

**Autoría  
distributiva  
y comunidades  
creativas**

**Simon Biggs y Penny Travlou**



## **Autoría distributiva y comunidades creativas**

### **Título original:**

*Distributed Authorship and Creative Communities*

### **Autores:**

Simon Biggs y Penny Travlou

### **Traducción:**

Javier Raya

El presente artículo fue publicado originalmente en 2012, en la publicación [Dichtung Digital. A journal of art and culture in digital media.](#)

El **Centro de Cultura Digital** cuenta con la autorización del editor y de los autores para la traducción y publicación de este artículo.

## **Autoría distributiva y comunidades creativas<sup>1</sup>**

**Simon Biggs y Penny Travlou**

En la exigencia, tanto para el autor como para el lector, el arte puede considerarse una actividad participativa. Los conceptos expandidos de agenciamientos nos permiten preguntarnos qué o quién puede ser un participante activo, permitiéndonos reconsiderar el debate en torno a la autoría desde perspectivas alternas. Podemos preguntarnos si la creatividad puede ser considerada una forma de interacción social, más que un resultado. ¿Cómo podríamos entender la creatividad como interacción entre personas y cosas, como conjuntos de relaciones discursivas más que como resultados?

---

1. La presente investigación busca articular estos problemas, identificando una serie de preguntas fundamentales y describiendo el contexto dentro del cual serán abordadas, indicando cómo estas preguntas se encuentran en el centro de la Literatura Electrónica pan-Europea como parte de la investigación colaborativa del Modelo de Creatividad e Innovación en la Práctica [*Model of Creativity and Innovation in Practice*] (ELMCIP, por sus siglas en inglés), emprendido de 2010 a 2013 y financiado a través del área de Humanidades en el European Research Area Joint Research Programme. Una versión previa de este artículo fue presentada en la conferencia de la Sociedad para la Literatura y las Artes en Riga Latvia, en junio del 2010, y será publicada en las actas de la misma.

A pesar de que a menudo la creatividad es percibida como producto del artista individual o del equipo creativo, también puede considerarse un fenómeno emergente de las comunidades, que produce cambios y facilita la creatividad individual y colectiva. La creatividad puede ser una actividad performativa cuando se aborda a través de una comunidad y para ella, y si se la entiende como un proceso de interacción.

En este contexto, el modelo del artista solitario que produce artefactos que encarnan la creatividad se ve cuestionado como ideal para alcanzar resultados creativos. En lugar de eso, se propone la creatividad como una actividad de intercambio que activa (crea) a personas y comunidades. En su libro *Creative Land*, el antropólogo James Leach describe prácticas culturales donde la creación de cosas nuevas, y las formas ritualizadas de intercambio representadas a su alrededor, sirven para “crear” individuos y mantenerlos

unidos en grupos sociales, “creando” la comunidad que habitan. El argumento de Leach es una aproximación interesante al concepto de la economía del don [*gift-economy*] y sugiere que es posible concebir la creatividad como una forma emergente e innata de las interacciones entre personas. Tal comprensión puede servir entonces para combatir una visión instrumentalista de la creatividad que requiere que las creaciones de los artistas posean un valor social (i.e.: “económico”). En el argumento aquí propuesto, la creatividad no se valora como si surgiera de una necesidad percibida, una solución particular o un producto, ni como un ideal celestial, sino como propiedad emergente de las comunidades.

Las principales preguntas de investigación son:

- ¿Cómo se forman e interactúan las comunidades creativas, amateurs y profesionales a través de los medios de comunicación? ¿Cuáles son los efectos de estos

procesos sobre la práctica creativa y sus resultados?

- ¿Cuáles son los modelos de las comunidades creativas en el campo de la literatura electrónica?

¿Qué fuerzas, tales como distintas herencias lingüísticas, afectan el desarrollo de dichas comunidades?

¿Qué visión general facilita estos modelos?

- ¿Cómo funcionaría la educación en el desarrollo y formación de las comunidades electrónicas digitales? ¿Cuáles son las implicaciones y modelos disponibles para los educadores?

- ¿Cómo se ligan y materializan las prácticas de literatura electrónica a las redes en contextos culturales y lingüísticos específicos? ¿Cómo puede surgir la innovación en este contexto?

## **Comunidades creativas, autoría y apropiación**

Existen numerosos ejemplos de comunidades que buscan explorar la creatividad y se ven favorecidas por ello. Esto va desde asociaciones profesionales a grupos amateurs hasta comunidades más difusas y móviles, encontradas a menudo ahí donde las prácticas menos formalizadas de creatividad representan el interés común. Las tecnologías de red han tenido impacto en la mediación de tales comunidades y en cómo podrían evolucionar. En algunas instancias es probable que comunidades particulares no hubiesen existido de no ser por el papel que juegan las tecnologías de redes en su formación, mientras que en otras instancias el carácter de una comunidad existente ha sido afectado de manera significativa. Dada la centralidad de la interconexión (aquí no nos referimos únicamente a las redes computacionales) en la formación de cualquier comunidad, no es de

sorprenderse que los cambios en las tecnologías que definen la interconexión y las redes tengan consecuencias de gran alcance.

Aquí podemos considerar a la creatividad y la subsecuente formación de conocimientos como formas de interacción social más que como resultados de actividades sociales. La interacción social creativa ocurre en comunidades que se desarrollan y evolucionan en la medida en que los paradigmas sociales se cristalizan o disipan. Esto parecería ser un proceso reflexivo que requiere de interacciones complejas de agenciamiento y apropiación. Las comunidades creativas particulares pueden actuar como lentes a través de los cuales pueden observarse los cambios sociales. Algunos ejemplos de la cultura interconectada pueden incluir grandes comunidades de intereses dispersos, como Facebook, y comunidades profesionales de especialistas con intereses claramente demarcados, tales como las comunidades de practicantes

creativos, que trabajan con tecnologías de red, asociadas con Rhizome.

