

# CRÍTICA DE ARTE Y PERIODISMO CULTURAL EN TIEMPOS DE LA VIRTUALIDAD

MARÍA REGINA PÉREZ CASTILLO

Escuela de Arte Mateo Inurria. Córdoba | reginapatina89@gmail.com

*Recibido: 11.11.19 | Aceptado: 4.12.19*

## Resumen

La labor del crítico/a de arte ha sufrido importantes cambios desde el uso de medios virtuales como Internet o las redes sociales. Una nueva generación nacida en torno a los años 80, fuertemente marcada por las nuevas tecnologías y la crisis económica de 2008, ha encontrado en estos medios el modo de acceder a la información cultural y patrocinar su trabajo. El uso cotidiano de dichos medios, concretamente de las redes sociales, está transformando las vías tradicionales de comunicación, la recepción y emisión del mensaje, lo cual afecta directamente a ámbitos comunicativos tradicionales como el periodismo. La crítica de arte, género perteneciente a dicho campo, se encuentra en un momento complejo debido al florecimiento de diversas publicaciones (blogs, vídeos, podcasts...) en las que expertos y aficionados vierten sus opiniones sobre la realidad cultural.

## Palabras clave

Periodismo | crítica de arte | blog | redes sociales y opinión.

## Abstract

The art critic's work has undergone important changes since the use of virtual media such as the Internet or social networks. A new generation born around the 80s, strongly marked by new technologies and the economic crisis of 2008, has found in these media how to access cultural information and sponsor their work. The daily use of these media, specifically social networks, is transforming the traditional means of communication, the reception and emission of the message, which directly affects traditional communication areas such as journalism. Art criticism, a genre belonging to this field, is in a complex moment due to the flourishing of various publications (blogs, videos, podcasts ...) in which experts and amateurs share their opinions on cultural reality.

## Keywords

Journalism | art critic | blog | social networks and opinion.

## 1. INTRODUCCIÓN: NUEVAS TECNOLOGÍAS Y CIRCUNSTANCIAS INÉDITAS

El mundo que transitamos cambia velozmente, ofreciéndonos cada día nuevas herramientas y medios que transforman el modo de comunicarnos. Dicha celeridad altera de manera sustancial las estructuras y vías tradicionales que nos permiten obtener información y dialogar con otros. Pongamos, por ejemplo, la prensa. Un gran número de publicaciones en papel (periódicos, revistas especializadas, etcétera) ha optado en las

últimas décadas por ampliar su radio de acción expandiéndose al ámbito virtual, generando así espacios web en los que la información es actualizada al instante, y lo más importante, es capaz de llegar a muchos más lectores. El periodismo ha sufrido numerosos cambios, no solo en sus formatos, sino también en las dinámicas y retos a los que se enfrentan los profesionales del sector. La multiplicación de los cauces informativos y la democratización de la opinión en Internet ha transformado de un modo sustancial géneros periodísticos tan específicos como la crítica de arte. Esta ha encontrado en las redes sociales, por ejemplo, a un aliado y enemigo a la par, pues mientras se sirve de ellas como escaparate de reflexiones y proyectos culturales sólidos, también se convierten en un ámbito de libre opinión en el que, a veces, yace o subyace el desconocimiento o la polémica.

Más allá de los propios cambios que las nuevas tecnologías traen y sus consecuentes problemáticas, venimos viviendo situaciones históricas insólitas que nos obligan y obligarán a hacer uso de los cauces virtuales y telemáticos si queremos sobrevivir profesionalmente. La crisis sanitaria del COVID-19 ha volcado nuestra necesidad informativa, de aprendizaje y comunicación (más si cabe) en Internet, espacio que se ha plagado, por ejemplo, de múltiples propuestas culturales, nuevos formatos y maneras de aproximar el arte a los distintos públicos. Como explicaría Paloma O'Shea en un artículo del periódico *El País*:

La obligación de clausurar temporalmente las actividades no esenciales, una circunstancia desconocida en Europa desde la primera mitad del siglo pasado, nos ha puesto delante de los ojos una realidad que no siempre tenemos presente: la cultura es un bien de primera necesidad. Confinados en casa, sentimos la urgencia de oír música, leer libros, ver producciones audiovisuales e incluso visitar museos, aunque sea de forma virtual (O'Shea, 2020).

La necesidad que O'Shea describe y que, en mayor o menor medida hemos experimentado todos durante la pasada cuarentena, ha puesto en marcha a los agentes del mundo del arte, que lejos de quedarse paralizados ante la dificultad, han tendido numerosos puentes virtuales, invitando al gran público a seguir activos creativa y culturalmente. Ejemplo de ello es la galería Álvaro Alcázar (Madrid), que lanzó un llamamiento a todos los artistas de sus redes para que enviaran fotografías y datos de obras relacionadas con la casa y el hogar; otras plataformas curatoriales como FACBA (Universidad de Granada) organizaría un taller online para toda la familia dirigido por la pintora gaditana Ana Barriga. Así, podríamos enumerar una larga lista de propuestas que tratan de sacarnos del tedioso ensimismamiento al que nos hemos visto abocados.

La llegada a nuestras vidas de nuevos útiles tecnológicos, así como la experiencia de circunstancias históricas anteriormente desconocidas, vienen a transformar nuestro mundo: cómo nos informamos, aprendemos, dialogamos y nos proyectamos. Parece que el ámbito virtual es y será durante un largo periodo el campo que habitaremos, ahora más que nunca, y en el que tendremos que desarrollar nuevas estrategias de comunicación.

