

EL ARTE EN LA COMUNICACIÓN DIGITAL

KAREN ESTELLA VARGAS FLOREZ

UNIVERSIDAD DE PAMPLONA

FACULTAD DE ARTES Y HUMANIDADES

PROGRAMA DE COMUNICACIÓN SOCIAL

PAMPLONA, NORTE DE SANTANDER

2021-2

EL ARTE EN LA COMUNICACIÓN DIGITAL

KAREN ESTELLA VARGAS FLOREZ

C.C.

Trabajo de grado, modalidad diplomado

Presentado para obtener el título de Comunicador Social

Asesor:

Alban Blanco Luna

UNIVERSIDAD DE PAMPLONA

FACULTAD DE ARTES Y HUMANIDADES

PROGRAMA DE COMUNICACIÓN SOCIAL

PAMPLONA, NORTE DE SANTANDER

2021-2

Resumen

El arte, en esencia, es comunicación y transformación social. De generación en generación, el ser humano se ha valido de la expresión artística para plasmar sentimientos, pensamientos, ideologías, conocimientos y procedimientos, esto, por medio de manifestaciones gráficas y sonoras que han inspirado a los individuos a conocer su pasado y edificar su futuro. En vista del carácter comunicacional del arte se han entrelazado la evolución de ambas áreas y comparado, a menudo, la evolución a la cual se han sometido a través de las eras.

Actualmente, a causa de la globalización y el surgimiento de lo digital como campo de acción predominante, el arte se ha relacionado más que nunca con el actuar comunicativo, esto, gracias al aporte de accesibilidad y masividad que se experimenta desde el internet y otros espacios virtuales, aumentando así los momentos de discusión respecto al mismo y la creación de nuevas formas de arte. Este artículo presenta la existencia y movimiento del arte dentro de la comunicación digital, actores y nuevas narrativas, espacios de desarrollo y demás factores.

Palabras clave: Arte, Comunicación digital, Divulgación, Redes sociales, Educación.

Abstract

Art, at its core, is communication and social transformation. From generation to generation, the human race has used the artistic expression to capture feelings, thoughts, ideologies, knowledge and procedures, all this, through graphic and sound manifestations that have inspired individuals to know their past and build their future. Seeing art's communicational personality, the evolution of both areas has been intertwined and often compared the evolution to which they have been subjected through the ages. Currently, due to globalization and the emergence of digitality as the predominant field of action, art has been related more than ever to communicative action, this, thanks to the contribution of accessibility and massiveness that is experienced from the internet and other virtual spaces, thus increasing the moments for discussion regarding it and the creation of new forms of art. This article presents the existence and movement of art within digital communication, actors and new narratives, spaces of development and other factors.

Keywords: Art, Digital Communication, Outreach, Social Networks, Education.

Contenido

Resumen	3
Abstract	4
Introducción.....	6
El arte	10
La comunicación digital	13
El arte en internet y redes sociales	17
El arte digital.....	22
Artistas y divulgadores de arte: estrategias de comunicación digital	24
Conclusiones.....	27
Referencias bibliográficas	29

Introducción

A lo largo de la historia, la humanidad ha enmarcado su recorrido a través de las diversas eras y civilizaciones, aprendiendo del pasado y construyendo el futuro venidero para las próximas generaciones. Estos avances se han producido en múltiples áreas de acción propias del conocimiento como la ciencia, el arte, la educación y la cultura, entre otros.

El arte, es un terreno conocido por el hombre debido a su antigüedad y afinidad con la naturaleza del mismo. Se ha visto que, desde el inicio de los tiempos, la raza humana ha sentido la necesidad de expresarse, por lo tanto, lo artístico ha formado parte de la solución a esta necesidad, pues, gracias a diferentes archivos conservados por cientos de años, se puede ver cómo desde las pinturas rupestres, hasta el net.art, se comunica de múltiples formas lo deseado.

Esto de entrada anuncia la unión inherente entre comunicación y arte que aspira establecer este artículo, ya que, comparten “una serie de códigos, y signos que se combinan entre sí, siguiendo una serie de normas que permiten y dan lugar a ser interpretadas” (Naranjo, 2020, p.24). Es así, como, tanto lo artístico y lo comunicativo comparten el esquema básico de emisor, mensaje y receptor que se lleva a cabo por medio del lenguaje, verbal y no verbal, que puede, o no, tener un fin.

Entonces, no se puede separar el uno del otro, pues el arte es comunicación y la comunicación, de un modo u otro, es arte, pues el uso del lenguaje tiene, dentro de sí, un toque propio y es el epicentro de ambos, pues dota en un sentido todo lo que se hace. Se logra evidenciar esto al comparar los distintos tipos de arte y las clases de lenguaje que maneja, por ejemplo, se puede intuir que esta propiedad se percibe de modo distinto en una canción de Michael Jackson, que en una escultura de Anish Kapoor.