En consecuencia, mientras comúnmente percibimos la creatividad como producto de un artista o grupo creativo, desde esta perspectiva la creatividad también puede considerarse un fenómeno emergente de las comunidades, que produce cambios y facilita la creatividad individual y colectiva. La creatividad puede ser una actividad performativa que se lanza toda vez que se engrana a través de y por una comunidad. Dentro de este contexto aceptamos el concepto de Latour de *actor-red-teoría* como útil para expandir nuestra apreciación de los que pueden ser los “jugadores” en este proceso, involucrando a individuos, grupos, dispositivos y sistemas. De este modo, la creatividad puede ser vista como un proceso de interacción dentro de un complejo campo de agenciamiento —un campo tan complejo que Tim Ingold identifica el agenciamiento como el resultado

de una lógica reductiva; “representar la vida de las cosas como el agenciamiento de los objetos es efectuar una doble reducción, de cosas a objetos y de vida a agenciamiento” (12).

En este contexto el modelo del artista solitario que produce artefactos y encarna la creatividad, puede cuestionarse como ideal para alcanzar resultados creativos. En cambio, la creatividad puede proponerse como una actividad de intercambio que activa (crea) a las personas y a las comunidades, pensando estos procesos en el campo expandido de lo que se puede entender como agenciamiento, como apropiación colectiva. James Leach, en su libro *Creative Land*, observa y describe prácticas culturales donde la creación de cosas nuevas y las formas ritualizadas de intercambio representadas alrededor funcionan para “crear” individuos y agruparlos en grupos sociales, “creando” así la comunidad que habitan. Leach ha señalado “el papel de la ‘creatividad’ en las

formas en que las personas generan nuevos espacios en el paisaje” y ha argumentado que:

...al hacerlo, también generan nuevas personas, mismas que emergen de estos lugares, y objetos que facilitan o incluso participan de estos procesos creativos. Hacer personas y lugares quiere decir la relación con otras personas y con los espíritus y ancestros que encarnan, a través de conjuntos de canto/diseño/baile, el potencial generativo de la tierra misma. (Biggs y Leach)

El argumento de Leach consiste en un desarrollo interesante del concepto de Marcel Mauss sobre la economía del don, que acentúa su potencial transformativo. En este contexto la creatividad como instancia performativa de intercambio puede considerarse una forma emergente e innata de interacciones entre las personas, ya sea en un panorama o en una red.

Ingold describe esta provocación de la creatividad menos como una cualidad de las interacciones que como “líneas a través de las cuales las cosas continuamente llegan a ser. De este modo, cuando me refiero al entrelazamiento de cosas me refiero a esto literal y precisamente: no a una red de conexiones sino a una malla de líneas entrelazadas de crecimiento y movimiento” (4). Esta perspectiva de la creatividad, como una ontología donde el agenciamiento y la apropiación son cualidades dinámicas entre las cosas (incluyendo a las personas), puede funcionar para combatir la visión instrumentalista (ahora de moda dentro del gobierno y el mundo corporativo) de la creatividad, que exige que las creaciones de los artistas y de los demás tengan un claro valor social (i.e.: “económico”). En el argumento que se propone aquí, la creatividad no es valorada como algo proveniente de una necesidad percibida de una solución particular o de un producto ni de un ideal celestial de la cadena de suministros, sino como una propiedad emergente de relaciones, de comunidades.

Al complejizar un poco más este campo de relaciones fluidas encontramos, además, las implicaciones de lo que pasa cuando las formas de agenciamiento son incorporadas en la red de relaciones que apuntalan la actividad creativa, las cuales son sistemas artificiales o artefactos por derecho propio. Como se ha señalado antes, las redes de agenciamiento pueden incluir cosas no-humanas dentro de su constitución, y a menudo lo hacen. El internet es posiblemente el ejemplo más grande y ubicuo de tal mediación.

En este contexto podemos preguntar nuevamente, ¿qué es la “creatividad”? Podemos tratar de situarla como una actividad definida por las comunidades y que define a las mismas, trascendiendo el debate sobre la instrumentalidad de la creatividad y el conocimiento, y situando la innovación como un factor ontológico de la formación de comunidades. Un análisis de lo formativo en la práctica creativa se vuelve posible cuando se busca entender cómo las interacciones

de varios agentes, en los terrenos tanto simbólico como material, pueden llevar a la transformación social o a la emergencia de condiciones sociales alternas. Este acercamiento permite la deconstrucción de percepciones tradicionales de las actividades creativas y el desarrollo de una comprensión menos reduccionista de su valor. Esto lleva directamente a preguntas fundamentales con respecto al valor público de la creatividad y al papel que tiene en la creación de comunidades —siendo la creatividad propuesta como un proceso de apropiación de individuos y comunidades, donde la inmanencia puede entenderse como la interacción de varios agentes, la cual lleva al paulatino desarrollo del ser a través del intercambio de valor simbólico. La intención aquí es, en menor medida, la de evocar la abstracción deleuziana de un “plano de inmanencia” que la de situar socialmente la construcción del yo dentro de la interacción de relaciones entre individuos y comunidades, con el papel de la creatividad emergiendo, así, como un

determinante ontológico. Las economías culturales de intercambio y apropiación, tal como las describe Leach, son vistas aquí como ejemplos pertinentes.