## 2. APRENDICES DE LA CULTURA VISUAL

El profesor de Harvard Benjamin H.D. Buchloh (Colonia, 1941) explicaba en marzo de 2016 en una entrevista concedida al periódico *El País*:

La crítica ha perdido totalmente su función. (...). Los historiadores al menos enseñan, contribuyen a la construcción de la memoria histórica de los estudiantes. Un crítico, en cambio, está envuelto en el mercado, pero sin influencia sobre él. (...). El crítico ha sido desplazado a medida que la sociedad se ha hecho más letrada. En el siglo XIX, la gente necesitaba un especialista para juzgar qué hacía de un objeto algo valioso. La educación visual de la gente ha mejorado hasta unos niveles que ya no se necesitan expertos. Eso es positivo en cierto modo, lo que no es tan bueno es que la decisión sobre cuándo un objeto es importante haya acabado en las manos del mercado. Eso es peligroso.

Vivimos en la era de la Cultura Visual. El panorama histórico-social que el profesor Buchloh describe en la entrevista hace referencia a una nueva generación cuya educación ha estado especialmente mar-

cada por la presencia y el estudio de lo visual, no solo desde frentes institucionales (colegios, institutos y universidades), sino desde otros espacios menos normalizados como la familia o el círculo de amistades. Esta generación es heredera del pensamiento filosófico nacido en el siglo XVII, el cual defendía que la cultura se comprende a través de los signos que ésta produce. Como consecuencia de ello, cualquier producto simbólico o huella cultural creada por el hombre puede ser “leída” y analizada, y siendo reflejo de la sociedad que la creó, nos ofrecería las claves idiosincrásicas de su contexto. La multiplicidad de la imagen que en las décadas de los 50 y 60 encuentra en la publicidad su espacio predilecto -“La Edad de Oro de la publicidad”-, y la posterior incorporación de Internet en nuestras vidas en torno a los años 90 -“La vida moderna se desarrolla en la pantalla”, explica Mirzoeff (Mirzoeff, 2003:17)- convirtieron a la Cultura Visual en una necesidad pedagógica que poco después comenzaría a implantarse a nivel global en los distintos niveles educativos de los centros de enseñanza. Las palabras del profesor Nicholas Mirzoeff resultan clarificadoras al respecto: “La distancia entre la riqueza de la experiencia visual en la cultura posmoderna y la habilidad para analizar esta observación crea la oportunidad y la necesidad de convertir la cultura visual en un campo de estudio” (Mirzoeff, 2003:19). Efectivamente, el aluvión de imágenes al que estamos expuestos constantemente configura nuestra realidad individual y social, y por tanto, necesitamos herramientas para enfrentarnos desde un planteamiento crítico a esa enorme cantidad de información que, en muchas ocasiones, no decidimos consumir.

### **3. LA LLAMADA GENERACIÓN “MILÉNICA”**

Qué duda cabe que esta nueva generación, educada en la lectura y el análisis de las imágenes, y a la vez, depredadora habitual de las mismas, ha cambiado los paradigmas sociales a través del uso de nuevas vías, códigos y formas de comunicación. Algunos expertos han denominado a este grupo generacional como “jóvenes milénicos”, “Millennials” o “Generación Y”, ya que temporalmente nacieron en el cambio de milenio. Esta generación arrancarían con las personas nacidas entre los años 1980 y 2000, presentando unas características genéricas similares. Según los investigadores Zulma Cataldi y Claudio Dominighini de la Universidad Tecnológica Nacional de Buenos Aires, la generación milénica se caracteriza por haber experimentado una niñez llena de actividades, una cultura de lo inmediato que ha marcado sus estilos vidas y de consumo; son jóvenes que, nacidos en

un contexto social con medios tecnológicos y de comunicación a su alcance, utilizan estos recursos en forma productiva y los consideran parte de su vida cotidiana; les resulta vital estar conectados a través de los medios tecnológicos que no sólo son un mecanismo de comunicación sino también de socialización; poseen una gran capacidad multitarea que significa una alternativa respecto del pensamiento lineal y estructurado, con una fuerte orientación a los fines, en relación a su desarrollo personal; poseen también una marcada confianza en sí mismos, lo que hace que muchas veces sobrestimen el impacto de sus contribuciones; buscan el camino más rápido hacia el éxito y la gratificación inmediata, por ello, algunos son emprendedores y logran destacarse (Cataldi y Dominighini, 2015: 14-15). Como pueden observar, este grupo generacional presenta unas características muy específicas y diferenciadas del que lo precede, la “Generación X”, situado temporalmente entre los años 1965 y el 1980, y que estuvo marcado por hechos históricos como la Guerra Fría, el activismo o la Cultura de Masas. Sin embargo, uno de los aspectos generacionales que más diferencian a ambos grupos es que las personas pertenecientes a la “Generación X” son consideradas “inmigrantes digitales”, mientras los *Millennials* son descritos como “nativos digitales”. Fue el escritor americano Marc Prensky quien popularizó los términos “nativo e inmigrante digital”, apareciendo éstos por primera vez en su artículo *Digital Natives, Digital Immigrant* (2001). Ambos conceptos describen un cambio generacional muy concreto referido a la familiarización de los individuos con la cultura tecnológica. Los nativos digitales serían aquellos que nacieron en una nueva cultura, mientras que los inmigrantes digitales serían los pobladores del viejo mundo, quienes vivieron en una era analógica e inmigraron al mundo digital, luchando más que los nativos para adaptarse al progreso de la alta tecnología. Efectivamente, tal y como indicaban Cataldi y Dominighini en su estudio, una de las características más destacadas de la generación milénica es el uso cotidiano de las tecnologías y su conexión con el mundo a través de las mismas, y en esa relación que podemos considerar íntima y profunda, el aprendizaje ocupará un espacio fundamental:

El aprendizaje a través de Internet es parte de los *millennials*, aprenden lo que les gusta a través de la red, y eso los hace felices y efectivos. Los que son emprendedores, hablan rápido y su pensamiento también es veloz, les parece sencillo tornarse en millonarios usando las tecnologías más nuevas para su negocio, y quienes lo han hecho se convierten en sus modelos vida, aunque no todos podrán llegar a tener su empresa propia (Cataldi y Dominighini, 2015:15-16).

