

TFG

PROYECTO INFINITO.

UN PLANTEAMIENTO PLÁSTICO SOBRE EL MEME Y LA ERA DIGITAL

Presentado por Carla del Río Emper

Tutor: Bárbaro Julián Miyares Puig

Facultat de Belles Arts de Sant Carles

Grado en Bellas Artes

Curso 2020-2021



UNIVERSITAT
POLITÈCNICA
DE VALÈNCIA



UNIVERSITAT POLITÈCNICA DE VALÈNCIA
FACULTAT DE BELLES ARTS DE SANT CARLES

RESUMEN

A través del lenguaje pictórico, gráfico y digital indagamos acerca de la relación y las nuevas formas de comunicación que nos proporciona Internet. Nos centramos en el conjunto de sus herramientas: los memes, las imágenes y expresiones generadas en las redes sociales.

Los memes, en especial la categoría *dank*, constituyen en este proyecto la fuente fundamental de contenidos, en tanto que, no sólo propician el análisis de la evolución de las formas comunicativas contemporáneas, sino que además la imagen de eso que Byung-Chul Han denomina *la psique de las generaciones nativas digitales*. En ellos radica también mi interés para analizar su origen, función y naturaleza como imagen *copia en movimiento* y sus efectos sobre el arte. Los contenidos resultantes de este fenómeno han decantado hacia escenas con auras de naturaleza onírica, absurdas y autorreferenciales que hablan de una realidad esperpéntica. Unida a la forma de consumo visual, pierden cada vez más valor visual. Estas cuestiones son mis motivaciones en este TFG, y su contenido es mi objeto de estudio para devolver a la nueva realidad de estas imágenes un valor más allá del consumo.

PALABRAS CLAVE:

Imagen digital, pintura, memes, masificación, apropiación, autorreferencialidad.

ABSTRACT

Through pictorial, graphic and digital language we inquire about the relationship and the new forms of communication that the Internet provides us. We focus on all of its tools: memes, images and expressions generated on social networks.

Memes, especially the dank category, constitute in this project the fundamental source of content, insofar as they not only propitiate the analysis of the evolution of contemporary communicative forms, but also the image of what Byung-Chul Han calls *the psyche of digital native generations*. My interest also lies in them as a way to analyze its origin, function and nature as a *moving copy image* and its effects on art. The contents resulting from this phenomenon have tended towards scenes with dreamlike, absurd and self-referential auras that speak of a grotesque reality. Together with the form of visual consumption, they lose more and more visual value. These ideas are my motivations in this TFG, and its content is my object of study to bring back in the new reality of these images a value beyond consumption.

KEY WORDS:

Digital image, painting, memes, massification, appropriation, self-referentiality.

AGRADECIMIENTOS

Con infinita gratitud a mis padres. Con admiración a Sergio, Lola, Abel, Sara y Pablo, por ser mi inspiración y fuente de debate para este proyecto. Y a Bárbaro Miyares y Javier Claramunt, gracias por guiarme en este proyecto.

ÍNDICE

1. INTRODUCCIÓN

2. OBJETIVOS Y METODOLOGÍA

2.1. OBJETIVO GENERAL

2.2. OBJETIVOS ESPECÍFICOS

3. MARCO CONCEPTUAL

3.1. ORIGEN DEL MEME: LA ESTRUCTURA GENÉTICA DIGITAL

3.2. LAS CONEXIONES ENTRE LA IMAGEN POBRE Y DANK

3.3. NUEVO REALISMO CULTURAL: PARODIA Y SINSENTIDO

3.4. DEMOCRATIZACIÓN DEL ARTE: LA AMENAZA DE LOS NUEVOS MEDIOS

3.5. MEME Y ARTE. APROPIACIÓN Y AUTORREFERENCIALIDAD

4. REFERENTES

4.1. DUCHAMP Y LEVINE. LOS VACÍOS LEGALES DEL ORIGINAL

4.2. ARTE POST-INTERNET

4.2.1. UMAMI: INTERFAZ

4.2.2. CURSEDSHITE

5. OBRA

5.1. PROYECTO INFINITO

5.1.1. *Internet y los espejos*. Serie pictórica

5.1.2. *La mirada del Internet tardío*. Serie de transferencias

5.1.3. *Public Persona*. Serigrafía

6. CONCLUSIONES

7. REFERENCIAS

8. ÍNDICE DE FIGURAS

1. INTRODUCCIÓN

Proyecto infinito: un planteamiento plástico sobre el meme y la era digital, como proyecto de TFG, muestra el conjunto de la investigación y de los trabajos realizados en torno a cuestiones relacionadas con los lenguajes digitales, a través de los que, en algún tramo, hemos estudiado los modos y las formas que han adoptado en relación a las vidas de los sujetos. De cómo nuestras relaciones con las cosas, y sus naturalezas, ha sido sometidas a nuevas dinámicas del mundo de vida, en cuestión de pocas décadas.

Todo ello tiene origen en algo que denomino "el uso antinatural de las redes sociales del siglo XXI". Su impacto nos induce a una fortísima motivación a consumir, compartir, producir y comunicar compulsivamente. Se da un uso de dominación y poder sobre las masas, originado por las compañías y poderes políticos que participan en su desarrollo.

De las redes sociales, como nuevo lenguaje digital y multidisciplinar, nacen los memes en forma de herramienta de expresión de las nuevas generaciones. Destacamos el uso del conjunto de referencias, que se repetirán en adelante en todos los trabajos, con la intención de mostrarlos como *imágenes pobres*¹: imágenes digitales que, ya sea por su pérdida de resolución (resultado de numerosos procesos de subidas, descargas, reediciones y compresiones) o por su carente valor como imagen mercantil, son consideradas como residuales en los vertederos digitales. Su función, aparentemente humorística en sus inicios, retrata una cotidianidad social y doméstica parodiada. Sin embargo, los memes han evolucionado y su proyección comunicativa ha dado lugar a imágenes cada vez más irónicas, cínicas y plagadas de mensajes frívolos sobre temas antes tabú. Me centro en una categoría conocida como dank memes. Se trata de una revelación contra los usos estériles, vacíos y mercantiles que se ejercen sobre Internet. Representan un género de imágenes que no sirven para nada, que no representan nada más allá de lo bizarro, y se apropian del sinsentido como una vía de escape al contenido más popular o viral, consumido de forma masiva.