## **Comunidades en la red**

Existen numerosos ejemplos de comunidades creativas que han surgido desde que se popularizó la WWW a principios de los años noventa. Tales comunidades están bien documentadas en la literatura especializada, pero también en publicaciones reconocidas como el libro *Internet Art* (Greene) de la serie “World of Art” de Thames and Hudson. Algunas de estas comunidades, que a menudo toman la red como una metáfora para describirse a sí mismas, existen sola o primordialmente en línea. La comunidad de practicantes y escritores alrededor del LISTSERV 7-11 a mediados de los noventa es un buen ejemplo. Este grupo incluyó una serie de practicantes importantes de lo que después se conocería

como net.art, incluyendo a Vuk Cosic, Alexei Shulgin, Oila Lialina y Heath Bunting, fundador de irrational.org (2010). Algunos de estos artistas también hicieron aproximaciones destacadas a la literatura electrónica, que a menudo involucraba la fusión del código computacional con las prácticas literarias. El grupo también fue tipificado por ciertas congruencias geográficas, con varios asociados estaban trabajando en las democracias emergentes del Pacto de exVarsovia; sin embargo era una comunidad que se formó e interactuó principalmente a través del espacio virtual de internet, específicamente por el protocolo LISTSERV.

7-11 estuvo lejos de ser de las primeras comunidades creativas *online* y fue en sí mismo, uno de muchos grupos disidentes de comunidades anteriores, incluyendo a miembros que se habían reunido en torno a la lista de correos Net-Time en la primera mitad de los años 90. La abuela de todas estas comunidades fue probablemente Art Com Electronic

Network (Kostelanetz), fundada por Carl Loeffler y Fred Truck en 1985. Como parte de la comunidad *online* The Well, en San Francisco, Art Com fue asociada con la defensa de Stuart Brand por los nuevos modelos de comunidades y organización social, como se afirma en el *Whole Earth Catalogue* (Brand 1970). Fred Turner ha escrito sobre cómo aspectos de la cibercultura contemporánea pueden rastrearse hasta los experimentos contraculturales de los años 60, y esta es una historia que exploraremos con mayor profundidad a medida que se desarrolle nuestra investigación, buscando entender y contextualizar los (frecuentemente idealizados) motivos que apuntalan el nacimiento de las comunidades creativas contemporáneas.

Finalmente, 7-11 se disgregó en tanto que sus más importantes miembros fueron desarrollando sus enfoques, de manera más distintiva y a menudo incompatibles, como artistas, activistas y teóricos.

De hecho, las dinámicas interpersonales que hasta cierto punto determinaron cómo se formaron e incorporaron y separaron estas distintas comunidades, forman las bases de una interesante narrativa la cual podría ilustrar ejemplos más tempranos que involucraron fuertes personalidades que a menudo se hallaban en conflicto (los impresionistas, dadaístas o surrealistas podrían ser ejemplos previos). Sin embargo, a pesar de que estas primeras comunidades de artistas tenían un carácter internacional, dependían en gran medida de la colocación de sus miembros principales en París, Berlín o Zurich. El tipo de comunidades creativas que buscamos engranar se caracterizan a menudo por su dispersión geográfica.

Aquí es importante notar que existen numerosos ejemplos potenciales de comunidades creativas que existen primordialmente gracias a la emergencia de la red, algunas de longevidad significativa,

tales como The Thing en Nueva York, otras con jurisdicciones socio-culturales más específicas, como la Sarai-Reader-List, y otras que se han transformado de redes informales a organizaciones establecidas, como Rhizome – ahora parte del New Museum de Nueva York. Sin embargo, en esta etapa, identificaremos y discutiremos una de ellas principalmente.

## **Furtherfield**

Furtherfield es una comunidad *online* que comparte cierto número de características con las comunidades mencionadas anteriormente y con otras. Furtherfield tiene un pequeño manifiesto que mapea su *raison d'être* y sitúa sucintamente sus alcances y objetivos como parte de un inmediato interés en nuestro proyecto de investigación:

[Furtherfield.org](http://Furtherfield.org) cree que a través del compromiso crítico y creativo con las prácticas artísticas y tecnológicas, la gente se inspira y se activa para convertirse en co-creadores activos de sus culturas y sociedades. Furtherfield.org aporta plataformas para crear, observar, discutir y aprender acerca de prácticas experimentales en las intersecciones del arte, la tecnología y el cambio social.

Localizado en North London, Londres, Furtherfield fue fundada por Ruth Catlow y Marc Garret, también integró a Neil Jenkins y Michael Szpakowski, dos de los más conocidos artistas de la red en Gran Bretaña. Mez Breeze, el reconocido code-poet y net-artist australiano y antiguo miembro de 7-11 y Net-Time, también es un contacto cercano, en medio de una red de cerca de 26,000 colaboradores incluyendo a otros artistas, teóricos y activistas internacionales, muchos de los cuales se conocen primordialmente a través de conexiones

virtuales establecidas y mediadas por iniciativas como Furtherfield. Mientras que Furtherfield es una comunidad con un núcleo de miembros que son centrales en su formación y continuidad, también existe en otras formas, incluyendo una **listserv** con cerca de 1,000 miembros activos, conocida como Netbehaviour y la Furtherfield Gallery (antes conocida como la HTTP art gallery —House of Technologically Termed Praxis), la cual se especializa en exponer arte en red y nuevos medios, localizada en los suburbios de North London.

NetBehaviour existe como “una comunidad de lista de correos abierta” que se vuelca en “el proceso de compartir y hacer evolucionar activamente acercamientos críticos, métodos e ideas enfocados en la práctica contemporánea de las artes en medios interconectados.” La diversidad de sus miembros incluye artistas que trabajen con medios interconectados, investigadores, académicos,

escritores, *geeks* del código, curadores, activistas y otros. El objetivo explícito de la **listserv** de Netbehaviour es fomentar “la promoción de proyectos y eventos de individuos, pequeños grupos de intereses mutuos y representantes de organizaciones” a través del intercambio de conceptos relacionados, ideas, información y recursos. Es una comunidad que se sitúa a sí misma como “un lugar donde las mentes creativas pueden compartir ideas y conceptos contemporáneos, sin la censura ni la aprobación de un canon jerárquico impuesto de manera centralizada.” Tal vez la descripción de las líneas que los autodefinen, y que ilustra la pregunta central de la investigación, es:

“Somos el medio —el contexto— la fuente de la creatividad interconectada.”