La idea que se desprende de este pequeño extracto es que Internet ha facilitado la vía de la metodología del aprendizaje constructivista, que no autodidacta como muchos señalan, pues el aprendizaje autodidacta solo puede producirse cuando el individuo aprende en soledad a través del acto autoreflexivo. La metodología de aprendizaje constructivista se sitúa en oposición a la instrucción del conocimiento, la cual ha protagonizado el currículo de la escuela clásica. La postura constructiva defiende que el aprendizaje puede facilitarse, pero cada persona reconstruye su propia experiencia interna. La cuestión radica en que las inmensas posibilidades que ofrece Internet permiten al individuo llevar a cabo una indagación constante sobre los temas de su interés, creciendo su conocimiento en esas áreas específicas, pero, además, desde los espacios educativos los docentes están adoptando también esta metodología pedagógica:

Las metodologías más efectivas de trabajo con Internet son las metodologías constructivistas. (...). Estas metodologías (...), basan su accionar en centrar la acción y construcción en el aprendiz. Esto es, el aprender es individual y colectivo, activamente construido y reconstruido, interna y socialmente por el aprendiz. (...) los estudios indican que para usar adecuadamente Internet se requiere de una flexibilidad curricular, metodológica y estratégica que es menos propicio en un escenario conductista rígido, donde la acción está en el profesor y la pasividad/receptividad en el alumno (Sánchez, 2014:5).

Debemos pensar que Internet es un medio de comunicación que en las últimas décadas ha acabado derivando en la conocida “Web 2.0”, un término que Tim O’Reilly acuñaría en su estudio “What Is Web 2.0. Design Patterns and Business Models for the Next Generation of Software” (2005). Este nuevo ciberespacio estaría compuesto por un vasto número de servicios web, generalmente gratuitos y complementarios entre sí (*Facebook, Youtube, Wikipedia*, etc.) que facilitarían la generación, publicación e intercambio de contenidos en diversos formatos (fotografías, audio, texto, etc.). Sin necesidad de contar con una capacitación tecnológica específica, el usuario medio tiene la oportunidad de hacer uso de estos contenidos, pudiendo, además, interaccionar mediante sistemas de comentarios y sindicación de contenidos. Estas características le añaden un fuerte componente de interactividad y de participación generándose redes y comunidades de temas muy diversos, naciendo así la conocida “Red Social”. Qué duda cabe que uno de los espacios en Internet con mayor impacto a nivel social ha sido la denominada “Blogosfera”, conformada por todo un universo de páginas web en formato *weblogs, blogs* o en español *bitácoras* (Torres Salinas y Cabezas Clavijo, 2008: 2).

#### 4. NUEVAS HERRAMIENTAS DE COMUNICACIÓN: EL BLOG

¿Qué tal si un diario estuviese dispuesto a poner todo su plantel de periodistas a sus órdenes, para que le preparen una edición a su medida? Mezclaría los titulares del diario con notas menos importantes relacionadas con gente que usted conoce, gente que verá mañana y lugares que está por visitar o que visitó recientemente. Informaría sobre empresas que usted conoce. De hecho, bajo estas condiciones, es posible que usted esté dispuesto a pagarle a su diario mucho más por diez páginas personalizadas que lo que paga ahora por cien páginas. Estaría seguro de recibir exactamente la información que usted necesita (...). Podría llamarlo “Mi diario” (Negroponte, 1995: 159).

Tal y como indica Julio Cerezo, director de *Evoca Comunicación*, la digitalización de todo tipo de información, junto con Internet y la globalización, ha dado un vuelco al sector de los medios de comunicación, especialmente a la prensa escrita. Podemos hablar de transformación, de cambio de paradigma, de crisis o de revolución de los medios, cualquiera de estas opciones es real. Y es que nos encontramos inmersos en el cambio más profundo que ha experimentado el mundo de la Comunicación desde la aparición de la imprenta, hace casi seiscientos años (Cerezo (dir.), 2009: 3). Los cambios que se han producido en este medio son de diversa índole: financiación, mediación de audiencia, recepción de información, pero, especialmente, nuevos medios de comunicación. El propio Cerezo explica:

Hoy, Twitter representa la última ola en comunicación interpersonal e información. La vida contada en tiempo real y en 140 caracteres. Los usuarios han encontrado una herramienta útil de contacto personal, recomendación social e información. Un tres en uno, inconcebible hasta ahora. Las redes sociales se encuentran en su momento dulce. (...). (Cerezo (dir.), 2009: 3).