La era de la depresión y el agotamiento bien podría entenderse como un síntoma de la enfermedad que, en conjunto, nos han producido las *tecnologías de poder*². Las imágenes y textos resultantes en las redes suponen la respuesta

¹ STEYERL, H. (2012). *Los condenados de la pantalla*, p. 33-48.

² BYUNG-CHUL, H. (2014). *Psicopolítica: neoliberalismo y nuevas técnicas de poder*. El término de "tecnologías de poder" se refiere a la propuesta de Foucault en su libro *Vigilar y castigar: nacimiento de la prisión* (1975) sobre la sociedad disciplinaria y del control, recuperada por el autor Byung-Chul Han. Este último establece la relación entre los nuevos mecanismos de control

de la razón y la emoción humana. Estas imágenes muestran escenas con atmósferas de carácter onírico e influenciadas por características de lo dadá, siendo ejemplo el sinsentido, como respuesta a la nueva forma de vida y percepción de esta. Existen paralelismos entre los memes y la vida cotidiana. En ambos el sinsentido converge y actúa en todas las esferas de la civilización, puesto que todo transcurre en bucle, de forma estúpida e infinita. Es así, al menos, como la hemos interpretado en estas imágenes. Destacamos la reproducción de *copias en movimiento*³ de las imágenes en favor a su divulgación, descarga, subida y su consecuente, aun que no intencionada, pérdida de valor.

El modo de consumo capitalista ha influenciado el Internet originalmente creativo, dedicado a la tarea real de comunicar y compartir. Este Internet original se situaba lejos de la compulsividad consumidora a la que induce la publicidad, ya presente en el mundo físico. Lo que queda, lo que los usuarios conscientemente toman, es el residuo de la idealización de la vida que vemos en las redes. La imagen no *mainstream*⁴ es tomada por los dank memes y generaciones actuales. Le dan protagonismo, lo nombran y se apropian para ser dueños de una realidad esperpéntica, en la que los antiguos usuarios—ahora consumidores— se convierten en *proyectos infinitos* de sí mismos.

Así pues, me apropio de estas imágenes dank en las que intervienen signos y una simbología propia de la vida en la era digital. Las combino y me remito con el resultado a una lengua visual y textual, a una nueva forma de comunicación. La era de la información está minada de la producción y consumo masivos de la misma. Esa cualidad de infinitud, reflejada también en las imágenes, la acaba degradando y restando valor la imagen digital. A la cuál busco devolvérselo y dignificarla, trasladando y extendiendo su significado al terreno gráfico y pictórico.

(las nuevas plataformas y tecnologías digitales) y la libertad propia del neoliberalismo como una forma de auto-coacción frente al clásico deber y disciplina que controla las sociedades según Foucault.

³ STEYERL, H. (2012). *Los condenados de la pantalla*, p. 37-39. La autora se refiere al término “copias en movimiento” en relación con las “imágenes pobres” mencionadas en la primera cita. Las define como copias de sí mismas que viajan de forma infinita a través de las distintas plataformas digitales.

⁴ El término “mainstream”, según el Cambridge Dictionary, se refiere en este contexto a la forma de vida o el conjunto de creencias aceptadas por una mayoría de personas. Recuperado de: <https://dictionary.cambridge.org/es/diccionario/ingles/mainstream>

2. OBJETIVOS Y METODOLOGÍA

2.1. OBJETIVO GENERAL

-Realizar un conjunto de obras pictóricas y gráficas que aborden, mediante la apropiación de contenidos e imágenes, propias de la cultura del meme y la imagen dank, la influencia de los medios digitales sobre nuestra renovada percepción y recepción de las imágenes.

Como hemos destacado, el consumo de estas imágenes educa al usuario tecnológico que las infravalora, dada la masificación de contenido que encontramos en Internet. Contenidos que se consumen durante escasos minutos, o incluso segundos, para después ser olvidado para siempre. Este aspecto, es tenido en cuenta en mi trabajo, y me sirve para convertir las imágenes en residuos del mundo digital y que traslado a la producción artística con el objetivo de representar el mundo contemporáneo, no sólo acerca de las consecuencias del modelo de consumo neoliberal sobre la imagen, sino también acerca de las vidas de las generaciones que experimentan y transitan el mundo digital. Es por ello, que tomo como punto de partida uno de los contenidos gráficos más populares y llenos de elementos a analizar de las redes, a nivel artístico y social; los memes.

2.2. OBJETIVOS ESPECÍFICOS

-Analizar paralelismos y vínculos relacionados con anteriores movimientos y tendencias artísticas como son el Apropiaционismo, el Dadaísmo y el Nuevo Realismo—que ha retratado una época marcada por la economía y consumos capitalistas en la medida que las imágenes meme señalan una crítica a la realidad social.

-Utilizar la composición de las imágenes memes, la pintura, la apropiación de imágenes cotidianas y de los nuevos medios digitales, como recursos que nos permitan evocar y evidenciar conceptos como el de "copias en movimiento" o la representación del "contenido plagado de numerosas referencias a Internet".

-Representar las características del meme, en tono irónico, para retratar las generaciones actuales. Además de su nueva percepción y consumo visuales.

-Indagar acerca de la cultura internauta y del impacto psicológico y emocional que el individuo origina respecto al resto.

-Indagar, y reflejar, hasta qué punto la imagen digital se degrada, y de cómo ocurre algo similar con la información consumida por los usuarios.

-Interpretar, y apropiarnos de imágenes *dank memes*, residuos de Internet, mediante la utilización de un soporte físico.

3. MARCO CONCEPTUAL

3.1. ORIGEN DEL MEME: LA ESTRUCTURA GENÉTICA DIGITAL

El término *meme*⁵ aparece por primera vez en el libro *El gen egoísta: las bases biológicas de nuestra conducta*, del científico Richard Dawkins, en el que desarrolla y defiende la teoría de la evolución de las especies desde la autosuficiencia de los genes y no del individuo. Para Dawkins este gen egoísta supone la pieza fundamental en el proceso de la evolución, teniendo en cuenta al gen como la información que hereda la especie. Y el adjetivo “egoísta” como metáfora de la propia capacidad de dicho gen para adaptarse y sobrevivir en nuevos entornos o, en otras palabras, nuevos organismos. Me centro en estos aspectos de su obra puesto que se establece una estrecha relación entre el uso que Dawkins le dio al término meme y cómo lo entendemos en relación con Internet hoy en día.