Esta declaración identifica a los individuos y a las comunidades como los determinantes de la medialidad y sitúa esta actividad colectiva como la

fuentes de la creatividad, canalizando inconscientemente las observaciones de James Leach sobre el papel de la creatividad y el intercambio en la mediación del yo y la comunidad, tal como se describe en su libro sobre la población de Rai Coast. Más allá de esto, en el libro *Autopoiesis: Novelty, Meaning and Value* (Biggs y Leach), argumentamos que:

...tales sistemas sociales autogenerados han sido descritos como autopoieticos o mitopoieticos, siguiendo a Luhmann; esto es, sistemas de relaciones entre personas en relación recíproca y dinámica con esquemas conceptuales y discursivos.

Además de su existencia en línea, Furtherfield también existe físicamente como la Furtherfield Gallery. La galería busca ser un “espacio dedicado para el media art”, ofreciendo una plataforma para “crear,

observar, discutir y aprender acerca de las prácticas experimentales en el arte, la tecnología y el cambio social.” Como la mayoría de las galerías de arte privadas, la Furtherfield Gallery presenta una programación de exhibiciones que cambia regularmente y también da cabida a otros eventos, tales como conciertos, performances y lecturas. Artistas reconocidos de media art que han presentado su trabajo en la Furtherfield Gallery incluyen a Annie Abrahams, Stanza, Susan Collins e irrational.org. Sin embargo, a diferencia de galerías comerciales privadas, el Consejo de las Artes de Inglaterra y otros organismos públicos financian la Furtherfield Gallery dado que es un espacio administrado por artistas y sin fines de lucro. Su meta es “iniciar y ofrecer infraestructura para obras por encargo, eventos, exhibiciones, interinatos, trabajo en red, proyectos participativos, intercambio entre colegas, publicaciones, investigación, residencias y talleres” (Furtherfield). Estas son responsabilidades

autoimpuestas que raramente aparecen enunciadas en la misión de las galerías privadas y tampoco en muchos museos o galerías públicas. No son ni siquiera actividades que pueden asociarse comunmente con espacios de arte experimental, pero tienen un claro compromiso con la priorización de colectivos y actividades públicas que involucren tanto a las comunidades profesionales como no-profesionales. A pesar de haber obtenido el apoyo público para sus actividades, Furtherfield sigue siendo una comunidad independiente y escenario de actividades relacionadas que se han resistido a la institucionalización, incluso a pequeña escala. Probablemente han logrado esto al perpetuar y mantener en primer plano su intención de ser una comunidad e involucrarse con otras comunidades sin recurrir a un modelo de cultura instrumentalizado y binario (productor/consumidor).

Por estas razones, como adelantamos antes, creemos que Furtherfield es ejemplar de un tipo de comunidad creativa con la que nuestra investigación busca involucrarse.

### **Etnografía de una comunidad interconectada como creatividad emergente**

La etnografía es una “operación de decodificación” (Apgar) donde el investigador debe aprender los lenguajes simbólicos y verbales de las comunidades que estudia y descifrar los códigos que subyacen a su existencia, desde la perspectiva de un iniciado. Esto requiere de una inmersión en la comunidad y de una caja de herramientas metodológica que facilite la decodificación a través de la observación (participante) y de entrevistas detalladas con miembros de la comunidad. Paul Bate sugiere que la etnografía puede considerarse como un texto que “lanza al lector dentro del entorno social, revela

lo mundano y cotidiano, y como broche final, ofrece tanto un punto de vista como un broche final” (citado en Howard, 213). En este contexto, la etnografía puede ser de utilidad para capturar y evaluar los símbolos de una comunidad, dado que tanto la observación como las entrevistas a profundidad permiten al investigador indagar en los significados y observar a las comunidades simbólicas interactuar y evolucionar (Howard, “Network Ethnography”) dentro de límites territoriales. A favor de este argumento podemos seguir el acercamiento de los antropólogos simbólicos, quienes afirman que una comunidad no es más que un asunto de “construcción de vínculos a través de la identidad y de sistemas compartidos de significado” (Cohen citado en Guimarães, 146). Esta definición hace referencia directa a la espacialidad de la comunidad y por consiguiente al papel de la etnografía como metodología para descifrar no sólo los códigos y significados

simbólicos sino también para mapear la territorialidad y la presencia física de la comunidad.

Obviamente, la discusión anterior se trata de métodos etnográficos tradicionales usados para estudiar entornos espacialmente localizados y comunidades con fronteras definidas. ¿Qué ocurre, en cambio, cuando estas comunidades son a-territoriales o, al menos, no localizables en el espacio físico? ¿Qué tipo(s) de etnografía podrían utilizar los investigadores para describir las comunidades a-espaciales como las que hay en internet? En su investigación “Mediating Ethnography: Objectivity, and the Making of Ethnographies of the internet”, Anne Beaulieu plantea la pregunta: “¿cómo es confrontada y reinventada la etnografía en su encuentro con... el internet [sic] en particular?” Revisando la reciente (y a veces acalorada) discusión acerca de la posición etimológica de la etnografía en la academia posmoderna, es más que obvio que el proyecto etnográfico

