

<https://artnodes.uoc.edu>

## ARTÍCULO

# Hiperpublicación 100/24. Dos *workshops* performáticos para la investigación en la creatividad vernácula de internet

**Ezequiel Soriano**

Universitat Oberta de Catalunya

Fecha de presentación: enero 2023

Fecha de aceptación: mayo 2023

Fecha de publicación: julio 2023

**Cita recomendada**

Soriano, Ezequiel. 2023. «Hiperpublicación 100/24. Dos *workshops* performáticos para la investigación en la creatividad vernácula de internet». En: Pau Alsina y Andrés Burbano (coords.). «Posibles». *Artnodes*, no. 32. UOC. [Fecha de consulta: dd/mm/aa]. <https://doi.org/10.7238/artnodes.v0i32.411264>



Los textos publicados en esta revista están sujetos –si no se indica lo contrario– a una licencia de Reconocimiento 4.0 Internacional de Creative Commons. La licencia completa se puede consultar en <https://creativecommons.org/licenses/by/4.0/deed.es>

**Resumen**

En este artículo presento una investigación en curso sobre arte digital y apropiación. Mediante la hibridación de los métodos etnográficos con la investigación en las artes, desarrollo dos *workshops* performáticos para explorar las prácticas vernáculas de copia, apropiación y creación de valor en el folclore digital. *Hiperpublicación 100/24* consiste en dos talleres realizados en la Fábrica de Creación La Escocesa, cuyo objetivo era la creación y publicación de 100 libros y 100 películas, respectivamente, en 24 horas de trabajo ininterrumpido para explorar cómo se negocian los valores y lógicas de la originalidad, la autenticidad o la autoría. Aquí presento las bases teórico-metodológicas del diseño de estos *workshops* performáticos, su desarrollo, así como una valoración sobre las posibilidades y limitaciones de estos dispositivos de investigación-acción. Concretamente, muestro cómo la etnografía puede combinarse con las herramientas de la investigación en las artes y el diseño para crear procesos colaborativos que generan conocimiento valioso sobre prácticas artísticas.

**Palabras clave**

folclore digital; creatividad vernácula; experimentación artística; etnografía; cultura digital

## Hiperpublicación 100/24. *Two performative workshops for the research into vernacular internet creativity*

### Abstract

*In this article, I present an ongoing research on digital art and appropriation. By hybridizing ethnographic methods with arts-based research, I am developing two performative workshops to explore vernacular practices of copying, appropriation and value creation in digital folklore. Hiperpublicación 100/24 is about two workshops held at the Creative Factory La Escocesa the objective of which was the creation and publication of 100 books and 100 films, respectively, in 24 hours of uninterrupted work in order to explore how the values and logic of originality, authenticity and authorship are negotiated. Here I present the theoretical-methodological bases for the design of these performative workshops, their development, as well as an assessment of the possibilities and limitations of these action-research devices. Specifically, I show how ethnography can be combined with the tools of research in arts and design to create collaborative processes that generate valuable knowledge about artistic practices.*

### Keywords

*digital folklore; vernacular creativity; artistic experimentation; ethnography; digital culture*

## Introducción

*Hiperpublicación 100.24* son dos *workshops* que se despliegan como método de investigación colaborativa en una etnografía basada en las artes. 14 participantes nos reunimos en dos ocasiones en la Fábrica de Creación Artística La Escocesa con el objetivo de crear, editar y publicar 100 libros (en un primer taller), y 100 películas (en un segundo) en 24 horas de trabajo ininterrumpido. El objetivo de esta experimentación artística era reflexionar colectivamente sobre la autoría, los procesos de valorización en el arte, la tensión *amateur/profesional*, el *copyright* y las prácticas creativas asociadas a internet y al folclore digital. En este texto describo y reflexiono sobre el desarrollo de estos *workshops* performáticos como método en una etnografía basada en las artes sobre procesos de copia, apropiación y automatización en la creatividad vernácula de internet.

Los talleres se inscriben en el marco de una investigación sobre la creatividad popular que se desarrolla y es propia de internet, una creatividad *user by user* construida y mediada por tecnologías y dinámicas propias de la web. El interés se centra en cuestiones relativas a la construcción de la cultura popular vista como un campo de negociación entre las industrias culturales y usuarios-consumidores, poniendo énfasis en los procesos creativos y el valor cultural, siguiendo la propuesta de los estudios culturales británicos (S. Hall, R. Williams, P. Willis). Morris y Frow (2000, 321 en Burgess 2007, 202) entienden los estudios culturales como una respuesta crítica a la penetración de las tecnologías de la información, interrogándose sobre cuáles son las transformaciones que acarrea en términos culturales y políticos relacionados con la democratización y el derecho a la cultura.

Coleman (2010) designa como «culturas vernáculas de los medios digitales» a un conjunto de fenómenos diversos de los medios digitales como géneros y estéticas digitales, grupos de *hackers*, blogueros, memes de internet o programadores migrantes (Coleman 2010, 488).

Dentro de esta categoría, Coleman incluye etnografías de trabajo *online*, memes o proyectos colaborativos como Wikipedia o el *software* libre como ejemplos de nuevas prácticas, organizaciones, géneros y grupos de los que internet es una condición de posibilidad para su existencia, así como el medio en el que se desarrollan más ampliamente.