A nivel etimológico, la raíz del término meme lo encontramos en la palabra griega mimema, "cosa que es imitada", que a su vez procede de mimesis, imitación. Para el autor se establece una relación con la información cultural que los individuos heredan generación tras generación. Y en su tesis introduce el meme como una palabra que hace referencia a la mimesis y la memoria. A pesar de que Dawkins no lo pretendiese, casi predijo la función y los efectos de uno de los mayores fenómenos de la era digital. La cara más popular de este término se refiere a cualquier tipo de contenido compuesto por imágenes y texto, fijas o en movimiento. Es generado en tono humorístico y parodiado de la realidad cultural, y constituye uno de los contenidos más compartidos en Internet. Este término fácilmente puede actuar, como Dawkins teorizó en 1977, pues es evidente que la imitación también actúa como *la copia en movimiento*⁶

⁵ DAWKINS, R. (1976) *El gen egoísta: las bases biológicas de nuestra conducta*, p. 217-218. El término “meme” aparece por vez primera en el siguiente párrafo del autor: “Pienso que un nuevo tipo de replicador ha surgido recientemente en este mismo planeta. (...) Es el nuevo caldo de la cultura humana. Necesitamos un nombre para el nuevo replicador, un sustantivo que conlleve la idea de una unidad de transmisión cultural, o una unidad de “imitación”. <<Mímeme>> se deriva de una apropiada raíz griega, pero deseo un monosílabo que suene algo parecido a <<gen>>. Espero que mis amigos clasicistas me perdonen si abrevio mímeme y lo dejo en “meme”.”

⁶ STEYERL, H. (2012). *Los condenados de la pantalla*, p. 33-48.

reproducida, masificada y quemada en distintos formatos digitales. Son términos que, en conjunto, suponen elementos definitorios de esta unión de imágenes y texto, y, de algún modo, forman parte de su *estructura genética digital*⁷. El meme puede ser entendido como una manifestación de culturas heredadas que simula las propiedades evolutivas de los genes en los organismos. Solo que estas se traducen al terreno del mundo digital.

3.2. LAS CONEXIONES ENTRE LA IMAGEN POBRE Y DANK



(Fig. 1). @weonactm (Instagram): *saluden a rafa*. (meme). 5 de enero de 2021.

Cuando consumo el tipo de imagen en el que se han convertido los memes, aquellos que han evolucionado a lo dank—término o categoría de memes que se utiliza para indicar su situación de imagen mainstream. Representa una crítica al uso mercantil y prefabricado de los contenidos de Internet. Busca una estética fuera de lo común, y, al mismo tiempo, no comunicar como método de resistencia a dichos usos de las redes sociales⁸—recuerdo la *imagen pobre*⁹ de Hito Steryerl. Los cambios en la forma de percibir la imagen luz de Internet, que ya anticipaba en la introducción, se gestan en la metodología de consumo neoliberal. Del mismo modo que en esta se origina también la evolución cultural en todos sus aspectos. El meme supone una herencia cultural—concepto del cuál hablaremos más adelante—, una experiencia universal que se somete a una economía de imágenes consumibles. Para Steryerl es el cine experimental, de ensayo, videoarte u obras maestras antiguas las que pasan por un proceso de conversión hacia la degradación visual, resultante de numerosos procesos de reediciones, subidas y descargas entre otros usos. Pero esas imágenes de las que venimos hablando, en las que aparecen personajes bizarros, aun que, parecidos a nuestros entornos, y que interpretan escenas de una comicidad turbia—que inducen a la risa reprimida por la extraña aura de decadencia en las imágenes o por la barrera generacional—, han sido utilizadas y degradadas de la misma forma que la imagen pobre de Steryerl.

Debemos señalar una clara jerarquía visual de las imágenes, tanto de fotografías como de vídeos que se consumen en las resdes. Tal jerarquía se basa en su valor visual: su nitidez y su resolución.

⁷ En este contexto utilizo el término “estructura genética digital” para referirme al meme de Internet como un organismo que contiene su propia información y genealogía cultural, ya que evoluciona gracias a los distintos procesos de edición y difusión, manteniendo una memoria sobre su origen cultural. Propongo con ello la idea de que un meme de Internet funciona como el gen meme de Dawkins.

⁸ LLORETA, A. (2019). *Los «dank memes»: la reacción a una Internet invivible* [Magazine] CCCBLAB. Investigación e Innovación en Cultura. Recuperado de <http://lab.cccb.org/es/los-dank-memes-la-reaccion-a-una-internet-invivible/> [20/12/2020]

⁹ STEYERL, H. (2012). *Los condenados de la pantalla*, p. 33-48.



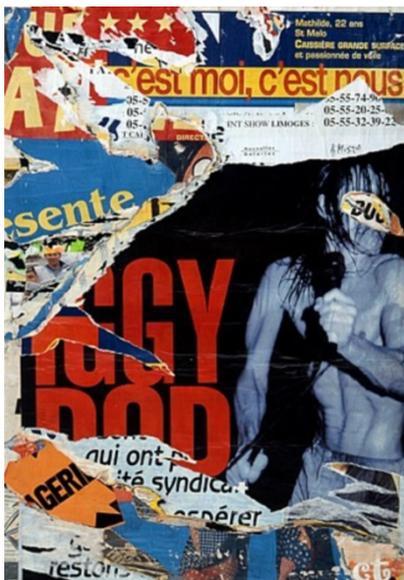
(Fig. 2). @groyp_9000 (Tiktok): *History teachers explaining why the good guys win every major conflict in human history*. (vídeo). 8 de febrero de 2021.

Las imágenes pobres—las olvidadas—, son aquellas que desaparecen del *feed* tras unos días, y como mucho, las causantes de un repositorio efímero que amaga la risa. Las imágenes pobres son creadas por y para generaciones que no han vivido el cambio del blanco y negro al color, ni tampoco se han relacionado con los formatos únicos ni con los contenidos difícilmente pirateados. El formato del DVD es el estándar más utilizado para la reproducción y copias perfectas de contenido audiovisual, se trata de un formato que casi está desapareciendo de este imaginario generacional. Ello se debe a los constantes avances de las nuevas herramientas tecnológicas, que nos sitúan en un proceso de cambio de la naturaleza de la imagen—nuevas resoluciones: procesos de consumo digital—. Existe una jerarquización visual en la que el meme *dank* supone un deshecho de las redes, un resultado de las numerosas conexiones que nos ofrecen para compartir, testimonios anónimos de la universalidad de la experiencia humana. Una experiencia que representa una crítica en sí misma en contraposición a las imágenes o contenidos del tipo “influencers”, que alcanzan visualizaciones masivas en las redes sociales. A pesar de que ambas tipologías de imágenes han pasado por un primer filtro de degradación —la primera ha sido subida a una red social, como, por ejemplo, Instagram—, nos encontramos con dos maneras de entender el valor de la imagen digital de nuestro tiempo.

