

El software creativo en la educación artística: Reflexiones y posibilidades en torno a «The next Rembrandt»

Creative software in arts education: Reflections and possibilities around «The next Rembrandt»

RAFAEL MARFIL CARMONA | rmarfil@ugr.es
UNIVERSIDAD DE GRANADA | ESPAÑA

MARÍA DOLORES ÁLVAREZ RODRÍGUEZ | alvarezr@ugr.es
UNIVERSIDAD DE GRANADA | ESPAÑA

Recibido: 20 de mayo 2017 | Aceptado: 25 de junio de 2017

DOI: <https://dx.doi.org/10.12795/Communiars.2018.i01.02>



Artículo bajo licencia Creative Commons BY-NC-SA

Cómo citar este artículo:

Marfil-Carmona, R. & Álvarez-Rodríguez, M. D. (2018). El software creativo en la educación artística: Reflexiones y posibilidades en torno a «The next Rembrandt». *Communiars. Revista de Imagen, Artes y Educación Crítica y Social*, 1, 21-28.

Resumen:

La realidad digital está ejerciendo una influencia indiscutible en los procesos de creación artística. Un nuevo contexto de creación, difusión y recepción, basado en la sociedad tecnológica y en las posibilidades de la conexión en red, está transformando profundamente algunos parámetros conceptuales vinculados a la enseñanza de las artes visuales. En este texto se apuntan algunas líneas de análisis y reflexión en torno a un caso concreto: “The next Rembrandt”, una iniciativa de recreación virtual de una obra inexistente, auspiciada por diversas instituciones públicas y privadas, que sirve como ejemplo de las posibilidades de renovación para la Educación Artística, ya que pone en revisión algunos términos complejos y cambiantes, como autoría, identidad, tecnología, patrimonio o arte. Hay nuevos caminos que pasan por la hibridación entre la creación artística y la comunicación digital en la sociedad de las pantallas.

Palabras Claves:

Educación artística; artes visuales; creatividad; Internet; cultura digital; investigación basada en las imágenes.



Abstract:

The digital reality is exerting an indisputable influence in the processes of artistic creation. A new context of creation, diffusion and reception, based on the technological society and the possibilities of networking, is profoundly transforming some conceptual parameters linked to the teaching of the visual arts. This text points out some lines of analysis and reflection on a specific case: "The next Rembrandt", an initiative of virtual recreation of a nonexistent work, sponsored by various public and private institutions, which serves as an example of the possibilities of renovation for Art Education, since it puts in review some complex and changing terms, such as authorship, identity, technology, heritage or art. There are new paths that go through the hybridization between artistic creation and digital communication in the society of the screens.

Key Words:

Arts education; visual arts; creativity; Internet; Digital culture; images based research.

1. Introducción

La enseñanza de las artes visuales y la creación artística son ámbitos que están inmersos en un contexto de profunda transformación, en los que nuestra construcción conceptual y percepción del mundo están inexorablemente unidas a la cultura digital y a un nuevo sentido humano y social de la imagen. Alfabetización visual y digital responden a un mismo propósito, que no es otro que fomentar la capacidad crítica ante una nueva forma de representar el mundo:

Una representación no solo muestra un acontecimiento, un hecho o un elemento dado. Una representación nos da información acerca de los sujetos e instituciones que la construyeron. Nos da su punto de vista que, por lo general, acaba por naturalizarse y asumirse como "el natural". Las representaciones muestran, por un lado, aspectos visibles de lo que se está ofreciendo y, por otro, aspectos invisibles acerca de sus autores y de su ideología (Aparici y García Matilla, 2008, p.94).

Sin embargo, en esa permanente reinterpretación de la realidad, la Red nos ofrece posibilidades reales de convertirnos en *prosumers* (Toffler, 1980), desarrollando no solo una lectura más o menos crítica, sino participando de forma activa en la elaboración de un imaginario que, en la sociedad 2.0 y 3.0, se convierte en colectivo, perdiendo muchos rasgos de autoría individual, en un permanente flujo de hipermediaciones (Scolari, 2008).

