podría incluir:

- Definir de antemano qué temas y aspectos de la vida se «ponen en escena» y cuáles permanecen en la esfera privada
- Utilizar motivos visuales y narrativos recurrentes que reflejen intereses genuinos
- Comprobar de vez en cuando si el comportamiento en línea se ajusta a cómo hablan de sus valores en contextos físicos, como visitas al estudio o entrevistas para becas.



Estas decisiones básicas sobre valores, límites y tono constituyen la base sobre la que se pueden construir las estrategias de público, que es el tema central de la siguiente sección.

Captar la atención del público: creación estratégica de contenidos para artistas

La sección anterior se centró en qué consiste una identidad de marca profesional. El siguiente paso es considerar cómo esta identidad llega al público en la práctica, a través del contenido y la interacción en las plataformas digitales.

Identificar a las partes interesadas

Entre las partes interesadas principales de un ecosistema de marca profesional suelen figurar compañeros y colegas, posibles colaboradores, galerías e instituciones culturales, coleccionistas y clientes, así como representantes de los medios de comunicación. Las partes interesadas secundarias incluyen a los empleadores, la familia y los amigos, y los estudiantes o alumnos a los que se orienta (Dumont y Ots, 2020; Preece y Kerrigan, 2015).

Este ecosistema de partes interesadas se ha aplicado a los artistas mediante una «rueda de margarita» de partes interesadas, que hace hincapié en que el público del artista no es un único grupo homogéneo, sino un conjunto de diferentes tipos de espectadores con intereses y expectativas variados (véase Preece y Kerrigan, 2015). Por ejemplo:

- Los colegas pueden estar interesados en el proceso, la experimentación y los relatos honestos de la lucha.
- Los curadores pueden centrarse en la claridad conceptual, el historial de la exposición y el posicionamiento crítico.
- Los coleccionistas pueden buscar imágenes que les ayuden a imaginar la obra en su hogar.
- Los financiadores pueden analizar la participación pública, la relevancia para la comunidad y las pruebas de impacto.

Analizar estos grupos puede ayudar a los artistas a diseñar contenidos que respondan directamente a las necesidades de cada uno de ellos, sin intentar complacer a todo el mundo a la vez. Además de estos actores humanos, los algoritmos pueden considerarse actores no humanos que determinan qué contenidos se hacen visibles (Scolere et al., 2018; Smith y Fischer, 2020).

Aunque los algoritmos no deben dictar la identidad, conocer cómo funciona la lógica de las plataformas puede orientar las decisiones prácticas sobre el formato, el momento y la frecuencia.

Los artistas visuales emergentes suelen abordar la presencia digital con cuatro objetivos interrelacionados: marca, interacción, creación de redes y conversión (Petrides y Vila de Brito, 2024).

Una presencia online eficaz requiere presentar la obra artística de tal forma que, al mismo tiempo, se gestione una marca artística identificable, se fomente la interacción con el público y se abran oportunidades concretas de networking y profesionales. La visibilidad digital funciona mejor cuando se complementa con encuentros y colaboraciones en el mundo físico, lo que, en conjunto, aumenta las posibilidades de avanzar en una carrera creativa (Petrides y Vila de Brito, 2024).

Estrategias de creación de contenidos

Una vez identificadas las partes interesadas, la siguiente pregunta es qué compartir y cómo. Las investigaciones sugieren tres estrategias interconectadas para los profesionales: sintonizar con un público atento, sintetizar el trabajo complejo en formatos accesibles y fomentar la difusión a través de una interacción significativa (Ki et al., 2020; Parmentier et al., 2013; Smith & Fischer, 2020; Koivunen, 2023).

La sintonía consiste en observar qué públicos interactúan con qué contenidos y responder a esos patrones sin traspasar los límites ni los valores personales. Entre las señales significativas se incluyen los comentarios, las veces que se comparte un contenido, los mensajes directos y los tipos de temas que suelen tener buena acogida. Las diferentes plataformas atraen también a distintos tipos de usuarios, desde las comunidades orientadas a lo visual en Instagram hasta las redes profesionales en LinkedIn o la interacción basada en procesos en TikTok (Labrecque et al., 2011; Scolere et al., 2018).

La destilación consiste en presentar ideas y procesos artísticos de forma comprensible sin restarles profundidad. Esto incluye la narración de historias y el intercambio de conocimientos. La narración de historias puede adoptar formas temáticas, emocionales o basadas en procesos, como explicar decisiones, mostrar trabajos en curso o relatar retos. Esto ayuda al público a conectar con las motivaciones del artista y puede reforzar la percepción de cercanía y competencia (Ki et al., 2020; Moulard et al., 2015).

La amplificación se centra en garantizar que el contenido llegue a las partes interesadas pertinentes. Los indicadores pueden incluir tanto medidas cuantitativas, como las tasas de interacción o el alcance, como signos cualitativos de relevancia, como las solicitudes de colaboración o las invitaciones a participar en oportunidades (Koivunen, 2023). Algunos profesionales consideran que la medición es útil para el perfeccionamiento, mientras que otros la ven como una fuente de ansiedad, lo que sugiere que un seguimiento discreto centrado en la interacción significativa es lo más sostenible. Los métodos éticos de captación —como plantear preguntas reflexivas, fomentar el diálogo o animar al intercambio entre pares— favorecen la participación sin recurrir a tácticas manipuladoras (Parmentier et al., 2013; Smith y Fischer, 2020). Estas estrategias no eliminan las presiones emocionales y éticas de la visibilidad, pero ofrecen herramientas que pueden facilitar respuestas más deliberadas a dichas presiones, las cuales se analizan en la siguiente sección.

Gestionar los retos

Incluso cuando se cuentan con valores, estrategias de contenido y la concienciación de las partes interesadas, la gestión profesional de la marca sigue planteando retos psicológicos y prácticos. En esta sección se abordan esos retos y el trabajo de identidad que requieren.

Las tensiones identitarias como catalizadores

La marca profesional puede generar una serie de tensiones identitarias, especialmente en ámbitos en los que las personas desempeñan múltiples roles y en los que la visibilidad pública es parte integral de la vida profesional. Estas tensiones pueden surgir entre diferentes aspectos de la identidad, entre el yo actual y el yo al que se aspira, entre la autopercepción interna y las interpretaciones externas, o entre la autenticidad y las expectativas percibidas del mercado (Koivunen, 2023). Dado que las redes sociales exponen a los artistas a comparaciones, comentarios y visibilidad continuas, estas tensiones suelen experimentarse con mayor intensidad en los entornos digitales.

Otras presiones también pueden moldear la identidad. Los incentivos algorítmicos pueden fomentar la producción de contenido que tenga un buen rendimiento pero que no se ajuste a valores más profundos.

Las presiones relacionadas con la monetización pueden llevar a las personas a enfocar cada acción en términos de generación de ingresos, lo que puede limitar la experimentación creativa. Las preocupaciones sobre la privacidad surgen cuando se difuminan los límites entre lo personal y lo profesional, especialmente cuando la visibilidad en línea da pie a comentarios no deseados o al uso indebido de imágenes. En conjunto, estas dinámicas pueden generar tensión emocional o incertidumbre sobre cómo presentarse ante los demás.

Sin embargo, las investigaciones en diversos contextos organizativos subrayan que estas tensiones son una característica normal de la identidad profesional contemporánea, no signos de insuficiencia (Kreiner et al., 2006). Cuando se reconocen en lugar de evitarse, pueden dar lugar a una reflexión sobre los valores, las prioridades y las orientaciones futuras deseadas. Existen varias prácticas que pueden apoyar este trabajo de reflexión. Aclarar los valores fundamentales ayuda a determinar qué aspectos de la identidad deben ser visibles y cuáles deben permanecer en la esfera privada. Buscar comentarios constructivos y descartar los comentarios inútiles favorece una comprensión equilibrada de las percepciones externas.

Las herramientas narrativas, como la conexión de las experiencias pasadas con los objetivos actuales y las aspiraciones futuras, ayudan a mantener un sentido de continuidad y propósito (Ibarra y Barbulescu, 2010).

Desde este punto de vista, las tensiones identitarias se convierten en catalizadores del desarrollo. Señalan momentos en los que la identidad se está reconfigurando y en los que las decisiones sobre visibilidad, límites y dirección cobran especial relevancia. En lugar de obstaculizar la construcción de la marca profesional, estas tensiones forman parte de la negociación continua a través de la cual surge una identidad profesional coherente y sostenible en los complejos panoramas del trabajo creativo contemporáneo.

El trabajo de identidad: estrategias para gestionar las tensiones y construir coherencia

Estas tensiones guardan relación directa con lo que la investigación organizacional denomina «trabajo de identidad», es decir, el esfuerzo continuo por crear, mantener y revisar un sentido coherente del yo en relación con los roles sociales (Brown, 2015; Ibarra y Barbulescu, 2010). La coherencia es importante porque los seres humanos necesitan un sentido básico de continuidad y consistencia en la identidad para su bienestar psicológico (Kreiner et al., 2006).

Las tensiones identitarias pueden gestionarse mediante prácticas que ayuden a mantener un sentido de coherencia entre los diferentes roles y expectativas. Las investigaciones sugieren tres procesos generales que respaldan este trabajo: equilibrar identidades, evaluar la alineación y contar historias coherentes (Koivunen, 2023; Ibarra y Barbulescu, 2010; Kreiner et al., 2006).

El primer proceso consiste en encontrar un equilibrio viable entre las diferentes identidades que tiene una persona. En lugar de intentar ocultar o separar los distintos roles, las personas exploran formas de combinarlos, decidiendo qué aspectos destacar y cuáles mantener en un plano más privado, y cambiando el énfasis a medida que cambian las circunstancias. Este proceso de equilibrio ayuda a mantener la continuidad entre los ámbitos profesional y personal (Koivunen, 2023).

El segundo proceso consiste en evaluar la identidad desde perspectivas tanto internas como externas. A nivel interno, las personas comparan su imagen pública con su percepción privada de sí mismas y se adaptan para garantizar que los límites y los valores sigan estando claros. Externamente, observan cómo los demás interpretan su trabajo y su presencia, utilizando los comentarios recibidos como información, al tiempo que se resisten a la presión de cambiar de formas que comprometerían su autenticidad. Esta doble evaluación favorece la estabilidad al ayudar a las personas a comprender en qué aspectos su identidad se siente alineada y dónde aparecen posibles discrepancias (Kreiner et al., 2006; Koivunen, 2023).

El tercer proceso se refiere al papel de la narrativa. Las historias que vinculan las experiencias pasadas con la práctica actual y los objetivos futuros ayudan a crear un sentido coherente de la dirección a seguir, especialmente durante los periodos de transición. Estas narrativas permiten a las personas transmitir su competencia, explicar los cambios y expresar sus nuevas aspiraciones (Ibarra y Barbulescu, 2010; Koivunen, 2023).

