

Aproximaciones estéticas en los medios sociales: Realidad aumentada, arte y snapchat

Aesthetic approaches in the social media: Augmented reality, art and snapchat

Urdaneta García, Daniela de Jesús

Universidad Centrocidental Lisandro Alvarado, Venezuela

PALABRAS CLAVE

Arte, realidad aumentada, estética, espacio público.

RESUMEN.

La presente investigación pretende generar mediante un análisis documental y fenomenológico una aproximación estética que ayude a comprender las prácticas artísticas desarrolladas en Realidad Aumentada en el espacio público, específicamente en el proyecto *Art Around You* de *Snapchat*. Mediante la revisión de experiencias por parte de actores sociales y las posturas de expertos, se compararán las diferentes categorías estéticas existentes con el propósito de obtener los hallazgos necesarios para la construcción de la aproximación.

KEY WORDS

Art, augmented reality, aesthetic, public space.

ABSTRACT

The present investigation intends to generate through a documentary and phenomenological analysis an aesthetic approach that helps to understand the artistic practices developed in Augmented Reality in the public space, specifically in Snapchat's *Art Around You* project. Through the review of experiences by social actors and the positions of experts, the different aesthetic categories will be compared with the purpose of obtaining the necessary findings for the construction of the approach.

Recibido: 13-01-2019

Aceptado: 03-05-2019

INTRODUCCIÓN

Los discursos visuales interactúan cada vez más con el espacio y el público en general. En consecuencia, el artista contemporáneo y sus obras se presentan totalmente abiertos al espectador y a su respuesta. Es por ello que las propuestas se han abierto a lo transdisciplinario y con el avance de las nuevas tecnologías los procesos técnicos en el ámbito del arte han cambiado considerablemente y nos encontramos inmersos en una ola de manifestaciones artísticas que mezclan la tecnología con el lenguaje plástico visual.

De esta manera, la forma en que el arte incorpora los medios tecnológicos nos muestra una visión de cómo las plataformas virtuales inciden en nuestra percepción de la realidad. Esto sucede por los cambios de paradigmas que surgieron en el desarrollo de los medios tecnológicos de información y en la estetización de los mismos.

Es preciso mencionar, que la creación de dichos medios no precisaba ser lo que ahora conocemos ni funcionar como objetos cotidianos altamente necesarios en nuestro estilo de vida como nativos digitales. Ante ello, Manovich (2007) expresa que, debido a la expansión y la multifuncionalidad de los artefactos tecnológicos los medios pasan a ser usados en actividades no estrictamente laborales, comenzando a banalizarse en el entretenimiento, vida social, comunicación, entre otros. Por lo tanto, al ser objetos de consumo personal más que objetos de trabajo, surge una alteración en la estética de éstos y en consecuencia “la fórmula de diseño modernista donde la forma sigue a la función es reemplazada por la emoción.” (p. 2).

Teniendo esto en cuenta, las características multimedia y de comunicación que guardan estos artefactos, sumado al uso cotidiano que posee, los convierten en medios altamente interesantes a la hora de plantear una obra de arte. Según Quiroga (2009) el arte comienza a abordar todo aquello que preocupa al ciudadano medio y que implica la cotidianidad de una sociedad fuertemente sacudida por los avances mediáticos. Por lo que mediante el uso de las tecnologías de comunicación, las técnicas relacionadas con la proyección de imágenes, como el videoarte y la incorporación de lo virtual en el *net-art*, fueron en el siglo XX más llamativas debido a que respondían al contexto de la sociedad.

En este sentido, el uso de lo virtual ha abierto posibilidades de nuevas categorías estéticas y paradigmas de investigación. Si nos pensamos en la sociedad hipermoderna de Lipovsky citado en Cura (2012) donde “el aceleramiento de la informática y de los medios masivos de comunicación posibilitan una comunicación vertiginosa y cuantiosa” (p. 25) es posible pensar en un aceleramiento de las innovaciones artísticas, y por lo tanto, en una ampliación de la experiencia estética.