La idea de creatividad vernácula en medios digitales ha venido reflejando dos importantes aspectos. Al mismo tiempo, se refiere tanto a fenómenos y artefactos nativos de internet como a prácticas creativas del día a día, creadas y ejecutadas por no profesionales o en contextos que no entran dentro del campo de «lo cultural» o «lo artístico». Así lo vemos en la etnografía de Coleman (2012) sobre el movimiento hacktivista Anonymous, en la que la autora traza las conexiones entre la conciencia y las prácticas activistas de Anonymous con prácticas vernáculas de internet como el *trolling*, los chopeos, las funas y la cibercultura *underground*. También en el análisis de los microgéneros musicales de internet desarrollado por Born y Haworth (2018, 634) y Soriano (2022) se describe la estética *vaporwave* como un ejemplo de creatividad vernácula que no solo comprende imágenes y sonidos, sino que engloba todos los aspectos de la mediación *online*, como la creación de hipervínculos, *tags*, comentarios o pseudónimos en perfiles. Igualmente, podríamos englobar dentro de los estudios de la creatividad vernácula la etnografía de C. M. Keltly (2019) *Two Bits* sobre el movimiento del *software* libre, ya que entiende los procesos creativos más allá de sus formas tradicionales, resaltando el aspecto creativo de piezas de código, expresiones utilizadas en chats o los propios medios tecnológicos para que estas creaciones puedan desarrollarse.

La investigación de la creatividad vernácula de internet plantea retos metodológicos para la etnografía como la delimitación del campo para el análisis de este fenómeno distribuido; la dificultad de la observación en los espacios, muchas veces domésticos, en los que toma forma esa creatividad; o la tensión entre su carácter improvisado y

contracultural y la institucionalidad de la investigación académica (Soriano 2023). En mi investigación sobre las formas creativas vernáculas de internet que implican copia, plagio, apropiación o negociación de la autoría atajo estas problemáticas a través de procesos y *workshops* performáticos de experimentación artística combinados con métodos etnográficos como la observación participante.

## 1. Marco teórico y metodológico

El contexto en el cual se desarrollan los *workshops* de Hiperpublicación es una investigación *etnográfica basada en las artes* acerca de copias, apropiaciones y automatizaciones en la creatividad vernácula de internet. El concepto etnografía basada en las artes articula la generación de conocimiento antropológico a través de «las artes», o sea, el ejercicio de la creatividad, la percepción sensorial y emotiva, la reflexión sobre el gusto y la experiencia estética como objeto y como método de la investigación. Así, en la propuesta de una etnografía basada en las artes, la aproximación metodológica se construye en una combinación de la investigación basada en las artes (Barone y Eisner 2006, Hernández 2008), la investigación en las artes (Borgdoff 2010) y las colaboraciones experimentales en la etnografía (Sánchez Criado y Estalella 2021).

El análisis de un fenómeno distribuido como la creatividad vernácula de internet ha de ser trasladado a casos, colaboradoras y espacios concretos (Kelty 2019). Siguiendo a Hine (2004, 78), esta etnografía «rompe con la noción de *espacialidad* en las comunidades para concentrarse en los procesos culturales en vez de en los lugares físicos». El «estar ahí» de la etnografía clásica se convierte en un desplazamiento conceptual, una *copresencia* (Pink *et al.* 2016) que construye un locus de investigación concreto. Así, el campo de esta etnografía rompe con el binomio clásico de territorio-cultura para construir el lugar de investigación como una red de relaciones mediadas por tecnologías culturales y técnicas (Burrell 2009). Desde esta perspectiva, el *workshop* de Hiperpublicación constituyó una herramienta para generar un acercamiento a ese campo de investigación, al espacio en el que algunos *meme-makers*, artistas, *gamers* y usuarias desarrollan su creatividad.

Esta investigación se incluye dentro de la IBA (investigación basada en las artes), ya que utiliza procedimientos artísticos (literarios, artísticos y performáticos) para indagar en prácticas culturales que no son visibles en otros tipos de investigación (Barone y Eisner 2006). Siguiendo a Barone y Eisner, Hernández (2008, 94) extrae que la IBA se caracteriza por:

- a) utilizar elementos artísticos y estéticos;
- b) buscar otras maneras de mirar y representar la experiencia; y
- c) tratar de desvelar aquello de lo que no se habla.

Más adelante, en el apartado «Evaluación/Discusión», abordaremos en profundidad este último punto. Igualmente, el enfoque desde el que se han desarrollado estos *workshops* performáticos como método de investigación entra dentro de lo que Borgdoff (2010, 1) entiende como una investigación en las artes, en la cual «la producción artística es

en sí misma una parte fundamental del proceso de investigación, y la obra de arte es, en parte, el resultado de la investigación». En una investigación en las artes (Borgdoff 2010), el objeto de estudio es la práctica del arte (objetos, contextos y procesos, pero también gusto, belleza y prácticas estéticas), el conocimiento que contiene viene de la práctica artística (un conocimiento tácito, práctico, sensorial) y sus métodos son la experimentación práctica.

En el caso de estos talleres, todos los participantes (aunque desde distintas perspectivas y habilidades) compartimos una misma problemática en relación con la práctica artística y colaboramos en procesos creativos que, a su vez, conformaban el objeto de nuestra investigación. Los resultados de estos procesos son, al mismo tiempo, un producto creado en colaboración y unos datos susceptibles de un análisis reflexivo posterior. Es decir, los 85 libros y 78 películas producidas durante los talleres constituyen la obra artística resultante, y a la vez forman parte de los datos de la investigación etnográfica, junto a la documentación de los procesos creativos y las entrevistas realizadas posteriormente. Es en este sentido que los talleres se constituyen como «dispositivos de campo» (*field devices*), en términos de Criado y Estalella (2018).