En conjunto, estas prácticas muestran que el desarrollo de la identidad es una negociación continua. Cuando se abordan de forma reflexiva, ayudan a las personas a gestionar las tensiones, mantener la coherencia y presentar una identidad profesional que se perciba como sólida y adaptable.

Retos comunes y respuestas prácticas

Las investigaciones existentes sobre la marca profesional identifican varios retos recurrentes para los profesionales creativos, como el agotamiento y la presión constante, los comentarios negativos, la comparación y los riesgos específicos relacionados con las plataformas digitales (Jacobson, 2020; Koivunen,

(2023). Muchos profesionales sienten que están constantemente «en el mercado laboral» (Jacobson, 2020). Esta percepción genera presión para publicar con regularidad y responder de inmediato a cada comentario o mensaje. Koivunen (2023) observó que esta expectativa suele resultar agotadora. Sin embargo, los profesionales pueden alternar entre periodos de participación activa y momentos dedicados al trabajo creativo, demostrando que una marca puede seguir siendo dinámica incluso cuando su creador no está conectado continuamente.

Los comentarios negativos también configuran el panorama emocional de la presencia en línea. La visibilidad pública conlleva tanto críticas constructivas como comentarios hostiles, y las personas deben decidir continuamente cómo responder. Koivunen (2023) muestra que algunos profesionales interpretan las críticas como un motivo para aclarar o establecer límites, mientras que otros utilizan redes de apoyo entre pares para mantener la confianza bajo presión. Estas elecciones activas influyen en si la visibilidad se percibe como manejable o abrumadora y permiten a los artistas mantener la capacidad de decisión sobre cómo se negocia su identidad en línea.

La comparación con los demás supone otro reto constante. El énfasis que ponen las redes sociales en el éxito idealizado puede intensificar los sentimientos de insuficiencia, lo que lleva a los usuarios a cuestionar su progreso o su estilo. En respuesta a ello, muchos seleccionan cuidadosamente sus feeds, reducen la exposición a contenidos que aumentan la ansiedad e invierten más energía en relaciones y comunidades que ofrecen formas de reconocimiento más realistas (Koivunen, 2023). Estas acciones ayudan a redirigir la atención hacia criterios personalmente significativos, en lugar de hacia métricas dictadas por las plataformas.

Los riesgos específicos de cada plataforma complican aún más la construcción de la marca profesional. Los cambios en los algoritmos pueden afectar de forma repentina a la visibilidad. La dependencia de una única plataforma puede hacer que las carreras profesionales se vean en una situación vulnerable, y las preocupaciones sobre el plagio o el uso indebido de imágenes pueden limitar lo que los artistas se sienten seguros de compartir (Labrecque et al., 2011; Scolere et al., 2018). Para abordar estas cuestiones, los profesionales suelen reforzar el control sobre sus canales principales, como sitios web personales o listas de correo, documentan su trabajo cuidadosamente y diversifican los lugares donde publican. Al tomar estas medidas, configuran activamente las condiciones de su visibilidad en lugar de dejarla totalmente en manos de la dinámica de las plataformas.

Conclusión

La creación de una marca profesional para artistas en las redes sociales puede entenderse como un proceso identitario continuo que se desarrolla en interacción con las partes interesadas. Las investigaciones sobre la creación de marcas profesionales muestran que unos valores, competencias y rasgos de carácter coherentes determinan la forma en que se percibe a los artistas y cómo surgen las oportunidades en torno a su trabajo. El análisis de este artículo ha abordado ese proceso desde tres perspectivas. En primer lugar, ha destacado la identidad de marca profesional como una combinación de valores, competencias y rasgos personales que aporta coherencia a la presencia pública. En segundo lugar, ha esbozado cómo esta identidad llega al público a través de la concienciación de las partes interesadas y de estrategias de contenido que favorecen una interacción significativa en todas las plataformas. En tercer lugar, ha examinado las tensiones, presiones y riesgos que acompañan a la visibilidad y ha destacado prácticas reflexivas que ayudan a mantener la sostenibilidad psicológica y la continuidad de la identidad. En conjunto, estas perspectivas presentan la marca personal no como un ejercicio superficial, sino como una forma de trabajo continuo sobre cómo se entiende, se comparte y se sostiene la práctica artística en la cultura digital contemporánea.



Referencias

- Bendisch, F., Larsen, G. y Trueman, M. (2013). Ser especial: el papel de las marcas en la identidad y la reputación de los directores generales. *European Journal of Marketing*, 47(3-4), 447-466.
- Brown, A. D. (2015). Identidades y trabajo de identidad en las organizaciones. *International Journal of Management Reviews*, 17(1), 20-40.
- Dion, D. y Arnould, E. (2016). La persona como forma emergente de marca. *Journal of Marketing Management*, 32(1-2), 121-155.
- Dumont, G., y Ots, M. (2020). Las marcas personales profesionales como capital simbólico: hacia un modelo teórico. *Journal of Media Business Studies*, 17(2), 87-111.
- Gandini, A. (2016). *La economía de la reputación: Comprender el trabajo del conocimiento en la sociedad digital*. Palgrave Macmillan.
- Ibarra, H., y Barbulescu, R. (2010). La identidad como narrativa: prevalencia, eficacia y consecuencias del trabajo de identidad narrativa en las transiciones de roles laborales a gran escala. *Academy of Management Review*, 35(1), 135-154.
- Jacobson, J. (2020). Eres una marca: la marca profesional de los gestores de redes sociales y «la audiencia del futuro». *Journalism*, 21(5), 604-621.
- Khedher, M. (2019). Marca profesional: antecedentes y consecuencias sobre la empleabilidad. *Journal of Product and Brand Management*, 28(1), 79-92.
- Ki, C. W. C., Choi, Y., y Kim, Y. K. (2020). El mecanismo mediante el cual los influencers de las redes sociales persuaden a los consumidores: el papel del deseo de imitar de los consumidores. *Revista de Investigación en Marketing Interactivo*, 14(1), 14-32.
- Koivunen, K. (2023). *La creación conjunta de una identidad de marca profesional en las redes sociales durante una transición profesional* [Tesis doctoral, Universidad de Oulu].
- Koivunen, K. (9 de septiembre de 2024a). *Crear tu identidad: explorar los fundamentos de la marca profesional* [Vídeo]. Seminario en línea sobre presencia profesional en los medios. YouTube. <https://www.youtube.com/watch?v=SGDMtplPcf0>
- Koivunen, K., Jussila, M. y Pohjola, P. (25 de abril de 2024b). *Presencia profesional en los medios para artistas: potenciar la creatividad en la era digital*. Lumen. Universidad de Ciencias Aplicadas de Laponia.
- Kreiner, G. E., Hollensbe, E. C., y Sheep, M. L. (2006). ¿Dónde está el «yo» entre el «nosotros»? El trabajo de identidad y la búsqueda del equilibrio óptimo. *Academy of Management Journal*, 49(5), 1031-1057.

- Kucharska, W., Confente, I., y Brunetti, F. (2020). El impacto de la marca profesional en la autenticidad y la lealtad a la marca. *Journal of Product and Brand Management*, 29(6), 781–797.
- Labrecque, L. I., Markos, E., y Milne, G. R. (2011). Marca profesional en línea: procesos, retos e implicaciones. *Journal of Interactive Marketing*, 25(1), 37–50.
- Lair, D. J., Sullivan, K., y Cheney, G. (2005). La mercantilización y la reconfiguración del yo profesional: la retórica y la ética de la marca personal. *Management Communication Quarterly*, 18(3), 307–343.
- Moulard, J. G., Garrity, C. P., y Rice, D. H. (2015). Qué hace que una marca humana sea auténtica: identificación de los antecedentes de la autenticidad de las celebridades. *Psychology and Marketing*, 32(2), 173–186.
- Parmentier, M. A., Fischer, E., y Reuber, A. R. (2013). Posicionamiento de las marcas personales en ámbitos organizativos consolidados. *Journal of the Academy of Marketing Science*, 41(3), 373–387.
- Petrides, L., y Vila de Brito, M. (2024). El impacto de la presencia digital en las carreras de los artistas visuales emergentes. *Social Sciences*, 13(6), 313.
- Preece, C., y Kerrigan, F. (2015). Negociación del significado de la marca entre múltiples partes interesadas: un estudio de caso sobre la marca en las artes. *European Journal of Marketing*, 49(3–4), 371–396.
- Scolere, L., Pruchniewska, U., y Duffy, B. E. (2018). La construcción de la marca personal específica de cada plataforma: el trabajo de la promoción en las redes sociales. *Social Media and Society*, 4(3), 1–11.
- Shepherd, I. D. H. (2005). «Del ganado y el carbón a Charlie: cómo afrontar el reto del marketing personal y la marca profesional». *Journal of Marketing Management*, 21(5–6), 589–606.
- Smith, A. N., y Fischer, E. (2020). Hacia un modelo dramático de la atención en las redes sociales en el sector de los viajes y el turismo. *Journal of the Academy of Marketing Science*, 48(6), 1185–1204.



Buenas prácticas para los medios

Karen Briffa, artista residente en Turku, otoño de 2023

Redacción de los puntos clave de las presentaciones de seminarios en línea

Creo firmemente que el seminario en línea sirvió como una introducción fundamental al complejo mundo de los proyectos PMP. Las presentaciones fueron muy instructivas, pero me parecieron especialmente cautivadoras las perspectivas compartidas por la cineasta Selma Vilhunen, el profesor titular Marko Luukkonen y el dinámico dúo formado por el bailarín Mikko Makkonen y Milla Jarvipetaja. Sus presentaciones pusieron de manifiesto el poder sin igual de los medios de comunicación, capaces de llegar al público tanto desde la comodidad de sus hogares como desde la grandiosidad de un teatro. En una era en la que las películas traspasan sin esfuerzo las barreras, incluso a través de las pantallas de los teléfonos móviles, se erigen como la herramienta más potente, capaz de tener un impacto tanto ventajoso como desfavorable.

«El arte de la danza también se reveló como un medio formidable de autoexpresión. Al igual que el cine, la danza tiene la capacidad única de transmitir una miríada de emociones y mensajes, que se amplifican aún más cuando se capturan en una película. Elegir un favorito entre los dos resulta ser una tarea difícil, ya que ambos medios me dejaron una impresión duradera».

Un aspecto que me llamó especialmente la atención fue el hábil uso que hicieron los profesionales de la cámara del ordenador portátil. Su postura y la forma en que participaban en la conversación demostraban un nivel de comodidad y confianza que no todos los ponentes compartían. Aunque es comprensible que hablar de uno mismo y de su ámbito profesional pueda resultar incómodo, creo que, cuando se pretende «vender» un producto, es esencial ocupar el espacio ante la cámara y dominar la pantalla. Por supuesto, esta perspectiva es subjetiva, y estoy abierta a que me corrijan.