Lo que es claro es que, el arte, “es un lenguaje a nivel universal que todos podemos llegar a comprender, independientemente de cualquier idioma o nacionalidad. Es capaz de

anudar lazos irrompibles” (Naranjo, 2020, p.24). Más interesante aún, la comunicación es tan mágica al punto de poseer esta misma condición: el entendimiento de un mensaje dotado de significados por medio de un proceso que tiene, a su vez, mil modos de llevarse a cabo, lo cual permite que esta dupla funcione, en la mayoría de los casos, de forma efectiva.

La comunicación, entonces, se convierte en un canal de conocimiento, distribución y retroalimentación de las expresiones artísticas. Conocimiento, porque por medio de diversos procesos se puede aprender y enseñar arte, distribución, ya que, mayormente, múltiples obras circulan por medio de lo verbal y no verbal y retroalimentación, desde las narrativas que se han de generar con los pasos anteriores, esto, hasta abrir posibilidades de creación de arte inspirado en una respuesta u opinión de aprobación o desaprobación.

Siendo así, es normal encontrar con frecuencia diversas estrategias comunicativas, especialmente desde la comunicación digital, para la promoción, divulgación, educación y debate acerca del arte y sus diversas formas, puesto que, al hablar de arte no solo se hace referencia a las artes plásticas, sino a todas las manifestaciones relacionadas con este concepto. Estos esfuerzos, en especial los relacionados al estudio e instrucción son, generalmente, exitosos, pues:

Aprender del arte y de su historia invita a la reflexión y a la empatía del hombre en sus actos, porque en sus obras quedan la evidencia de sus guerras, factores personales, políticos, sociológicos o religiosos a través de sus estilos, técnicas y soportes. (Fiol, 2020, p.4)

Estas tácticas van de la mano también con la transformación, otra pieza que encaja perfectamente en el panorama de lo artístico – comunicativo, ya que una de las particularidades de la comunicación es su orientación social, sin la interacción no existe comunicación y sin la comunicación no hay sociedad, la sociedad, a su vez, se ha visto

transformada con el arte, ejemplo de ellos las diversas obras dotadas de sentido de protesta que se han originado desde la música, la fotografía y la literatura.

En sí, la transformación también nace y renace desde los sentimientos, los cuales, si bien, nacen desde lo individual, también se construyen desde lo colectivo, reuniendo toda clase de componentes propios de los territorios que desembocan en narrativas únicas pertenecientes a las realidades sociales allí experimentadas. El arte ha brotado desde la indignación, la incertidumbre, la desesperanza, y así mismo desde el orgullo, la victoria, la superación. Busca despertar en el espectador la chispa que mueva sus fibras internas y vaya más allá de ser un simple admirador.

Las prácticas comunicacionales se conciben como una acción de intervención, una herramienta artística, estética y política que apunta a la transformación social, al margen de la diversidad de objetivos que procure: contra informar, desarrollar niveles de conciencia, agitar, formar cuadros, etc. (Bustos, 2006, p. 9)

Lo digital, desde el tratamiento comunicacional, ha sido un espacio adecuado para el desenvolvimiento de estos procederes, pues, a causa de la libertad que le caracteriza, se abordan constantemente temas relacionados con el arte, además, su carácter masivo promueve diálogos y consideraciones provenientes de varias líneas de pensamiento y actuar, por esto:

“Las nuevas formas de comunicación participativas y colaborativas no sólo modificaron el ecosistema mediático: también dejaron sentir su influencia en campos como la educación, la política o el arte” (Scolari, 2012, p.2).

A lo largo del presente artículo se abordarán estos y otros tópicos referentes al arte en la comunicación digital, las nuevas narrativas, la divulgación del arte y la creación del mismo, desde la revolución digital. Del mismo modo, se ahondará especialmente en las redes

sociales como escenario de encuentro de los diferentes actores que convergen en el universo artístico y el tratamiento que se les brinda a algunos contenidos.

El arte

Conceptualizar el arte ha sido una tarea problematizadora, pues, cada quien, artistas y no propios del arte, le ha definido a su parecer. Muchas de estas concepciones han chocado y generado debate que, si bien han enriquecido el estado de conocimiento, hallando aportes atractivos que contribuyen a la investigación y el desarrollo de diferentes puntos, también ha enredado la madeja que impide tener un resultado casi universal.