3.3. NUEVO REALISMO CULTURAL: PARODIA Y SINSENTIDO

Tanto el meme, en su origen, como el actual y su género *dank*, comparten dos líneas argumentativas: la realidad cultural y el sinsentido. Ambas conviven para crear escenas con auras surrealistas, aun que familiares y cercanas a nuestra experiencia cotidiana. Volvemos a la idea del meme como *herencia cultural* pues son contenidos que, en la práctica, hablan sobre la vida. En 1960 surgió el Nuevo Realismo y fue definido por Pierre Restany como un *nuevo enfoque perceptivo de la realidad*¹⁰. Este movimiento señalaba los defectos sociales a través de una metodología objetiva, tomando imágenes residuo del modo de vida capitalista y sus herramientas mediáticas para recrear la vida cotidiana. Lo objetivamente real toma el protagonismo recurriendo a la apropiación de imágenes que se pueden considerar *mainstream* de aquel momento. Se trata de devolver valor a lo real, a las carencias sociopolíticas y llevar a cabo una insurrección artística contra el capitalismo.

Si agrupamos todas estas características, observamos un vínculo metodológico y temático con las imágenes *dank*, pues en la realidad más cotidiana—casi absurda— se encuentra el interés de representación de estos memes, que se transmiten entre los usuarios nativos digitales. La vida en sí es un meme—



(Fig. 3). Jacques Villeglé: *IGGY POP* – *Limoges*, 1999. Decollage, 166 x 81 cm.

¹⁰ RESTANY, P. (1960). *Primer manifiesto del nuevo realismo*.



(Fig. 4). @cursedshite (Instagram): Cool. (meme). 4 de enero de 2021.

recordemos la definición de Dawkins, que se refiere a la imitación y la memoria—, una repetición de prácticas culturales, cotidianas y vivenciales, influenciadas por la globalización capitalista, que se transmiten entre generaciones. ¿No supone la transmisión y preservación de estas prácticas y memorias una *herencia cultural*?

“No los límites sino los enlaces y conexiones organizan el hiperespacio de la cultura.

El proceso de globalización, acelerado a través de las nuevas tecnologías, elimina la distancia en el espacio cultural. (...). El proceso de globalización tiene un efecto acumulativo y genera densidad. Los contenidos culturales heterogéneos se amontonan unos con otros. (...) se superponen y se atraviesan.”¹¹

Teniendo esto en cuenta, podemos visualizar estas *copias en movimiento* constante como una manifestación, también cultural, que va más allá del simple humor. El *nuevo realismo cultural* aparece mediante la apropiación descontrolada de imágenes *mainstream*, deshechos de las redes sociales, o, en otras palabras: los nuevos medios de comunicación masivos. Retratan problemáticas sociales, políticas o económicas. Cuestionan la educación, el sistema económico neoliberal, la futilidad de todo contenido generado y olvidado en Internet, y viven atemporalmente en plataformas digitales en forma de archivos que no volverán a revisarse. La acumulación y masificación de estos contenidos *dank* supone el equivalente a un *assemblage conceptual* que retoma la vía artística de representación del Nuevo Realismo. La accesibilidad y democratización de los memes apropiados nos puede llevar a valorar el surgimiento de una nueva figura de artista digital inconsciente.

En cuanto a la segunda línea argumentativa—el sinsentido— se debe al uso de los temas controversiales aparecidos en el contenido *dank*. Como hemos mencionado en el párrafo anterior, la apropiación y generación de nuevos memes propician nuevos puntos de vista, nuevas críticas en forma de parodia. Pongamos por ejemplo una publicación que descontextualiza una entrevista de 1989 a uno de los personajes más controversiales de los siglos XX y XXI. Aparece Charles Manson realizando su famosa danza mientras dice: *“I’m brand new. Everything I do is brand new.”¹²*. Años después una usuaria de Instagram se apropia de esas imágenes, introduce una canción e intercala su imitación de Manson y el vídeo original. Lo parodia con una performance, descontextualiza

¹¹ BYUNG-CHUL, H. (2018). *Hiperculturalidad*, p. 22.

¹² La cita es extraída de la entrevista *Inside story* a Charles Manson. Realizada por Channel 7 en Miami el 2 de julio de 1989. Recuperado de: <https://www.youtube.com/watch?v=AwkQePbO1DA> [03/02/2021]



(Fig. 5). @l_macaco_wonka_l [repost en Instagram]. @pantograma (Tiktok): *no me parezco a nadie pero quería participar, tardé mucho en hacerlo no lo dejen morir.* 8 de febrero de 2020.

la naturaleza de esa entrevista. Genera un meme que desmitifica al personaje para crear un vídeo que demuestra la actitud de una comunidad de usuarios que *considera la vida moderna absurda y que ninguna moral tiene demasiado sentido*¹³. La usuaria crea desde un ready-made digital un contenido *brand new*.

El sinsentido en lo *dank* transcurre, de algún modo, en la lógica de la filosofía del absurdo¹⁴ descrita por Camus—la realidad y los eventos que suceden en esta carecen de razón, por lo que se le hace frente en los mismos marcos de esa sinrazón—. El sinsentido inherente al mundo es apropiado por los dadaístas en sus obras. La razón para que hoy este vuelva a ser apropiado son las frustraciones de las generaciones nativas digitales. La imposibilidad o las dificultades económicas para poder desarrollarse, ser autosuficientes y tener capacidad adquisitiva se reflejan en un humor caótico.

*“Se trata solamente de ser fiel a la regla del combate (...). No se niega la guerra. Hay que morir o vivir de ella. Lo mismo sucede con lo absurdo: se trata de respirar con él, de reconocer sus lecciones y de volver a encontrar su carne. A este respecto, el goce absurdo por excelencia es la creación. “El arte y nada más que el arte—dice Nietzsche—. Tenemos al arte para no morir de la verdad.””*¹⁵

3.4. DEMOCRATIZACIÓN DEL ARTE: LA AMENAZA DE LOS NUEVOS MEDIOS

Baudelaire afirmó en 1859 que la fotografía debía servir a las artes y las ciencias, abstenerse a tener un rol activo que la dotase de un lenguaje y narrativa propias, tales como las que poseían las disciplinas artísticas tradicionales. Pintura, escultura y arquitectura fueron durante muchos años reconocidas académicamente como las artes liberales, es decir, unas artes que representaban un ejercicio intelectual frente a las artes mecánicas—asociadas a una actividad física meramente automática y sin discurso. Ante la aparición de la fotografía, esta pasó a ser parte de ellas—. El objetivo de la diferenciación, como ha ocurrido con prácticamente todas las nuevas corrientes en la historia del arte, era perpetuar una jerarquización que situase el verdadero arte por encima de los nuevos avances técnicos y discursivos que surgen.