En cuanto a la estructura general de la presentación, aplaudo su meticulosa planificación, incluidas las pausas para el café, perfectamente programadas. Partiendo de la sugerencia del taller de octubre, propongo estudiar la posibilidad de organizar reuniones presenciales para la generación más joven, especialmente para aquellos afectados por diversas formas del síndrome de la COVID, tras las sesiones de Zoom. Por ejemplo, en Malta, los NAT podrían optar por reunirse en las instalaciones de PrismsMalta, fomentando así un sentido de comunidad entre los artistas NAT interesados en abordar de forma colectiva los contenidos del seminario.

En conclusión, el seminario en línea sirvió como una introducción muy valiosa al proyecto PMP, y las diversas ponencias dejaron una huella duradera. Aunque se valora la estructura bien planteada, hay margen para considerar nuevas vías de participación interactiva, garantizando la inclusividad y un sentido de camaradería entre los participantes, especialmente entre la generación más joven, que se enfrenta a retos únicos.

Reflexión sobre los temas: cine, danza, música y poesía

Estos cuatro temas me llegan profundamente, y los he ordenado intencionadamente según mi conexión personal con ellos como herramientas mediáticas. Sin duda, cada uno tiene una importancia primordial para el tejido general de una nación. El cine, ya sea en forma de un conciso cortometraje, una serie de televisión cautivadora o incluso un anuncio televisivo atractivo, destaca como la herramienta mediática por excelencia a nuestra disposición.

En la actualidad, esta afirmación se extiende a las redes sociales, donde la proliferación de vídeos cortos, plasmada en el popular formato de los «reels», se ha convertido en un fenómeno cultural. El atractivo de crear y consumir «reels» en plataformas como Instagram da fe de la afinidad innata de las personas por la narración cinematográfica. El medio visual, con sus potentes capacidades narrativas, elimina la necesidad de recurrir al texto para captar la esencia de un mensaje. La responsabilidad recae directamente en el cineasta transmitir con destreza el mensaje deseado, y la respuesta del público se convierte en una prueba de fuego de su destreza a la hora de manejar esta herramienta mediática increíblemente influyente.

En esencia, el arte del cine trasciende el mero entretenimiento; es un poderoso vehículo para moldear percepciones, fomentar el entendimiento y grabar historias en la conciencia colectiva. La capacidad del cineasta para transmitir ideas con fluidez y evocar emociones diversas pone de relieve el verdadero poder y la profesionalidad inherentes a este medio de gran impacto.

Al comparar la danza con el cine, se observa una dinámica similar con el público, aunque matizada por las características distintivas de cada disciplina de danza. A diferencia del amplio atractivo del cine, donde el público puede elegir entre diversos géneros, cada forma de danza se dirige a un público específico. Por ejemplo, quienes quedan cautivados por la gracia de una bailarina de ballet que encarna a un cisne moribundo no tienen por qué sentirse identificados con el dinamismo de una actuación de hip-hop. Sin embargo, al igual que ocurre con las preferencias selectivas en el cine, el público de la danza elige una forma concreta de este arte y se sumerge en los evocadores mensajes que se transmiten. Pensemos en la impactante actuación de la bailarina ucraniana que compartió su profunda conexión con su arte y las conmovedoras historias que busca expresar a través de la danza. Su actuación sirvió como un medio formidable, trascendiendo las barreras lingüísticas y culturales. A través de la elocuencia de sus movimientos corporales y su coreografía, se convirtió en un conducto para que sintiéramos el profundo dolor que experimenta su nación. En una sala donde la asistencia no era obligatoria, su actuación acaparó la atención, y era imposible encontrar a alguien que permaneciera indiferente. Ni una sola persona salió de la sala sin sentirse conmovida; se derramaron lágrimas y se abrazaron las emociones.

Este conmovedor episodio pone de relieve el formidable poder inherente a cualquier medio de comunicación —un medio que tiene la capacidad de cautivar, conmover y unir a una audiencia, dejando una huella indeleble en su conciencia colectiva.

La música ejerce un poder inmenso, y su modo de difusión amplifica aún más esta influencia. Sirve como una herramienta potente, y el medio a través del cual impregna el mundo se erige como el conducto más impactante de todos. Al igual que en la industria cinematográfica, el aspecto económico también está entrelazado con la esencia de la música. Si bien el respaldo financiero a menudo impulsa la música al primer plano, es crucial reconocer que la destreza de un artista no se mide únicamente por el éxito en las listas de éxitos de diversos géneros.

Hasta el esclarecedor seminario de un día celebrado el pasado mes de septiembre, nunca había considerado la poesía como un componente viable de un conjunto de herramientas mediáticas. Quizá mi descuido se debiera a que percibía la poesía meramente como un patrimonio cultural, una materia confinada al ámbito de la. Sin embargo, ser testigo de cómo los poetas despliegan estratégicamente su arte en la esfera digital, elaborando mensajes que esperan ser comprendidos, apreciados y difundidos, me dejó impresionado por la potencia de esta herramienta. Esta observación no se limita a la poesía; se extiende a las novelas y al periodismo. Sin embargo, en el caso de la poesía, el mensaje transmitido tiene una cualidad matizada y especialmente potente.

Cuando la poesía va acompañada de una imagen cautivadora, o mejor aún, cuando la recita un actor o el propio autor, el impacto se intensifica. Recuerdo vívidamente ese momento.

Gabriel Lia recitó con gran pasión su poema en maltés durante la semana de talleres. Aunque el idioma resultaba desconocido para la mayoría de los asistentes, la emotiva interpretación de Lia y su lenguaje corporal transmitieron un mensaje contundente y resonante. El público, aunque incapaz de comprender el idioma, pudo sentir de forma palpable la fuerza, la convicción y la intensidad del mensaje, lo que creó una experiencia inolvidable y de gran impacto.

Selección de ejemplos de medios y arte

A continuación, presento una selección de ejemplos de arte y medios de comunicación que ilustran cómo han sabido abordar con maestría la intrincada interacción entre su público y el arte que representan. Estos casos constituyen ejemplos convincentes de cómo el arte puede actuar como un puente dinámico que conecta a la perfección a los creadores con su público, fomentando un encuentro profundo y cautivador.



Plataforma: Instagram [Instagram - Gabriel Lia](#)

Artista: Gabriel Lia

Arte: Poesía y fotografía

Gabriel, un periodista de 24 años de profesión, es un cautivador artesano de la palabra que fusiona a la perfección los ámbitos del periodismo y la poesía para crear un paisaje literario único y fascinante. Más allá de los límites del papel de periódico y las ondas de radio, se adentra en el

mundo poético evocador, entrelazando sus versos con vívidas instantáneas de sus estados de ánimo capturados a través de la fotografía. Este enfoque polifacético aporta una rica dimensión a su poesía, permitiendo a los lectores no solo asimilar las palabras, sino también experimentar las emociones y el ambiente que las inspiraron.

En un panorama literario en el que muchos poetas de su generación sucumben a la influencia del inglés debido a los lazos coloniales históricos, Gabriel destaca como un faro de autenticidad lingüística. Profundamente arraigado en su lengua materna, navega por su herencia maltesa con un compromiso renovador, desafiando la tendencia a diluir las lenguas nativas con la influencia omnipresente del inglés —un legado lingüístico de los casi 200 años de historia colonial de Malta bajo el dominio británico hasta su independencia en 1964.

Conocí a Gabriel durante la semana de talleres de PMP_NAT en octubre de 2023, donde su capacidad para plasmar momentos en su poesía y darles vida a través de la recitación me causó una impresión imborrable. A medida que me adentraba en su mundo literario, descubrí a una persona extraordinaria que no solo transmite mensajes a través de sus versos, sino que también deja una huella inconfundible de su estilo, su técnica y su personalidad poética únicos. Conocerlo más personalmente durante esa semana no hizo más que profundizar mi admiración por la potencia de su literatura personal.

A pesar de su destreza en el ámbito de la poesía, el principal campo profesional de Gabriel sigue siendo el periodismo. Narrador tanto en la escritura como en la palabra hablada, se gana la vida colaborando con periódicos y emisoras de radio. En el ámbito digital, su presencia se nota en Instagram, donde comparte fragmentos de su destreza poética y ofrece una visión del mundo en el que su pasión «a tiempo parcial» coexiste armoniosamente con sus actividades periodísticas. Gabriel, con su capacidad para equilibrar las exigencias de ambas profesiones, se perfila como una fuerza literaria a tener en cuenta, cautivando al público a través del prisma de sus palabras y el poder de su narrativa.

Conocer a Gabriel durante la semana de talleres de octubre de 2023 fue realmente enriquecedor, y profundizar en sus múltiples talentos reveló otra faceta cautivadora de su personalidad. Más allá de su destreza en el periodismo y la poesía, descubrí que Gabriel escribe los ingeniosos guiones de un personaje cómico de la televisión con gran influencia local. Lo que le distingue es que encarna el lado cómico del personaje de esta personalidad, un papel que desempeña con admirable delicadeza.

Las aportaciones cómicas de Gabriel revisten una importancia especial, teniendo en cuenta que

parte considerable de la nación sintoniza con entusiasmo la cadena local los sábados por la noche, justo antes de lanzarse a sus escapadas de fin de semana. El programa de variedades orquestado por esta carismática personalidad abarca a todas las generaciones, convirtiéndose en un referente cultural que conecta con públicos muy diversos. La capacidad de Gabriel para infundir su sentido del humor único en este programa de gran audiencia no solo refleja su destreza artística, sino que también subraya el amplio atractivo de su estilo cómico.

Esta implicación en el ámbito del entretenimiento no es para Gabriel una mera actividad secundaria, sino que se entrelaza a la perfección con su marca personal y su visión empresarial. Al igual que su particular enfoque de la poesía, el sentido del humor de Gabriel destaca como una característica definitoria. La relación simbiótica entre sus aportaciones cómicas y sus iniciativas artísticas más amplias pone de manifiesto una sinergia creativa que enriquece ambos ámbitos de sus actividades expresivas. En esencia, el papel de Gabriel en la configuración del panorama cómico de un popular programa de variedades ejemplifica no solo su versatilidad, sino también su compromiso de llevar la risa y la alegría a un público diverso, que abarca diferentes grupos de edad y procedencias.



Medio: Banda musical The Travellers

Artista: The Travellers

Arte: Música con letra

La declaración atemporal de Shakespeare, «Que la música sea el alimento del amor», resuena a lo largo de los siglos, y yo siempre he mantenido mi propio lema: «Que la música sea tu lado más alegre». La música, como medio poderoso, tiene la extraordinaria capacidad de iluminar y enriquecer la existencia de las personas. Ya sean los acordes melancólicos de una melodía conmovedora o las notas estimulantes de una melodía jubilosa, la música sirve de conducto para las emociones, permitiendo a los oyentes entretejer sus propios sentimientos en el tejido del paisaje sonoro.

