

Medialabs: Investigación -creación entre la colaboración y la transdisciplina

Alejandro Brianza
alejandrobrianza@gmail.com

Pensar en la producción de conocimiento científico nos lleva casi directamente a pensar en la universidad. Sin embargo debemos tener presente que hay alternativas, tanto públicas como privadas, de investigación científica que no están ligadas a la academia: muchas empresas desarrollan puertas adentro sus nuevos productos; los laboratorios químicos trabajan en el desarrollo de medicamentos; el sector industrial avanza en la creación de herramientas y nuevas tecnologías; y la lista podría seguir, siempre sin contar necesariamente con el marco que proporcionan las universidades.

Acercándonos al terreno del arte, podemos advertir un interesante desarrollo de producción de conocimiento que está presente en los llamados *medialabs*, espacios donde profesionales de distintas especialidades que trabajan en conjunto, apuntan a una construcción del conocimiento de forma colaborativa.

Para entender qué son los *medialabs*, debemos entender la historia de los mismos y si bien hoy en día forman parte de un circuito alternativo, paradójicamente, si buscamos el primer antecedente de *medialab* lo encontramos inscripto en la academia. El *medialab* del Massachusetts Institute of Technology fue creado por Jerome Wiesner en el año 1985 con la idea de generar un espacio de producción e investigación alternativo al propuesto por los laboratorios académicos tradicionales orientado al estudio de los nuevos medios, en los albores de su desarrollo en esa década. Es de esta relación con el estudio de los nuevos medios que surge el término en sí mismo *media - lab*, como la conjunción inglesa de laboratorio - medial, o laboratorio de medios. Con el correr de los años, este término se convirtió genérico y se lo comenzó a utilizar para definir espacios donde no solo se estudiaran nuevos medios y que no necesariamente estén afiliados a una universidad.

Un espacio para la investigación - creación

Si de investigación en relación al arte se trata, existen tres tipos de aproximaciones que se ven diferenciadas por el tipo de abordaje metodológico que utilizan. En primer lugar encontramos a la investigación *sobre el arte*, donde podemos distinguir disciplinas que se ocupan de describir al arte en términos históricos, atendiendo al patrimonio artístico existente y relacionando fuertemente a las diferentes estéticas pictóricas, musicales o arquitectónicas como procesos dependientes del desarrollo cultural.

Un segundo tipo de aproximación es la investigación *para el arte*: el desarrollo de tecnologías y herramientas contemplando desde la más antigua flauta fabricada en hueso o bambú y la tinta de las primeras pinturas rupestres hasta un software aplicado a la composición musi-

cal basado en operaciones algorítmicas u otro de revelado digital de imagen, o una impresora 3D. Estas herramientas y máquinas, y la tecnología que involucra su puesta en práctica son el producto de un desarrollo de conocimiento aplicado pensado para tal fin.

Por último, tenemos a la investigación *en arte*, donde el conocimiento surge de la práctica artística en sí misma y su posterior reflexión. Rubén López Cano (2014), se anima a decir que en la actualidad no hay una respuesta clara para quienes se preguntan qué es la investigación en arte, investigación artística o, de acuerdo su tradición de origen francófona, la *recherche-création*. Sin embargo –y aunque él habla de música se puede extrapolar el sentido al resto de las artes– el autor realiza un recorrido sobre algunas concepciones actuales en cuanto a este tipo de investigación destacando que presupone un trabajo esencialmente práctico por parte del artista, que puede por un lado dar lugar a una reflexión posterior aportando a las teorías existentes o bien a las formas de entender la misma práctica.

Los *medialabs*, están contruidos principalmente sobre esta última concepción de producción de conocimiento, donde a través de una práctica que parte de la experimentación, se obtiene como resultado un nuevo conocimiento con el objetivo de luego, socializarlo rápidamente.