Es por ello que hablar del aceleramiento supone una expansión en el concepto de obra

de arte que colabora con la fluidez del tiempo y los desarrollos tecnológicos, es decir las manifestaciones artísticas del siglo XX respondían a lo transitorio del presente y a la anticipación de la desaparición de las cosas, produciendo menos objetos artísticos y más eventos, performances y acontecimientos.

Esto no quiere decir que la obra de arte o el objeto artístico desaparezca, sino que es característico del arte contemporáneo producir acontecimientos que fomenten la interacción y participación del público. Groyes (2016) explica que “los acontecimientos artísticos actuales no pueden ser preservados y contemplados como obras de arte tradicional. Sí pueden, sin embargo, ser documentados, narrados y comentados. El arte tradicional produce objetos de arte; el arte contemporáneo produce información sobre acontecimientos de arte.” Por lo tanto, esto relaciona cada producción contemporánea con internet, la virtualidad y lo que es tendencia: Realidad Aumentada.

Dicho esto, en la última década se han presentado nuevas posibilidades artísticas transdisciplinarias, y en el ámbito de la Realidad Aumentada (RA) que según Portales (2008) se define como la “ampliación del mundo real con capacidades computacionales” (p. 62), surgen las propuestas artísticas que cuestionan los límites establecidos entre lo que entendemos como realidad.

Un ejemplo de ello, visto desde otros ámbitos pero que luego influyen en lo artístico se observa en las aplicaciones que ofrecen servicios de Realidad Aumentada con propósitos turísticos y comerciales. Tal es el caso de Layar, una aplicación en RA que partiendo de la geolocalización permite conectarse con *Google Maps* a la hora de buscar una dirección específica haciendo uso de la cámara del *SmartPhone*, *iPod*, *iPad* o *Tablet*, mostrando en la pantalla información en tiempo real de la ruta a seguir.

De esta manera, las funciones de la RA han sido trasladadas a los espacios museísticos y educativos, donde por medio de aplicaciones como *Augment* (Europa y Estados Unidos) y *Viur* (México) las exhibiciones toman vida propia a través de la pantalla del dispositivo móvil generando información multimedia en tiempo real.

No obstante, el museo no es el único espacio donde suceden estas interacciones; la calle también se ha vuelto parte esencial en esta nueva forma de crear y ahora nos encontramos con murales vivos e intervenciones que aumentan sus dimensiones gracias a la RA. Además de esto, no se pueden olvidar las redes sociales que más allá de ser un canal de entretenimiento, son los portafolios y las ventanas de expresión artística de hoy.

Con respecto a este hecho muchos escritores han manifestado opiniones en cuanto al nuevo espacio público refiriéndose a las redes sociales. Por lo que Herrera (2006) expresa que:

El espacio público es la calle, los centros comerciales, los espacios deportivos y de entretenimiento, cines, teatros y restaurantes donde existen unos códigos de comportamiento que se han ido construyendo de manera intuitiva durante muchos años... Por el contrario, en el mundo digital, el correo electrónico y sus similares, los repositorios en la nube y las claves son el mundo privado de las personas y las redes sociales se convierten en el espacio público virtual, donde las personas pueden hacer lo que quieran, como informar qué hacen a cada momento a su red de amigos o seguidores, o colocar fotos sobre sus actividades, logros, frustraciones, eventos y cualquier otra situación del mundo físico que pasaría inadvertida.

Dicho esto, las redes sociales más populares como *Facebook*, *Instagram* y *Snapchat* ya han aplicado la RA en sus plataformas. En este caso se tomó en cuenta *Art Around You* el primer proyecto de *Snapchat* en RA junto al artista Jeff Koons que consiste en situar las grandes esculturas del artista en diferentes lugares del mundo de tal manera que el usuario al enfocar la cámara del teléfono logre observarlas en espacios públicos de ciudades como París, Río de Janeiro, Sidney y Nueva York. Lo interesante del proyecto no es solo poder apreciar las obras en diferentes ciudades sino que pueden ser modificadas en cuanto al tamaño y editadas con las herramientas y pinceles que posee la aplicación para ser publicadas posteriormente, todo esto en tiempo real.