se encuentra en crisis (Wittel). Algunas de las líneas que la etnografía está llamada a desentrañar están ligadas a las nuevas tecnologías de comunicación (incluyendo internet) y los retos que éstas imponen cuando las interacciones sociales específicas de un territorio espacialmente localizado no se encuentran presentes en aquellos entornos (no-físicos). Volviendo a la investigación de Beaulieu, ella afirma que, en general, la tecnología ha sido considerada como barrera al proyecto etnográfico y por ello parcialmente responsable de la crisis en la etnografía. De acuerdo con este argumento, las comunidades en línea han sido vistas como “ilusorias”, cuando tienen lugar en internet a causa de la escasez de relaciones en espacios reales (Beaulieu; Calhoun). Por otra parte, están los que pueden prever el beneficio derivado y apoyan la investigación etnográfica de las comunidades en línea (Hakke; Pink; Amit; Hine; Wilson y Peterson; Beaulieu). Por ejemplo, Hakken afirma que las etnografías en línea pueden facilitar

la discusión acerca de las identidades múltiples y el dinamismo de las comunidades, mientras que Veret Amit nota que internet puede ofrecer nuevas definiciones de comunidad. Esta última posibilidad es de interés particular para nuestra búsqueda de comunidades transculturales, transnacionales y nómadas. Siguiendo el argumento de Amit sobre el cambio de la antropología rumbo a la investigación de comunidades multi-sitiadas, buscamos las comunidades fluidas, móviles y cambiantes que no sean estáticas sino dinámicas y en constante movimiento a través de las geografías.

A propósito de la posición epistemológica de la etnografía en línea, existen algunos factores fundamentales que es necesario tomar en consideración, tales como: el lugar del campo de trabajo en relación tanto a la observación participante como a la entrevista; la posición del investigador; la interacción entre el etnógrafo y los participantes; la forma de las notas de campo;

y el tipo de análisis de información. Christine Hine exhorta a los etnógrafos en línea a adoptar un enfoque adaptativo para abordar las características distintivas de las comunidades en línea. Esta aproximación necesita considerar las preguntas anteriores y particularmente la naturaleza a-espacial de tales comunidades. El primer reto para el etnógrafo, antes de diseñar el trabajo de campo, tiene que ver con la manera de entrar en comunidades como estas. Aunque el investigador no tenga que viajar físicamente a un sitio, aún tendrá que:

‘inspeccionar el entorno’, crear una estrategia para entrar y obtener acceso, adentrarse en la cultura, conocer lentamente a las personas, crear una estrategia de observación y escucha a través de textos, crear categorías, participar en el análisis comparativo en curso, e incluso si es constante a través del tiempo, más que la cantidad de tiempo utilizado, menos la logística física, para hacer etnografía convencional (Thomsen et al).

Esta cita vuelve patentes algunos de los problemas que el presente estudio tendrá que considerar a través de sus distintas etapas. Lo que sigue es tanto una presentación de un boceto de la investigación así como una discusión de las preguntas que el investigador será llamado a responder durante el estudio etnográfico.<sup>2</sup>

El primer tipo de etnografía que el presente estudio adopta es la etnografía global, o dicho de otra forma, “globografía” (Hendry). La etnografía global permite describir el discurso entre miembros de una comunidad creativa que se comunican a través

---

2. Este proyecto utiliza un acercamiento metodológico de tipo etnográfico para reunir información valiosa principalmente sobre la interpretación y sobre la performatividad de la “creatividad” de los creadores de literatura electrónica, tanto profesionales como amateurs, dentro de un contexto transnacional y multicultural. El proyecto sigue una metodología etnográfica que ha sido adaptada para moldearse al carácter particular de los casos de estudio a investigar, tales como Furtherfield. Esto es: a) una etnografía global multi-sede (Marcus; Burawoy, Hendry); y, b) una ciberetnografía (Ward; Hine; Carter).

de nuevas formas globales de tecnología (i.e., internet) y que existen (primordialmente) gracias a éstas. La comunidad Furtherfield, como ya hemos observado, se caracteriza tanto por su característica físicamente geo-específica y virtual en internet como por ser una comunidad distribuida; una dualidad que parece ser mutuamente beneficiosa. Para hacerse una idea de cómo interactúa una comunidad así, cómo se comunica e intercambia conocimiento dentro de un contexto transnacional, el investigador utiliza métodos etnográficos que implican distintos sitios de observación, los cuales trascienden las dicotomías de lo “local” y lo “global”.

El segundo tipo de etnografía que utiliza este estudio es la ciberetnografía. Puesto que las comunidades virtuales sólo existen si sus miembros las perciben (Hine), entonces, en lugar de asumir la comunidad como sujeto, como ocurre en la etnografía convencional, la ciberetnografía permite que los participantes

tomen la batuta en el establecimiento de la realidad, el estatus y los principios de la comunidad. Las fronteras de estas comunidades tienden a ser más flexibles y cambian según la forma en que sus participantes las definen. En las redes virtuales el *ethos* de comunidad parece ser más importante que la noción de lugar. Tales comunidades pueden formarse en torno a intereses comunes más que a territorios geográficos compartidos. La identidad no está completamente en función de una ubicación.

Nuestro proyecto observa primeramente a Furtherfield, la cual ha sido descrita anteriormente, y a través de ésta, a otros dos casos de estudio: Art is Open Source, un dúo de artistas italianos que desarrollan publicaciones ubicuas a través de prácticas co-creativas y Make-Shift, una comunidad de *ciberformance*. La parte inicial del estudio se concentra en Furtherfield, una comunidad creativa nativa

de internet que investiga el concepto de “creatividad” en un entorno virtual. Siguiendo la aproximación de Marcus, la investigación etnográfica se construye en las siguientes etapas:

- 1.** Seguir a la comunidad.
- 2.** Seguir el artefacto (i.e. literatura electrónica, performances, instalaciones).
- 3.** Seguir la metáfora (signos, símbolos y metáforas que guíen la etnografía).
- 4.** Seguir la historia/narrativa (comparación de historias con las notas del trabajo de campo obtenidas por la observación).
- 5.** Seguir la vida/biografía (agrupar historias/experiencias individuales).
- 6.** Seguir el conflicto (si acaso entre comunidades transnacionales, por ejemplo leyes de derechos de autor).
- 7.** Seguir el rizoma.