En el contexto actual, relegar las artes mecánicas se refiere a un cálculo digital que se crea de forma automática, y que aparentemente prescinde de la

¹³ AROESTI, R. (2019). “Horribly absurd”: how did millennial comedy get so surreal? [Diario]. The Guardian. Recuperado de: https://www.theguardian.com/tv-and-radio/2019/aug/13/how-did-millennial-comedy-get-so-surreal?mc_cid=1d694bdd2d&mc_eid=87980c2baa [25/01/2021]

¹⁴ CAMUS, A. (1942). *El mito de Sísifo*.

¹⁵ *Íbid.*, p. 47.

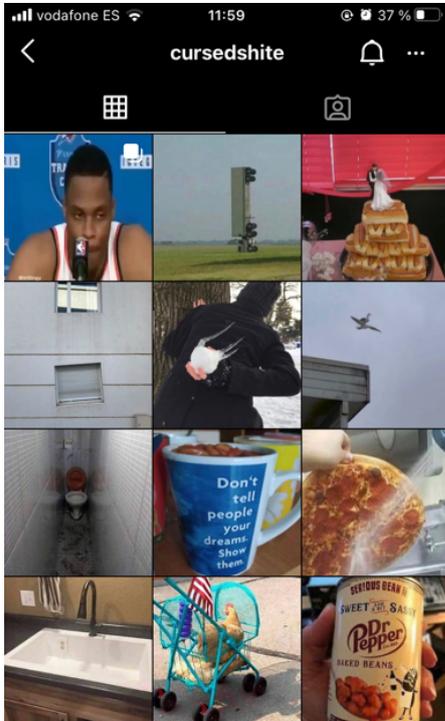
sensibilidad humana. El componente humano, la intuición y la mano están reservadas para los medios convencionales que, relativamente hasta hace poco, han sido considerados superiores por las élites del arte. La insistencia por mantener esta perspectiva de valores tradicionales en el sistema del arte supone un reflejo de la sociedad de clases. Encontramos la explicación en el hecho de que las artes mecánicas tienen una característica que se opone a la cualidad de obra única de las artes liberales: la reproducibilidad, la desaparición del original. Los avances mecánicos en el quehacer artístico conllevan la creación de numerosas copias que facilitan la accesibilidad a la pieza. A pesar del surgimiento de vertientes que negasen el valor del objeto creado como uno independiente del mundo para ser artístico—Dadaísmo, Minimal Art, Pop Art, Arte conceptual, Performance o Land Art—tanto el mercado como las élites del arte han engullido y adaptado las nuevas técnicas y procedimientos que buscaban un arte más democrático y cuya retórica no se limita a su naturaleza, si no a su coexistencia con el mundo que lo rodea. No ha sido hasta la intervención de las artes mecánicas—digitales—e Internet que se han creado nuevas plataformas de acceso y participación eficientes de obras que dejan atrás el mito de un arte divino y reservado para pocos. Ello nos lleva a observar una retroalimentación entre la política y el arte que se dicta según los avances tecnológicos y sociales.

“El artista “libre” que se emancipó en el Renacimiento del trabajo manual “mecánico”, no se ha liberado realmente de su mecenazgo aristocrático. Su arte sirve en lo fundamental al enaltecimiento de la clase dominante. El lugar de la Iglesia y la nobleza, de obispos y príncipes, lo ocupan hoy consorcios, sociedades anónimas y consejos de administración. (...). El auge del media art y su lucha por el reconocimiento refleja el ascenso de los trabajadores, de la clase de los siervos y su lucha por el reconocimiento político.”¹⁶

(Fig. 6). André Malraux: *Imaginaire Musée*, 1947. (Fotografía). Conjunto de láminas sobre suelo.



¹⁶ WEIBEL, P. (2013). *La condición postmedial*. I-VII.



(Fig. 7). Captura de pantalla del perfil de @cursedshite. (Instagram).

¿Dónde queda la figura del artista en la era digital? En la cita anterior se menciona una realidad sobre el reconocimiento del artista: la idealización del creador—el apoyo de las sociedades y administraciones representativas del arte—sigue representando una lacra para el ámbito laboral artístico. El hecho de que aparezcan nuevas plataformas de acceso y consumo del trabajo de los artistas conlleva que el filtro por el que debían pasar, esto es el proceso de selección de las galerías, marchantes e instituciones, pase a un segundo plano en el abanico de posibilidades de visibilidad del creativo. Esta es una nueva forma de democratizar el acceso al arte, también para el artista que puede encontrar en Internet un oasis independiente a la burocracia elitista de las instituciones. Al mismo tiempo, y debido a su uso mercantilista, influenciado por el capitalismo, supone un arma de doble filo que aboca al arte a la condición de producto para los usuarios.

El meme nació como un medio que encarnaba un diálogo intelectual con el usuario a través de lo mecánico. Se señala en un *tiempo actual y espacio cibernético*¹⁷ una realidad vista desde la perspectiva de su creador. Hoy en día ese diálogo persiste más popular que nunca, comparte—en ocasiones—una realidad universal. El hecho de reconocer esa realidad cultural lo convierte en una creación que participa y que deja que el mundo participe de él. Estas imágenes no dependen de un órgano que dictamine su calidad, ni como realidad más allá del público usuario y de los propios creadores. Supongamos que la barrera vigilante de la élite del arte desaparece, y nos deja un lenguaje visual emitido desde creación y artista al público participativo ¿No es ese uno de los objetivos de la democratización del arte?