También podría hablarse aquí de la investigación aplicada o investigación acción, definida por Peter Reason y Hilary Bradbury (1994) como una forma de relacionar diferentes prácticas e ideas en función del bienestar común. Agregan también que si bien esta forma de investigación puede ser desarrollada por investigadores individuales e independientes con objetivos personales, en general surge como metodología de trabajo en distintas comunidades colaborativas en las que el compromiso social, la curiosidad y la reflexión crítica son los principales ejes de producción en pos de un bien común donde el conocimiento no se piensa como algo para transmitir al otro, sino como algo para transmitir con el otro, buscando siempre involucrar a los potenciales receptores de distintas formas, en distintos tipos de actividades.

Un espacio de convergencia

A partir de lo desarrollado podemos ver que estos laboratorios se configuran como espacios de producción e investigación y también mencionamos que están compuestos por especialistas y profesionales provenientes de distintas áreas que se reúnen en pos de un bien común y trabajan colaborativamente para la construcción del conocimiento. Ahora bien ¿qué inquietudes están detrás de la conformación de estas agrupaciones? Se vislumbran algunos motivos y políticas que han sido el germen de los *medialabs* y que permitieron su surgimiento y desarrollo. Hay que destacar que la principal característica que reúnen los *medialabs* es la capacidad de desarrollar una forma de trabajo horizontal, tanto dentro del laboratorio como en la forma de relacionarse con otras agrupaciones similares, permitiendo que potencialmente el total de la información circule en todas las direcciones posibles, maximizando la interacción social y buscando asegurar el mayor *feedback* posible de pares y colegas que sirvan como revisión del trabajo realizado. Esta postura viene aparejada con una búsqueda de parte de los profesionales por encontrar espacios alternativos a las instituciones académicas para poder tomar decisiones de forma independiente a las mismas, eludiendo los arduos procesos burocráticos que representa a veces la presentación de un proyecto y los

largos procesos de evaluación a los que se someten los mismos, pero sin que esto represente una falta de rigor o seriedad en su desarrollo. Así, los *medialabs* se posicionan como espacios de convergencia entre arte, ciencia y tecnología.

Enfocándonos en esta convergencia, llegamos al pensamiento Gerhard Nierhaus (2009), quien plantea que la actitud intelectual de una era se ve claramente manifiesta en las diferentes nuevas disciplinas, que resultan de las interdependencias derivadas de las disciplinas más generales, en las que podemos encontrar a la biología, la física, la matemática o al arte. Estas relaciones entre las disciplinas, también fueron estudiadas por Basarab Nicolescu (1996), quien trata el fenómeno en términos de interdisciplina, multidisciplina y transdisciplina. Nicolescu entiende a la *interdisciplina* como una forma de relación en la que algunos mecanismos prácticos y lógicos exitosos de una disciplina se aplican en otra, generando algún aporte, incluso a veces una disciplina nueva –por ejemplo, los aportes de la matemática en la física que permitieran la posterior aparición de la astrofísica–; siguiendo el razonamiento, la *multidisciplina* existe cuando un objeto de estudio es abordado desde varias disciplinas a la vez –una pintura analizada desde su movimiento pictórico histórico, pero a la vez desde la química focalizando en los pigmentos y desde la geometría por sus formas¹–; por último, la *transdisciplina* es el resultado de la lógica evolución de las formas anteriores que nos toca experimentar en la actualidad, manifestándose como aquel pensamiento complejo que relaciona a las disciplinas haciéndolas dialogar focalizando en aquello que las reúne, con la idea de trascenderlas, aportando distintas visiones –una por cada disciplina involucrada– del objeto de estudio.

A partir de la inclusión de artistas de distintas especialidades, programadores, científicos y tecnólogos, los *medialabs* se perfilan continuando la línea propuesta por la transdisciplina de Nicolescu, donde los conocimientos desarrollados de forma colectiva y desde múltiples puntos de vista, no tienen como objetivo anular los saberes individuales, sino fortificarlos y enriquecerlos.