Sin embargo, se puede considerar un punto positivo por muchas razones, la autenticidad de cada enunciado atribuye al arte un sentido de singularidad y, lo más destacable, una diversidad que solo pocas esferas poseen, pues, a diferencia de las ciencias exactas y algunas disciplinas académicas, hay mil formas de ver al artista y su labor. Por esto, y debido a la libertad que ha representado la revolución digital, el debate se ha ampliado no solo a la élite, como en los siglos pasados, ahora, cualquiera puede emitir una opinión referente a este tema:

Gracias a las redes sociales y el valor de compartir y comunicar los creadores pueden llegar no solamente a una élite intelectual o interesada por el arte, sino a millones de personas, que a pesar de no tener el conocimiento harán su propia validación del creador como artista. (Martorrell, 2018, p.8)

Esta condición representa un conflicto, pues, en especial en los últimos tiempos, se han generado opiniones y debates frente al ‘Todo es arte’, académicos, aficionados, divulgadores y apreciadores desarrollan una batalla campal donde se busca llegar a un acuerdo de lo que es y no es arte, en especial teniendo en cuenta los nuevos movimientos como el arte contemporáneo, géneros de música modernos y el postmodernismo literario.

Hay quienes le definen como ciencia, otros como disciplina, a veces es referido como área de conocimiento o de acción y una gran parte de la población participante coincide en que el

arte sencillamente no se puede definir o encasillar, limitando la sustancia subjetiva del mismo:

Usted no define la electricidad; se ve la electricidad como un resultado, pero no podemos definirla. Recuerdo que un profesor de física decía siempre que no es posible definir la electricidad. No puede decirse lo que es, pero sí se saben los efectos que produce. Lo mismo sucede con el arte (...) Es una especie de corriente interior en el ser humano, o algo que no hay por qué definir. La primera definición no es necesaria. (Duchamp, 1959, p.153)

Lo que sí se precisa, mayormente, son los variados tipos de arte, diversas fuentes coinciden en la enumeración que clasifica las diferentes ramas del quehacer artístico, por ejemplo, Sara Lasso (2019), en su artículo Tipos de arte y su clasificación (aboutespanol.com) en la revista digital 'AboutEspañol' lo propone así:

1. Bellas artes
2. Artes visuales
3. Artes plásticas
4. Artes aplicadas
5. Artes escénicas o de performance
6. Artes musicales o sonoras
7. Artes literarias
8. Artes gráficas
9. Artes basadas en el tiempo

La aproximación al arte, sin profundizar intensamente en determinadas cuestiones, es indispensable para comprender como este se presenta en la comunicación digital, pues a pesar de no producir una conceptualización exacta del mismo, se derivan algunas peculiaridades que inciden en la presencia de lo artístico en los procesos comunicativos de lo digital. Lo

subjetivo, lo diverso, lo extenso e intenso son algunas propiedades que se conectarán con la apertura de un nuevo mundo de posibilidades para el ser humano y su expresión del ser.

La comunicación digital

La nueva era digital ha causado que, como se mencionaba con antelación, el arte haya mudado sus métodos tradicionales y el desempeño físico a novedosos procedimientos en un plano cibernético. Este fenómeno se ha visto mayormente representado en las Tecnologías de la Información y las Comunicaciones (TIC), pues “las relaciones operativas que existen actualmente entre la información analógica y la digital han abierto un campo fértil para la integración de conocimientos que hasta hace pocos años era imposible de imaginar” (Montagu, 2004, p.18).

La comunicación digital hace parte de esta revolución informática, entendiendo que “la aparición de nuevas formas interactivas y colaborativas de comunicación implicó grandes cambios en el ecosistema de medios” (Scolari, 2012, p.2). Los medios masivos y medios de difusión se encontraron con el reto de adaptarse a las dinámicas que traía la nueva era, sin embargo, no fueron los únicos.

Por lo tanto, se comprende que la comunicación, la cual adopta una nueva característica y tipificación hacia lo digital, no solo ha propiciado debates y comportamientos que permiten el crecimiento de las múltiples disciplinas que circundan el espectro humano, sino que expande sus públicos, creando espacios de convergencia donde se teje una red de saberes y opiniones propios de la academia y otras variantes. |

En este sentido, ámbitos propios y ajenos a lo académico se han visto obligados a desarrollarse en el ciberespacio y la comunicación digital, esto, especialmente debido al carácter multidireccional del internet y sus derivados, ejemplo de esto, redes como Facebook y Twitter donde diariamente se emiten millones de réplicas a diversos contenidos difundidos y compartidos por millones de personas alrededor del mundo.

Otro ejemplo de esta condición es la creación y movimiento de comunidades a través del internet, personas desconocidas que se comunican por determinado medio con el fin de

compartir gustos, hobbies y aficiones, dando pie a la creación de un universo dentro de otro universo definido por temáticas y elementos mediáticos, codificando el lenguaje y adaptándolo a las particularidades de la naturaleza de su universo. Se han visto casos exitosos como Discord, Reddit y Amino, entre otros.