El Arte no permanece ajeno a ese proceso, evolucionando a la par que el propio concepto de imagen. Internet se ha convertido en un nuevo espacio para la experimentación artística, en procesos que hibridan de forma cada vez más intensa con la comunicación, generando experiencias que deben ser abordadas desde el ámbito de la Educación Artística, tanto desde la visión analítica como desde la propia faceta activa y creadora. Es el caso del proyecto denominado "The next Rembrandt"¹, un caso comentado en las sesiones del grupo de trabajo de MediaLab UGR "MOOC Arte e Internet"² (López, 2016), por representar todo un ejemplo

¹ La web del proyecto es <http://www.nextrembrandt.com>

² Grupo de trabajo en torno al curso virtual "Arte e Internet. La red como campo de investigación para las nuevas prácticas artísticas", desarrollado en la UNED durante abril y mayo de 2016. Información disponible en <http://medialab-prado.es/article/curso-arte-e-internet->

paradigmático de las posibilidades creativas de las actuales Tecnologías de la Información y la Comunicación (TIC).

Se trata de una propuesta basada en la arquitectura informática y en la aplicación, en cierto sentido, del concepto de Big Data a la creación artística, ya que se basa en el análisis detallado del proceso de creación de este artista y de sus rasgos estilísticos para generar una nueva obra, tal y como hubiera sido realizada por el autor. Todo un ejemplo de inteligencia artificial que, manejando las herramientas que pone a disposición la cultura digital, permite una recreación, tan interesante por su resultado final como por las posibilidades de aplicación en el ámbito artístico y educativo. Lo que se hace es recoger la información del autor y continuar con lo que, supuestamente, hubiera sido su propia obra.

La información disponible, tanto biográfica como la que tiene que ver con técnica o estilo se transforma, a través del diseño de un software y del uso de una impresora 3D, en una obra de arte. Si en determinado enfoque reflexivo en torno papel de los museos contemporáneos, podríamos considerar estas instituciones como un medio de comunicación (García Blanco, 1999), dado su valor de mediación y su vocación de divulgación del arte y del conocimiento, en este caso son las propias pantallas de nuestros ordenadores y dispositivos móviles los que se convierten en un espacio para la creación y para la percepción de las obras de arte, además, mediante iniciativas auspiciadas por los propios museos, en colaboración con empresas informáticas y entidades financieras, como es el caso analizado, ya que es una actuación conjunta de ING, Microsoft, la Universidad Técnica de Delft y los museos Mauritshuis y Rembrandthuis (Países Bajos), constituyendo todo un ejemplo colaborativo de marketing de contenidos (Sanagustín, 2013).

Es indudable que el verdadero sentido de la enseñanza de las artes visuales es estimular no solo el disfrute estético, sino la creación, en cuya esencia encontramos capacidad para trasladar un sentido conceptual y, en muchas ocasiones, una vía para la investigación. Desde esa base, más allá de comprender o disfrutar, podríamos considerar la creación visual en la Red como un campo de interés investigador, estableciendo conexiones entre arte, ciencia e innovación, fundamentando esta apreciación en las propias Metodologías Artísticas de Investigación:

(...) de tal modo que en lugar de considerar la actividad científica como contradictoria y opuesta a la actividad artística, lleguen a verse no solo como complementarias, sino también como equivalentes en cuanto a los logros cognoscitivos que pueden alcanzarse con unas y otras (Marín Viadel, 2011, p. 226).

Si lo importante es comprender y crear, es decir, comprender creando, disfrutar del arte mediante la expresión creativa, el conocimiento de este tipo de herramientas y de las posibilidades que ofrece la Red resulta no solo imprescindible, sino apasionante desde la óptica del avance docente e investigador que requiere la Educación Artística en el siglo XXI. Lo que podría considerarse una acción publicitaria o, sencillamente, un proyecto tecnológico y artístico innovador, está directamente relacionado con las posibilidades de un nuevo enfoque social y educativo.

2. Bases conceptuales

Si el enfoque más didáctico de los museos y las salas de exposiciones hace años que optó por fomentar un modelo de comunicación interpersonal e interactivo (Pastor Homs, 2004, p.51), el avance de los medios tecnológicos no solo favoreció la capacidad didáctica de los recursos audiovisuales, sino que estableció posteriormente cauces de participación real a través de las redes sociales, potenciando el factor relacional que revisa, desde una dimensión humana, el concepto instrumental del discurso TIC, evidenciando la necesidad de nuevos alfabetismos en las prácticas digitales culturales (Gabelas-Barroso, Marta-Lazo y Hergueta-Covacho, 2013, p. 353).

Si la tecnología permitía hacer más didáctico el museo, asegurando el enfoque basado en la experiencia interactiva (Falk y Dierking, 2000), el caso analizado es todo un ejemplo de tránsito definitivo "... de la copia de láminas al ciberespacio" (Álvarez-Rodríguez, 2003), un proceso que ha ido consolidándose progresivamente durante la primera década del siglo XXI.