Por otro lado, Akama *et al.* (2018), desde la antropología del diseño, entienden el *workshop* como un lugar para la intervención etnográfica. Su definición de *workshop* implica una persona facilitadora que lleva un grupo de entre 5 y 20 participantes a través de una actividad informal, participativa y estructurada a lo largo de un periodo de tiempo limitado. Igualmente, la participación democrática y una disposición lúdica, didáctica y abierta a la experimentación en un contexto concreto y hacia un objetivo específico son condiciones necesarias (Akama *et al.* 2018, 12). En los contextos de la investigación en diseño, los *workshops* se entienden como una forma de praxis, esto es, de teoría más práctica, y son utilizados usualmente para ahondar en los significados que otorgan los participantes a sus prácticas al mismo tiempo que cocrean ideas y prototipos en un ejercicio de codiseño (Akama *et al.* 2018, 12).

En este sentido, el *workshop* como método de investigación responde tanto a las expectativas de los participantes como a los objetivos de la investigación, combinando en la figura del facilitador una postura etnográfica –centrada en la investigación– y una clínica –centrada en las necesidades de las participantes– (Ørngreen y Levinsen 2017, 73). La existencia de ambos roles garantiza la viabilidad del *workshop* y de los modos de investigación colaborativa, ya que olvidar la postura clínica frente a la etnográfica generaría relaciones de sujeto-objeto para con las participantes, negando su influencia e impidiendo su participación (Ørngreen y Levinsen 2017, 74).

El formato de estos *workshops* surgió de unas primeras experiencias de campo con Edurne Marco (diseñadora, artista y colaboradora en la investigación) en las que conocimos las *game-jams* (Kultima, 2015) en conversación con *meme-makers*, artistas digitales y *gamers*. Este tipo de evento en el que *gamers*, diseñadoras, ingenieras, programadoras y músicos se unen para desarrollar un videojuego en, normalmente, 48-72 horas es un dispositivo que se desarrolla comúnmente en nuestro

campo de investigación. El formato «maratón» con un reto concreto se despliega de diversas maneras en las culturas vernáculas de internet, desde las hackathones, encuentros de *hackers*, programadores y usuarios para desarrollar un *software* en un tiempo limitado (48-96 horas, aproximadamente) o las editathones, encuentros en los que editoras de comunidades *online* como Wikipedia o OpenStreetMap se reúnen y coordinan para mejorar algún campo específico,<sup>1</sup> hasta las «tormentas de memes», momentos concretos en los que muchas creadoras de memes crean y publican versiones de un mismo meme o distintos memes sobre un mismo evento. En nuestro diseño, adaptamos dinámicas de la *game-jam* como la rapidez, las «limitaciones creativas», los retos colectivos y la improvisación coral (como en una *jam session*) para crear espacios para el desarrollo de la creatividad vernácula de internet y la problematización de las concepciones tradicionales de creatividad, autoría y valor artístico o cultural.

En las formas creativas que se despliegan en estos contextos, la improvisación, la copia y el carácter lúdico (*playful experience*) tienen roles centrales. Estas prácticas generan unos procesos concretos de valorización cultural distintos de los que se despliegan en los espacios artísticos y creativos hegemónicos. Otras concepciones de originalidad (no vinculadas directamente con la inspiración individual y aceptando la copia), de autoría y de trabajo se construyen y negocian en estos espacios cuya descripción y análisis son importantes para profundizar en la reorientación económica, legal y cultural que trae consigo el desarrollo de internet (Cabello 2019 en Kelty 2019, 20).

## 2. Diseño de los *workshops*

Los *workshops* de Hiperpublicación se realizaron en la Fábrica de Creación La Escocesa los días 3 y 4 de julio (el de 100 libros) y 6 y 7 de noviembre (el de 100 películas) de 2021, facilitados por Eburne Marco y yo mismo, a través de una beca de experimentación e investigación artística. Los dos *workshops* siguieron los mismos procedimientos y se basaron en las mismas premisas. Dispusimos varias mesas de trabajo en el espacio expositivo de La Escocesa, junto a dos zonas de descanso (interior y exterior), y algunas mesas para la comida y la bebida. Tanto el espacio como la comida y bebida estaban pensados específicamente para el taller: zonas de trabajo, zonas de descanso con *ping-pong* y sofás, bebidas energéticas, máquinas de café, colirio para los ojos, muchos y variados *snacks* y comida rápida (pizza y hamburguesas) que recordaban a las oficinas de una *start-up* informática o al cuarto de algún usuario de 4chan.

Para el *workshop* de los 100 libros, cada participante trabajó con su PC y los facilitadores, al tiempo que también participamos, nos encargamos de publicar los libros en la plataforma de autopublicación lulu.com, así como de asistir a los participantes en dudas sobre

maquetación y cuestiones formales de las publicaciones (márgenes, tamaños, papeles, etc.). Una pizarra ubicada en el espacio central se iba llenando con los títulos de los libros publicados y cada participante hacía sonar una campana cada vez que terminaba una publicación. En el taller de las 100 películas, nuestro papel, además de participar, era ayudar en el proceso de edición y montaje, así como en la publicación en la web archive.org, y facilitar los recursos de los que disponíamos en el espacio de La Escocesa (tanto *software* y herramientas *online* como luces, cromas, cámaras, plató, micrófonos, etc.).