La relevancia de la comunicación no solo está en la conexión digital que ofrece a los individuos o en el espacio que presenta para el intercambio de ideas, pues también incide en el sector pedagógico en las diferentes unidades sociales. “Estamos asistiendo a un creciente desarrollo de experiencias pedagógicas, apoyadas en mayor o menor medida en los recursos de Internet (www, e-mail, foros, chat, videoconferencia, blogs, wikis, redes sociales, etc.)” (Area, 2011, p.2)

La educación, en este sentido, es un campo interesante, pues las nuevas generaciones han conocido y explorado áreas de aprendizaje frente a una pantalla o monitor, esto contrario a la experiencia de sus antecesores quienes afrontaban dificultades y asumían sacrificios para acceder, en ocasiones, a una educación de carácter precario. El contenido educativo, hoy, está a un clic de distancia, y no solo esto, la variedad es abismal.

Es, justamente por esto, que, “empieza a ser habitual encontrar experiencias educativas apoyadas en la utilización de campus virtuales, de plataformas de teleformación, de cursos on line, de pizarras interactivas o de materiales didácticos multimedia” (Area, 2011, p.2). Al comprender esto, es inevitable entender que, para que estos procesos funcionen de manera óptima y duradera, el papel de la comunicación digital es crucial.

Esto, remite al modelo tradicional de la comunicación, que, a pesar de funcionar, ha evolucionado gracias a la sencillez con la que se pueden propiciar procesos de discusión y edificación de múltiples espectadores. Por ello, la cultura también interviene en estas transformaciones, que además se encuentran en constante cambio, ya que “la cultura del siglo

XXI es multimediática y multimodal, construida a través de múltiples y variadas formas simbólicas y difundida mediante tecnologías diversas” (Area, 2011, p.2).

Han influido significativamente en estos ámbitos anteriormente mencionados las redes sociales, pues es tendencia a nivel mundial el hacer uso de estas herramientas cibernéticas, las cuales, inicialmente, se popularizaron debido al concepto de comunicarse de manera más sencilla y directa, sin, relativamente, costo alguno y, lo más atractivo, de forma inmediata, llegando a ser de utilidad en otros campos de la esfera humana. “Los aportes de la teoría de las redes contribuyeron a refundar las ciencias sociales y abrieron nuevos horizontes en casi todos los sectores de la ciencia, desde la biología hasta la economía” (Scolari, 2012, p.2).

Entonces, al ser conscientes del espectro, la cobertura y la influencia del internet, la tecnología, la comunicación digital y las redes sociales, es importante adentrarse en el área de comprensión del estudio en cuestión, pues a lo largo de las menciones por parte de expertos podemos ver un común: La expresión de lo visual, lo audiovisual y lo artístico, este último como expresión nata de la esencia del ser humano, la cual no es extraída del objeto de estudio pues ha estado constantemente presente por medio de la divulgación, la enseñanza y el debate por medio de las narrativas.

Para llegar a ello se entenderán como estas narrativas han cambiado y adaptado al nuevo mundo anteriormente descrito, por lo cual los individuos ya no solo consumen arte, sino que lo producen y, además, es innegable, la incidencia de la cultura cibernética que se evidencia por medio de consideraciones como el arte post internet y la difusión del arte y la cultura a través de las redes sociales como Facebook y Twitter.

Para enseñar, pues “Poco a poco van apareciendo nuevas estrategias de comunicación y divulgación que permiten enfocar el proceso de aprendizaje desde distintas perspectivas” (Martínez, 2020, p.18), para entretener, ya que “se ha de acercar esta información de manera

dinámica y entretenida” (Martínez, 2020, p.18) y para crear debido a que “los usuarios que al principio eran meros consumidores de información, se convierten en agentes activos que son capaces de generar y transmitir ellos mismos su propia información y contenidos” (Martínez, 2020, p.18)

El arte en internet y redes sociales

Uno de los usos más comunes a los cuales se ha recurrido dentro del mundo del arte es la divulgación, esto, debido a que, al ser un proceso comunicativo, lo artístico, hace uso de diferentes signos, símbolos y códigos que construyen un lenguaje que, a su vez, busca comunicar en mensaje entre dos puntos. Entonces, es normal que estrategias comunicativas sean empleadas por artistas, académicos y naturales para dar a conocer, promover e incitar el conocimiento de líneas y movimientos de arte.

Ahora, lo digital ha expandido el limitado espacio donde, anteriormente, el arte era divulgado. Muestra de esto, el traslado de las escuelas de arte al internet, ya que, si anteriormente el interesado debía pagar una inscripción o matricularse a un curso riguroso trasladarse a un recinto físico, cumplir un horario y socializar con docentes y compañeros estudiantes para aprender el arte de la escritura, ahora, el que desee instruirse en este campo puede acceder a cursos gratis, o de bajo costo, con basto material y videos dirigidos, a cualquier hora del día, o la noche, y sin interacción directa, ejemplo, cursos ofrecidos por la Youtuber española Claudia Ruiz.