Mi decisión de incluir a este grupo en mi presentación de este kit de herramientas se debe a la profunda sinergia artística que caracteriza sus creaciones musicales. Cada canción que componen es un testimonio de la exquisita fusión entre el lirismo poético y la maestría musical, lo que los convierte en una encarnación cautivadora de la unión entre palabras y melodías.

En la era contemporánea, la música ha experimentado una transformación radical, trascendiendo sus raíces tradicionales y adentrándose en el ámbito digital. Esta evolución no solo ha ampliado su alcance, sino que también ha abierto nuevas vías para la expresión artística. En medio de este dinámico panorama musical, The Travellers, una banda con sede principalmente en Gozo, se erige como testimonio del poder perdurable de la música en nuestras islas maltesas.

Durante años, The Travellers han ido tejiendo intrincados tapices musicales que resuenan con el espíritu de nuestra comunidad. Su repertorio, predominantemente animado pero siempre cargado de significado, narra conmovedoras historias cotidianas en maltés. Sus melodías, caracterizadas por su energía contagiosa, les han valido un lugar destacado en el escenario nacional, y muchas de sus canciones se han convertido en imprescindibles tanto en la televisión como en la radio nacionales.

La amplia disponibilidad de su música en plataformas como Apple Music y Spotify da fe de su apuesta por los canales digitales, lo que garantiza que su arte llegue a un público diverso. En una era dominada por la tecnología, estas plataformas se han convertido en conductos esenciales para la exploración musical, y The Travellers han sabido moverse con destreza por estos espacios virtuales, haciendo que sus melodías sean accesibles a una audiencia global.

Además, mientras los malteses sintonizan una gran variedad de emisoras de radio nacionales, incluida la cada vez más extendida radio DAB, las melodías de The Travellers siguen resonando en las ondas. Su música, profundamente arraigada en el tejido cultural de las islas, no solo conecta con el público local, sino que trasciende las fronteras geográficas, creando un puente armonioso entre la tradición y la modernidad.

En esencia, el viaje musical de The Travellers ejemplifica la importancia perdurable de la música como medio para contar historias, crear vínculos comunitarios y propiciar la evolución artística. Sus melodías, como un latido rítmico, resuenan en la conciencia colectiva de nuestras islas, recordándonos que, en la sinfonía siempre cambiante de la vida, la música sigue siendo una fuente constante de alegría, reflexión y conexión.



Medio: Dibujante, dibujante editorial, ilustrador, ilustrador digital, [Steve Bonello Art](#)

Artista: Steve Bonello

Técnica: Principalmente pluma sobre papel e ilustraciones digitales

Steve Bonello es un distinguido dibujante maltés con una prolífica carrera que abarca más de tres décadas, dejando una huella indeleble en el panorama artístico local. Su trayectoria creativa despegó en 1991, cuando comenzó a colaborar semanalmente con el Sunday Times of Malta, consolidándose como un dibujante destacado en el panorama mediático maltés.

Más allá del mundo de los dibujos animados, Bonello ha demostrado su versatilidad artística ilustrando varios libros de otros autores. Su talento se extiende a la creación de sus propias recopilaciones, en las que sus ilustraciones distintivas cobran vida en obras publicadas que llevan la marca inconfundible de su ingenio creativo.

Un capítulo significativo en la carrera de Bonello tuvo lugar durante la campaña informativa previa a la adhesión de Malta a la UE, donde su destreza artística desempeñó un papel fundamental. No solo aportó ilustraciones, sino que también puso a disposición sus habilidades de diseño para crear impactantes vallas publicitarias para la campaña. Esta participación reflejó no solo su destreza artística, sino también su compromiso de contribuir a importantes debates nacionales.

Además de su labor como dibujante e ilustrador, Steve Bonello ha realizado notables contribuciones al ámbito de la literatura de viajes. Su firma aparece en la (entonces) revista de a bordo de la aerolínea nacional, *Il-Bizzilla*, donde compartía sus ideas y puntos de vista a través de interesantes artículos sobre la vida local. A través de estas colaboraciones, Bonello no solo puso de manifiesto su talento artístico, sino que también se convirtió en un narrador, tejiendo relatos que ensalzaban la riqueza de la cultura y el paisaje malteses. Con una carrera marcada por la dedicación, la creatividad y el compromiso de contribuir tanto al ámbito artístico como al informativo, Steve Bonello sigue siendo una figura destacada en el tapiz cultural de Malta, dejando un legado perdurable a través de sus caricaturas, ilustraciones y contribuciones escritas.

Hace unos 10 años, con 63 años (actualmente), Steve Bonello entró en una etapa de su vida en la que su pasión por el arte se convirtió no solo en un medio de realización personal, sino también en su principal fuente de ingresos tras jubilarse anticipadamente de su puesto en el Departamento de Horarios de Vuelos de la aerolínea local de Malta, Air Malta.

Su enfoque artístico actual gira en torno a una iniciativa conmovedora y oportuna: documentar los árboles que adornan los paisajes de Malta. Esta elección reviste un profundo significado, dados los debates y controversias actuales en torno a la conservación de estos elementos naturales de larga tradición frente al desarrollo urbano.

A raíz de las polémicas discusiones sobre la tala de árboles, algunos de los cuales llevan siglos en pie, para dar paso a las estructuras de hormigón y las carreteras en constante expansión, Steve ha asumido el papel de cronista visual. Durante los últimos tres o cuatro años, se ha dedicado a capturar la esencia de estos árboles a través de sus dibujos. Cada trazo de su expresión artística sirve como testimonio de la resistencia y la belleza de estas maravillas naturales que, durante tanto tiempo, han sido parte integral de la identidad de Malta.

En un audaz alejamiento de las prácticas artísticas convencionales, Steve ha decidido compartir con el mundo sus creaciones centradas en los árboles, no solo como expresiones de atractivo estético, sino como mensajes sobre la conciencia medioambiental y la necesidad de la conservación. Al convertir su arte en su medio de vida, ha encontrado la manera de aunar su pasión con una causa significativa.

En esta era digital, Steve utiliza Facebook como su principal red social, creando una galería virtual en la que sus obras de arte centradas en los árboles encuentran eco entre un público internacional. A través de esta plataforma digital, no solo muestra su talento artístico, sino que también entabla un diálogo con su público, fomentando la concienciación y el aprecio por el patrimonio ecológico de Malta.

La decisión de Steve de utilizar su arte como medio tanto para su sustento personal como para generar un impacto social es una prueba del poder transformador de la creatividad. Al plasmar en el papel el espíritu de los árboles de Malta, no solo se asegura su sustento, sino que también contribuye a una visión más amplia de la gestión medioambiental, instando a la sociedad a reflexionar sobre el valor de preservar los tesoros naturales que definen nuestro patrimonio colectivo.

De hecho, la maestría artística de Steve Bonello va más allá de las serenas representaciones de los árboles de Malta, revelando un talento polifacético que conecta con un amplio público. Su arsenal creativo incluye un maravilloso y mordaz sentido del humor, que emplea con destreza para captar las complejidades del siempre polémico panorama político de Malta. A través de sus ilustraciones satíricas, Steve se adentra en la intrincada red de enigmas políticos, ofreciendo un comentario único y que invita a la reflexión sobre los problemas sociales que dan forma a la nación. Además de sus actividades artísticas tradicionales, Steve ha adoptado a la perfección el ámbito digital, demostrando un notable talento para la ilustración digital. Esta destreza no solo ha ampliado el alcance de su expresión creativa, sino que también le ha valido una comunidad de seguidores numerosa y comprometida. Con más de 21 000 seguidores en sus redes

sociales, Steve ha creado una comunidad digital que aprecia y se identifica con su distintiva mezcla de humor, perspicacia y talento artístico.

Sus ilustraciones digitales, que destacan por su relevancia y sus comentarios de actualidad, sirven de puente dinámico entre el arte tradicional y la comunicación moderna. A través de esta plataforma digital, Steve no solo entretiene, sino que también suscita debates y estimula la reflexión sobre los problemas sociales que retrata con tanta habilidad.

Al combinar con éxito sus habilidades artísticas con un agudo sentido del humor y una gran destreza digital, Steve Bonello se ha labrado un nicho único en el panorama artístico. Su capacidad para moverse con soltura por diversos medios y conectar con una amplia audiencia en línea no solo pone de manifiesto su adaptabilidad, sino que también subraya el poder del arte para fomentar el diálogo y la reflexión en la sociedad. En esencia, la trayectoria artística de Steve es un testimonio vibrante del papel en constante evolución del artista en la era digital: un narrador, un comentarista y un catalizador de conversaciones significativas.



Conclusión:

Al concluir este trabajo, cuyo objetivo principal ha sido ofrecer una visión global del seminario de septiembre de 2023, deseo asimismo utilizar este documento como instrumento estratégico para articular y promover la mejora no solo del seminario, sino también de las semanas de talleres y las residencias que le seguirán.

Mi intención con este trabajo es simplemente contribuir de forma proactiva a la evolución de estas iniciativas académicas, ofreciendo una perspectiva matizada y personalizada sobre posibles vías de mejora.

En este sentido, y con la ayuda de este trabajo, he podido examinar el seminario desde diversos ángulos, identificando sus puntos fuertes y las áreas susceptibles de mejora. Mediante una combinación de análisis crítico y sugerencias constructivas, el seminario podría impulsarse hacia mayores logros, influyendo así en la experiencia educativa global al ampliar mi visión más allá de los límites inmediatos del seminario y abarcando las semanas de talleres y las estancias que constituyen componentes integrales del recorrido holístico de PMP_NAT.

En esencia, esta conclusión supone un llamamiento a la acción proactiva y a la reflexión detenida sobre estrategias innovadoras que permitan mejorar no solo el seminario de septiembre de 2023, sino todo el abanico de experiencias educativas que le seguirán.

Allá por mayo de 2023, el llamativo eslogan «Presencia profesional en los medios» cautivó mis aspiraciones, lo que me llevó a presentar mi solicitud con gran entusiasmo. Desde el primer momento, esta iniciativa encajó a la perfección con mi deseo de larga data de forjarme una presencia sólida en el ámbito de los medios de comunicación. Con meticuloso detalle, mi solicitud y la posterior carta de motivación subrayaban la ambiciosa visión que albergaba para mi trayectoria profesional. El eje central de esta visión se basaba en dominar las complejidades de las plataformas de redes sociales, la creación de sitios web y la incursión en el dinámico mundo de YouTube.

Al entrar en el seminario con una confianza inquebrantable, lo concebí como un paso fundamental un paso más hacia la consecución de mis objetivos relacionados con los medios de comunicación. Aunque soy consciente de que el seminario no profundizó en los aspectos concretos que deseaba perfeccionar —las redes sociales, la creación de sitios web y YouTube—, me proporcionó conocimientos muy valiosos, sentando una base sólida para mi trayectoria. A pesar de la ligera desviación respecto a mi enfoque previsto, el seminario presentó un mosaico de perspectivas que enriqueció mi comprensión y me impulsó a acercarme a mi objetivo final.