Teniendo en cuenta lo antes expuesto, vemos cómo estas prácticas se han trasladado al espacio público, tanto físico como virtual, irrumpiendo nuestra perspectiva al transitar por la ciudad, cuyo espacio funciona como un organismo en constante movimiento, creador de infinitas situaciones que para la práctica artística son materia prima en el desarrollo del discurso visual.

En efecto, con el surgimiento de la realidad aumentada y la conexión que genera con el espacio incrementando la información e interacción del público se crea un puente que reconcilia a la realidad virtual con nuestra realidad física. Y el arte como medio de comunicación amplificado por la RA desarrolla aún más el contacto entre los espacios públicos y el ciudadano.

De esta manera, se plantearon tres elementos fundamentales en la investigación: la Realidad Aumentada en el ámbito artístico, seguido de la incidencia que tiene en los espacios públicos, y por último la experiencia estética generada. Para ello se entrevistó a una serie de expertos en el área de las artes y la realidad aumentada, además de seleccionar a un público que tuvo la experiencia con *Art Around You*.

EMIGRANTES AUMENTADOS

La selección de los espectadores se realizó bajo dos criterios: público especializado y público común. De esta manera, una parte de los participantes son personas que no tienen conocimientos avanzados en materia artística pero que hacen uso de las redes sociales a diario, además de recorrer la ciudad cotidianamente; y el siguiente participante es un estudiante de artes plásticas cuyo proceso creativo entra en el área de los medios audiovisuales.

Afortunadamente, al hablar con ellos se descubrió que cada lugar donde está ubicada la obra aumentada forma parte de su recorrido diario por la ciudad, lo que es un dato importante porque conocen el espacio no solo por su ubicación en la memoria rutinaria sino por el significado psicogeográfico que representa.

De esta manera, al encontrar la escultura a través de *Snapchat* ocurre un cambio en la concepción del espacio debido a que han agregado un elemento que antes no estaba allí. Principalmente, uno de los cambios viene dado por la búsqueda, es decir, una vez que el espectador está enterado de que hay algo intangible dentro de su espacio cotidiano que pertenece a otra realidad, la necesidad de encontrarlo se manifiesta. De la misma forma que sucedió con el juego *Pokemon Go* hace unos años y tal cual sucede con la mayoría de los proyectos que hacen uso de los medios locativos¹ y RA, donde la búsqueda de datos visibles a través del móvil es uno de los factores principales intrínsecos en la experiencia estética y la transformación del espacio.

Por otra parte, las diferencias entre el espectador especializado y los espectadores comunes son destacables debido a que si se observa desde una perspectiva más amplia la mayoría de las personas en una ciudad pertenecen al público común cuando de arte se trata. Y *Snapchat* es una red social que llega principalmente a este público, así que las percepciones de los espectadores necesitan ser reforzadas por las posturas de un selecto grupo de expertos que darán argumentos para analizar la experiencia estética derivada del proyecto *Art Around You* y los posibles proyectos que posean características similares.

En efecto, las posturas de los expertos en cuanto al proyecto de *Snapchat* y Koons varían en opiniones, tocando temas como la innovación, problematización, reproducción y banalización en las obras y acontecimientos artísticos, específicamente en el proyecto de *Snapchat*. Esto demuestra las diferentes características de los proyectos que hacen uso de los medios locativos y de comunicación en el ámbito artístico, lo que los convierte en casos complejos a la hora de categorizarlos debido a las diversas posibilidades estéticas que pueden emerger de las interacciones con el público.

¹ Medios Locativos: tecnologías de la comunicación que implican localización o, lo que es lo mismo, que proporcionan un vínculo o información relativa a un lugar concreto mediante el GPS.