Los blogs, las redes sociales, las páginas web, etcétera, son los nuevos medios a través de los cuales el usuario consume una información específica y seleccionada en función de sus intereses, tal y como vaticinaba ya en 1995 Nicholas Negroponte, y por ello, la mayor parte de las tribunas periodísticas de todo el mundo han optado por acompañar su tirada impresa con un perfil virtual. Periódicos nacionales como *ABC*, *El País* o *La Vanguardia* además de disponer de una versión web, han apostado por el formato de blog con diversas entradas dedicadas a distintos temas: actualidad, deportes, ciencia y tecnología, etcétera. Por supuesto, también están presentes en las

redes sociales y utilizan un sistema de *mailing* para mantener informados a sus lectores. Sin embargo, cuando hablamos de este proceso de digitalización masiva de la información, no solo debemos hacer referencia a las tribunas periodísticas consolidadas, que han buscado adaptarse a las nuevas corrientes de comunicación teniendo una presencia activa en el mundo virtual, sino también a todas aquellas personas cuyas inquietudes comunicativas las han llevado a abrir un blog, una página web, o cualquier otra “palestra” que les ofrezca comunicar sus ideas a la gran red. Son todos ellos, periodistas expertos y aficionados de la comunicación, quienes configuran todo un tejido informativo al que la gran mayoría tenemos acceso, y a través de la cual podemos construir ese “conocimiento selectivo”.

## 5. EL PERIODISMO CULTURAL Y LA CRÍTICA DE ARTE EN EL MUNDO DIGITAL

La crítica de arte clásica, de la que es padre Denis Diderot, ha encontrado desde 1759 en las páginas de la prensa su principal medio de difusión, sin embargo y como apuntábamos anteriormente, los canales de transmisión se han multiplicado extraordinariamente hoy día. Por otra parte, el ámbito cultural en general y el periodismo de cultura en particular han sido víctimas cruentas de los recortes económicos que desde 2008 vienen golpeando a toda la sociedad. Internet se convertía entonces en una nueva plataforma de difusión y expresión, ajena a cualquier crisis externa o tendencia ideológica, que permitía a numerosos periodistas culturales y críticos de arte abrir sus blogs personales, ya fuera por la necesidad de seguir ejerciendo su profesión más allá de los límites impuestos en el ámbito laboral, por intentar mejorar la presencia de sus medios en el contexto contemporáneo o por la actual exigencia de ostentar un perfil virtual. Dos de los ejemplos más paradigmáticos en este sentido son, en primer lugar, Javier Díaz Guardiola (Madrid, 1976), coordinador de las secciones de arte, arquitectura y diseño de ABC Cultural y ABC de ARCO, quien además decidió abrir el blog “Siete de un golpe”<sup>1</sup> el cual tiene hoy día formato de página web, y en la que regularmente publica textos sobre arte contemporáneo, arquitectura y diseño aparecidos en ABC Cultural y en otras publicaciones del sector. Guardiola utilizaba este medio para difundir su trabajo como periodista y ampliar información que por motivos editoriales no ha podido ser publicada en la versión impresa. En segundo lugar, encontramos el

---

1. <https://sietedeungolpe.es/category/entrevistas/>

blog “Y tú que lo veas”<sup>2</sup>, dependiente del suplemento *EL CULTURAL* del periódico *El Mundo*, y dirigido por la crítica de arte Elena Vozmediano (Madrid, 1965). En éste, Vozmediano reflexiona cada semana sobre diversos aspectos y ramificaciones del sistema del arte: mercado, tendencias, publicaciones, proyectos online, políticas culturales, etcétera. Otro ejemplo interesante sería el del crítico malagueño Juan Francisco Rueda (1977), quien además de ser muy activo en redes sociales como *Instagram* o *Twitter*, utiliza su blog “En la cuerda floja”<sup>3</sup> para dar mayor difusión a las críticas que semanalmente publica en el *Diario SUR* y en *ABC Cultural*. Rueda argumenta que este blog nació como un compromiso con sus lectores, concretamente con aquellos que por diversos motivos no pueden comprar la edición impresa de sus críticas. Al igual que Guardiola, el crítico publica en éste espacio versiones extendidas de sus textos impresos, lo que convierte a su blog en un complemento informativo muy interesante. En líneas generales, la mayoría de los periodistas culturales y críticos de arte españoles que han forjado su carrera desde finales de los 80 y durante los 90 en el periodismo tradicional, han “inmigrado” digitalmente adaptándose al espíritu de los nuevos tiempos, manteniendo en paralelo su labor en la prensa escrita. Pero existe una generación posterior, más joven, compuesta por estudiantes y profesionales menores de 35 años (*Millennials*), para los que el ámbito virtual ha supuesto su primera experiencia laboral, el primer espacio en el que desarrollar proyectos editoriales. Qué duda cabe que este giro en concreto del periodismo cultural al ámbito digital está motivado por el aumento de egresados universitarios en carreras como Periodismo e Historia del Arte, así como la supresión de numerosos puestos de trabajo en las tribunas periodísticas debido a la citada crisis económica, es decir, la institución universitaria forma más personas de las que posteriormente el mercado laboral puede asimilar, por lo que los graduados buscan nuevas maneras de poner en marcha sus carreras profesionales emprendiendo por su cuenta. En esa lucha por incorporarse al ámbito laboral, esta joven generación milénica ha encontrado en dos herramientas que le son altamente familiares, la tecnología e Internet, la oportunidad para lanzarse al mercado laboral. Aunque la incorporación de esta nueva generación al ámbito periodístico no ha afectado al sector de la prensa tradicional, el panorama o el contexto editorial de cultura sí ha sido transformado.