3.5. MEME Y ARTE. APROPIACIÓN Y AUTORREFERENCIALIDAD

El arte posmoderno, en palabras de Sandra Altamirano en su artículo <<Apropiacionismo: el arte de apropiarse del arte.>>, combina lo antiguo y lo nuevo, es ahí donde radica su carácter¹⁸, tomando elementos propios de la cultura popular. Para ello el apropiacionismo es clave en tanto que presenta ser un *método para reciclar, imitar y adoptar aspectos de la cultura visual artificial*¹⁹. Con la aparición del apropiacionismo en el arte a finales de los años 70 y 80 se

¹⁷ VALDÉS, J. (2019). <<Los memes>>: *El nuevo arte conceptual del pueblo*. [Diario]. Cine y literatura. El primer diario digital de crítica cultural en Sudamérica. Recuperado de: <https://www.cineyliteratura.cl/los-memes-el-nuevo-arte-conceptual-del-pueblo/> [06/02/2021]

¹⁸ ALTAMIRANO, S. (2013). <<Apropiacionismo, el arte de apropiarse del arte.>>. [Magazine]. Moove Magazine Recuperado de: <https://moovemag.com/2012/11/apropiacionismo-el-arte-de-apropiarse-del-arte/> [13/03/2021]

¹⁹ ¿Qué es el apropiacionismo? S.f. [Galería]. Kunz Gallery. Glosario. Recuperado de: <https://www.kunzt.gallery/ES/glosario/qu-es-el-apropiacionismo/> [20/02/2021]



(Fig. 8). Barbara Kruger: *Sin título (compro, luego existo)*, 1989. Serigrafía fotográfica sobre vinilo, 284,5 x 284,5 cm.

comenzó a adoptar la estética de los mass media de la época, además de que estaban influenciados por los collages, ready-mades dadaístas y la apropiación de imágenes icónicas en el Pop Art. Todo ello nos ha llevado a la actualidad, en la que son las redes sociales y los contenidos que se difunden dentro de estas la cultura visual digital.

Una de las pretensiones del artista apropiacionista consistía en no renunciar a la originalidad de la pieza, sino renunciar a que lo original se conforme únicamente por lo novedoso. Es decir, artistas como Barbara Kruger pretendían adaptar referencias preexistentes para que se autorreferenciasen, se cuestionasen y tergiversasen. Las imágenes deshecho de los grandes medios tenían un valor cultural que los artistas aprovechaban para liberarlas de unas connotaciones políticas, para después abrazar otras mediante su intervención.

“El shock producido por la imagen publicitaria impide la distancia crítica (...). Pero la posibilidad de un punto de vista retorna, al menos mediante el juego del desplazamiento y la metáfora.”²⁰

Es decir, la tendencia apropiacionista es reflexiva en cuánto a que abre una vía de reproducción de imágenes procedentes de los *media* en el arte. Trabajan un proceso cuyo objetivo es la crítica de la representación y concepción de unas imágenes a partir de otras²¹. De algún modo esto es importante en nuestro trabajo debido a que los nuevos media los identificamos en las plataformas sociales de Internet, y ello nos plantea que—como afirmó Germano Gelant en los años 80, el mundo es percibido por los procesos de los grandes medios, que someten toda imagen a su reproducción²²—sus imágenes son las representaciones por las cuáles percibimos actualmente la realidad.



(Fig. 9). @spicydeepfriedmemesv3 (Instagram): *Good.* (meme). 19 de enero de 2021. Gráfico de la caída de acciones de GrubHub tras el mal recibimiento de su nuevo anuncio.

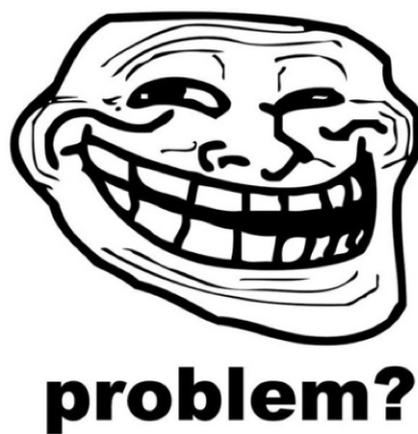
La autorreferencialidad en el meme entra en juego como esa práctica de desplazamiento que genera un punto de vista nuevo desde una imagen ya existente. Estas imágenes constituyen un metalenguaje debido a que la cultura digital cuenta con unos signos visuales—del mismo modo que ocurre con la publicidad de los grandes medios tradicionales—propician un nuevo espacio de diálogo para los usuarios. En este se da una nueva recepción de la información que suscitan las imágenes, que hace capaces a los nativos y no nativos digitales de saber identificar la naturaleza de estas y, posteriormente, hablar sobre la misma. Debemos entender pues la autorreferencialidad y la referencialidad como características de los memes actuales, que son constantemente arrancados de un contexto para trasladarse a otro—algunas veces influenciado

²⁰ CHÉVRIER, J y DAVID, C. <<La actualidad de la imagen, entre las Bellas Artes y los medios de comunicación>>. En *Documenta*. Documents, Kassel. (1996).

²¹ GUASCH, A. (2000). *El arte último del siglo XX. Del posminimalismo a lo multicultural*, p. 341.

²² *Ibid.*, p. 342.

por otros memes, una crítica política, cotidiana o simplemente por el absurdo parodiante, propio del humor de las nuevas generaciones—. Los usos del meme mutan cuando son intervenidos por distintas herramientas tecnológicas; la adición de texto, la reconstrucción del texto ya presente en la imagen, la fusión o adhesión de otro meme y la conversión a un vídeo con audio. Estos son ejemplos de cómo las posibilidades técnicas nos colocan en un nuevo espacio de creación y recreación que desafía los límites de la apropiación, la referencialidad y la autorreferencialidad de las imágenes. La diferencia entre el trabajo de Kruger, Toscani o Warhol con los memes es que, mientras el diálogo de estos es reflexivo y finito con el público, el espacio en el que se dialoga con el meme es *sensorial, retroactivo y no-lineal*²³, en el que *lo virtual se hibrida con lo real*²⁴.



(Fig. 10). Carlos Ramírez: Meme trollface original, (2008). Digital.



(Fig. 11). @spicydeepfriedmemesv3 (Instagram): Oh. (meme). 1 de febrero de 2021. Apropiación de trollface a tira de humor negro, descontextualización de la naturaleza original de la imagen de Carlos Ramírez.

²³ CASTRO FLÓREZ, F. (2015). *Mierda y catástrofe. Síndromes culturales del arte contemporáneo*, p. 57.

²⁴ *Íbid.*, p. 95.

4. REFERENTES

Para el desarrollo de nuestra investigación y el conjunto de los trabajos, hemos tomado como referentes no sólo autores de las esferas literarias y artísticas, sino también creadores del ámbito digital, que de algún modo justifican las relaciones y evolución de las imágenes tanto en el arte como en los memes, como, por ejemplo: Sherrie Levine, Marcel Duchamp, Umami o Cursedshite.