RECORRIENDO REALIDADES SENSIBLES

La información obtenida de cada fuente se refuerza con la siguiente, es decir las experiencias de los espectadores confirman las posturas de los expertos y culmina con la opinión de la autora para concluir con los hallazgos.

En el apartado anterior se mencionó la experiencia de los espectadores, a continuación, se analizarán las posturas de los expertos partiendo de los avances en cuanto a las categorías estéticas existentes que tratan la realidad aumentada en proyectos artísticos junto al espacio público.

Principalmente, se tienen los avances de Gemma San Cornelio, donde hace una revisión por las diferentes tipologías de análisis que otros expertos han propuesto para intentar generar categorías que definan los proyectos inmersos en los nuevos medios, pero ¿de qué medios se habla específicamente? ¿Solo los medios locativos son tomados en cuenta? La experiencia estética, la narrativa y el recorrido son parte fundamental de estos proyectos, por lo que las categorías existentes son tan diversas y se transforman al ritmo de los desarrollos tecnológicos.

A lo largo del estudio se ha develado la diversa gama de medios que pueden formar parte de proyectos y obras en una realidad mixta. En el caso *Art Around You* emergen el medio locativo y el medio de comunicación representado en una red social, es decir el proyecto está estructurado por un sistema de geolocalización y un sistema de circulación en masa. Dentro de ambos sistemas se desarrollan otros elementos como la simulación virtual de un objeto real, la participación lúdica, la transformación de la imagen y la distribución en tiempo real ¿Existe una categoría que abarque todos estos elementos?

Dicho esto, una de las tipologías que toman en cuenta diferentes elementos es la de Cartografías Subjetivas propuesta por San Cornelio (2010), “en la que objetos y personas emiten datos aparentemente descontextualizados que cobran sentido cuando se convierten en mapas personales” (p. 9) es decir que el sentido de la obra o acontecimiento lo dará la representación de un mapa de experiencias. Además de que los proyectos que entran en esta categoría presentan similitudes en el tipo de información, el tipo de contenido, el tipo de interacción propuesta, la narrativa y raíces artísticas y la representación del espacio mediante mapas y fotografías.

Ahora bien, analizando cada uno de estos puntos se podría descubrir si el objeto de estudio planteado en esta investigación corresponde a la categoría de cartografías subjetivas. Principalmente se tiene el tipo de información; para San Cornelio (2010) el tipo informativo dentro de esta categoría se divide en dos temas: personales e históricos. En el proyecto *Art Around You* se visualizan obras del artista Jeff Koons que

datan de la década de los 90', y hacen memoria de las propuestas artísticas que elevaron la banalidad y lo *kitsch* al altar artístico. Hoy en día forman parte del imaginario colectivo y ahora son visibles en diferentes partes del mundo gracias a *Snapchat*, aportando no sólo el tipo histórico sino el contenido audiovisual generado por la interacción que ofrece la red social en cuanto a las etiquetas y distribución de la experiencia.

De esta manera, se cumplen las primeras tres tipologías planteadas, quedando faltantes la narrativa y raíces artísticas, y la representación del espacio a través de mapas y fotografías. La narrativa sugiere los antecedentes artísticos que toman el espacio como elemento importante; el *Land Art*, las intervenciones urbanas y la *performance* son parte esencial. Las experiencias de los espectadores seleccionados con el proyecto de Koons y *Snapchat* dan muestras de la narrativa de intervención urbana, a pesar de que la intervención sea de forma digital, transforman el espacio físico en un espacio híbrido.

Por otra parte, el acto del espectador tanto en la búsqueda como en la interacción misma con la obra se convierte en una suerte de *performance* al intentar enfocarla, rodearla, posarla y realizar cualquier tipo de movimiento a la hora de registrar una fotografía o video con el móvil. De esta manera, solo quedaría la última tipología que abarca la representación del espacio visualizada en mapas y fotografías del espacio recorrido y es aquí donde las experiencias obtenidas no terminan de coincidir con esta categoría.