La Cultura Digital es el resultado de un permanente proceso de hibridación. En esencia, Internet sigue siendo la imprenta del siglo XXI (Piscitelli, 2005). Sin embargo, también es una gran sala para mostrar nuestras imágenes, desde las que son más cotidianas y carecen de valor artístico en un momento determinado, hasta aquellas que han sido generadas y difundidas desde una vocación y un sentido artístico, en una época en la que el portfolio es, ante todo, una página web.

Internet ha hecho posible el nacimiento de géneros propios de creación digital, como el *Net Art*, ofreciendo un espacio para la aportación de obras. Igualmente, se ha convertido en un repositorio infinito, más o menos organizado, de obras de arte. Una gran sala para el visionado de imágenes artísticas, cuyas posibilidades tienen mucho que ver con la idea de archivo audiovisual, representado por algunos ambiciosos proyectos, como *Google Art Project*. Una inquietud, la de contener y tener a disposición, que tiene mucho que ver con lo que Derrida denominó "mal de archivo", una pulsión que puede leerse desde una perspectiva freudiana, resultante de "... arder de pasión. No tener descanso, interminablemente, buscar el archivo allí donde se nos hurta" (1997, p.98).

Sin embargo, ahora la máquina ya no solo sirve para archivar, sino que habla y también crea. Su irrupción puede leerse, desde la Educación Artística, como una llamada a la profunda transformación del proceso educativo:

La educación artística, como todas las áreas de la pedagogía y la enseñanza, se verá hondamente afectada con la posibilidad (realidad) de la intervención de *hardwares* y *softwares* inteligentes, puesto que ya no serán un mero apoyo al aprendizaje, sino que serán agentes tan importantes en el proceso educativo como el profesorado y el alumnado. El binomio profesor/a-alumno/a evolucionará hacia la triada profesorado-máquina-alumnado (Esaño, 2010, p.143).

En esa triada se establece claramente el nexo común de la creatividad, que ha servido a varias instituciones, unidas por diversos intereses que redundan en su imagen de marca, para desarrollar un interesante y creativo proceso de lo que podemos denominar *transmedia storytelling*, con una propuesta centrada en una nueva historia, en el estudio de la Historia del Arte desde el futuro, traspasando la realidad de la ausencia de Rembrandt, basándose en procesos propios de una cultura en Red desde una de sus bases, que es la co-creación (Jenkins,

Ford y Green, 2015, p.208), en este caso institucional, pero consideramos que sentando las bases para implementar una herramienta como la utilizada en "The Next Rembrandt" en otros entornos de participación y creación colectiva.

3. Estudio de caso: "The next Rembrandt"

Exponemos, en la síntesis de esta investigación, algunas ideas que permitan establecer conexiones y sugieran líneas de trabajo desde la perspectiva de la Educación Artística. En primer lugar, llama la atención el propio contexto creativo, basado en la intención institucional resultante de las sinergias entre una entidad financiera, ING; una corporación tecnológica, Microsoft, en colaboración con dos museos de los Países Bajos, Mauritshuis y Rembrandthuis; junto a la Universidad Técnica de Delft. En un principio, es indudable el carácter de proyecto innovador y de fomento de las industrias creativas (Bustamante, 2011), que son la evolución de las industrias culturales, ahora sin la visión crítica de la Escuela de Fráncfort (Adorno y Horkheimer, 1947/1979), asociadas a una imagen positiva de la marca institucional.

Desde el punto de vista del análisis del proyecto como narración, el propio factor temporal, así como el factor de ausencia del artista creador, se muestran como claves fundamentales del análisis de la historia que constituye la esencia del proceso. En concreto, el software que ha analizado cientos de imágenes genera una obra artística que, sin formar parte del pasado, nos sitúa en un tiempo irreal, en una vuelta virtual del propio Rembrandt. En esta aportación de las herramientas digitales, se propone un nuevo tiempo para que sea vivido por el espectador ante la obra. Ese tiempo, al ser vivido, "... se revela, se subjetiviza, se alarga, se expanda se intensifica o diluye. Es el tiempo subjetivo" (García-García, 2006, p. 109), y en esa subjetividad configura un nuevo modelo de lo que podría denominarse como ciberretórica (Berlanga-Fernández y García-García, 2014), gracias al empleo de recursos que solo son posibles a través de la tecnología.