Accesibilidad en línea: igualdad de derechos en los medios digitales

ANGELA BETTONI, artista residente en Venecia, primavera de 2024

- del segundo seminario web de Professional Media Presence sobre «Yo, mí mismo y la IA». Un evento sobre medios en línea y narración digital inclusiva organizado por Perypezye Urbane 2024.

Hola, me llamo Angela Bettoni y formo parte del Equipo Nacional de Artistas de Malta del proyecto «Professional Media Presence» (PMP). Tengo síndrome de Down. Me alegré mucho al enterarme de este proyecto a través de Prisms, Malta, y de haber sido seleccionada para formar parte de él. Este año he sido una de las artistas residentes de Perypezye Urbane y voy a colaborar en la redacción de este capítulo sobre accesibilidad digital.

ESTA ES ANGELA



Figura 1. Angela. Crédito de la foto: Eric Montebello

Descripción de la imagen: Angela, una joven con síndrome de Down, aparece bailando. Tiene el pelo largo y oscuro. Lleva ropa negra. Mira hacia arriba, no a la cámara. Angela tiene los brazos detrás del cuerpo, apoyados contra la pared y empujándola hacia delante.

Lo que he observado en Malta es que no existe suficiente concienciación sobre los medios digitales accesibles que hay disponibles como tales, y son muy pocos los lugares que se dedican a ello. Esto se debe a que el acceso integrado en su conjunto es todavía algo muy nuevo. Ha habido algunas personas que están empezando a trabajar en ello. Más adelante en este capítulo he hablado con dos de los artistas que colaboraban en un proyecto de videoclip inclusivo llamado «Ale's project». Dado que por el momento no hay mucha actividad en este ámbito en Malta, es importante señalar que se trata de algo hacia lo que estamos empezando a avanzar dentro del panorama artístico inclusivo que está surgiendo en la isla. Espero ver más enfoques experimentales en el futuro y hacer que el panorama artístico inclusivo maltés sea aún más enriquecedor, donde todos puedan encontrar un lugar en el que puedan utilizar los medios digitales para representarse a sí mismos de la forma en que desean representarse.

Las oportunidades que me ha brindado la presencia en los medios de comunicación como joven artista con síndrome de Down

1. Viajar al extranjero en mi primera semana de taller a Turku, Finlandia, en octubre de 2023. Lo más destacado:

- Visitar un país en el que nunca había estado.
- Ser la segunda vez que voy al extranjero solo, sin mis padres ni ningún asistente de apoyo.
- Vivir con otros artistas malteses en un apartamento.
- Conocer a otros artistas profesionales internacionales.
- Debatir, intercambiar ideas y participar en talleres y actividades.
- Compartiendo mi historia: el último día del taller, tuve la oportunidad de hablar con todos los artistas y organizadores de los distintos países sobre mi trabajo y mis experiencias como joven artista con síndrome de Down.
- Haciendo mi primera toma de control de Instagram con los artistas italianos de RI-INVIO 404
- Haciendo amigos entre los artistas malteses, los artistas italianos y sus organizadores de Perypezye Urbane
- Descubrir y explorar Turku y empaparme de la cultura finlandesa.
- Crear carretes con las nuevas habilidades aprendidas, en los que incluyo música y efectos especiales que ofrece Instagram.
- Aprender a mejorar mi presencia digital en Instagram. ¡Ahora tengo más de 1083 seguidores!
- Grabando un podcast de PMP titulado «De Malta a Turku: tendiendo puentes artísticos» tras volver del taller.



Figura 2.

Descripción de la imagen: Un grupo de amigos reunidos para hacerse una foto. Todos llevan ropa de colores diferentes. Todos sonríen a la cámara.



Figura 3.

Descripción de la imagen: Una imagen muy animada con logotipos de colores. En la esquina derecha de la imagen estoy yo, una joven con síndrome de Down, con el pelo largo y oscuro cayéndome sobre los hombros mientras sonrío a la cámara. A su lado hay un joven sin discapacidad que lleva gafas y una camisa a rayas grises y que mira directamente a la cámara.

2. Viaje al extranjero en mi segunda semana de taller a Venecia, Italia, en abril de 2024. Aspectos destacados:

- Voy con algunos de los mismos artistas del grupo maltés que estuvieron en Turku, así como con mi amiga Hannah Micallef, que también tiene síndrome de Down.
- Encontrarme con caras conocidas de la primera semana de talleres en Turku.
- Hacer amistad con nuevos artistas.
- Debatar, intercambiar ideas y participar en talleres y actividades. Colaborar con un grupo de artistas internacionales, todos ellos intérpretes y activistas, con los que realizamos actuaciones públicas en las calles de Venecia.
- ¡Pude bailar en la Piazza San Marco de Venecia!
- Experimentar y explorar Venecia y empaparme de la cultura italiana.



Descripción de la imagen: Un grupo de cinco amigos de pie en fila en un puente con Venecia de fondo. Todos llevan ropa de diferentes colores. Todos sonríen directamente a la cámara. Es última hora de la tarde.



Figura 4.



Figura 5.

Descripción de la imagen: Un gran grupo de personas reunidas frente a un edificio en un día soleado. Todos visten colores diferentes y posan para la cámara.

3. Mi primera residencia artística con Perypezye Urbane en junio de 2024 durante dos semanas

Fui seleccionada para participar en una residencia artística con Perypezye Urbane en Venecia como parte del proyecto PMP. Realicé mi residencia en junio de 2024, donde desarrollé un espectáculo de danza contemporánea con participantes de diferentes capacidades junto a Niels Plotard, un bailarín profesional sin discapacidad un bailarín y con Rachel Calleja, una coreógrafa inclusiva, ambos residentes en Malta. Esta actuación se inspiró en unos monólogos que había escrito basados en mis experiencias como joven artista con síndrome de Down.

Aspectos destacados:

- Compartí piso con mi coreógrafo y bailarín durante dos semanas en Venezia Mestre. ¡Era la primera vez que [viajé sola](#) ¡con otros dos jóvenes!
- Aprendí habilidades muy valiosas para la vida independiente.
- Mi equipo, con el que convivía, me apoyó, animó y empoderó, lo que me ayudó mucho a reforzar mi confianza en mí misma para vivir de forma independiente.
- Explorar y desarrollar la obra con Giovanni (que es nuestro dramaturgo), Niels y Rachel.

A continuación encontrarás los enlaces a la entrevista y a la entrada del blog que escribí sobre mi residencia, disponibles en la página web de Professional Media Presence.



[Encuentra a las personas con las que mejor trabajas — entrevista con Angela Bettoni -](#)



[Mi primera residencia artística como joven intérprete con síndrome de Down](#)
- [Professional Media Presence](#)



«Quiero dar las gracias a Perypezye Urbane, Prisms Malta y Professional Media Presence por esta oportunidad única en la vida y por crear una plataforma en la que realmente se me ve y se me representa» - Cita de Angela Bettoni (Equipo Nacional de Artistas de Professional Media Presence en Malta)

*«Gracias, Professional Media Presence, por darme una plataforma donde puedo ser vista, escuchada, valorada y representada. Esto es lo que significa la verdadera inclusión en las artes y la cultura»
- Cita de Angela Bettoni (Equipo Nacional de Artistas de Professional Media Presence en Malta)*



¿Qué se puede hacer para que nos resulte más fácil disfrutar del mismo derecho que el resto de personas a los medios digitales?

Existen muchos tipos de dificultades de aprendizaje, lo que significa que cada persona tiene necesidades de accesibilidad diferentes que deben tenerse en cuenta y adaptarse para garantizar que todas puedan utilizar los medios digitales.

Estas son algunas medidas que podemos tomar:

1. Evitar todo aquello que pueda abrumarnos.
2. Asegurarnos de que podemos entender y sentirnos incluidos.
3. Aprender a utilizar la tecnología que nos puede ayudar, como la lectura en voz alta de los subtítulos.

A continuación, se indican algunas medidas que los creadores de contenido pueden adoptar, siempre que sea posible:

4. Hacer que las plataformas digitales sean más accesibles.
5. Escribir todo con fuentes de letra más grandes.
6. Asegurarnos de que haya descripciones de audio para todo.
7. Utilizar más imágenes que texto.
8. Asegurarnos de que todo tenga un contraste alto.
9. Incluir voz en off.
10. Incluir un vídeo en lengua de signos, si es posible.
11. Incluir subtítulos para que podamos seguir lo que se está diciendo.
12. Incluir subtítulos que puedan leerse en voz alta para que podamos entender lo que se está diciendo.



Aprovecha las presentaciones Pecha Kucha

Si te cuesta hacer presentaciones en PowerPoint, ¡hay algo más fácil que puedes hacer! ¡Puedes crear una presentación Pecha Kucha! Solo tienes que añadir tus fotos o imágenes y las diapositivas avanzarán solas en un tiempo predeterminado.

Pecha Kucha nos ayuda porque:

- Hay poco o ningún texto, principalmente imágenes.
- Las ideas complicadas se desglosan en pequeños fragmentos de información, cada uno acompañado de una foto o imagen. Esto hace que sea más fácil de entender.
- Podemos grabar la charla y reproducirla con las diapositivas avanzando por sí solas.

Aquí tienes algunos consejos para hacer una presentación Pecha Kucha

- ¡Sé creativo!
- Sé original.
- Siempre es bueno hablar desde el corazón, de la forma que más te guste.
- Incluso puedes grabarte a ti mismo dando la presentación si eso te hace sentir más cómodo en lugar de hablar ante una sala llena de gente que no conoces.
- No te olvides de compartir tu presentación. ¡Puede que le resulte útil a alguien más!
- Todo esto puede ayudarte a expresarte y a compartir tus historias a través de tu arte.

Ejemplos de artistas que utilizan medios digitales en su trabajo y que me parecen inspiradores

Marcelo Doño

En enero de 2024, PMP organizó un seminario web titulado «Yo, yo mismo y la IA: narrativas digitales y la construcción del mundo en las artes». Participaron como ponentes muchas personas interesantes. Uno de ellos fue Marcelo Doño, coreógrafo y bailarín italiano. Forma parte del equipo de Artistas Nacionales Italianos de Perypeze Urbane.

ESTE ES MARCELO



Figura 9. *Este es Marcello. Crédito de la foto: Tanja Hall*

Descripción de la imagen: Marcelo tiene el pelo rosa y sonríe a la cámara. Marcelo se sostiene la barbilla con una mano, y en su brazo se pueden ver tatuajes azules de círculos rellenos. En la parte izquierda de la imagen se puede ver el logotipo del Professional Media Presence Project, que es de color rosa y verde.