Para la selección de participantes, invitamos a personas que llevarán a cabo algún tipo de práctica creativa vinculada a internet y la cultura digital, combinando artistas profesionales y no profesionales. Así participaron programadores, *gamers*, artistas visuales, *meme-makers*, cineastas no profesionales y estudiantes de arte. El diseño del *workshop* partió de cuatro premisas pensadas para generar una disposición irónica y lúdica en consonancia con las lógicas de la creatividad vernácula de internet, alejada de la seriedad y la profesionalidad de la institución artística y abierta a la copia y la apropiación; para desplegar unos modos concretos de colaboración; y para desarrollar las mismas prácticas creativas que en los ambientes que estamos estudiando.

### a. El reto absurdo e irónico de la hiperpublicación

El objetivo de publicar la absurda cantidad de 100 libros pretendía generar un espacio de juego que ironizara sobre la idea de autoría y el capital cultural asociado a haber publicado un libro. Jugando entre la publicación de libros y la publicación en redes sociales de memes o contenido folclórico digital, queríamos lanzar una reflexión sobre la facilidad de la autopublicación que ha traído consigo la web 2.0 y la importancia que todavía otorgamos a tener un libro publicado, a la venta y con ISBN. Elegimos el formato libro porque es una «forma cultural» en la que la idea de autoría tiene mucho peso (más que en otras artes visuales). Para comparar, quisimos reproducirlo con películas, ya que, igualmente, la idea de «haber hecho una película» posee un aura de autoría que nos parecía interesante problematizar.

### b. Disposición lúdica

Una de las pocas guías que dimos al principio de los talleres fue que no podía haber ideas malas. Es decir, que cualquier idea era buena y, si no tenías ninguna, podías copiar o plagiar, partiendo de que cualquier acción que recontextualiza un archivo audiovisual, que hace una selección o que elige un fragmento de texto es incuestionablemente creativa. Los ejemplos que dimos para inspirarnos no eran obras de arte ni productos de la industria, sino vídeos caseros, memes, vídeos reco-

1. Estas editathones van desde la creación de contenido para algún artículo o proyecto (ver ejemplos en [https://en.wikipedia.org/wiki/Wikipedia:How\\_to\\_run\\_an\\_edit-a-thon](https://en.wikipedia.org/wiki/Wikipedia:How_to_run_an_edit-a-thon)) hasta la corrección de la brecha de género en Wikipedia (ver Proyecto Wikidones en <http://www.wikidones.labonne.org/>).



pilatorios o cypypastas, y las formas de crear eran copiar, plagiar, robar, ordenar, automatizar, dejar decisiones al azar y partir del reto y de la risa, pero también del cansancio, del aburrimiento y de la procrastinación. De esta manera, uniendo constricciones creativas (de tiempo), inspiraciones del folclore digital y la aceptación del plagio, guiamos la sesión al ejercicio de la copia, la apropiación, la automatización y la creación modular, experimentando otras concepciones de originalidad, colaboración o autoría.

### c. Colaboración sin cooperación

En estos talleres se desarrolló una forma concreta de colaboración distinta a otros *workshops* y acorde con las formas de colaboración específicas que se desarrollan en las comunidades *online* que nos atañen. A esta forma de colaboración la llamo «colaboración sin cooperación» (*collaboration without teamwork*), y se despliega en la creación de memes, cypypastas, *shitposting* y otros fenómenos *online*. En este tipo de colaboración sin cooperación hay un objetivo común y una copresencia o cotemporalidad en el proceso, pero no hay lluvia de ideas ni las propuestas son sometidas a votación o consenso. La colaboración se desarrolla sin una estrategia cooperativa que diferencia entre roles o separa las fases del trabajo. Cada planteamiento se desarrolla individualmente –o en pequeños grupos– y luego se enseña, se comparte y se suma al torrente de cosas que se están haciendo entre todas.

### d. Emulación de las prácticas creativas vernáculas

La última premisa en el diseño de los talleres se basa en la idea de la emulación, o sea, de desplegar dentro del *workshop* las mismas prácticas que ocurren en el campo. A partir de las anteriores premisas pretendimos generar las condiciones de posibilidad para que surgieran dentro de este espacio diseñado las mismas dinámicas que en los espacios *online* que estudiamos, en términos de colaboración y ejercicio de la creatividad. Al disponer de veinticuatro horas, pretendimos dar espacio a prácticas que surgieran del entusiasmo, pero también del aburrimiento, de la diversión, así como de la presión o la procrastinación, como ocurre en la creación de contenido vernáculo de internet como memes, vídeos recopilatorios, etc.

## 3. Presentación de los resultados

Los *workshops* de Hiperpublicación actuaron como métodos de investigación colaborativa al generar reflexiones sobre el valor, la creatividad, la autoría o el *copyright* a través de la experimentación artística. En el ejercicio de creación de libros y películas con valores y formas folclóricas de internet nos enfrentamos a la tensión entre pro-

fesionalidad y amateurismo, autoría rígida y líquida (anonimato, copia, colaboración...), arte y folclore (artesanía, comunicación, juego...), trabajo y juego, o creación y curaduría. El producto de las reflexiones y experimentaciones sobre estas dicotomías podemos encontrarla tanto en las formas de trabajo y creatividad que se desplegaron como en los artefactos (libros y películas) que se crearon.