El análisis del propio proceso, es decir, del proyecto, constituye un foco de interés si tenemos en cuenta el valor contextual de una acción que se centra en el mecenazgo, vinculado a la innovación tecnológica y al fomento de las artes. Un fenómeno así, desde nuestro punto de vista, debe ser contemplado como una aportación social positiva, aunque sin perder de vista que siempre está asociado a la una intención comercial ligada al concepto de imagen de un conjunto de entidades públicas y privadas.

Puede ocupar un espacio diferenciado, especialmente interesante desde el punto de vista del análisis formal y estilístico, la profundización en el acierto del resultado final, tanto en el tipo de personaje representado en la obra pictórica como en la precisión técnica de un trabajo que, muchos críticos, consideraron perfecto, pero sin alma, es decir, un Rembrandt que no era un Rembrandt, sino más bien un ejercicio de fidelización de trazos convertidos a la aplicación exacta de un código binario. La ubicación de cada pincelada donde debía estar, según un análisis previo de datos que combinaba el detalle cualitativo con el análisis cuantitativo de la tendencia.

Otra consideración, que no es menos importante, es la generación de patrimonio a través de la nueva obra, ya que en sí misma porta un valor artístico, a pesar de tratarse de una creación

resultante de la autoría colectiva, incluso anónima, es decir, generada por la inteligencia artificial.

La posibilidad de generar obra nueva, basada en la tendencia de un artista concreto, puede ser una herramienta de un valor extraordinario en la Educación Artística. El apoyo de una máquina, de un programa informático, para hacer posible visualizar una tendencia en creación visual permitiría, por ejemplo, la implementación de creaciones de grupo, que recojan el estilo y el trazo de cada uno de los integrantes, así como la sensibilidad común por determinados motivos, estilos o enfoques.

Igualmente, nos permitiría trabajar con dibujos en perfiles de cualquier edad, sistematizando y validando los principios del dibujo infantil, fundamentados en referencias de mediados del pasado siglo (Lowenfeld, 1958) o de personas de un perfil determinado. Igualmente, la aplicación de un sistema de estas características a un estudiante en concreto permitiría comprobar la tendencia creativa en un futuro próximo, un procedimiento también muy interesante para implementar modelos de autoanálisis y juego representacional en artistas actuales, sirviendo como punto de partida para nuevas formas de creatividad en torno al diálogo o a la rebeldía frente al estilo propio.

En definitiva, la aplicación de un software como el utilizado en "The Next Rembrandt" a contextos vinculados a la Educación Artística y al aprendizaje creativo, ofrecen nuevos horizontes que, más que aplicar las nuevas tecnologías, favorece el trabajo "... desde un nuevo marco conceptual al que irremediamente nos llevan los nuevos medios tecnológicos" (Álvarez-Rodríguez, 2005, p.328). Hay que tener presente que la propia página web es, en sí misma, un ejemplo de desarrollo transmedia y de contenido didáctico.

En esa consideración de este caso concreto como un "realismo de ausencias" (Martín Prada, 2015, p.155), cuestiones como la autoría, la identidad, las posibilidades de creación colaborativa, el valor de las nuevas tecnologías y el propio concepto del Arte sientan las bases de un interesante debate en torno al sentido de la creación y de la imagen en la sociedad contemporánea.

4. Consideraciones finales y prospectiva

Tras sintetizar algunas de las líneas principales de análisis de un caso como el descrito, estas son algunas de las principales conclusiones, elaboradas desde el marco conceptual situado en la intersección entre arte y educación:

En primer lugar, la influencia de la sociedad digital y de las TIC en todos los órdenes de la sociedad contemporánea está transformando las posibilidades de la creación artística y también del aprendizaje del Arte, ofreciendo nuevos enfoques didácticos que, como novedad fundamental, permiten la posibilidad de interactuar con los contenidos que se generan en Red.

Además, las industrias creativas favorecen el establecimiento de sinergias entre instituciones públicas y privadas para desarrollar actuaciones de promoción del patrimonio y del arte que redunden en beneficio propio en lo que está relacionado con la imagen de marca. En el caso

estudiado, comprobamos cómo es posible unificar arte, patrimonio, tecnología, innovación e investigación desde la perspectiva del marketing de contenidos.

Desde el punto de vista de la investigación, se vislumbra la posibilidad de utilizar herramientas específicas, testadas, para el análisis de datos visuales, favoreciendo la implementación de metodologías basadas en las imágenes en el ámbito de las artes y de la educación.