A pesar de que los registros audiovisuales dejan ver los espacios recorridos y la distancia marcada a medida que el espectador se va acercando a la obra de Koons, no existe un mapeo o cartografía específica que muestre la posición del espectador. Lo más cercano a este proceso es la etiqueta de ubicación que ofrece la aplicación al publicar la fotografía o el video, de tal forma que los seguidores sepan donde se encuentra específicamente.

Quizá no es exactamente a lo que se refiere San Cornelio al mencionar la representación del espacio mediante mapas, tal como se muestra en proyectos como *Can You See Me Now?* elaborado por el colectivo *Blast Theory* y el Laboratorio de Realidad Mixta de la Universidad de Nottingham. Este proyecto lúdico cuestionaba los límites entre los espacios públicos, virtuales e íntimos desde los dispositivos móviles, con el propósito de generar encuentros entre los usuarios en el espacio real y los usuarios que participaban desde el espacio virtual a través de sus dispositivos.

La aplicación fue fabricada mediante un sistema que permitía la interacción y el intercambio de información entre ambos usuarios en tiempo real. De esta manera, el proyecto funcionaba como un juego de 2 equipos, donde un jugador se situaba en la ciudad, con el dispositivo móvil y otro de forma *online* en la apariencia de un avatar, ambos teniendo la ubicación de cada uno. El propósito era que el usuario situado en la

ciudad capturara al jugador *online* a través de las referencias que recibía por medio del Sistema de Posicionamiento Global (*GPS*) en su dispositivo. Cuando se “encontraban” en un radio de cinco metros, el jugador *online* se consideraba capturado y se eliminaba del juego.

Esta propuesta no sólo logró crear nuevas narrativas urbanas y formas de recorrer la ciudad, sino que dejaban un registro de éstas a través de fotografías cambiando por completo la experiencia de cada jugador con el lugar. Si se intenta relacionar este proyecto con *Art Around You* descubriríamos que es forzada la idea de categorizar este proyecto dentro de las cartografías subjetivas propuestas por San Cornelio, no solo por la falla en el registro de mapeo sino que si se analizan los proyectos que la autora clasifica dentro de la categoría todos tratan conceptualmente problemáticas del espacio urbano sin necesidad de usar las redes sociales. Y como se mencionó anteriormente la dinámica de las redes es un factor determinante en la experiencia estética.

Para Prada (comunicación personal, 21 de febrero de 2018) la experiencia que otorga el proyecto de Snapchat no entra en una problematización del espacio físico y su relación con el espacio digital, sino que se quedan en los efectos más simulatorios e hiperreales de esta tecnología. Lo que lleva hacia otro punto clave además del medio locativo inmerso en el proyecto: la simulación como sustitución también planteada por San Cornelio (2012).

Al hablar de Realidad Aumentada es imprescindible mencionar la simulación del objeto o lugar, puesto que uno de los principios básicos de esta tecnología y de todo arte digital, es la simulación de lo físico en datos virtuales. Es por ello que desde que los medios de comunicación en masa comienzan a insertarse en los medios artísticos, la simulación pasa a ser un tema importante en las reflexiones del arte contemporáneo, un elemento estético que en proyectos como *Art Around You* genera reflexiones en cuanto a la experiencia estética ante la presencia de algo intangible pero que al mismo tiempo irrumpe en el espacio físico.

Ante este escenario, donde las obras y acontecimientos artísticos generados en la RA han planteado reflexiones sobre los límites de la presencia y el espectador interactúa con la intangibilidad de la obra en otra realidad ¿cómo se plantean dichos límites? ¿aún existen?