Además de esta convergencia transdisciplinar, los *medialabs* valoran y apoyan fuertemente el desarrollo de habilidades blandas o *soft skills*: liderazgo, responsabilidad, sociabilidad, trabajo en equipo, adaptabilidad, creatividad y optimismo son solo algunas de estas cualidades *no académicas* buscadas para los integrantes de cada grupo. Esto, como en toda organización social, estructurará una suerte de ADN en el que tomarán forma los defectos y virtudes a partir de la proporción en que estas habilidades se presenten, describiendo el perfil particular que lo diferenciará de otras organizaciones.

Un espacio para la producción

Esta convergencia de disciplinas antes descripta nos obliga a preguntarnos qué tipo de producciones pueden desarrollarse en los *medialabs*, ya que hablamos de arte, ciencia y tecnología, pero nunca de lenguajes en particular. Aquí también se puede retroceder en el tiempo en búsqueda de antecedentes: las llamadas culturas *hacker* y *maker* son las principales estéticas que caracterizan los lenguajes de sus producciones.

Habitualmente la palabra *hacker* está relacionada a una práctica de piratería informática, sin embargo, no es esta una definición muy acertada. Se suele llamar *hacking* o *hackeo* a cual-

¹ Los ejemplos que ilustran los conceptos de interdisciplina y multidisciplina son originales del autor.

quier apropiación tecnológica que tenga como objetivo lograr que un dispositivo creado para un fin determinado, sea funcional a otro distinto. Esta nueva finalidad puede estar planeada por alguien más, pero en la mayoría de los casos es el propio interventor –el *hacker*– quien articula el *hackeo* por motivaciones personales.

Estas apropiaciones pueden desarrollarse en cualquier campo, modificando de forma novedosa la finalidad de cualquier objeto: la utilización de un taladro para motorizar una bicicleta, una escoba utilizada como brocha para un artista plástico o artefactos electrónicos intervenidos para obtener sonidos y música a partir de las señales eléctricas de sus circuitos.

A partir de los cimientos que sentó la cultura *hacker* a partir de los años 50¹, con el cambio de milenio comenzó a popularizarse paralelamente un movimiento que no planteaba ya la intervención, sino la invención de nuevos dispositivos: la cultura *maker*. Este movimiento, reúne a tecnólogos, artistas, ingenieros y amateurs de distintos hobbies bajo la gran ala del DIY –*do it yourself*, que en inglés significa *hazlo tu mismo*– y los empuja a investigar desde sus inventos incentivando la producción artesanal orientada a cubrir necesidades específicas. Es Dale Dougherty su principal referente, quien en el año 2005 fundó la revista *Make*:² y un año después organizó la primera de muchas *Maker faires* –ferias *Maker*– que multiplicarían la fuerza de estos creadores, promoviendo el intercambio de saberes y una gran difusión para el público en general.

Así, partiendo de estas dos lógicas procedimentales, la producción de los *medialabs* se inscribe dentro de la industria cultural y creativa, pudiendo incluir trabajos de diseño visual, sonoro, audiovisual, industrial o textil combinados en distintos dispositivos que involucren electrónica, robótica o lenguajes informáticos que pueden ser preexistentes o creados específicamente en el marco de un proyecto.

Un espacio con múltiples escenarios

Una vez definida la forma de trabajo, las producciones y la concepción social que tienen estos laboratorios, solo queda antes de concluir poder entender cuáles son los alcances y los espacios que pueden ocupar en el mundo actual, ya que además de funcionar como plataforma para el desarrollo de proyectos de investigación - creación propios de los integrantes que lo compongan, pueden acoger diversos tipos de actividades satélite que deriven de cada proyecto.

Uno de los grandes fuertes de los *medialabs* es la capacidad de formación que pueden brindar a partir de encuentros y del dictado de talleres de distintos tipos, orientados a los mismos miembros del laboratorio, a otros profesionales o al público en general, según sea el nivel de conocimiento requerido para comprender la temática expuesta.