Marcelo es un artista multidisciplinar que trabaja con la danza y los medios digitales. A través de su obra, explora cuestiones relacionadas con la identidad, el cuerpo y sus propias experiencias vitales mediante performances híbridas. Utiliza la tecnología para descubrir nuevas formas de emplear el cuerpo como herramienta para contar historias e imaginar nuevos futuros. En el seminario web, Marcelo habló sobre cómo la danza y el uso de la tecnología digital pueden complementarse.

Esto es lo que aprendí al escuchar a Marcelo en el seminario web:

La mezcla del cuerpo digital y el cuerpo en vivo sobre el escenario.

El cuerpo en la era digital: un enfoque coreográfico del yo hiper-extendido. Una nueva forma de intimidad con el cuerpo digital.

Fragmentación.

La era de la atención.

Cómo utilizar la retransmisión en directo o las cámaras aumentadas en una actuación de danza en directo, lo cual se puede hacer mediante proyectores y teléfonos antiguos. La inteligencia artificial puede suponer un problema para los estereotipos culturales. Hacer de la experiencia una experiencia verdaderamente inmersiva a la que todo el mundo pueda acceder fácilmente.

Me alegró mucho saber que Marcelo también participaría en la semana de talleres de Venecia en abril de 2024, y además tuve la oportunidad de trabajar con él en un proyecto de activismo junto con otros artistas internacionales que estaban allí, en el que utilizamos la performance y el vídeo en los espacios públicos del casco antiguo de Venecia.

Aquí está la sesión de preguntas y respuestas que mantuve con Marcelo:

¿Qué te llevó a interesarte por combinar los medios digitales con la danza?



Desde 2019 me interesaba mucho —y sigo interesándome mucho— trabajar con los medios digitales y la danza, ya que la danza es mi medio de expresión y mi forma de arte. Los medios digitales eran algo que estaba cambiando e impregnando mi visión de la realidad a través de las redes sociales y las páginas web de citas gay, que son muy predominantes en la cultura queer; por eso sentí la necesidad y el impulso de deconstruir lo que me estaba sucediendo a mí y a mi alrededor para comprenderlo y expresar mis conclusiones o mi perspectiva.

Tus espectáculos de danza abordan muchos temas relevantes, como el cuerpo y la identidad. ¿Cómo consigues utilizar los medios digitales para plasmar todo esto en tus actuaciones en directo?

Mi trabajo aborda en gran medida el cuerpo, el yo y la identidad en la era digital, y por eso se basa en gran medida en tecnologías digitales accesibles para todo el mundo y en cómo estas moldean nuestra percepción de nosotros mismos y condicionan nuestro cuerpo en relación con su uso. Como dijo McLuhan, el medio es el mensaje, así que todo aquello con lo que interactuamos en nuestro día a día, en nuestra realidad —lo que llamamos realidad— moldea nuestra percepción; por lo tanto, se trata de un bucle de retroalimentación en el que nosotros creamos herramientas para nuestras vidas y esas herramientas nos moldean a su vez. Bueno, me gusta trabajar mucho con la investigación y el trabajo teórico; por ejemplo, nuestra capacidad de concentración es 9,25 segundos, o ahora con TikTok son 8 segundos, así que me gusta crear partituras —partituras musicales o coreográficas— que utilicen esa métrica para simbolizar nuestra necesidad constante de un cambio. Por consiguiente, también me gusta trabajar mucho con la fragmentación para aprovechar la estética de las plataformas de medios digitales, como el vídeo, el selfi, el torso a medio mostrar, las capacidades cinéticas limitadas, la perspectiva frontal y la mirada. Así que hay muchos, muchos medios o muchas, muchas herramientas y estrategias con las que podemos resignificar el medio; así, a través también de una corriente filosófica con la que me siento muy conectado, que es el metamodernismo, hay un empoderamiento y un cambio de equilibrio entre estar controlado por algo y ser activo en este proceso de cambio para remodelar esas herramientas en nuestro beneficio.

¿Te interesaría participar en un espectáculo de danza inclusivo con artistas con dificultades de aprendizaje? En caso afirmativo, ¿por qué?

Me interesaría mucho trabajar en el futuro con personas con capacidades o discapacidades diferentes; nunca he realizado un trabajo de este tipo, por lo que tengo mucha curiosidad por conocer diferentes experiencias. Hasta ahora, mi trabajo se ha basado en gran medida en la experiencia personal y la biografía para abordar temas más amplios que están muy presentes en la sociedad; expreso mi opinión de forma indirecta y ofrezco un lienzo para que la gente reflexione sobre su propia opinión, así como sobre la percepción, la biografía y la realidad de las personas con discapacidad en el ámbito social. No estoy muy acostumbrada a las tecnologías digitales ni a las plataformas de redes sociales, así que me interesaría mucho vivir esa experiencia en el futuro e intercambiar conocimientos.

¿Qué importancia tiene la interseccionalidad en tu trabajo?

La interseccionalidad es muy importante en mi trabajo porque todos estamos formados por identidades diferentes y me gusta trabajar con la multiplicidad del yo y no con la reducción del yo, como en mi caso, puedo decir que soy queer, de piel morena, latino, judío de tercera generación, ateo... Tengo muchas, muchas facetas de mí mismo que conviven; además, soy bailarín, soy un artista que nos da forma y esta forma de trabajar, de integrar diferentes perspectivas, creo que hace que el trabajo sea mucho más rico, mucho más reflexivo y también inclusivo para diferentes personas, porque si solo tenemos un yo, excluimos muchas partes de nosotros mismos, pero además las problemáticas son muy interseccionales, así que tenemos que mirarlas desde diferentes perspectivas.

¿Cómo utilizas tu trabajo para propiciar el cambio social?

Mi trabajo genera cambio social, pero no es lo principal; no trabajo para generar cambio social, sino para permitir que el cambio ocurra, así que no es un puñetazo directo en la cara; a mí me gusta crear espacios de reflexión y permitir que la gente reflexione sobre su propia experiencia a través de mi arte y de mi trabajo, sobre cómo nos relacionamos con la sociedad a través de una comunicación hipermediada, y me gusta incluir siempre crítica, pero también ambigüedad, en mi trabajo, no para decirle a la gente qué pensar, sino para animarla y empoderarla para que saque sus propias conclusiones, aunqueno sean las mismas que las mías; así podemos abrir un debate en lugar de que sean consumidores pasivos de la performance o el arte y ofrecerles lo que deben pensar o lo que, según ellos, yo creo que deberían hacer. Por eso prefiero jugar con la ambigüedad y la reflexión, lo que convierte al espectador en un participante más activo dentro de la experiencia que propongo y moviliza a la gente.



Como parte de la semana de talleres del PMP en Venecia, el tema que desarrolló nuestro equipo se tituló «Cuerpos disidentes». ¿Cómo crees que se podría desarrollar aún más el tema «Cuerpos disidentes» utilizando el acceso integrado?

Te refieres al pequeño proyecto que creamos, titulado «Dissident Bodies», que me pareció muy inspirador y muy bonito. Sigo encantada con el título y con nuestra constelación. No tengo los conocimientos suficientes para profundizar en el concepto de «acceso integrado», así que no sabría responder a esa pregunta, pero me encantaría hablarlo contigo en el futuro y saber más al respecto, porque estoy segura de que tú podrías informarme mucho mejor sobre los recursos que hay detrás de esto.



Alessia Bonnici

Alessia Bonnici, una joven maltesa de 19 años con autismo, es pianista profesional. Alessia ha actuado tanto a nivel local como en el extranjero en conciertos prestigiosos y aclamados. Durante el confinamiento por la COVID-19, Alessia también participó en un cortometraje titulado Dreaming, basado en el Concierto para piano n.º 1 de Ilia Chkolnik.

ESTA ES ALESSIA



Figura 10. *Esta es Alessia.*

Descripción de la imagen: Alessia, una joven con autismo, está de pie frente a un piano negro. Lleva gafas y tiene el pelo largo y oscuro. Alessia tiene los brazos cruzados sobre el pecho. Lleva un top rosa claro y sonríe a la cámara.

Voy a hablar con Alessia sobre su experiencia con el Proyecto de Ale y sobre cómo fue trabajar en un proyecto de este tipo que combina cine, sonido y movimiento.



Aquí está la sesión de preguntas y respuestas que mantuve con Alessia:

¿Cómo fue trabajar en el Proyecto de Ale? ¿Era la primera vez que trabajabas en un proyecto que giraba completamente en torno a ti?

El proyecto de Ale fue una experiencia increíble en general. No, este fue mi segundo proyecto sobre mí. El primero fue Music Speaks en 2018.

¿Cómo fue trabajar y colaborar con artistas profesionales en el proyecto de Ale?

Trabajar con otros artistas del sector me ha abierto nuevos horizontes y me ha ayudado a crecer como persona. Además, mi autismo me impide relacionarme con la gente de la forma habitual. Sin embargo, cuando me dedico a la música, me resulta más fácil conectar con los demás.

¿Puedes contarme cómo fue compartir tu música con otras personas con las que trabajabas en tu equipo?

Mi equipo fue cuidadosamente seleccionado por uno de mis mentores. Todos ellos se mostraron dispuestos a apoyarme y a adaptar su trabajo a mis necesidades. El proyecto de Ale requería mi participación en la creación musical, pero también incluía el movimiento, la escenografía y el diseño de vestuario, lo que nos obligó a tomar muchas decisiones juntos, algo que resultó muy divertido.

¿Cómo fue la experiencia de probar cosas nuevas? ¿Qué cosas nuevas aprendiste?

Las cosas nuevas me plantean retos. Pero, gracias a un equipo tan comprensivo que desglosó las tareas y me dio tiempo suficiente para aprender, considero que la experiencia de aprendizaje fue positiva. Lo que más aprendí tuvo que ver con la iluminación y el movimiento. También disfruté preparando algunos de los accesorios para el decorado junto con nuestro escenógrafo.

Si tuvieras la oportunidad, ¿te gustaría volver a hacerlo?

Sí, me encantaría volver a hacerlo

¿Ves a veces el vídeo del proyecto de Ale? ¿Qué partes te gustan más?

Creo que lo que más me gustó fue cuando hicimos la grabación. Mis amigos estaban allí para bailar conmigo y fue un momento especial para todos los que participamos estar juntos en ese espacio tan maravilloso. La verdad es que no veo mucho el vídeo; mi madre a veces me lo enseña cuando está preparando presentaciones relacionadas con este trabajo. Siempre utiliza el tercer movimiento del videoclip, donde la energía es muy alta y yo muestro mucho entusiasmo.

Niels Plotard

Niels Plotard es un bailarín francés afincado en Malta. Niels formó parte de la primera promoción de la Compañía Nacional de Danza de Malta ([ZfinMalta - National Dance Company \(zfinmalta.org\)](http://zfinmalta.org)). Niels es también un artista multidisciplinar que trabaja en el ámbito del sonido, los audiovisuales y el cine. Le interesa explorar el movimiento en los mundos físico, visual y sonoro. Niels fue mi compañero de baile en la obra de capacidades mixtas que se desarrolló durante mi residencia artística en Venecia. También fue el director artístico del Proyecto de Ale.