Esta es una interrogante que estuvo presente en las entrevistas con los diferentes expertos en el área y según Ruíz los límites cada vez son más difusos y “la importancia de las *app* como Pokémon Go o Snapchat residen en la capacidad de relacionarnos con lo virtual con la misma disposición que con los objetos físicos, interactuando con éstos y, poco a poco, considerándolos como parte intrínseca de nuestra cotidianidad.” (D, Ruiz, comunicación personal, 16 de marzo de 2018)

Por su parte, Pedro Alzuru confirma la postura al agregar que “compramos, vendemos, asistimos a eventos y muchas otras cosas reales en el ámbito virtual.” (comunicación personal, 16 de marzo de 2018) Lo que para efectos del objeto de estudio resulta verídico debido a que no solo se participa de un acontecimiento artístico en lo virtual como dice Alzuru sino que se lleva a cabo en los espacios públicos de la realidad física y se comparte en tiempo real en el espacio público de las redes sociales. Los límites aún existen y no precisamente en los espacios sino en el paradigma con que se comprende.

No es tan sencillo categorizar estéticamente los proyectos cuya naturaleza responden a diferentes paradigmas sociales y tecnológicos. Y mucho menos cuando tienden a actualizarse rápidamente en el tiempo. Categorizar es sinónimo de clase o tipo, es decir es el acto en el cual se organizan una serie de elementos que cumplen ciertos criterios similares, pero en el caso de proyectos como *Art Around You* y todos los que usan las tecnologías de locación y redes sociales, donde las actualizaciones se realizan aún cuando los usuarios no han terminado de familiarizarse con ellos, quizá no sea pertinente una categorización cerrada sino una aproximación que permita adaptarse a los cambios y actualizaciones que ocurren en las tecnologías y en los comportamientos humanos ante ellas y el espacio público.

San Cornelio (2010) lo expresa diciendo, “ello no significa que el modelo se haya agotado o que no se puedan extraer otro grupo de proyectos, sino que se debe actualizar, ampliando el número de proyectos y su diversidad.” (p. 12) Dicho esto, se plantea a continuación una aproximación que posiblemente puede abarcar todos los sistemas que forman parte del objeto de estudio: sistema de geolocalización (medios locativos y espacio público) y sistema de circulación en masa (redes sociales) y como se mencionó anteriormente, dentro de ambos sistemas se desarrolla la simulación virtual de un objeto real, la participación lúdica, la transformación de la imagen y la distribución en tiempo real.

Para efectos de síntesis ante la gran cantidad de elementos se propone la comprensión de los mismos bajo la mirada de una *estética aumentada en los medios sociales*, donde más que una categoría que encierre los proyectos dentro de una caja con fecha de caducidad sea una aproximación flexible que ayude a comprender las diferentes problemáticas que aborda no solo el arte contemporáneo sino las diferentes áreas que actúan sobre la ciudad, los espacios y las redes sociales, todas siendo parte de un mismo planteamiento estético.

APROXIMACIONES FINALES: LA EXPERIENCIA ESTÉTICA AUMENTADA EN LOS MEDIOS SOCIALES

Mediante las experiencias de los espectadores y las entrevistas con los expertos, aunado a las comparaciones y revisiones con otros proyectos y posturas, se propone una aproximación con la que se pueden abordar los proyectos basados en la realidad aumentada, medios locativos y redes sociales. La propuesta plantea comprender estos

fenómenos artísticos bajo la mirada de una estética aumentada en los medios sociales, pero ¿de qué trata específicamente esta aproximación?

Desde la rama estética se incluyen todas las experiencias generadas a partir de los planteamientos filosóficos del artista, ya sean con la intención de problematizar una situación, crear acontecimientos lúdicos, plantear narrativas o simplemente transformar o transgredir una imagen. Cada situación estética inducida por los proyectos u obras será tomada en cuenta a la hora de comprender su funcionamiento.

En el caso de *Snapchat* y el proyecto *Art Around You* puede que la intención no problematice del todo las posibilidades que trae consigo la RA y solo se concentre en el simulacro aumentado de una obra que sale de la caja blanca para irrumpir el espacio público, pero si existe una suerte de juego en la dinámica que se desarrolla en el espectador al encontrar la obra. Además de las transformaciones subjetivas a las que se somete al ser capturadas por los usuarios.