---

2. <http://www.elcultural.com/blogs/y-tu-que-lo-veas/author/elena/>

3. <https://juanfranciscorueda.wordpress.com>

La crítica de arte y comisaria independiente Marisol Salanova (Valencia, 1982) explica lo siguiente en relación con la aparición en Internet de nuevos agentes que trabajan en la difusión del mundo cultural y la crítica de arte:

El fenómeno de la crítica en redes sociales pienso que ha dinamizado el estatus del crítico en ese sentido, que nos ha venido muy bien a todos. Los *bloggers* analizando, narrando, reseñando y criticando exposiciones y eventos por doquier tienen mucho que aportar, ocupan un papel tan importante que hasta ferias como ARCO les dedica una sección. ¿Dónde causó mayor revuelo el vaso medio lleno de Wilfredo Prieto durante la última edición? ¿En los pasillos de la feria? No, en *Twitter* sobre todo. Que cualquiera pueda tuitear su opinión es democrático, estimulante y positivo siempre que no se incite al odio o promueva algún tipo de manipulación. Está claro que cualquier texto online no es una crítica formal pero expresa una opinión, señala algo que merece atención. Es importante la permanencia de los medios especializados en papel o formato digital pero con rigor. La crítica hoy aporta un punto de vista, una visión más, no dirige la mirada del espectador como en tiempos pasados ya que existe mayor pluralidad y más acceso directo a la información. (...) (Salanova, 2016: 113-114).

Como podemos observar, Salanova describe un panorama renovado al que se han incorporado figuras novedosas como los *bloggers*, y nuevas herramientas como las redes sociales, las cuales han modificado el rol que el crítico de arte tenía históricamente, esto es, un experto que observaba el arte desde su atalaya e indicaba al gran público, galerías, compradores, etcétera, hacia dónde debían mirar o por qué artistas debían apostar. Efectivamente, una de las consecuencias más positivas e interesantes tras la incorporación de estas nuevas figuras ha sido la democratización de la información, esto es, el flujo libre de ideas, opiniones y saberes. Qué duda cabe, que este ejercicio plural ha enriquecido extraordinariamente nuestras vidas, aportándonos multiplicidad de visiones que nos permiten entender la realidad artística, no como un dogma emitido por un individuo particular con una perspectiva concreta, sino como una suma de distintas ideas que configuran una panorámica diversa, un cubo de múltiples facetas o caras. Sin embargo, la masiva proliferación de la opinión sobre arte en Internet ha traído consigo también algunos aspectos problemáticos que deben ser analizados. En este estudio destacaremos principalmente tres aspectos que afectan a la emisión y la recepción de información en Internet: la inundación de información, la multiplicación de la opinión aficionada y la precarización del trabajo del periodista cultural.

### a) La inundación de información

La enorme cantidad de información que podemos encontrar en la red y la variedad de la misma, desde estudios de expertos hasta opiniones de aficionados (todo ello situado al mismo nivel y en el mismo “campo de juego”) supone un espacio problemático para el usuario, quien se enfrenta a la ardua labor de discernir la información provechosa y veraz de la que no lo es. Este complejo panorama viene siendo estudiado y descrito por numerosos filósofos y pensadores contemporáneos, quienes convergen en el término “posverdad”, esto es, el deterioro de la objetividad y el valor de los hechos en el debate público en favor de aquella información que apela a la emoción y las creencias personales. Internet en general, y las redes sociales en concreto, se han convertido en el espacio predilecto de la posverdad, y por ello, la labor de búsqueda de contenidos fidedignos y de calidad puede tornarse una actividad compleja. Por otra parte, cabría destacar la ausencia de una estructura jerarquizada que nos permita acceder a la información desde distintos niveles. La crítica alemana Rosanne Altstatt, a colación de una exposición de *net art* en la Documenta X, explicaría “Al igual que en el espíritu de Internet, no existe una jerarquía real (...), donde las cosas no tienen una estructura de conjunto y solo se interseccionan en puntos vagamente comunes” (Altstatt, 1997). La falta de jerarquía que apunta Altstatt como una de las características propias del “espíritu” de la red, atiende a la imagen que los usuarios medios tienen del espacio cibernético, un lugar tan prolijo en información que alcanza una dimensión abismal e insondable, y por lo tanto, un ámbito que somos incapaces de conocer, poco fiable. Frente a este horizonte que algunos advierten como anárquico y caótico, encontraríamos la fisicidad y estructura organizada de las publicaciones impresas especializadas, y en las que encontramos figuras como el comité de evaluación, la dirección editorial, el gabinete de corrección, etcétera, que actúan como filtros de calidad, generando confianza en sus participantes y lectores. Un título destacado en este sentido sería la revista impresa *Goya*, perteneciente a la Fundación Lázaro Galdiano, con un recorrido de 64 años de historia, y figuras tan importantes en su cargo directivo como José Camón Aznar. Sin embargo, no podemos pensar que todas las publicaciones impresas presentan altos estándares de calidad, o que todas las publicaciones digitales son de escaso nivel. Un buen ejemplo de revista digital referencial sería *Exit – Express*, la cual empezó siendo una publicación mensual de papel en formato periódico, posteriormente se transformó a un formato de revista, para convertirse finalmente en la primera revista digital de arte actual en español. Ésta mantiene la estructura tradicional de una revista especializada, con una redacción propia

que selecciona, edita y escribe los textos. También las figuras del periodista y el crítico de arte están viéndose afectadas por la dicotomía papel Vs. digital, ya que los citados estándares de calidad van construyendo su currículum y delineando su perfil intelectual y profesional. Por norma general, el crítico de arte que escribe en papel es mejor valorado por sus compañeros que el que escribe solo en medios digitales, pues se entiende que las publicaciones en papel presentan unos estándares más exigentes que las publicaciones digitales.