4.1. DUCHAMP Y LEVINE. LOS VACÍOS LEGALES DEL ORIGINAL.

Como hemos destacado, la apropiación y el uso de material digital ready-made son ya inherentes a la forma en la que se manipulan los contenidos de la red. Marcel Duchamp es, consecuentemente, el precursor artístico que sentó las bases del apropiacionismo y la desvinculación entre objeto y valor artístico que hoy se aplican también sobre estos.

“Cada cincuenta años El Greco se revisa y adapta al gusto del día, (...). Esto ocurre por igual con todas las obras que sobreviven. Y esto me lleva a decir que una obra está hecha completamente por aquellos que la miran o la leen y la hacen sobrevivir por sus aclamaciones o incluso por su condena.”²⁵

Su obra *L. H. O. O. Q.* es un buen ejemplo de meme, de mostrar—por su intervención—que la posteridad de una imagen está sujeta a las transformaciones públicas²⁶. Las nuevas herramientas nos hacen entender, más que en siglos anteriores, que toda imagen es un dominio público que podemos tocar, a pesar de las connotaciones que posea. Duchamp fue el primero de entender como un derecho público el hacer de un mito artístico—*La Gioconda*—una parodización que cambió la forma en la que se percibe su posteridad.

La idea de la apropiación de imágenes conlleva el cuestionamiento de su autoría y el valor de lo original. Sherrie Levine, artista del apropiacionismo de los años 70 y 80, comparte con Duchamp la idea de que una obra se hace en su proceso de recepción. En sus trabajos se apropia de grandes artistas del s. XX y lleva a cabo una crítica—en clave feminista—sobre el concepto de la genialidad y el carácter paternalista en las estructuras que sustentan los medios de difusión y consumo de arte²⁷. En *After Walker Evans*, una serie de fotografías hechas



(Fig. 12). Marcel Duchamp: *L.H.O.O.Q.* 1919. Ready-made con lápiz sobre lámina de la obra *La Gioconda* de Leonardo da Vinci, 61,5 x 49,5 cm.

²⁵ DUCHAMP, M. (2010). *Cartas sobre el arte: 1916 – 1956*, p. 57-58.

²⁶ *Ibid.*, p. 63.

²⁷ *Introducción al arte de apropiación y obra de Sherrie Levine*. (2013). [Artículo]. Arte de apropiación. Análisis de artistas apropiacionistas. Recuperado de:

directamente sobre la serie original de Evans expone en 1980 en Metro Pictures, en Nueva York, como una obra puede adoptar nuevas respuestas y lecturas autorreferenciales. Esto se da a través de una apropiación directa, intervenida conceptualmente, y que parte de la premisa de que “una imagen no es sustituta de nada”²⁸.

(Fig. 13). Sherrie Levine: *After Alexander Rodchenko no. 3*, 1987. Impresión en gelatina de plata de *Young Pioneer (Joven Pionero)* de Alexander Rodchenko, 25,7 x 20,3 cm.



(Fig. 14). Sherrie Levine: *After Walker Evans: positive #19*, 1990. Impresión en gelatina de plata de *Negro Church, South Carolina* (1936), 48,5 x 38,5 cm.



En este sentido podemos también relacionar esta forma de crear con la manera en la que cada día nacen o se renuevan los memes de internet: funcionan como las imágenes que un día fueron mitos populares del arte. En el caso del meme el “mito” se origina en lo cotidiano en las redes. Se toman imágenes cuyo origen es completamente anónimo o mediático, independientemente de esto, son materiales de acceso público a los que se les desmitifica constantemente. Tanto la metodología de apropiación satírica de Duchamp como la reflexión sobre las imágenes originales que plantea Levine son características que pretendemos abordar en las imágenes empleadas en las obras—ya sean como referencias estéticas o transferidas directamente sobre el soporte—.

<https://b1mod.wordpress.com/2013/04/13/inicios-del-arte-de-apropiacion-y-obra-de-sherrie-levine/> [13/04/2021]

²⁸ Esta cita contiene referencias al texto que acompañó la serie de fotografías *After Walker Evans* en la exposición *First and last*. En la galería Metro Pictures, Nueva York. (1980).

4.2. ARTE POST-INTERNET

Es indudable que desde la aparición de Internet en 1983 prácticamente toda producción artística actual es post-Internet. *Incluso la pintura más tradicional es post-Internet, debido a que es leída con otros ojos y en un contexto radicalmente diferente a la era anterior a Internet*²⁹. Juan Martín Prada afirmó sobre el arte post-Internet que, a pesar de las distintas vías técnicas en las que se manifestaban las nuevas creaciones—independientemente de que fuesen plásticas o digitales—, abordan la relación humana con la red, sus conexiones y efectos sobre la sociedad, denominando así esta nueva dialéctica artística como “*poéticas de la conectividad*”³⁰.

Son numerosas las estéticas en las que se puede encontrar esta ola del NetArt debido a que, como propusimos en párrafos anteriores, la cualidad de infinitud de los contenidos e información que circulan por la red influyen, consecuentemente, sobre las posibilidades creativas. Se presenta, por lo tanto, un momento histórico en el arte. En el que los protagonistas no son los materiales o las herramientas, sino la aparición de una *nueva máquina social*³¹. En dicha máquina social radica nuestro objeto a representar en las obras.

4.3.1. Umami: Interfaz.

Justin Tomchuk, mejor conocido como Umami, es un artista canadiense cuyos vídeos animados llevan a cabo una reflexión sobre el modo de vida después de las nuevas tecnologías y la inteligencia artificial. Representa diálogos y escenas turbias, de índole satírica, en las que aparecen personajes o elementos míticos de la cultura popular y el capitalismo—como Mark Zuckerberg, Ronald McDonald, Thomas el tren o la sopa Campbell’s—. Podemos ubicar a Umami como un creativo de arte *low-fi*³², este se refiere a toda una estética experimental, originada por el estilo musical “low-fi”: de baja fidelidad y medios. En contraposición a lo detallado y de alta calidad que proporcionan los avances de

²⁹ ROMANO, G. (2016). *Hello World. Arte en un contexto post-Internet*, p. 43.

³⁰ MARTÍN PRADA, J. (2017). <<*Sobre el arte post-Internet*>> [Revista]. Revista Aureus. Recuperado de: https://www.juanmartinprada.net/imagenes/martin_prada_sobre_el_arte_postinternet.pdf [20/03/2021]

³¹ *Íbid.*, p. 44.