Esta propiedad con la que la comunicación digital ha dotado de sencillez el proceso de acceso y distribución de contenidos artísticos ha llamado la atención de exponentes de cada una las clases de arte, y se puede decir que, prácticamente, se han sentido obligados a adaptarse a las nuevas formas de mostrarse para no desaparecer o quedar en la irrelevancia. Es el caso de músicos, hoy en día que no distribuya su música por medio de las diversas plataformas digitales como Spotify o YouTube, como se dice coloquialmente, ‘no está en nada’.

Instituciones como los museos, que durante siglos han desarrollado su actividad de manera física y presencial, también se han sumado a este proceso de digitalización, adaptando sus

contenidos y generando nuevos recursos que eviten la obsolescencia y la prescindibilidad de estos espacios. (Martínez, 2020, p.18)

En el caso de los museos, se logra vislumbrar aspectos atractivos para los apasionados de la apreciación de las artes, especialmente plásticas y visuales, debido a su extraordinario poder masivo. Así, se convierte en histórica la cantidad de personas que acceden a páginas web y redes sociales de museos, sean estos antiguos y consolidados o nacidos del internet y en desarrollo, presenten estos únicamente datos referentes al recinto o una experiencia completa que, en algunos casos, llegan a hacer uso de herramientas propias de lo digital y tecnológico como la realidad aumentada.

Muestra de esto, el fenómeno que demostró ser la presencia de uno de los museos más prestigiosos del mundo en la web, ya que “Las visitas reales al Louvre en 2012 se cifraban en más de nueve millones de visitantes anuales; por contrapartida, los visitantes virtuales acudían al site del museo en un número cercano al millón por mes” (Bellido, 2016, p.2). Momentos como este también han ocasionado la avalancha de nuevos admiradores del arte, lo cual, por consiguiente, acrecienta el número de personas que día a día se dejan cautivar por estos modos de manifestación.

También, las bondades de la comunicación digital y el empleo de herramientas como las redes sociales, blogs y sitios web han fomentado la creación de perfiles y figuras influenciadoras en este territorio, muchos de ellos no son expertos, sencillamente espectadores y amantes del arte. Por lo tanto, se habla de una expansión de opinión artística, la cual, muchos siglos atrás eran completamente cerrada para un grupo selecto de intelectuales, entonces, estas participaciones “en muchos casos han podido mejorar el nivel cultural de los usuarios y contribuir a la democratización del arte” (Izquierdo, Álvarez, & Nuño, 2017, p.4).

Esta democratización se relaciona estrechamente con el proceso de transformación, el cual se ha mencionado anteriormente, pues en hablar, actuar y pensar residen significados que reflejan las realidades sociales y personales de los individuos y las colectividades, acercando nuevamente al ser humano y al arte a lo sustancial más que a lo meramente estético. Con esto, no solo crece el número de narrativas, se da paso a tareas que inducen estados de creatividad que desembocan en nuevas formas de arte:

Las expresiones artísticas están escapando de los formatos oficiales para transitar por las calles. El arte ya no sólo se encuentra en una pintura o una escultura, el diseño tiene la capacidad de llevar las obras hacia cualquier formato (...) que le permite al artista capitalizar y popularizar su creación. Concebir el arte como un objeto útil y no un espejismo de mera contemplación. Volver a la mano que dibuja lo que el ojo observa. (Villegas, 2019, párrafo 2)

Las redes sociales han sido aliadas de esta vinculación masiva a comunicar acerca del arte. Desde los promotores, educadores, productores y divulgadores de arte, son muchos y muchas quienes hacen presencia en plataformas como Facebook, Twitter, Instagram, YouTube y demás estrategias para abordar lo artístico y cultural. Llegar al conocimiento de estos expositores se convierte en una tarea sencilla cuando se cuenta con algoritmos que recomiendan contenido y creadores de contenido relacionado con las preferencias del usuario:

Muestra de ello, Facebook que “está en constante aprendizaje sobre el comportamiento de sus usuarios, buscando empoderarlos para llegar a la definición de qué acciones definen si un contenido es o no interesante” (Russo, 2020, sección de Todo se reduce a las buenas prácticas), pues en lógica, “los algoritmos son, a fin de cuentas, un incentivo para las buenas prácticas de segmentación de público objetivo y creación de campañas y contenidos

relevantes, esenciales para la garantía de buenos resultados con el Marketing Digital” (Russo, 2020, sección de Todo se reduce a las buenas prácticas).