### **b) La opinión aficionada frente a la reflexión experta**

La inundación de información es propiciada, precisamente, por la activa y constante participación del “individuo anónimo” en la red, quien antes tan solo era receptor y ahora también desarrolla el rol de emisor, siendo su principal vehículo de comunicación la opinión. Ciertamente, vivimos en un estado permanente de opinión: Internet se ha plagado de artículos de opinión de toda índole y signo, y las redes sociales de infinitos juicios individuales sobre casi cualquier asunto. Sin lugar a duda, hablamos de espacios propicios para la libertad de expresión, sin embargo, no podemos olvidar que nos enfrentamos a visiones subjetivas y parciales, que además se transmiten de manera masiva provocando “ruido social”. La calidad o competencia científica que muchos expertos aportan a la red se encuentra en constante tensión con la mera injerencia del convencimiento particular, cuyos pilares principales serían un lenguaje escrito comprimido, el encierro en “lo propio” y una emotividad constantemente exaltada.

Para entender cómo afecta este nuevo contexto al mundo del periodismo cultural y la crítica de arte, debemos volver sobre las palabras del profesor Buchloh y pensar en esa nueva generación de individuos educados en la cultura visual: no solo encontramos un entorno proclive a la expresión liberada sino también un conjunto social que entiende o cree entender lo visual, desplazando el criterio experto o emborronándolo a base de ideas superficiales más o menos acertadas y una avalancha comunicacional sin precedentes. Un ejemplo que ilustra a la perfección este caso fue el linchamiento digital que sufrió la artista sevillana María Cañas tras presentar su propuesta de cartel para el Festival de Cine de Sevilla en septiembre de 2017. Cañas fue acusada por un sector de la comunidad artística de haber plagiado la imagen de una portada de la revista *Fantastic Story Magazine*, obra del norteamericano Walter Popp en el año 1954. La noticia se difundió rápidamente por las redes sociales que se llenaron de comentarios especialmente críticos con la artista e incluso dolorosos,

pero también de quienes defendían que el trabajo de la sevillana se basaba precisamente en el apropiacionismo, y por lo tanto, no existía falta en su obra. Se inició, entonces, un acalorado debate en las redes sobre el concepto de apropiacionismo y cómo había que practicarlo, aflorando nombres como Marcel Duchamp, Lichtenstein o Warhol que servían a los apasionados debatientes para apuntalar sus rígidos posicionamientos. Desgraciadamente, la voz de críticos como Juan Bosco Díaz- Urmeneta, quien trató el asunto en su cabecera de referencia, *Diario de Sevilla*, desde la experiencia y el profundo conocimiento de la Historia del Arte (Díaz- Urmeneta, 2017), quedó disuelta en medio de la marabunta de opiniones, permaneciendo en la huella colectiva la polémica más o menos violenta que se batalló en las redes sociales, y no las palabras del experto.

### c) Un sector precarizado y falta de continuidad

Como hemos indicado anteriormente la generación “Millennial” comienza a incorporarse al mercado laboral en torno a 2008, momento en el que la crisis financiera da su pistoletazo de salida. Hablamos de un grupo social que apenas tiene acceso a la propiedad de vivienda y tampoco a activos financieros, pero que, sin embargo, sí tiene una carga importante de deuda, sobre todo crédito al consumo para comprar bienes y servicios que no generarán un rendimiento en el futuro, es decir, el panorama presente y futuro que se le plantea a esta generación es mucho más complejo que el de las anteriores. Dos de los aspectos que más se han destacado al hablar de la situación generacional de los *Millennials* son, por un lado, el emprendimiento por necesidad, y por otro, la precarización laboral. En esta generación convergen, de hecho, ambas circunstancias, que a rasgos generales constituyen situaciones laborales inestables. Éste es el contexto en el que nacen numerosos proyectos de edición cultural en nuestro país (impresos y digitales), y es precisamente este contexto el que explica que muchos de estos proyectos desaparezcan al poco tiempo, a pesar del interés que suscitan. Un ejemplo que ilustra a la perfección la precariedad y falta de continuidad de los jóvenes proyectos editoriales dedicados a la cultura y la crítica de arte en nuestro país sería el caso de *Presente Continuo*<sup>4</sup>, una plataforma web de difusión y archivo dedicado al arte contemporáneo andaluz que nació en Sevilla en el año 2015. La dirección editorial de *Presente Continuo* fue asumida por el comisario Sema D’Acosta y la coordinación por los jóvenes Alberto Arenillas, Sara Blanco y Pamela Medina. Esta plataforma pretendía

---

4. <http://presente-continuo.org>

ser un espacio de convergencia que cubriese información semanal sobre los eventos culturales más importantes relativos a la creación artística andaluza contemporánea en toda España, pero especialmente en Andalucía. Dentro de su página ofrecían un espacio para entrevistas, noticias, reportajes y crítica de arte, un material que, generalmente, era editado por estudiantes o recién egresados de carreras como historia del arte, bellas artes o periodismo, y revisado tanto por la dirección editorial como por la coordinación. A pesar del interés que suscitaba el proyecto y su capacidad de incluir a nuevas figuras al ámbito del periodismo cultural, la realidad se impuso sobre todo el altruismo y las ganas de estos jóvenes, quienes se vieron obligados a abandonar la plataforma en octubre de 2016, apenas un año después de su nacimiento. En el comunicado oficial que publicaron en las redes sociales explicaron las causas de su cesión:

Después de un largo verano que nos ha servido a todos de reflexión, creemos necesario detener el proyecto, al menos por un tiempo, para estudiar la hasta ahora no viabilidad económica del mismo y con el interés de regenerarlo para el próximo 2017. Como todos saben, el equipo de PRESENTE CONTINUO se ha afanado desde el primer día por mantener publicaciones constantes en la web, así como por la construcción paulatina de un archivo pionero de artistas y espacios andaluces. Pero además, se ha ejercido un importante esfuerzo por agotar todas las vías que hemos creído posibles para la financiación del proyecto –o de ciertas secciones del mismo–, ya sea desde el ámbito público o privado. Por razones que se escapan de nuestro control, ninguna de ellas ha dado los frutos que esperábamos para dotar a PRESENTE CONTINUO de una viabilidad económica y estructural necesaria, teniendo en cuenta su nivel de profesionalización. (...) (Equipo de Presente Continuo, 2016).