En un principio, las obras que se crearon, tanto libros como películas, eran productos más orientados a un público «general», con un diseño cuidado y unos temas más comunes.<sup>2</sup> Con el paso de las horas fueron apareciendo más obras de carácter doméstico y personal: bromas internas, recopilaciones de fotos de amigos, remontajes de proyectos archivados o regalos para otros, para finalmente acabar generando productos rápidos y muchas veces incomprensibles. Igualmente, a medida que avanzaba el taller se fueron creando sinergias y colaboraciones entre los participantes que, frente al aburrimiento y la falta de ideas, se juntaron para hacer libros y películas colectivos.

Esta forma de hacer libros y películas, con el objetivo de estirar al máximo sus significados y sus formas, cambió la manera en la que entendíamos esos artefactos. Hacer un libro o una película dejó de ser algo grandioso e inabarcable para convertirse en algo vernáculo, popular, a nuestro alcance. Pero también cambió la forma en la que vemos nuestro trabajo, nuestro «yo» como artistas, dejando de lado la visión romántica de una carrera coherente y sin fisuras, para vernos como gente que hace cosas, que juega y que experimenta. Elena, una participante del taller, hablaba de la presión creativa y los procesos de valorización en estas palabras:

«No es una cosa con la que estar de acuerdo, es como el género, sabes. O sea, siendo feminista tú quieres abolir el género pero el género funciona en ti. Entonces, esto es igual. La idea de arte funciona en ti pese a que tú no estés de acuerdo con ella. Entonces cuando hay un espacio donde esa idea no funciona es totalmente liberador. Que para mí es lo que fue el taller, o lo que son los espacios de seguridad feministas. Espacios donde no juega eso, donde esa estructura no está, no puede activarse. Donde no tiene por qué activarse y entonces surge lo otro. O sea que para nada vergüenza, súper orgullo. Eso no quiere decir que automáticamente después del taller yo me puse a crear y ya mi vida cambió, no, porque la estructura de lo que es arte y de lo que yo me creo capaz de hacer ya pesa.»

## 4. Generando datos

Compartir el rol de facilitador entre dos personas nos permitió participar en el taller y poder ocupar un rol etnográfico sin despreciar nuestro papel clínico, atendiendo dudas y necesidades. Durante el taller, aprovechamos las dudas técnicas para hablar del proceso y el contenido de las obras, pero no solo nosotros lo hacíamos. Muchas dudas técnicas y creativas se compartían entre los participantes, lo que permitía una

2. Todas las obras están disponibles online en la web <http://www.artefactosnativos.com/100.24.html> y <http://www.artefactosnativos.com/100-pelis-24-horas.html>

circulación del conocimiento y de las ideas, un estar en común colaborativo en el que las creaciones se contaminaban y se relacionaban.

Los datos primarios, en términos de Darsø (2001, 220), que se recogieron fueron las impresiones y conversaciones, las notas de campo, las fotografías y vídeos de los talleres y los propios artefactos que se generaron; así como el proceso de experimentación artística que llevamos a cabo como participantes-creadores de los *workshops*. Los datos secundarios los obtuvimos por medio de cuatro entrevistas semiestructuradas presenciales con cuatro participantes, en las que ahondamos en los procesos de creación, así como en las sensaciones respecto del taller y de la autoría y la propiedad de las obras creadas; diez entrevistas estructuradas *online* con los demás participantes dirigidas a hablar de los procesos de creación de las obras; y dos entrevistas estructuradas que nos hicimos mutuamente Eburne y yo sobre nuestros procesos. Estos datos fueron completados con encuentros informales y con el proceso de escritura y publicación de un libro recopilatorio (Soriano y Marco 2022).

De estos datos que generamos con un objetivo investigador, algunos tienen una doble naturaleza que construye esta investigación como una investigación basada en las artes. Tanto los artefactos creados durante los *workshops* (libros y películas) como el libro actúan como obra artística y como herramienta de investigación (como datos que analizar y como herramientas hermenéuticas para entender los significados de las prácticas creativas en el folclore digital). Del mismo modo, los *workshops* pueden considerarse como una herramienta de investigación y como una *performance* colectiva aceleracionista sobre el valor y la hiperproductividad en el capitalismo tardío.



Figura 1. Fotos de los *workshops* de Hiperpublicación. Fuente: Eburne Marco

## 5. Evaluación/discusión

Los *workshops* de Hiperpublicación, como dispositivo de campo en mi investigación sobre creatividad vernácula en internet, han demostrado ser efectivos y adecuados, han generado espacios creativos relevantes y han creado las condiciones para la colaboración entre participantes y facilitadores. El carácter performático, la larga duración y la atención sobre los cuidados y la actitud clínica consiguieron generar un espacio amable y alentador para el desarrollo de procesos creativos lúdicos, improvisados, que nacen del juego, el aburrimiento, la ironía y la diversión. El carácter institucional del taller (vinculado a una investigación académica y a un centro de creación artística), potencialmente proble-

mático para el desarrollo de procesos lúdicos y no profesionalizantes, fue contrarrestado por la convivencia durante tantas horas, la atención a las particularidades y la libertad en los modos de colaboración.