Además de ser la plataforma que permite el desarrollo de los proyectos propios, también pueden recibir proyectos de integrantes transitorios del laboratorio. Esto se puede dar en forma de alianza entre laboratorios o bien como residencias, donde un artista ajeno al grupo se integra al equipo de trabajo temporalmente para llevar adelante un proyecto o para aportar su experticia a en un proceso específico. Es de esperarse que estas acciones colaborativas impliquen un mutuo beneficio tanto para el laboratorio como para el artista residente, ya que ambas partes se nutren en una especie de simbiosis.

² El magazine dispone de un portal web disponible en <http://makezine.com/>

Si pensamos en la etapa de exhibición y difusión de los avances y productos de los desarrollos de cada laboratorio, nos topamos con diversas formas de presentación. Es común que los *medialabs* organicen muestras y exhibiciones puntuales similares a ferias o mercados; ponencias o publicaciones que necesariamente están más cercanas al ámbito académico —e incluso la participación en espacios académicos como organización independiente— o charlas orientadas a la divulgación social, pero también conciertos o performances cuando el producto finalizado pertenece al entorno de la producción sonora o audiovisual.

Es una práctica regular en estos laboratorios —y casi una condición si retomamos la idea de la producción de conocimiento— documentar cada proceso, ya sea a través de registro audiovisual o artículos que detallen cada experiencia. Esto da por resultado mediatecas y bibliotecas virtuales que quedan a disposición de la sociedad acercando el material para su posterior lectura y apropiación.

Los *medialabs* potencian todos estos aspectos descritos por su capacidad de gestión, y es por esto que suele existir dentro de cada agrupación, un comité o un especialista en gestión cultural, que se vuelve el motor en el plano de la producción de actividades y eventos. Es imprescindible pensar en la gestión del espacio de trabajo en función de las alianzas posibles, los fondos disponibles —y las posibilidades de oportunidades para la captación de los mismos a través de subsidios como los que en nuestro país otorga el Fondo Nacional de las Artes, las distintas convocatorias del Fondo de Cultura o la Ley de Mecenazgo, a través de fondos y patrocinadores privados o incluso de *crowdfunding*— y la comunicación y difusión de todas las actividades del laboratorio en redes sociales, diarios o televisión.

Advirtiendo la proliferación de estos laboratorios y la calidad de sus producciones, cabe una última pregunta: ¿es este el camino que delinearé el futuro de una producción artística ligada a la inclusión y al uso crítico de las tecnologías? no es posible saberlo con certeza pero no podemos dudar que es uno de los tantos caminos posibles y un buen intento puesto en marcha. El compromiso es sumar un pequeño aporte desde la realidad que nos rodea, y qué mejor que aprovechar los espacios para poner manos a la obra haciendo lo que mejor hacemos.

Bibliografía

- Dweck, Carol (2006). *Mindset: The new psychology of success*. New York, Random House.
- Durant, Alan (1994). *A new day for music? Digital technologies in contemporary music making*, en Hayward, Philip (editor) *Culture, technology and creativity in the late twentieth century*. Londres, John Libbey.
- Nierhaus, Gerhard (2009). *Algorithmic composition: paradigms of automated music generation*. Viena, Springer.
- Nicolescu, Basarab (1996). *La Transdisciplinarité. Manifeste*. París, Du Rocher.
- Reason, Peter y Bradbury, Hilary (1994). *The SAGE Handbook of Action Research: Participative Inquiry and Practice*. Londres, SAGE.
- San Cristóbal, Úrsula y López Cano, Rubén (2014). *Investigación artística en música*.

Problemas, métodos, experiencias y modelos. Catalonia: Fondo Nacional para la Cultura y las Artes.

- Valente, Claudia y Adler, Jazmín (2014), Trabajo en red, proyectos colaborativos y transdisciplinariedad en las artes electro - digitales. En HUM736 N°19, revista online. http://www.ugr.es/~hum736/revista%20electronica/numero19/PDF/Trabajo_en_red.pdf [último acceso 10/11/2015]