Esto del algoritmo es imprescindible pues introduce al espectador al descubrimiento de la educación y aprendizaje en artes. La aparición de elementos visuales y audiovisuales en el *feed* (Pestaña donde se encuentra alojada la información de un sitio) de una red social puede llamar fácilmente la atención de los individuos, redirigiéndole a un video, blog en sitio web, enciclopedia, podcast y/o demás contenidos alojados en otras redes:

El mensaje para la comunicación artística tiene forma de imagen y muchas veces formato multimedia. Dado que la imagen multimedia es el lenguaje del arte y de la comunicación por excelencia en internet y usado por todos y todas para el ejercicio de la acción docente, el binomio arte-educación cobra especial relevancia hoy. (Saura, 2013, p.2)

YouTube, gracias a su naturaleza audiovisual y masividad, pues “se ubica en la segunda posición dentro de los medios sociales más usados en el mundo, teniendo una comunidad activa de 2.291 millones de usuarios activos en el mundo, tuvo un crecimiento del 14,55% según el año pasado” (Shum, 2021, párrafo 1), ha sido uno de los espacios más recorridos para la divulgación y enseñanza del arte. Debido al formato y el atractivo visual, y más teniendo en cuenta las estrategias que usan algunos expositores de estos contenidos, el público ha reaccionado positivamente a canales especializados en artes como la pintura, la arquitectura, la literatura y la música.

Especialmente, se ha denotado que son exponentes estudiados en este campo quienes emprenden estos esfuerzos educativos, por lo tanto, “los prosumidores de YouTube, desde su experiencia profesional comprometidos en la difusión de contenidos de las artes plásticas, pueden dotarnos de un valioso recurso para el aula” (Fiol, 2020, p.4). Esta característica le aporta gran sentido al contenido, pues si bien lo académico no es sinónimo de verdad

absoluta, nutre el discurso y presenta elementos que refuerzan el mensaje desde el conocimiento del emisor.

Teniendo esto en cuenta, se evidencia la magnitud del movimiento del arte a través del espectro digital, cada día crece la presencia de los usuarios de internet en estos debates, su participación en procesos creativos y culturales fomentados por figuras divulgadoras que por medio de la comunicación se han valido para transmitir un mensaje con sentido humano y social. Así mismo, entender la figura de las redes sociales como repositorio de estos esfuerzos es interesante, pues al contar con una propiedad inherente de estas como el *feedback*, se siguen construyendo narrativas dirigidas a la transformación de múltiples instancias.

El arte digital

La incidencia de la revolución digital no solo afectó la forma de comunicar arte, influyó al arte mismo. Tanto así, que se han tipificado nuevos modos y establecido como movimientos válidos, y no es nada académico, pues se evidencia en la música, muchos exponentes de la música electrónica no usan instrumentos en sus composiciones, estas son creadas meramente con recursos digitales por medio de *launchpads* (Tablero digital empleado para crear, mayormente, *beats* y sonidos en general con el fin de producir piezas sonoras y musicales) y softwares especializados. Igualmente, la cinematografía, que desde hace muchos años ha visto filmes realizados completamente en computadora.

Es así, como se han acuñado una cantidad de terminologías relacionadas con el cambio paso y el desenvolvimiento del arte en espacios cibernéticos: arte de internet, arte post-internet, net.art, arte en la red, online art, entre otros. Llama la atención, por ejemplo, el concepto de arte post-internet, pues sugiere que, con la llegada de este recurso, lo artístico tuvo un antes y un después, sintiendo la necesidad de acuñarlo en una definición específica, ya que:

El interés por poder denominarlas bajo un término general que las pudiera también identificar como «nueva tendencia» parecía imperioso para ciertos críticos, comisarios y galeristas, siendo finalmente el neologismo «post-internet art» (muchas veces escrito con guión, otras sin él) el que empezó a utilizarse más frecuentemente para hacer alusión a este amplísimo y difuso conjunto de prácticas artísticas. (López, 2013, p.45)

Sin embargo, hablar de arte digital, es tener clara la particularidad de creación y desarrollo directo desde lo cibernético y tecnológico, especialmente en imágenes y sonidos producidos por herramientas que, con el paso del tiempo, se van multiplicando y modificando en cuestión de accesibilidad y asertividad. Este nuevo modo de ejecutar el quehacer artístico “ha provocado repercusiones sociales indiscutibles, hasta el extremo de que

ya se acepta el término para definir las transformaciones que la tecnología informática ha operado sobre diversos campos de la cultura tradicional” (Bellido, 2016, p.2).