Igualmente, el taller ha supuesto un herramienta efectiva para la observación y la cocreación a través de formas creativas vernáculas de internet, ya que surgieron dinámicas creativas similares a las observadas en el campo (como la colaboración sin cooperación, el juego, el reto, la apropiación, la descontextualización), formas, imágenes y referencias de numerosos artefactos culturales folclóricos de internet (*LoL*, *Shrek*, memes, inteligencias artificiales, *tiktokers*, búsquedas bizarras en Google, gatitos, Wikipedia, Mark Zuckerberg, imágenes de *stock*...) y nociones folclóricas de internet como lo *random*, lo *out of context* o lo *meta*.



Figura 2. Algunas portadas de los libros creados en el taller. Fuente: Marla Jacarilla, Roger Aymerich, Pol Crosas, Gustavo Cilleruelo, Dolores Fragueiro (Soriano y Marco 2022)

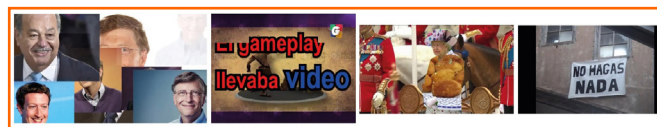


Figura 3. Fotogramas de algunas películas creadas en el taller. Fuente: Elías Fergusson, nadie, Pablo Osuna, Elena Maravillas (Soriano y Marco 2022)

Durante las entrevistas surgieron muchas cosas relevantes y de gran ayuda para la valoración metodológica: ideas para mejorar los talleres (como plantear otros horarios), nuevos formatos para la creación musical y cuestiones emocionales y de cuidados. Respecto a esto último, Irene comparaba su experiencia al compartir sus creaciones en el taller y en la universidad: «en mi vivencia, la academia ha sido más un escenario de rechazo, y no porque me hayan rechazado explícitamente un proyecto, sino porque no me sentía digna de presentarlo [...] Aquí [en el taller] no está la figura de alguien que te va a juzgar o no vas a obtener mejor nota por nada. Es “suelta lo que quieras y lo que necesites”. Para mí fue eso, por eso pedí, casi en plan necesito ir al taller».

Pero a la hora de hablar sobre los procesos creativos surgieron diversas situaciones inesperadas: muchos participantes nunca llegaron a hablar sobre ellos, por pereza o despiste perfectamente justificado; otras veces sus reconstrucciones eran ambiguas, en unas ocasiones muy detalladas y en otras no se sabía lo que decir. Una sensación de desorientación y desinterés se respiraba en algunas de esas descripciones, casi siempre llevada desde el humor, la ironía y el cariño. Algunas descripciones que recibimos en las entrevistas fueron:

«No sé muy bien por qué, la verdad. Se me ocurrió... no sé cómo se me ocurrió jejejeje Invéntate algo tú, si quieres».

«Pensé en plan, vale, lo que tengo que hacer es un libro en el que yo realmente no pare mi trayectoria de pensamiento [...] era como *freestyle rap trap session*».

«Yo qué sé... está guay simplemente observar como... ponerse a ver lo que hay alrededor y ya está...».

«No tengo nada que decir porque es puro *shitpost*».

Esta incomodidad a la hora de recrear y reconstruir el proceso creativo nos dice mucho sobre el tipo de conocimiento y de procesos creativos que se despliegan en estos ejercicios de creatividad vernácula. Según Edurne, en sus descripciones intentaba sonar lo menos sería posible, para no ensalzar demasiado ni darle mucha importancia a la obra, como si fuera un objeto artístico. Hablar de las obras en pasado, reconstruyendo su creación o desvelando sus significados, generaba una risa constante por el tono solemne que cobraba la narración de algunas obras absurdas y juguetonas como *Laura Palmer theme - unofficial videoclip* o *Tengo el cerebro frito*. Estas situaciones nos hicieron pensar en qué significa hablar de las obras, en por qué nos aproximamos al análisis del arte intentando reconstruir las condiciones y los procesos de creación, mirando hacia atrás. Podemos aplicar las ideas de Hallam e Ingold (2007) para responder a esta desconexión entre unos talleres que pretendían desconectar la idea hegemónica de creatividad, vinculada a la innovación y la originalidad, y unas entrevistas que pretendían reconstruir los procesos.

«Sólo cuando miramos hacia atrás, buscando los antecedentes de las cosas nuevas, las ideas aparecen como creaciones espontáneas de una mente aislada encerrada en un cuerpo, en lugar de estaciones de paso a lo largo de los senderos de los seres vivos, moviéndose a través de un mundo» (Hallam e Ingold 2007, 8. Traducción propia).

Los testimonios que nos dieron son ejemplos vivos, graciosos, aburridos y bizarros de que no podemos entender la creatividad mirando hacia atrás. Que mirar hacia atrás para entender un proceso creativo implica hacer un producto, dar un cuerpo y un sentido unívoco a unas prácticas improvisatorias. Nosotras, como investigadoras, al preguntar «¿Cómo llegaste a esa idea?» o «¿Cómo se te ocurrió tal cosa?» convertimos un ejercicio creativo en algo «genial», «único», suponiendo que esa idea estaba en las cabezas de las creadoras, guiando sus pasos, que había un diseño abstracto y que la creación es la simple materialización de una idea en la mente de la artista. Así, la experiencia se convierte en narración y debemos entenderla como tal, no como la reconstrucción del proceso creativo, sino como su propia narración. Aymerich nos decía en una entrevista: «es que no sé explicar las cosas, por eso me gusta hacer este tipo de talleres porque mi forma de comunicar es diferente de usar las palabras, pero cuando usé las palabras para hacer estos libros no era lo mismo, ¿sabes?».