La última etapa (i.e. seguir el rizoma) ha sido añadida al marco del trabajo etnográfico de Marcus para responder a la naturaleza de las comunidades interconectadas que investigamos. Estas son comunidades que creen en prácticas no jerárquicas, polifacéticas y co-creativas, donde el conocimiento y la creatividad no sólo se comparten sino que también se multiplican a través de sus miembros y grupos. El estudio etnográfico consiste en entrevistas, tanto *online* como *offline*, con miembros de Furterfield y en la observación (participante) en espacios tanto virtuales como reales. En sustento de este acercamiento de métodos mixtos, Hine y Orgad exhortan a que los etnógrafos en línea utilicen una combinación de metodologías *online* y *offline*, tales como entrevistas con miembros de la comunidad, para triangular descubrimientos y así incrementar la validez de la interpretación. Del mismo modo, Bruckman enfatiza la importancia de un “componente *offline*” en las etnografías en línea para permitir no sólo la triangulación de la información

sino también una imagen más amplia del contexto social en que está incrustada la comunidad.

Sin embargo, este cambio entre investigación *online* y *offline* y de vuelta a *online* presenta algunos problemas de tipo ético con respecto a la posición del etnógrafo dentro de la disposición del campo de trabajo. En primer lugar, existe un asunto ético al aproximarse a nociones sobre el tipo de espacio que ocupa la etnografía *online*, en tanto que se opone la invisibilidad del investigador. “El etnógrafo *online* encara el problema de ‘estar ahí’ y de ‘no estar ahí’, en un sentido no trivial” (Rutter y Smith 91). Una vez más la idea de visibilidad se vuelve central. Mientras que en un entorno físico la presencia física del etnógrafo puede actuar como recordatorio de la presencia de un agente, la presencia en línea se torna una cosa muy “nebulosa” (Rutter y Smith; Agre). Una forma de vencer este problema es crear transparencia en el proceso de investigación al informar a los

participantes sobre los objetivos del proyecto y los eventuales resultados durante y después del trabajo de campo. En este proyecto, esto se alcanza a través del uso de una *wiki* interactiva, una forma de comunidad accesible y de llevar un diario de trabajo de campo de autoría colaborativa, donde el etnógrafo actualiza notas de manera regular sobre sus observaciones y comunicaciones con los participantes de la investigación que tienen acceso y aportan contenido a la *wiki*. Finalmente, la *wiki* se utiliza como herramienta de comunicación entre los otros investigadores del proyecto y los miembros de los casos de estudio. Sin embargo, aquí tenemos un potencial encuentro con otro dilema ético, el del anonimato y el estatus privado/público de una *wiki*. Así pues, existirán wikis separadas para cada caso de estudio y tanto el investigador como los participantes contarán con un acceso protegido por contraseña. Desde la década pasada, el blog y las wikis han sido utilizados por numerosos investigadores para

constituir aspectos diversos de sus etnografías (Beaulieu 2004). La plataforma ha sido utilizada flexiblemente para una gama de propósitos que tradicionalmente se buscaban por diferentes medios y que claramente se dirigían a audiencias diferenciadas. Mortensen y Walker enfatizan los múltiples usos del *blogging*, que en las etnografías en línea toma una forma híbrida entre un diario, un memo del trabajo de campo, una publicación académica, un archivo de ligas y un sitio para el discurso académico (Mortensen y Walker). En este sentido, el blog puede servir no sólo como una colección anotada de subrayados, sino también para documentar el proceso de la investigación, demostrando su complejidad, creatividad y dificultad. Los blogs pueden facilitar que los etnógrafos creen el objeto de sus investigaciones y le otorguen visibilidad a su subjetividad y reflexión, siendo a la vez un contexto y una forma de comunicación, una herramienta híbrida para hacer, presentar y reflexionar sobre el objeto así expuesto de manera

novedosa. Así pues, los “blogs [pueden] convertirse en un espacio de trabajo para el etnógrafo” (Beaulieu 151; cfr. también Mortensen y Walker 250).

Dado que internet está compuesto de textos (en el más amplio sentido), éstos pueden ser vistos como material etnográfico que evidencia el proceso creativo que emprendieron sus autores y su comunidad en particular. La posición de tales textos es interesante para la investigación puesto que son móviles (comunicadores entre los participantes en comunidades creativas). En otros términos, una “cuasi interacción mediada” (Thompson) es facilitada por los textos. La movilidad de tales contenidos, hecha posible por una cuasi interacción mediada, se dirige a la escritura situada y a las prácticas de lectura (y otras prácticas creativas) que vuelven a esos textos (y a otros artefactos) significativos. Esto es algo que puede verse como especialmente auto-evidente, incluso reflexivo, dentro de las comunidades de creadores y practicantes

de literatura electrónica, tales como Furtherfield. Este tipo de etnografía puede llamarse “textografía” (Swales) ya que combina el análisis de textos con una comprensión de su relación con otros textos y las vidas activas de sus autores/creadores.

La etnografía se encarga del texto y la escritura así que la pregunta por la etnografía en línea es: ¿cómo se puede adaptar a nuevos medios de comunicación y conceptos de escritura? Esta se vuelve el recurso primario y la interfaz de investigación, con acceso para los participantes y voz dentro del proyecto etnográfico. El hecho de que los participantes están, en el caso de Furtherfield, trabajando como practicantes creativos en línea, con la escritura como centro, ofrece un contexto particularmente ilustrativo para esa obra.

## Conclusión

Como se expresó al principio de este texto, esta investigación se cuestiona cómo se forman e interactúan las comunidades creativas en medios interconectados, cómo afectan estos procesos a la práctica creativa, cómo se materializan las prácticas de literatura electrónica en estos contextos y cómo emerge la innovación a partir de ellas.