Si nos detenemos a analizar las palabras emitidas por el equipo editorial de *Presente Continuo* en este comunicado de despedida, observaremos que hablan de un trabajo diario, constante y profesional que no puede ser retribuido económicamente, y que, por lo tanto, no es sostenible. La exigencia laboral que se desprende de un proyecto de este tipo requiere una financiación que mantenga no solo los repositorios web en los que se aloja la información, sino también el sueldo de quienes trabajan elaborando los contenidos, corrigiéndolos, manteniendo la página web, etcétera. A pesar del interés de sus integrantes por reactivar el proyecto pasado un tiempo, y debido a las exigencias laborales en las que actualmente se halla cada uno, por el momento no les ha sido posible volver a retomar esta interesante iniciativa.

Por desgracia, el caso de *Presente Continuo* no es el único con estas características: *La Raya Verde*, un magazine digital de crítica de arte dirigido en un primer momento por Juan Jesús Torres y posteriormente por Javier Pérez Bermúdez cesó su actividad en 2016 cuando tan solo llevaba 5 años de vida, debido a la falta de motivación por parte de la dirección, y cómo no, la ausencia de una estructura económica seria que permitiese pagar a los colaboradores. Otros proyectos digitales como *Veo Arte en todas pArtes*<sup>5</sup> o *PAC Plataforma de Arte Contemporáneo*<sup>6</sup> sobreviven buscando financiación para proyectos específicos o utilizando sus plataformas como expositores de publicidad relacionada con el mundo artístico, no obstante, cabría apuntar que la mayoría de los integrantes que participan en estas plataformas, no viven de ellas, sino que más bien las mantienen gracias a otros trabajos.

Como podemos observar, aunque estos proyectos nacen con la fuerza y la ilusión propia de la juventud de quienes los ponen en marcha, la imposibilidad de armar una estructura profesional seria en la que exista una inversión económica que sostenga tanto a sus trabajadores como los medios productivos necesarios y servicios derivados de los mismos, fuerza, en algunos casos, el cese de estas plataformas, y en otros, una situación laboral precaria que generalmente es enmascarada por un espíritu altruista. Una de las consecuencias que se desprende de dicha circunstancia y que también cabría señalar es la degradación en la calidad de la publicación, la cual parece estar estrechamente relacionada con la pérdida de ilusión y fuerza del proyecto. Observamos cómo, por ejemplo, la aportación teórica de profesionales reconocidos en el ámbito del periodismo cultural y la crítica de arte va desapareciendo poco a poco en el desarrollo de estas publicaciones, las cuales optan al final de sus vidas por aportaciones *amateur* de menor peso intelectual.

Mención aparte merecen otras plataformas online de carácter educativo, que desde proyectos de innovación e investigación docente generan entornos de aprendizaje dentro de marcos formativos oficiales. Es el ejemplo de *Apuntes de Arte*<sup>7</sup>, un proyecto de formación en el periodismo cultural y la crítica de arte puesto en marcha en 2019, impulsado por dos profesores del departamento de Historia del Arte de la Universidad de Málaga (Carmen González Román y el anteriormente citado Juan Francisco Rueda) e integrado, por un lado,

---

5. <https://veo-arte.com>

6. <http://www.plataformadeartecontemporaneo.com/pac/>

7. <https://apuntesdearte.es/>

por profesionales del periodismo cultural (Antonio Javier López del *Diario Sur*), la crítica de arte y docentes universitarios implicados en la enseñanza de la teoría y la estética de las artes, quienes constituyen el *comité editorial* de la revista; y por otro lado, estudiantes del Grado de Historia del arte, quienes asumen las funciones del *consejo de redacción* y desempeñan otras tareas asociadas a las diversas secciones de la revista (grabación y edición de videos, *community managers*, redacción, etcétera). *Apuntes de Arte* es una iniciativa que parte del propio profesorado universitario con el fin de alcanzar un objetivo muy concreto: aproximar la creación contemporánea a los alumnos universitarios a través de experiencias significativas de aprendizaje profesional. De este modo, este proyecto se convierte en una especie de laboratorio estudiantil para la experimentación de la escritura sobre cultura y arte, guiada siempre por el conocimiento experto y la práctica de quienes se han dedicado profesionalmente a ello. El sustento económico de este tipo de iniciativas proviene de ayudas y subvenciones públicas que cubren gastos básicos como el mantenimiento de la página web, y otros enfocados a la formación profesional del alumnado como conferencias de expertos. Al tratarse de un marco de formación son los docentes responsables del proyecto los encargados de mantenerlo vivo, renovando su compromiso anualmente con el proyecto y solicitando las ayudas pertinentes para seguir nutriéndolo económicamente.