ESTE ES NIELS



Figura 11. Crédito de la foto: Lisa Attard

Descripción de la imagen: Niels, un joven. Lleva el pelo corto. Mira directamente a la cámara. Detrás de él se ve el mar. Lleva una camiseta oscura.

Hablé con Niels sobre su experiencia trabajando con medios digitales en actuaciones en directo y sobre por qué los medios digitales son importantes para el trabajo que realiza. A continuación, la sesión de preguntas y respuestas que mantuve con Niels:

¿Cuándo empezaste a trabajar con sonido, cine y audiovisuales?
¿Qué te llevó a interesarte por ello?



Empecé a trabajar con el sonido, el cine y los medios audiovisuales en momentos algo distintos. Pero creo que, en lo que respecta al sonido, empecé a explorar el diseño de sonido al crear las bandas sonoras para unas obras de danza que yo mismo coreografiaba y en las que participaba como bailarín mientras estudiaba. Y también, durante esos estudios en Ginebra, experimenté con el cine junto a un amigo mío, y lo mismo con eso. Se centraba principalmente en la danza, y estábamos explorando la creación de películas con algún tipo de narrativa y, de nuevo, coreografía. Era muy experimental, pero hicimos algunas cosas. Y en cuanto a lo audiovisual, yo suelo, quiero decir, para mí, utilizo este término en

En relación con mi trabajo técnico y con el trabajo que realizo para otros en lo que respecta a la parte audiovisual de las actuaciones o a todo lo relacionado con el sonido, el audio y el vídeo para exposiciones; eso fue, diría yo, hace unos siete años, cuando empecé a trabajar como técnico y artista creativo en las obras de otras personas, que entonces ya no se limitaban solo a la danza, sino que abarcaban también el teatro y las artes visuales, y, de nuevo, he hecho realmente de todo en ese ámbito. Pero creo que, en términos de interés, todo lo que hay ahí es algo, y de nuevo he hecho realmente un montón de cosas en ese ámbito. Pero hay algo en los aspectos técnicos de estas cosas que realmente me atrae, y me gusta investigar y leer sobre el sonido y todo lo que tiene que ver con nuestra percepción de la vida y con la creación de entornos que pueden ser tanto visuales como auditivos y, a veces, experienciales.

¿Cuándo empezaste a darte cuenta de que los elementos audiovisuales pueden combinarse en las actuaciones en directo? ¿Me puedes contar algo más sobre esto?

Creo que siempre fui consciente de esa posibilidad porque, cuando era joven, solía ver espectáculos de danza y ya había cierto juego con... bueno, la música siempre formaba parte de ello. En cuanto a los elementos audiovisuales, había visto, ya sabes, trabajos con proyecciones y, a veces, con elementos en directo más específicos, vídeo, elementos en directo en el escenario o... bueno, en cierto modo lo sabía porque, al ver el trabajo de otras personas, me daba cuenta de que eso era una posibilidad. Y creo que, debido a mi formación como bailarina y a mi interés por los aspectos técnicos de las artes, siempre me ha atraído transmitir ciertas ideas a través de la tecnología y sigo pensando que a veces es muy interesante explorar cosas, de nuevo, con la tecnología y, a veces, creo que todos encontramos...

¿Te interesa seguir creando obras en las que todo el mundo pueda encontrar un lugar con el que identificarse y conectar?

Creo que para mí esa es la base del tipo de trabajo que me interesa y en el que quiero involucrarme. Me encanta el trabajo muy técnico. A veces, el trabajo muy técnico, muy alto... una producción de calidad. No sé si «calidad» es la palabra adecuada, pero creo que lo que realmente me interesa es más bien la relación entre las personas que trabajan juntas y también el sentimiento de amor entre todos; en cierto sentido, creo que esa es la base para sentir que podemos relacionarnos y conectar unos con otros, así que sin duda me interesa esto y, de hecho, muy a menudo me centro en este tipo de cosas, más que en otras.

¿Cómo ha sido tu experiencia trabajando en proyectos creativos con artistas con discapacidad?

¿Cómo crees que los medios digitales pueden ayudar en este tipo de proyectos?

Mis experiencias han sido principalmente con vosotras, Ángela y Alessia. También tuve algunas experiencias con grupos de personas con discapacidad anteriormente, pero solían ser muy breves y no podría decir que sintiera que realmente trabajáramos en ello; más bien compartíamos, quizá hacíamos un taller o participábamos juntos en algún tipo de...

taller juntos. Pero mi experiencia ha sido muy positiva en el sentido de que siento que, al trabajar con personas con discapacidad, hay más atención a las necesidades y se habla más sobre ellas, sobre cómo estamos y cómo nos expresamos; se presta más atención y hay más curiosidad por la forma en que nos comunicamos entre nosotros y el lenguaje que usamos. Quizá hay menos expectativas sobre cómo deberían ser las cosas, ya sabes, cuando a veces creo que he oído mucho esto como bailarina al trabajar con ciertas personas en mi pasado, de que «ya sabes, así es como debería ser». Y, obviamente, nunca es como debería ser. Nada debería ser de una forma determinada, sino algo en lo que todos nos sintamos bien e incluidos. Así que creo que eso es realmente lo que me viene a la mente: hacer un esfuerzo y crear un espacio donde podamos relacionarnos entre nosotros. Y siento que tanto contigo como con Alessia, realmente lo hicimos, y eso marcó una gran diferencia. Y creo que también crea una conexión más profunda. No estoy seguro de cómo eso puede ayudar, en el sentido de que creo que los medios digitales son simplemente otra herramienta de expresión. No veo cómo podría ayudar específicamente en estos proyectos en concreto, sino más bien en general: los medios digitales pueden ayudar a compartir un proceso; la creación de vídeos puede facilitar la comunicación de ciertos contenidos que se han grabado previamente y que luego se comparten con el público en forma de grabaciones de audio o, de nuevo, de vídeo; y también pueden ser instrumentos con los que jugar en el escenario. Así que, dependiendo de lo que surja en el proceso creativo, también pueden, por ejemplo, en el caso de la película de Alessia, creo que poder crear un espacio seguro para filmar también le habrá permitido expresarse de formas que no habría podido con un público numeroso.

¿Cómo incorporaste tu trabajo como artista multidisciplinar al Proyecto de Ale?

En ese proyecto participé como codirector y como operador de cámara, algo así como director de fotografía, aunque este término puede resultar un poco exagerado en un proyecto como este; pero, ya sabes, me encargaba de decidir cómo y de qué manera íbamos a rodar, qué tipo de movimientos, objetivos y escenas queríamos crear, y de discutir todo esto con el equipo; además, me encargué de todo el montaje, y me gustaría trabajar en el montaje como una labor creativa en cierto modo. Me gusta ir un poco más allá, como trabajar con la superposición de imágenes y jugar de verdad con ciertos efectos que me gusta crear, así que esa es una forma en la que me gusta explorar esta herramienta, este instrumento de nuevo, la edición de la cámara. También volví a participar como directora a la hora de decidir cómo, ya sabes, crearíamos un espacio para que todos pudiéramos expresarnos, para que Alessia se expresara y se sintiera segura. Y todo el trabajo preparatorio para entender, ya sabes, cómo es su mundo visual y cómo deberíamos comunicar las cosas, así que sí, hice un poco de todo en esta producción.

¿Qué enfoques adoptasteis al trabajar en el proyecto de Ale?

Creo que, en realidad, surgieron sobre todo de las conversaciones, diría que con su madre y su entrenadora. En el sentido de que, al principio, no hablábamos mucho entre nosotros con Alessia. Ella no hablaba mucho, no usaba muchas palabras, nos llevó un tiempo comunicarnos; nos entendíamos de otras formas que no eran las palabras. Pero al principio, ya sabes, teníamos que establecer ciertas cosas y ella también tenía

sesiones, sesiones de movimiento con dos entrenadores diferentes. Y se grabaron en vídeo. Así que pudimos ver los vídeos y hablar de lo que, ya sabes, veíamos y sentíamos a medida que se desarrollaba el trabajo. Y fue en gran medida un proceso de escuchar y permanecer abiertos a escuchar todo lo que se decía de muchas maneras a través del cuerpo, a través de las ideas y los deseos que se expresaban a través de su cuerpo, a través de su lenguaje, el lenguaje corporal, a través de las personas que la conocían y vivían cerca de ella y del equipo que habíamos creado para ello. Así que, en cierto modo, fue muy orgánico.





Epílogo

Panu Pohjola, gestor de contenidos, Universidad de Ciencias Aplicadas de Laponia, febrero de 2026, Panu Pohjola

Los cinco componentes del proyecto «Presencia profesional en los medios» analizaron los medios desde una perspectiva artística, abarcando todo el ámbito tal y como se entendía en el momento de la planificación. Los temas fueron

1. Medios y arte
2. Medios en línea y narración digital
3. Redes sociales y audiencia de los medios
4. Medios del futuro
5. Medios e identidad

Cabe destacar que, a lo largo de todo el proyecto, el mayor interés entre los artistas beneficiarios surgió a partir del tema 3. Esto fue así a pesar de que la televisión sigue siendo el principal medio para darse a conocer en todos los países que participan en el proyecto. El camino hacia las apariciones televisivas se ve influido por las redes sociales, los medios online, la radio y la prensa escrita. A lo largo de este proceso, los artistas avanzan despertando interés y estableciendo contactos con periodistas.

Sin embargo, la visibilidad no siempre garantiza ingresos a un artista, aunque puede dar lugar a oportunidades de trabajo. En los debates, se consideró que las redes sociales eran una vía más ágil y eficaz para ello. «Si eres visible, se te tiene en cuenta cuando se pone en marcha algo», como dijo Nika Rukavina en una de nuestras conversaciones mientras grabábamos los podcasts del proyecto.

El arte y el artista compiten por la atención, al menos en lo que respecta a la propia obra. Las exposiciones de arte contemporáneo se asemejan cada vez más a eventos que a las tradicionales muestras de galería. Independientemente de la disciplina artística desde la que se aborde, el resultado suele tender hacia el arte multimedia. Los entornos digitales y los nuevos medios en línea resultan especialmente atractivos para los artistas más jóvenes, tanto como medio para crear arte como espacio en el que desarrollar la práctica artística. Sus propias identidades, así como las de su público y sus comunidades, se sitúan en Internet, a menudo hasta tal punto que la identidad digital de una persona se percibe como parte de su yo físico.

Estas dos tendencias parecen estar orientando el arte de los nuevos medios hacia una experiencia virtual más holística e inmersiva dentro de entornos en línea y en directo.