El texto esboza el contexto dentro del cual se abordan estas preguntas son abordadas, con particular referencia a las recientes investigaciones antropológicas de James Leach y Tim Ingold y su relación con el análisis de la creatividad y la comunidad que realizó Bruno Latour. El objetivo clave ha sido trascender la instrumentalización cotidiana de la creatividad en las artes, las humanidades y las ciencias requerida sistemáticamente por el gobierno y la industria, y afirmar que el valor de la creatividad no necesita restringirse a resultados materiales o conceptuales sino

ser más apreciada como fundación de las interacciones performativas interpersonales que permiten a las comunidades identificarse a sí mismas y desarrollar su *praxis* como grupos sociales.

Se identificaron y discutieron ciertos ejemplos de comunidades que ejemplifican las prácticas creativas distributivas trabajando dentro de o en áreas afines a las prácticas de literatura electrónica, con particular énfasis en Furtherfield, una red de practicantes creativos, teóricos, curadores y activistas con una fuerte presencia tanto en el entorno global de internet y el entorno local de Londres. Furtherfield y los otros ejemplos (i.e. Art is Open Source y Make-Shift) fueron considerados en relación al asesoramiento de la formación de la comunidad y los efectos que tiene este proceso de apropiación creativa con las prácticas creativas asociadas a dichas comunidades.

Finalmente, se consideraron varios métodos de investigación etnográficos, preguntándonos cómo podrían ser valorables al abordar varias comunidades creativas específicas, con particular consideración por cómo estas metodologías serán más o menos apropiadas en contextos donde factores como la comunidad y el territorio, el localismo y el globalismo, la similitud y la diferencia a menudo existen en formas móviles más allá de nuestras expectativas. Un tipo de ciberetnografía ha sido identificado como el más apropiado para abordar el carácter técnicamente ilustrado, creativo, disperso y fluido de las comunidades, aceptando que habrán factores desconocidos por resolver.

El proyecto ELMCIP planteó preguntas sutiles y se ha fijado a sí mismo objetivos ambiciosos a través de diversas actividades con cierto número de objetivos complementarios que fueron más allá del interés de este texto. Los resultados esperados

de este aspecto particular del proyecto no se manifestaron como una colección de respuestas claras, dado lo elusivo de las preguntas planteadas, sino más bien como una serie probable de aprehensiones que tomó múltiples formas. Algunas de estas fueron resultados más o menos convencionales de investigación, tales como textos y documentación, pero también hubo piezas de arte en distintos medios, incluyendo arte digital, textos electrónicos, performance de nuevos medios y obras sonoras. Aunque todos los miembros del equipo de investigación estuvieron involucrados en la empresa de investigación produciendo estos resultados, también nos involucramos con las comunidades creativas a través de la comisión de cierto número de obras de arte, mediante distintos medios y disciplinas, e involucramos a los miembros en una serie de talleres y seminarios durante el periodo del proyecto.

Los resultados fueron presentados en la conferencia final internacional de la ELMCIP, que tuvo lugar en Edimburgo (del 1 al 3 de noviembre de 2012), donde los miembros del equipo de investigación, presentadores invitados y propuestas revisadas por colegas se presentaron, incluyendo los resultados de los casos de estudio asumidos por el proyecto de investigación de ELMCIP detallados en este texto. La conferencia se presentó con un programa de exhibiciones y performance de piezas de arte comisionadas y revisadas con una publicación que incorpore los resultados de la investigación, los procedimientos de la conferencia, la documentación de las piezas de arte incluidas en la exhibición y el programa de performance, y un DVD interactivo de artes digitales y piezas de literatura electrónica. La intención es que estos resultados multifacéticos permitan la emergencia y establecimiento de una apreciación no instrumentalizada de la práctica creativa en las comunidades interconectadas y un registro

detallado y meticuloso de la actividad en esas comunidades, especialmente en el campo de la literatura electrónica y las artes digitales.

## Obras citadas

Agre, Phil. "Net Presence." *Computer-Mediated Communication Magazine* 1.4. (1994). 10 Nov. 2011 <http://www.virtualschool.edu/mon/ElectronicFrontier/AgreNetPresence.html>

Amit, Vered. "Introduction: Constructing the Field." *Constructing the Field: Ethnographic Fieldwork in the Contemporary World*. London: Routledge, 2000.

Apgar, M. "Ethnography and Cognition." 1983. *Contemporary Field Research: A Collection of Readings*. Ed. Robert M. Emerson. Long Grove, IL: Waveland P, 2001.

Bate, S. Paul. "Whatever Happened to Organizational Anthropology? A Review of the Field of Organizational Ethnography and Anthropological Studies." *Human Relations* 50.9 (1997).

Beaulieu, Anne. "Mediating Ethnography: Objectivity and the Making of Ethnographies of the Internet." *Social Epistemology* 18.2-3 (2004).

Biggs, Simon, and James Leach. *Autopoeisis: Novelty, Meaning and Value*. Artwords, 2004.

Brand, Stewart. "The Whole Earth Catalogue." 1968. 10 Nov. 2011 <http://www.wholeearth.com/>

Bruckman, Amy. (2002) "Studying the Amateur Artist: A Perspective

on Disguising Data Collected in Human Subjects Research on the Internet." 2002. 10 Nov. 2011 [http://www.nyu.edu/projects/nissenbaum/ethics\\_bru\\_full.html](http://www.nyu.edu/projects/nissenbaum/ethics_bru_full.html)

Burawoy, Michael. "Grounding Globalization." *Global Ethnography: Forces, Connections and Imaginings in a Postmodern World*. Ed. Michael Burawoy et al. Berkeley: U of California P, 2000.

Carter, Denise. "Living in Virtual Communities. An Ethnography of Human Relationships in Cyberspace." *Information, Communication & Society* 8. 2 (2005).