Por otro lado, cada elemento del proyecto se encuentra aumentado mediante la tecnología de RA, lo que abre las posibilidades para las partes restantes de la aproximación. La realidad aumentada en el objeto de estudio solo es posible a través del dispositivo móvil o gafas virtuales², sin embargo, existen niveles en los que la RA puede desarrollarse que, independientemente de cuáles sean, siguen formando parte de esta aproximación.

Es importante resaltar el hecho de que, a diferencia de los proyectos nombrados a lo largo de este estudio, *Art Around You* es el único que se desarrolla en la plataforma de una red social. Y esta característica quizás es la razón por la que no termine de problematizar una situación compleja, entre comillas, como otros proyectos que buscan impactar a través del Artivismo, o los planteamientos de recorridos urbanos alternos, o la crítica sobre la democratización de los medios como los proyectos de los artistas españoles Díaz y Boj.

En la conversación con Prada, hubo un planteamiento tajante que es importante poner en discusión, pues él plantea que en los escenarios “donde todo parecía estar muy claro, llega el artista y pone algo que genera cierta confusión, es decir, la obra de arte de calidad siempre invita a una experiencia que sea problematizadora.” (J, Prada, entrevista, 21 de febrero de 2018) Entonces, ¿si la obra no problematiza no es de calidad?. Los proyectos que generan el juego o la narrativa por los espacios público no necesariamente generan una confusión en el espectador y muchas veces los proyectos críticos que se basan en el artivismo solo llegan a un público especializado dentro de la esfera del arte contemporáneo.

La gran masa de personas que atrae las redes sociales no conoce las reflexiones de

² Spectacles: gafas que permiten capturar fotos y videos incluyendo todas las funciones de Snapchat.

estos temas, ni mucho menos hacen uso de la RA más allá de lo que fue *Pokemon Go*. La verdadera problematización existe en esta masa de personas, y *Snapchat* es la primera red social que hace uso de esta tecnología para llegar a todos en forma de entretenimiento, sumándose a los dispositivos de realidad mixta de *Google*, *Microsoft*, *Apple* y *Samsung*.

El fenómeno de las redes sociales, más allá del entretenimiento y la banalización de la información, es el resultado de la sociedad de hoy. Además, dentro de sus plataformas se encuentran los conceptos que se han tratado en la estética contemporánea desde hace años. Lo efímero de un post que dura 24 horas, la reproductibilidad de hacer una obra que se *repostea*, *rebloguea* y *retuitea* de una plataforma a otra, la obra abierta, el espectador como coautor, la interacción entre millones de personas, son solo unas de las temáticas que están inmersas en las redes sociales y que el proyecto de *Snapchat* y Koons aprovechan al máximo.

Es preciso destacar que la experiencia recolectada ha demostrado cómo este proyecto transforma los espacios a nivel sensitivo. La sensación es parte esencial de esta investigación y es notable cuando los espectadores expresan los cambios en cuanto a la percepción de esos espacios que ya conocían previamente y que al reconocerlos, recorrerlos y vivirlos en una realidad híbrida, transforma el elemento sensorial del lugar. Además de que dentro de la interacción esté presente la acción de publicar la experiencia, hace de ella algo transferible por medio de la publicación.

Es así como mirar un acontecimiento o proyecto artístico desde una *estética aumentada en los medios sociales* ayuda a comprender no sólo la naturaleza de éstos, sino su funcionamiento e impacto con los usuarios y los espacios públicos. Comenzar las reflexiones de la ciudad híbrida para el ciudadano común desde su cotidianidad en las redes sociales, sea con bases en el entretenimiento o la crítica, es el comienzo para concientizar y abrir caminos a todas las posibilidades que la realidad aumentada puede desarrollar en los espacios físicos y las prácticas artísticas.