Por último, el uso de la tecnología y la aplicación del análisis de datos ofrecen nuevas posibilidades para la Educación Artística, ya que constituyen una interesante vía para la experimentación y la creación, a través de la adaptación del software de caso estudiado a otros contextos de aprendizaje. En los contenidos vinculados a esta iniciativa, tiene cabida la revisión de algunos términos como el propio concepto de autoría, la idea de inteligencia artificial aplicada al arte y las posibilidades para implementar procesos de creación colectiva desde un espacio de trabajo interdisciplinar.

Las posibilidades de implementación de este sistema, nos lleva a sugerir algunas líneas de investigación futura como las posibilidades de un software de estas características en su aplicación a artes diferentes a la pintura, como pueden ser la fotografía o el cine. ¿Cómo sería, por ejemplo, la próxima obra de Alfred Hitchcock o de Orson Welles? Estas posibilidades forman parte del aprovechamiento de los recursos que ofrece la cultura digital en la imprescindible actualización a los tiempos de la Educación Artística.

REFERENCIAS BIBLIOGRAFICAS

- Adorno, T. y Horkheimer, M. (1979). *The Dialectic of Enlightenment*. Londres: Verso.
- Álvarez-Rodríguez, D. (2003). De la copia de láminas al ciberespacio. En R. Marín Viadel (coord.), *Didáctica de la Educación Artística* (pp. 359-393). Madrid: Pearson.
- Álvarez-Rodríguez, D. (2005). Educación artística 'on line': la investigación del aprendizaje artístico basado en la web. En R. Marín Viadel (ed.). (2005), *Investigación en Educación Artística* (pp. 325-350). Granada: Universidad de Granada y Universidad de Sevilla.
- Aparici, R. y García-Matilla, A. (2008). *Lectura de imágenes en la era digital*. Madrid: Ediciones de la Torre.
- Berlanga-Fernández, I. y García-García, F. (2014). *Ciberretórica: Aristóteles en las redes sociales. Manual de Retórica en la comunicación digital*. Madrid: Fragua.
- Bustamante, E. (ed.) (2011). *Las industrias creativas. Amenazas sobre la cultura digital*. Barcelona: Gedisa.
- Derrida, J. (1997). *Mal de archivo. Una impresión freudiana*. Madrid: Trotta.
- Esaño, C. (2010). Hacia una educación artística 4.0. *Arte, Individuo y Sociedad*, 22(1), 135-144.
- Falk, J. y Dierking, L. (2000). *Learning from Museums: Visitor Experiences and the Making of Meaning*. Walnut Creek: AltaMira Press.

- Gabelas-Barroso, J.A., Marta-Lazo, C. y Hergueta-Covacho, E. (2013). El Factor R-relacional como epicentro de las prácticas culturales digitales. En D. Aranda, A. Creus, J. Sánchez-Navarro (eds.), *Educación, medios digitales y cultura de la participación* (pp. 351-372). Barcelona: UOC.
- García-Blanco, A. (1999). *La exposición. Un medio de comunicación*. Madrid: Akal.
- García-García, F. (coord.) (2006). Los tiempos de la narración audiovisual. En F. García García, *Narrativa Audiovisual* (pp. 109-120). Madrid: Laberinto.
- Jenkins, H., Ford, S. y Green, J. (2015). *Cultura transmedia: La creación de contenido y valor en una cultura en red*. Barcelona: Gedisa.
- López, M. (2016, abril, 11). Materiales para la primera sesión del grupo de trabajo “MOOC Arte e Internet”. [Mensaje en un blog]. Recuperado de: <http://medialab.ugr.es/noticias/materiales-para-la-primera-sesion-del-grupo-de-trabajo-sobre-mooc-arte-e-internet/>
- Lowenfeld, V. (1958). *El niño y su arte*. Buenos Aires: Kapelusz.
- Marín Viadel, R. (2011). La investigación en Educación Artística. *Educatio Siglo XXI*, 29(1), 211-230. Universidad de Murcia. Recuperado de: <http://hdl.handle.net/10201/27182>
- Pastor Homs, I. (2004). *Pedagogía museística: Nuevas perspectivas y tendencias actuales*. Barcelona: Ariel.
- Piscitelli, A. (2005). *Internet, la imprenta del siglo XXI*. Barcelona: Gedisa.
- Sanagustín, E. (2013). *Marketing de contenidos*. Barcelona: Anaya.
- Scolari, C. (2008). *Hipermediaciones: Elementos para una Teoría de la Comunicación Digital Interactiva*. Barcelona: Gedisa.