Existen, a su vez, relación entre el arte y áreas innovadoras como la realidad aumentada y la inteligencia artificial, pues al día de hoy “se han inventado muchas formas de interacción e inmersión en entornos virtuales y desde el terreno del arte se han hecho propuestas muy interesantes que han cambiado las convenciones establecidas en materia de interacción entre hombres y máquinas” (Alsina, 2004, p.10). Es impresionante, entonces, dimensionar el universo de posibilidades con los que cuenta actualmente en panorama artístico y, mejor aún, lo que depara el futuro con el inminente avance tecnológico.

Esto deja la siguiente reflexión del filósofo Paul Alsina dispuesta en su escrito

Introducción al arte digital

Quizás nos podríamos preguntar si no estamos tan lejos de las predicciones futurísticas de David Cronenberg en su película Existenz. Así, pues, nos podríamos atrever a imaginar que las «vainas», interfaces que funcionan como si fueran auténticas prótesis biológicas que nos conectan a una realidad virtual bien real, ¿serán las futuras interfaces del siglo XXI? (Alsina, 2004, p.10)

¿Cómo influirá esto el campo del arte?

Artistas y divulgadores de arte: estrategias de comunicación digital

Como se ha mencionado con anterioridad, un ítem fundamental para entender la manifestación del arte en la comunicación digital son los artistas y divulgadores de arte en espacios cibernéticos, pues, además de ser óptimas muestras de procesos multidireccionales, se pueden apreciar contenidos que entretienen, educan y promueven iniciativas creativas de alto impacto para la transformación y la gestión de narrativas.

Sin embargo, lo más notable de estos casos particulares es la presencia de estrategias de comunicación digital empleadas con diferentes propósitos como el llamar la atención de un público determinado, metodologías de fidelización y posicionamiento en los contextos en los que se desempeñan. Principalmente, el primer esfuerzo ha sido evitar “transmitir esta información de una manera elitista, con un lenguaje rebuscado y solamente entendible por ciertas personas, sino que se encargan de adecuar los contenidos para ser entendibles por el mayor número de personas posible” (Martínez, 2020, p.18).

Cada red social, con su funcionamiento específico, requiere modos de actuar particulares, esto, instituciones y divulgadores lo han entendido a la perfección, en su mayoría, adaptándose óptimamente a los modos de comunicar propios de ellas. Es sencillo, de forma resumida, Facebook presenta una apuesta completa de multiformatos simultáneos, Twitter se destaca por el lenguaje escrito, por su lado Instagram, se caracteriza predominantemente por lo visual y YouTube lidera el campo audiovisual. Con esto claro, ya se puede intuir qué tipos de arte se aprecian mejor por qué medio.

Para hablar con propiedad de la presencia de estas figuras en cada una de las redes sociales a tratar, es necesario remitirse a dos de los referentes principales del presente escrito, Comunicación y divulgación de contenidos artísticos a través de las Redes Sociales: Facebook y Twitter de la autoría de Violeta Izquierdo Expósito, Paloma Álvarez Rodríguez y Ada Nuño Barrau y Difusión de la historia del arte desde YouTube. Observación

participante para el análisis de la repercusión de los prosumidores en la cultura digital por Cecilia Montes de Oca Fiol, haciendo reconocimiento entre cuentas institucionales y particulares.

En el caso de Facebook, “las cuentas institucionales han sabido posicionarse en Facebook de una manera organizada y bastante uniforme. Prácticamente todas siguen una estrategia común y muy efectiva, con diferencias mínimas” mientras tanto, “a las cuentas particulares - quizá por la heterogenización que mencionábamos- todavía les queda un largo camino por recorrer” (Izquierdo, Álvarez, & Nuño, 2017, p.4). Esto se debe a que, cuentas particulares, han descifrado completamente el modo de conectar con los diversos públicos, reduciendo la formalidad que caracteriza a las institucionales gracias a su previa existencia.

Recomendaciones de artistas y divulgadores en Facebook: *Lecturalia, Jaime Altozano, Museo Nacional de Colombia, Crehana, Paula Bonet.*

Por su parte, Twitter, presenta una apuesta diferente, ya que “la obligación de brevedad de esta red social hace que el conocimiento artístico se reduzca a datos concretos y fácilmente asimilables” (Izquierdo, Álvarez, & Nuño, 2017, p.4). Esta propiedad ha promovido, a diferencia de la integridad de Facebook, un esquema de inmediatez, esto sin contar otro de sus atractivos: la cultura de respuesta y reposteo (*retweet*) incitando a la discusión edificante en torno a las diferentes perspectivas enmarcadas en las subjetividades. Se resalta de esta plataforma que “ofrece la posibilidad a los jóvenes artistas de crear un espacio en red en el que dar a conocer sus obras y su trayectoria” (Izquierdo, Álvarez, & Nuño, 2017, p.4).