## 6. PARA CONCLUIR

La incorporación de la generación milénica al mercado laboral y al ámbito del consumo cultural ha transformado por completo las vías y los modos tradicionales de comunicación. Las herramientas que principalmente utiliza esta generación, Internet y las redes sociales, han posibilitado la difusión masiva de información cultural, el pensamiento y la palabra, así como la construcción de marcos globales hiperconectados en los que el individuo puede participar expresando sus ideas con libertad. El ámbito periodístico ha tenido que adaptarse rápidamente a las nuevas exigencias de la sociedad, desarrollando modelos informativos virtuales y de interacción con el lector. La figura del periodista cultural, y en concreto del crítico de arte, se ha visto especialmente afectada por la llegada de una generación educada en lo visual, que hace uso de potentes herramientas de información cultural, y que está acostumbrada a expresar su opinión en debates que se propician en redes sociales y blogs. Esta nueva realidad que describimos plantea numerosas cuestiones, entre las que debemos

destacar tres: en primer lugar, cómo educar a las nuevas generaciones para que puedan hacer un uso efectivo de Internet, sabiendo discriminar la información relevante de la irrelevante, así como plantear unas pautas de comportamiento civil en los marcos digitales<sup>8</sup>; en segundo lugar, cabría desatacar la importancia que hoy día tiene el experto/a en arte, pues su esfuerzo intelectual y profesional es capaz de profundizar ofreciéndonos un conocimiento sólido y coherente; y por último, preguntarnos qué tipo de marcos profesionales queremos construir para el periodismo cultural del futuro, si estructuras precarias y endeble que desaparezcan fugazmente, o espacios de continuidad en los que poder desarrollar proyectos de edición artística de interés y en los que los nuevos diletantes puedan crecer como profesionales del sector.

---

8. Sobre pautas de actuación y comportamiento en las redes sociales cabe señalar la publicación que generaron los investigadores Marta Pérez Ibáñez, Isidro López Aparicio y Nuria García Arias, “Decálogo de buenas prácticas sobre redes sociales y ecosistema del arte” que aparece en: GARCÍA ARIAS, Nuria; LÓPEZ APARICIO, Isidro y PÉREZ IBÁÑEZ, Marta (2018): “Arte contemporáneo y redes: actores, canales, estrategias”. Seminario celebrado en el Museo Fernando Centeno de Genalguacil (Málaga) los días 26, 27 y 28 de julio de 2017. ECOARTLab. ISBN: 978-84-945216-9-0.

**BIBLIOGRAFIA**

- ALTSTATT, Rosanne (1997) “Documenta X: Path and periphery”, *Art-net* (29 de julio de 1997).
- CATALDI, Zulma y DOMINIGHINI, Claudio (2015), “La generación millennial y la educación superior. Los retos de un nuevo paradigma”, *Revista de Informática educativa y Medios Audiovisuales*. Buenos Aires: Universidad Tecnológica Nacional, (pp. 14-21).
- CEREZO GUILARRANZ, Julio (dir.) (2009), *La revolución de la prensa digital (Cuadernos de comunicación evoca)*, 1º ed. Madrid: Evoca, (p. 3).
- DÍAZ – URMENETA, Juan Bosco (2017), “De la elección, el plagio, el afecto y la mirada”, *Diario de Sevilla*, 15 de septiembre de 2017. Consultado el día 29 de mayo de 2018. [http://www.diariodesevilla.es/ocio/eleccion-plagio-afecto-mirada\\_0\\_1172882787.html](http://www.diariodesevilla.es/ocio/eleccion-plagio-afecto-mirada_0_1172882787.html)
- Equipo de PRESENTE CONTINUO, “COMUCADO” (20 de octubre de 2016). Consultado el 29 de mayo de 2018. <https://www.facebook.com/presentcontinuo/posts/1798143570428723:0>
- “La crítica de arte ha perdido totalmente su función”, entrevista a Benjamin H.D. Buchloh por Iker Seisdedos en el periódico *El País*. 20 de marzo de 2016. Consultado el 24 de mayo de 2018.
- MIRZOEFF, Nicholas (2003), *Una introducción a la cultura visual*, 2º ed. Barcelona: Paidós.
- NEGROPONTE, Nicholas (1995), *Ser digital*, 1º ed. castellano. Buenos Aires: Atlántida, (p. 159).
- O, SHEA, Paloma (2020), “Cuidar la Cultura”, *El País*, 2 de abril de 2020. Consultado el 13 de mayo de 2020.
- PRENSKY, Marc (2011), “Digital Natives, Digital Immigrants”, *On the Horizon*, MCB University Press, Vol. 9, Nº5, October.
- SALANOVA, Marisol (2016), “El crítico de arte: de enterrador a enterrado”. En *Ensayos ABSOLUT*, 1º ed. Madrid: PAC Plataforma de Arte Contemporáneo, (pp. 113-114).
- SÁNCHEZ LLABACA, Jaime (2018), “Aprender con Internet: Mitos y Realidades”, Departamento de Ciencias de la Computación, Universidad de Chile, (pp. 1-23). Consultado el 25 de mayo de 2018. <https://www.oreilly.com/pub/a/web2/archive/what-is-web-20.html?page=1>

TORRES SALINAS, Daniel y CABEZAS CLAVIJO, Álvaro (2008), “Los blogs como nuevo medio de comunicación científica” [Comunicación]. En III Encuentro Ibérico de Docentes e Investigadores en Información y Documentación, Salamanca, el 5 y 7 de mayo de 2008. [Conference paper]. Consultado el 25 de mayo de 2018. <http://eprints.rclis.org/14078/>