De esta manera, las entrevistas nos permitieron esbozar nuevas ideas sobre el tipo de conocimiento y narrativas que se despliegan en estos contextos. La negativa a narrar los procesos de algunos partici-

pantes y la incomodidad o impostación graciosa que ocurrió con otras nos dicen que del conocimiento y la creatividad vernácula no se habla, que esos procesos son inenarrables. Pink y Ardèvol (2018), en su experiencia etnográfica con prácticas transmedia entre adolescentes, dicen que las formas en las que se aprenden y se practican estas prácticas son performativas y no textuales ni documentadas. Para analizar este conocimiento sensorial o «corporeizado» que se despliega en las prácticas transmedia, desarrollaron el concepto de «creatividad invisible».

Este tipo de prácticas sensoriales y corporeizadas son las que tienen lugar en las «comunidades de práctica» (Pink y Ardèvol 2018) del folclore digital. Debido al carácter informal y folclórico (*de usuarios para usuarios*) de estas prácticas, no se puede hablar de ellas y por tanto las entrevistas no pueden aprehenderlas. Igualmente, en el *underground online* parece existir un acuerdo tácito para no desvelar, definir, categorizar o narrar las prácticas y las formas creativas bajo la idea de no «tomárselo demasiado en serio» (Soriano 2023). Aymerich nos decía al final de la entrevista que «estaba supermal todo» y que lo que yo tenía que hacer era «sacar como titulares out of context de lo que [había] contado, como si fuera la prensa española de fútbol». Hablar de lo que se hace creando narrativas, teorizando o buscando significados profundos se entiende como algo *cringe*, ajeno a la propia esencia del juego, de lo *random*, de la ironía y la broma.

De esta tensión podemos extraer valiosos datos etnográficos que confirman la inenarrabilidad de los procesos creativos de las comunidades de práctica alrededor del folclore digital. Esto da pie a nuevas preguntas significativas sobre la vinculación entre narrar y formalizar, sobre cómo se articula hacer una retrospectiva de los procesos creativos con el empleo de lógicas románticas de la creatividad, o sobre la naturaleza del rechazo a la definición y la verbalización por parte de las comunidades de práctica *online*.

## Conclusiones

Los talleres de Hiperpublicación funcionaron en su objetivo de generar espacios para ahondar y participar de la creatividad vernácula de internet, así como en la creación de las condiciones para el desarrollo de una creatividad vernácula en un contexto institucional. Las entrevistas revelaron dos cosas importantes. Por un lado, que los valores y lógicas hegemónicas de la creatividad, como la originalidad, la innovación o la autenticidad, pueden no desarrollarse en la práctica, pero sí aparecer en la narración de los procesos. Por otro lado, que la creatividad vernácula, improvisatoria, así como el conocimiento informal derivado de su práctica, se resiste a la verbalización por varios motivos. Así, podemos concluir que el dispositivo funcionó para experimentar y observar unas formas de valorización, autoría y creatividad corporeizada «invisible o inenarrable» en sintonía con las que tienen lugar en los espacios *online* del folclore digital.

Este taller ha sido específicamente diseñado para abordar unos problemas concretos de investigación, pero su uso como dispositivo puede extra-



polarse a otros objetos de investigación en el campo del arte o de la cultura digital. Este artículo ha intentado demostrar que el diseño de dispositivos concretos para la investigación etnográfica resulta útil para ahondar en los significados y las prácticas del campo. La hibridación entre etnografía y práctica artística se puede llevar a cabo a través de prácticas colaborativas e interdisciplinarias que incluyen a los participantes como sujetos epistémicos. De esta manera, la etnografía se convierte en una labor inventiva de codiseño y acción, que combina las herramientas de la investigación en las artes, el diseño y la observación participante para crear dispositivos de campo y procesos colaborativos de generación de conocimiento.

### Reconocimientos y financiación

El diseño y la realización de los *workshops* presentados son parte del proyecto de investigación 100/24. *Exploraciones no-creativas*, financiado por el programa de Becas para la investigación y la experimentación artística de La Escocesa 2021.

La investigación en la que se enmarca este artículo está vinculada a la Escuela de Doctorado de la Universitat Oberta de Catalunya, dentro del programa de Humanidades y Comunicación. Esta investigación doctoral recibe financiación a través de una beca FI-SDUR 2021 para estudiantes de doctorado de la Generalitat de Catalunya.