CONCLUSIONES

Dentro de los hallazgos encontrados en la investigación existen posibilidades con alto potencial en estos proyectos. *Art Around You*, como lo mencionaba Juan Martín Prada, solo aprovecha los efectos simulatorios de un objeto, pero con las actualizaciones recientes cualquier usuario alrededor del mundo con una cuenta en *Snapchat* puede geolocalizar casi cualquier cosa. En efecto, las expectativas son altísimas y no depende de los artistas específicamente llegar más allá sino del público que ahora tiene acceso a estos proyectos.

La afirmación anterior también hace referencia a otro hecho que se viene desarrollando desde que los proyectos artísticos involucran otras disciplinas, puesto

que ya no solo es el artista que crea y construye la obra o acontecimiento sino un equipo de trabajo multidisciplinario que produce todo el proyecto. Aunque este hecho no sea novedad, lo que sí es relevante es la unificación de diversas profesiones para atender problemáticas que abarquen lo urbano, la estética, lo social y político en un solo proyecto artístico.

Dicho esto, puede que el comienzo de las manifestaciones artísticas en RA dentro del espacio público, con mayor alcance, solo se enfoquen en los efectos simulatorios, pero es precisamente el comienzo de una ola de expresiones que en poco tiempo se vendrán realizando y que explotarán todas las posibilidades de transformación de espacios que se trataron a lo largo de la investigación. El porvenir tiene altas expectativas y los equipos de trabajo artísticos tienen todas las herramientas para cumplirlas.

FUENTES REFERENCIALES

Cura (2012). *Arte hipermoderno. Entre las ruinas de lo simbólico y la emergencia de lo real*. Recuperado 3 de octubre 2016 de <http://www.academica.org/000-072/758.pdf>

Groys (2016). *Arte en flujo: Ensayos sobre la evanescencia del presente*. Recuperado 6 de noviembre de 2017 de <http://www.ramona.org.ar/node/64510>

Herrera (2016). *¿Son las redes sociales el nuevo espacio público?* [mensaje en un blog] Recuperado 11 de noviembre de 2017 de <http://blogs.eltiempo.com/colombiador/2016/04/28/son-las-redes-sociales-el-nuevo-espacio-publico/>

Manovich (2008). *Introduction to info-aesthetics*. Recuperado 5 de octubre de 2016 de <http://manovich.net/content/04-projects/060-introduction-to-info-aesthetics/57-article-2008.pdf>

Prada (2015). *Prácticas artísticas e Internet en la época de las redes sociales*. Editorial AKAL, Colección Arte contemporáneo, Segunda Edición.

Portales, C. (2008). *Entornos multimedia de realidad aumentada en el campo del Arte* [Tesis de maestría] Recuperado 16 de julio de 2015 de http://www.upv.es/laboluz/master/seminario/archivos/thesis/Tesis_CPortales.pdf

Quiroga, A. (2009). *Videoarte: Entre innovaciones, búsqueda y creatividad*. Recuperado 3 de Octubre de 2016 de http://fido.palermo.edu/servicios_dyc/publicacionesdc/vista/detalle_articulo.php?id_libro=136&id_articulo=4606

Ruiz, D. (2011). *La realidad aumentada y su dimensión en el Arte: La obra aumentada*
Recuperado 15 de julio de 2015 de
<http://revistas.um.es/api/article/view/146261/130661>

San Cornelio (2008). *Locative Media y práctica artística: exploraciones sobre el terreno*.
Recuperado 3 de marzo de 2018
de <https://artnodes.uoc.edu/articles/abstract/10.7238/a.v0i8.768/>

San Cornelio (2010). *Mapas, teléfonos móviles y narraciones; posibilidades y estado de la cuestión de los locative media*. Recuperado 12 de marzo de 2018 de
<http://www.raco.cat/index.php/Analisi/article/view/243379/326106>

San Cornelio (2012). *Más allá de la simulación como sustitución: de la realidad mixta a los ego-shots*. Recuperado 12 de marzo de 2018 de
<https://artnodes.uoc.edu/articles/abstract/10.7238/a.v0i12.1626/>