Recomendaciones de artistas y divulgadores en Twitter: *@Medievalico, @PabloAbarcaMus, @ricsarmiento, @RAEinforma, @efti_fotografia.*

Finalmente, YouTube, como una plataforma "donde amateurs o profesionales registrados pueden crear y cargar contenido audiovisual en un canal personalizado” (Montes de Oca-Fiol,

2020, sección ¿Qué es YouTube?), ofrece excelentes funcionalidades para el abordaje del arte, en especial desde el “youtuber como construcción de una nueva cultura de difusión del conocimiento en la red”. La figura del *'youtuber'* tiene gran peso en la sociedad de hoy, sea que se tenga una concepción positiva o negativa, el hecho de hacer uso de una figura tan llamativa como esta, ha propiciado un sentido de tendencia al papel de artista y divulgador de arte.

Recomendaciones de artistas y divulgadores en YouTube: Antonio García Villarán, Claudia Ruiz, Alvinsch, Veka Duncan, Ter.

Conclusiones

El campo del arte es tan extenso como la propia existencia del ser humano, este, se ha tomado de la mano con nuestra historia y evolución, a tal punto que, esta bastedad resulta incontrolable y es necesario elegir uno, o varios, puntos que reflejen los intereses del individuo. Teniendo esto en cuenta, la comunicación digital se ha encargado de sumar diversas propiedades al tratamiento de esta temática, en especial, la personalización con la cual los contenidos llegan a los públicos dependiendo sus intereses.

Por esto, es necesario el aprovechamiento de las múltiples herramientas que pueden optimizar el quehacer artístico, un llamado para espectadores y productores de contenido, pues, como se evidenció a lo largo de la presente conversación, aún existen puntos de incertidumbre y áreas potenciales para explotar de manera más asertiva. Este estado se logra por medio del estudio y entendimiento de todos los campos que se juntan y separan en los procesos de divulgación, educación, creación y debate.

Así mismo, es imprescindible comprender las nuevas dinámicas en las cuales, además de difundir múltiples mensajes por medio de signos y símbolos codificados en diversos lenguajes, se expanden escenarios de creaciones inéditas de nuevas formas de arte en cualquiera de sus tipos. El arte digital es el futuro, las tecnologías no se detienen y aprovechar el carácter masivo de la comunicación digital para profundizar en estos temas es imperativo en el futuro, momento en el cual lo clásico continuará siendo un referente, pero lo actual se convertirá en el reflejo de las sociedades del mañana.

Finalmente, el consumo de contenidos impartidos por exponentes, generalmente expertos, es otro fenómeno que no se detiene, demostrando que, a pesar de permanecer en el basto espectro del internet, las particularidades de las redes sociales dotan de sentido las formas de crear y distribuir. Del mismo modo, es remarcable este aspecto, pues el arte da el paso hacia

lo colectivo, modificando el antiguo estado de receptor, a receptor y emisor por medio de los sistemas de respuesta y diálogo.

Referencias bibliográficas

- Alsina, P. (2004). Introducción al arte digital.
- Area, M. (Diciembre de 2011). Tic, identidad digital y educación. Cuatro reflexiones. México.
- Bellido, L. (2016). Arte digitalizado y arte digital: las manifestaciones artísticas en la era digital.
- Fiol, C. M. (14 de marzo de 2020). Difusión de la historia del arte desde YouTube, observación participante para el análisis de la repercusión de los prosumidores en la cultura digital. España.
- Izquierdo, V., Álvarez, P., & Nuño, A. (6 de junio de 2017). Comunicación y divulgación de contenidos artísticos a través de las Redes Sociales: Facebook y Twitter.
- López, E. (15 de noviembre de 2013). Estrategias artísticas del videoarte y otras imágenes móviles en la cibercultura del siglo XXI. España.
- Martínez, D. (2020). Arte e Internet: Nuevas formas de distribución y divulgación cultural. Caso de estudio de The White Paper Art. Gandia.
- Martorell, S. (Febrero de 2018). Las redes que los parieron: arte y artistas nacidos en internet . Catalunya.
- Naranjo, D. (2020). Arte, activismo y capitalismo. Sevilla.
- Russo, A. (26 de agosto de 2020). Cómo funcionan los algoritmos de Facebook, Instagram y Twitter.
- Saura, Á. (23 de enero de 2013). E@: red social para la educación artística abierta y a distancia, para la formación continua del profesorado . España.

Scolari, C. (2012). Comunicación digital. Recuerdos del futuro. España.

Shum, Y. (9 de febrero de 2021). Resumen de YouTube 2021: 2.291 millones de usuarios activos.

Sara Lasso (2019). [Tipos de arte y su clasificación \(aboutspanol.com\)](https://www.aboutspanol.com/Tipos-de-arte-y-su-clasificacion/)