El entorno en línea también constituye un importante ámbito de influencia. La conciencia pública sobre la influencia comercial ha sido evidente desde que Google y Meta establecieron modelos de ingresos basados en la publicidad altamente segmentada. Las redes sociales no son un recurso neutral ni de libre acceso; en la práctica, están controladas por dos grandes actores globales. La conciencia de la influencia impulsada por los Estados, de carácter político e ideológico, aumentó notablemente tras las elecciones presidenciales de Estados Unidos. Un mecanismo clave en tales operaciones de influencia es la intensificación deliberada de la polarización, es decir, la erosión de la cohesión social y, en algunos casos, la amplificación del discurso de odio.

Estas dinámicas han llevado a algunos artistas a retirarse de las plataformas en línea, expresando serias reservas sobre su uso. Sin embargo, a lo largo del proyecto, las actitudes evolucionaron hacia una postura más neutral. Como señaló Piia Lieste durante el taller de Venecia: «Ahora considero las redes sociales como parte de mi trabajo». Esto plantea nuevas preguntas a las que cada artista debe enfrentarse: ¿se está expulsando intencionadamente de los espacios en línea a quienes formulan observaciones críticas o controvertidas? ¿Dónde se encuentra el público del artista? ¿Dónde se desarrollan realmente los fenómenos sobre los que se pretende influir? ¿Y hasta qué punto estamos dispuestos a ceder terreno a los algoritmos, a las influencias externas y a los procesos de polarización?

Influir en el discurso público a través del arte en entornos digitales puede constituir una forma de práctica artística sumamente atractiva, tal y como demuestran numerosos artículos. En sus contribuciones, Ines Borovac, Alexandra Stroganova, Eleonora Serpente, Roberta Di Serio y Raffaella Menchetti presentan enfoques sobre la influencia artística en línea basados en un fuerte sentido de identidad, una sólida base académica y una visión artística claramente articulada. Empezar este tipo de trabajo presupone un grado considerable de autorreflexión: establecer la identidad artística y personal de uno mismo parece esencial antes de adentrarse en el panorama algorítmico y basado en datos de la esfera digital. Este proceso constituye también una forma de trabajo identitario que puede generar fricciones y no necesariamente deja al artista sin cambios, tal y como sugiere también el artículo de Kati Koivunen.

El ámbito académico parece ofrecer a muchos artistas un medio de subsistencia viable, una tendencia que se refleja en los textos incluidos en este kit de herramientas. Los artistas suelen desarrollar carreras paralelas como investigadores. Queda por ver cómo influirá esta evolución en la práctica artística en el futuro.

La inteligencia artificial ha surgido y, evidentemente, sigue siendo una fuerza tecnológica significativa, sobre todo ahora que se han resuelto sus problemas de financiación gracias a la inversión estatal en países como China, Rusia y Estados Unidos. También en Europa existe una demanda creciente de alternativas europeas a muchas de las tecnologías en línea dominantes, y algunas de ellas ya están en funcionamiento.

Las preocupaciones relativas a las implicaciones éticas y de derechos de autor de la inteligencia artificial parecen ser expresadas con mayor intensidad por aquellos cuya práctica artística, en mi interpretación, no se basa en una expresión totalmente única, sino que opera dentro de géneros establecidos, a menudo en formato digital. Como señala Tianjun Li en su artículo, ya sea que el medio sea la fotografía, el vídeo, el arte digital, el arte de los videojuegos o una forma relacionada, la inteligencia artificial permite la producción de imágenes y sonidos típicos del género por parte de cualquier persona capaz de escribir una instrucción. Lo que la IA no puede replicar es el pensamiento conceptual, la combinación de medios y herramientas, y la singularidad de la visión que solo un artista experto puede alcanzar. El dominio de la paleta digital se convertirá sin duda en un reto que la educación artística deberá abordar con creciente seriedad.

A menos, claro está, que se opte por dar la espalda por completo a este fenómeno y volver a las técnicas anteriores a la era eléctrica o, por el contrario, avanzar hacia un futuro post-IA, tal y como propone Ivana Tkalčić.

El consumo de electricidad y agua, así como la huella de carbono y la huella digital, son cuestiones que tampoco los artistas pueden seguir ignorando. Una parte sustancial, a menudo incluso la mayor parte, de la huella de carbono de una persona proviene ahora de la actividad en línea. Sin embargo, son las operaciones de las sociedades y sus servicios, junto con los medios de comunicación, el entretenimiento y las plataformas impulsadas por el mercado, las que representan la parte más grande y de más rápido crecimiento de esta carga. En un panorama así, ¿no hay todavía espacio para una voz disidente pequeña y deliberada, una sutil perturbación dentro de la masa, es decir, el arte?

La atención a los demás, en particular a las voces aún más pequeñas que las de las artes, también surge en esta colección de escritos, sobre todo a través de la contribución de Angela Bettoni.

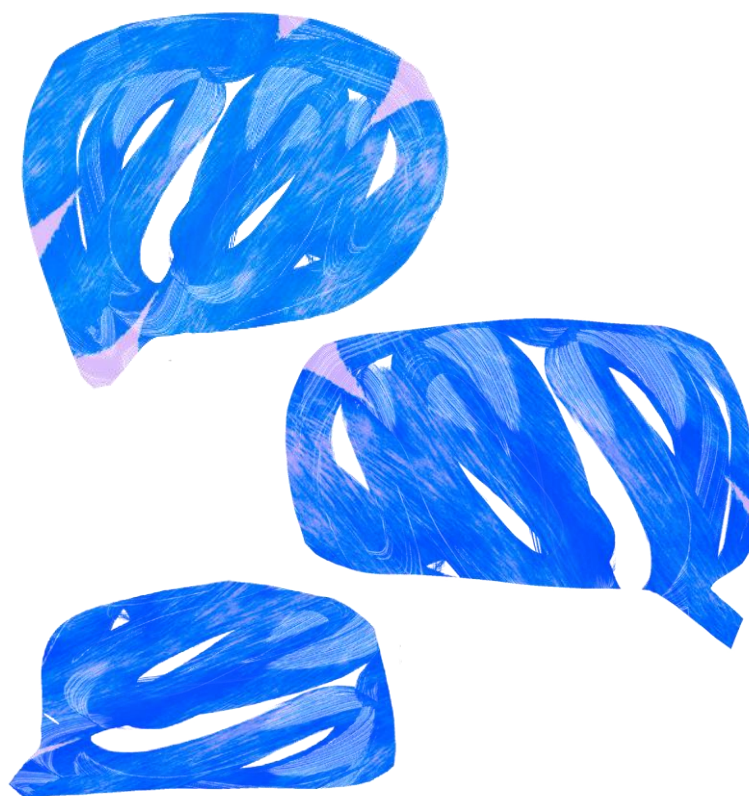
A lo largo del proyecto, la financiación pública destinada a los artistas se ha reducido en todas las organizaciones participantes, en gran medida como consecuencia del aumento del gasto en defensa. Me veo reflexionando, al igual que Winston Churchill, sobre si, en caso de que se perdiera la cultura europea, ¿por qué estaríamos luchando entonces? En mi opinión, es precisamente en momentos como estos cuando los artistas deberían trabajar en apoyo de la comunidad europea y utilizar las capacidades transformadoras del arte y los métodos del arte regenerativo para dar voz a los grupos más pequeños dentro del conjunto más amplio. El potencial de esto para atraer al público y generar ingresos parece evidente, ya sea que se elija llamarlo actuación, exposición, arte de nuevos medios o servicio turístico. Para la carrera de un artista, la experiencia internacional ha sido esencial desde que el arte aún se consideraba un oficio. Como aconseja Luca Caciuni en su artículo, hay varias formas de adquirir esta experiencia con el apoyo de la Unión Europea. Vale la pena aprovechar estas oportunidades, también desde la perspectiva de conseguir subvenciones.

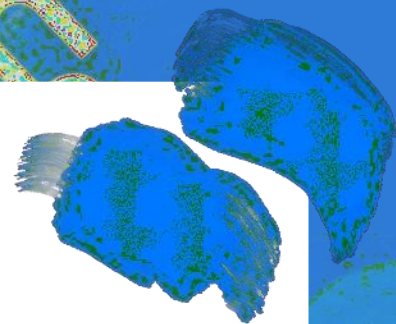
Desde el principio, mi función como recopilador de esta colección de escritos me llevó a colaborar estrechamente con los artistas residentes del proyecto, para quienes estos textos constituían una parte fundamental de su encargo. Esta colaboración ha sido tanto un honor como un profundo proceso de aprendizaje. Para comprender plenamente la amplitud y profundidad del material de gran calidad que

artistas han producido, me he visto leyendo sobre filosofía, sociología, teoría social, feminismo, estudios sobre nuevos medios, marketing y mucho más, basándome en el extenso y sofisticado material de referencia que compartieron. Recomendaría este viaje intelectual también a otros lectores.

Estos cuatro años de colaboración con el equipo del proyecto en su conjunto también han transformado mi propio sentido de identidad, que ha pasado de ser finlandés a ser europeo. De hecho, somos muy parecidos y entendemos el idioma del otro, a pesar de que las palabras suenen diferentes cuando se pronuncian.

Mi más sincero agradecimiento a la organización Creative Europe; a la Universidad de Ciencias Aplicadas de Turku, en Finlandia; a Perypezye Urbane, en Italia; a Prisms Malta; a Youth for Equality, en Eslovaquia; a Culture Hub Croatia; a Espronceda, en España; a la Universidad de Ciencias Aplicadas de Laponia, en Finlandia; y a las numerosas docenas de artistas europeos que, juntos, han hecho posible este proyecto y lo han llevado a cabo.





Formas de presencia: buenas prácticas en el uso de los medios de comunicación de artistas para artistas en Europa

En la publicación elaborada en el marco del proyecto internacional «**Professional Media Presence**», artistas y expertos exponen sus conocimientos, su relación con los medios de comunicación y sus experiencias con ellos. Los artículos analizan, desde múltiples perspectivas, la profesión, la situación y la generación de ingresos de los artistas contemporáneos, así como la forma en que la sociedad y los medios de comunicación influyen en ellos. Las contribuciones ponen de relieve la

la presencia mediada, las prácticas y los retos de la difusión y la comercialización del arte, y el papel de los medios de comunicación como espacio para la producción artística, los eventos artísticos, la formación de comunidades y el activismo.

A lo largo de la colección se repite una visión posdigital de cómo la presencia de un individuo —y, concretamente, de un artista— se extiende a través de las redes sociales y las plataformas en línea. La publicación también propone formas en las que el arte puede funcionar como una fuerza regeneradora y constructiva en un mundo post-IA, o en un mundo que ofrezca una alternativa al mismo. Además, el volumen aborda cuestiones de accesibilidad y analiza la importancia de la actividad internacional, especialmente la europea, para los artistas.

Esta publicación se complementa con una amplia colección de artículos, podcasts, vídeos, un MOOC y entradas de blog. Descubre más en pmpproject.turkuamk.fi



Co-funded by
the European Union