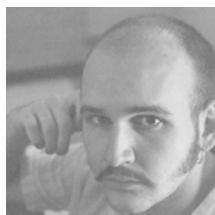
### Referencias bibliográficas

- Akama, Yoko, Sarah Pink y Shanti Sumartojo. *Uncertainty and Possibility*. Nueva York: Bloomsbury Academic, 2018.
- Barone, Tom y Elliot W. Eisner. «Arts-Based Educational Research». En: Judith L. Green, Gregory Camilli y Patricia B. Elmore (eds.). *Handbook of Complementary Methods in Educational Research* (2006): 95-109. Washington D.C.: AERA.
- Borgdorff, Henk. «El debate sobre la investigación en las artes». *Cairon: revista deficiencias de la danza*, n.º 13 (2010): 25-46.
- Born, Georgina y Christopher Haworth. «From Microsound to vaporwave: Internet-mediated music, online methods and genre». *Music and Letters*, vol. 98, n.º 4 (2017): 601-647. DOI: <https://doi.org/10.1093/ml/gcx095>
- Burgess, Jean. «Hearing Ordinary Voices: Cultural Studies, Vernacular Creativity and Digital Storytelling». *Continuum: Journal of Media & Cultural Studies Special Issue on Counter-Heroics and Counter-Professionalism in Cultural Studies*, vol. 20, n.º 2, (2006). DOI: <https://doi.org/10.1080/10304310600641737>
- Burgess, Jean. *Vernacular creativity and new media*. Tesis doctoral. Queensland University of Technology, 2007.
- Burrell, Jenna. «The Field Site as a Network: A Strategy for Locating Ethnographic Research». *Field Methods*, vol. 21, n.º 2, (2009): 181-199. DOI: <https://doi.org/10.1177/1525822X08329699>
- Coleman, Gabriella. «Ethnographic approaches to digital media». *Annual review of anthropology*, vol. 39, n.º 1, (2010). DOI: <https://doi.org/10.1146/annurev.anthro.012809.104945>
- Coleman, Gabriella. *Las mil caras de Anonymous*. Barcelona: Arpa editores, 2012.
- Criado, Tomás S. y Adolfo Estalella. «Introduction: Experimental Collaborations». En: Adolfo Estalella y Tomás S. Criado (eds.). *Experimental Collaborations: Ethnography through Fieldwork Devices*, (2018): 1-30. Nueva York, Oxford: Berghan. DOI: <https://doi.org/10.2307/j.ctvw04cwb.6>
- Darsø, Lotte. *Innovation in the making*. Frederiksberg: Samfundslitteratur, 2001.
- de Seta, Gabriele. «Digital folklore». En: Jerey Hunsinger et al. (ed.). *Second International Handbook of Internet Research* (2020): 167-184. Springer Nature B.V. DOI: [https://doi.org/10.1007/978-94-024-1555-1\\_36](https://doi.org/10.1007/978-94-024-1555-1_36)
- Hallam, Elisabeth y Tim Ingold. *Creativity and Cultural Improvisation*. Nueva York: Berg, 2007.
- Hernández, Fernando. «La investigación basada en las artes. Propuestas para repensar la investigación en educación». *Educatio Siglo XXI*, vol. 26, n.º 1, (2008): 85-118. <https://revistas.um.es/educatio/article/view/46641>
- Hine, Christine. *Etnografía virtual*. Barcelona: UOC, 2004.
- Ingold, Tim. «La creatividad que se experimenta». *Innovación e Investigación en Arquitectura y Territorio*, vol. 5, n.º 1, (2016). Departamento de Expresión Gráfica y Cartografía. Arquitectura. Escuela Politécnica Superior. Universidad de Alicante. DOI: <https://doi.org/10.14198/i2.2016.5.13>
- Jenkins, Henry. *Textual Poachers: Television Fans & Participatory Culture*. *Studies in culture and communication*. Nueva York: Routledge, 1992.
- Kelty, Christopher M. *Two Bits. La trascendencia cultural del software libre*. Barcelona: Icaria, 2019. DOI: <https://doi.org/10.1515/9780822389002>
- Kultima, Annakaisa. «Defining Game Jam». *Conference: 10th International Conference on the Foundations of Digital Games FDG*, 2015.
- Lialina, Olia y Dragan Espenschied. *Digital Folklore*. Stuttgart: Merz & solitude, 2009.
- Marcus, George E. «Contemporary Fieldwork Aesthetics in Art and Anthropology: Experiments in Collaboration and Intervention». *Visual Anthropology*, vol. 23, n.º 4, (2010): 263-277. DOI: <https://doi.org/10.1080/08949468.2010.484988>
- Pink, Sarah, Heather Horst, John Postill, Larissa Hjorth, Tania Lewis y Jo Tacchi. *Digital ethnography. Principles and practices*. Londres: SAGE, 2016.
- Pink, Sarah y Elisenda Ardévol. «Estrategias etnográficas para revelar prácticas transmedia de los adolescentes». En: Carlos Scolari (ed.). *Adolescentes, Medios de comunicación y culturas*. Barcelona: H2020 Research and Innovation Actions, 2018.
- Ørngreen, Rikke y Karin T. Levinsen. «Workshops as a Research Methodology». *The Electronic Journal of e-Learning*, vol. 15, n.º 1, (2017).
- Soriano, Ezequiel y Edurne Marco. *85 libros 78 películas*. La Escocesa, 2022.
- Soriano, Ezequiel. «Internet vernacular creativity. Vaporwave, counter-culture and copyright». *ISEA2022 Proceedings*, (2022): 556-561
- Soriano, Ezequiel. «How to do it lowkey in a meme ethnography». *An ethnographic inventory*, (2023, abril). <https://xcol.org/invention/how-to-do-it-lowkey-in-a-meme-ethnography/>



**CV**

---

**Ezequiel Soriano**

Universitat Oberta de Catalunya

esorianogo@uoc.edu

ORCID: <https://orcid.org/0000-0003-4718-3521>

Investigador y artista doctorando en el programa Humanidades y Comunicación de la UOC. Combina la etnografía y la experimentación artística para reflexionar sobre internet, folclore y desigualdad. Es residente en la Fábrica de Creación La Escocesa (2020-2023) e investigador en Mediaccions (UOC). Dirige el laboratorio de edición posdigital Artefactos Nativos, cuyo objetivo es llevar al papel las lógicas y las formas nacidas en la web, en otras palabras, imprimir internet. Ha sido artista residente en el centro de arte Santa Mónica y ha presentado su trabajo en varios congresos internacionales.