Calhoun, Craig. *Indirect Relationships and Imagined Communities: Large-Scale Social Integration and the Transformation of Everyday Life. Social Theory for a Changing Society*. Ed. Pierre Bourdieu and James S. Coleman. Westview P, 1991.

Cohen, Anthony P. *The Symbolic Construction of Community*. London: Routledge, 1985.

Deleuze, Gilles. *Pure Immanence: Essays on a Life*. Cambridge, MA: Zone Books. MIT P, 2001.

ELMCIP. "Developing a Network-based Creative Community: Electronic Literature as a Model of Creativity and Innovation in Practice." 2010. 10 Nov. 2011 <http://www.elmcip.net>

Facebook. 2010. 10 Nov. 2011 <http://www.facebook.com/>

Furtherfield. 2010. 10 Nov. 2011 <http://www.furtherfield.org/about.php>

Greene, Rachel. *Internet Art New York: Thames and Hudson*, 2004.

Guimarães, Mario J. "Doing Anthropology in Cyberspace: Fieldwork Boundaries and Social Environments." *Virtual Methods. Issues in Social Research on the Internet*. Ed. Christine Hine. London: Berg, 2005.

Hakken, David. *Cyborgs@Cyberspace?: An Ethnographer Looks at the Future*. New York: Routledge, 1999.

Hendry, Joy. "An Ethnographer in the Global Arena: Globography Perhaps?" *Global Networks* 3 (2003).

Hine, Christine. *Virtual Ethnography*. London: Sage, 2000.

Howard, Philip N. *New Media Campaigns and the Managed Citizen*. Cambridge: Cambridge UP, 2006.

Howard, Philip N. "Network Ethnography and the Hypermedia Organization: New Media, New Organizations, New Methods." *New Media & Society* 4.4 (2002).

Ingold, Tim. *Bringing Things Back to Life: Creative Entanglements in a World of Materials. Material Worlds Symposium, Brown University*. Apr. 18 2008. 10 Nov. 2011 <http://www.reallifemethods.ac.uk/events/vitalsigns/programme/documents/vital-signs-ingold-bringing-things-to-life.pdf>

Irrational.org. 2010. 10 Nov 2011 <http://www.irrational.org/cgi-bin/cv/cv.pl?member=irrational>

Kostelanetz, Richard. *A Dictionary of the Avant-Gardes*. New York: Routledge, 2001.

Latour, Bruno. *Reassembling the Social: An Introduction to Actor Network Theory*. New York: Oxford UP, 2005.

Leach, James. *Creative Land: Place and Procreation of the Rai Coast of Papua New Guinea*. New York: Berghahn Books, 2003.

Luhmann, Niklas. *Social Systems*. Trans. John Bednarz Jr., Dirk Baecker. Palo Alto, CA: Stanford UP, 1995.

Marcus, George E. "Ethnography in/of the World System: The Emergence of Multi-Sited Ethnography." *Annual Review of Anthropology* 24 (1995).

Mauss, Marcel. *The Gift: Form and Reason for Exchange in Archaic Societies*. Trans. W. D. Halls. London: Routledge, 2001.

Mortensen, Torill, and Jill Walker. "Blogging Thoughts: Personal Publication as an Online Research Tool." *Researching ICTs in Context*, Oslo. Apr. 8 2002. 10 Nov. 2011 <http://www.intermedia.uio.no/konferanser/skikt-02/docs/Researching ICTs in context-Ch11-Mortensen-Walker.pdf>

*Net-Time*. 2010. 10 Nov. 2011 <http://www.nettime.org/info.html>

Orgad, Shani. "From Online to Offline and Back: Moving from Online to Offline Relationships with Research Informants." *Virtual Methods*:

*Issues in Social Research on the Internet*. Ed. Christine Hine. London: Berg, 2005.

Pink, Sarah. “‘Informants’ Who Come ‘Home’.” *Constructing the Field: Ethnographic Fieldwork in the Contemporary World*. Ed. Vered Amit. London: Routledge, 2000.

Rhizome. 2010. 10 Nov. 2011 <http://www.rhizome.org/>

Rutter, Jason, and Gregory Smith. “Ethnographic Presence in a Nebulous Setting.” *Virtual Methods: Issues in Social Rresearch on the Internet*. Ed. Christine Hine. London: Berg, 2005.

Sarai. 2010. 10 Nov. 2011 <http://www.sarai.net/>

Swales, John M. *Other Floors, Other Voices: A Textography of A Small University Building*. Mahwah, NJ: Erlbaum, 1998.

*The Thing*. 2010. 10 Nov. 2011 <http://www.thing.net/>

Thompson, John B. *The Media and Modernity: A Social Theory of Media*. Cambridge: Polity Press, 1995.

Thomsen, Steven R., Joseph D. Straubhaar, and Drew M. Bolyard. “Ethnomethodology and the Study of Online Communities: Exploring the Cyber Streets.” *Internet Research and Information for Social Scientists Conference (IRISS)*. 25-27.3.1998.

Turner, Fred. *From Counterculture to Cyberculture: Stewart Brand, the Whole Earth Network and the Rise of Digital Utopianism*. Chicago: Chicago UP, 2006.

Ward, Katie. "Cyber-Ethnography and the Emergence of the Virtually New Community." *Journal of Information Technology* 14.1 (1999).

Wilson, Samuel M., and Leighton C. Peterson. "The Anthropology of Online Communities." *Annual Review of Anthropology* 31 (2002): 449-67.

Wittel, Andreas. "Ethnography on the Move: From Field to Net to Internet." *Forum: Qualitative Social Research* 1.1 (2000). Art. 21. 10 Nov. 2011 <http://www.qualitative-research.net/fqs-texte/1-00/1-00wittel-e.htm>