³² El término “low-fi” se refiere, según el Cambridge Dictionary, a la abreviación para baja fidelidad: la producción por medio de equipo electrónico de sonido de baja calidad y que contiene sonidos que no deberían estar ahí. Recuperado de: <https://dictionary.cambridge.org/dictionary/english/low-fi>

las herramientas tecnológicas³³. Basado en la *tendencia DIY (Do It Yourself)*³⁴, busca el valor en las creaciones de bajo coste en favor al alcance de la idea, de democratizar lo creado.

Nos centramos en su serie web *Interface* que produce desde 2018. Este proyecto de carácter surrealista representa la historia de Mischief y Henryk, que toma como punto de partida una de las teorías conspirativas más prevalentes de la actualidad: *el experimento de Filadelfia*³⁵. Por medio de la narrativa de una realidad distópica, en la que los avances tecnológicos y la inteligencia artificial acaban por gobernar a la humanidad. Realiza una reflexión en la que, simbólicamente, muestra unas hipotéticas consecuencias sobre el abuso de las tecnologías de poder.

(Fig. 15). Captura de fotograma de *Interface*, (Ep. 08: *Los ojos vigilantes*). Emitido en 2019.



³³ GUTIÉRREZ, K. S. f. <<LO-FI: Arte con tecnología obsoleta.>>. [Revista]. Revista Cactus. Recuperado de: <https://www.revistacactus.com/lo-fi-arte-con-tecnologia-obsoleta/> [24/04/2021]

³⁴ DIY o do-it-yourself es un término que, según el Cambridge Dictionary, se refiere a la actividad de hacer o crear sin pagar a nadie más para ello. Recuperado de: <https://dictionary.cambridge.org/dictionary/english/diy>

³⁵ El Experimento de Filadelfia se trata de una teoría conspirativa de la Segunda Guerra Mundial. En ella se especula la existencia de un proyecto en 1943 de la marina estadounidense que trató de hacer invisible una nave de guerra. Sin embargo, la teoría afirma que esta se teletransportó a la base de Norfolk, Virginia. GAVALDÀ, J. (2020). <<Enigma de la Segunda Guerra Mundial. El misterioso experimento Filadelfia>>. [Boletín] Historia. National Geographic. Recuperado de: https://historia.nationalgeographic.com.es/a/misterioso-experimento-filadelfia_15211 [05/04/2021]

(Fig. 16). Captura de fotograma de *Interface*, (Ep. 21: *Restauración*). Emitido en 2020.



Umami toma aquellas características propias del Internet nostálgico y conspirativo, de los memes tópicos y el humor negro para dar vida a una realidad absurda, sin moral y desesperante—una realidad que es descrita e inspirada por los *dank memes*—. Encarna esta misma mediante una estética desenfadada, de baja fidelidad, generando un bad painting animado. En estos elementos que representa la narrativa del autor encontramos un punto de partida para aproximarnos al contexto actual de Internet que nos interesa tratar a nivel gráfico y pictórico.

4.3.2. *Cursedshite*.

La palabra “cursed”, o maldito, es un término popular en la cultura de los memes *dank* debido a que responde a toda una antiestética e ideas tabúes. Debemos destacar la cuenta *Cursedshite* como un archivo de imágenes en Instagram que actúa como proveedor estético para este proyecto. La procedencia de este material es completamente anónima y de baja resolución, lo que las enmarca en aquello que denominamos al principio como imágenes pobres.

Es por ello que consideramos este archivo como una referencia importante, en la que se dan los elementos apropiados—la combinación de lo irreal e inverosímil, lo cotidiano, lo popular y aberrante de la cultura de Internet—para apropiarnos de ello en las obras. Al mismo tiempo, es de especial interés la relación que establecemos entre la reflexión del autor Fernando Castro sobre lo horrendo y espectacular en el arte y la antiestética de estas imágenes.



(Fig. 17). Diane Arbus: *Lionel* (Stephan Bibrowski). S.f. Fotografía.

“A Diane Arbus le fascinó la realidad de lo monstruoso y, con sus tremendas fotografías, abrió el cauce para una nueva estética de lo grotesco (...). La monstruomanía y la extravagancia conquistaron el imaginario popular, haciendo <<soportable>> lo terrible.”³⁶

Poniendo como ejemplo la película *Freaks* (*La parada de los monstruos*) (1931) de Tod Browning, Castro afirma que no se pretendía alegorizar a nada, no existe una intención expresiva más allá que lo morboso en favor a la espectacularidad en el arte. No obstante, llevando esta estética al meme, lo terrible y la nada espectacular, la no intención comunicativa—y las diferentes lecturas de las imágenes—, es en sí una respuesta más de la actitud actual de los usuarios de Internet.



(Fig. 18). @cursedshite (Instagram): *Hmm!*. (meme). 4 de octubre de 2020.

³⁶ CASTRO FLÓREZ, F. (2015). *Mierda y catástrofe. Síndromes culturales del arte contemporáneo*, p. 178.

(Fig. 19). @cursedshite (Instagram):
Hmmm. (meme). 26 de marzo de
 2020.

(Fig. 20). @cursedshite (Instagram):
Nice. (meme). 7 de enero de 2021.



5. OBRA

A continuación, se muestra el trabajo gráfico, resultado tanto de la investigación como de la práctica, expuestos en el marco teórico como usuaria de las nuevas herramientas digitales. El objetivo es relacionar los puntos tratados con la forma de hacer en mi producción artística. Las imágenes que se muestran más adelante representan mi reacción plástica a términos desarrollados como la *imagen pobre*, el *Nuevo Realismo Cultural*, el apropiacionismo digital o el assemblage conceptual. Al mismo tiempo, trato de conciliar las distintas técnicas—mecánicas y tradicionales—con el fin de rechazar la idea de un arte antidemocrático en cuanto a sus medios, contenidos, acabados y accesibilidad.

El proyecto parte desde una primera imagen del año 2019 que intuye toda la teoría defendida hasta ahora, y que daría inicio a la serie *Proyecto infinito*. Dividimos este en tres partes según se añaden técnicas y evoluciona la metodología en el proceso. La primera consta de la serie pictórica *Internet y los espejos*, seguimos con la serie de transferencias *La mirada del Internet tardío* y acabamos con la serie de *Public persona*, realizada mediante serigrafía.

Haciendo uso de una metodología reflexiva y estéticamente impulsiva, se medita en los marcos de la cotidianidad digital, la infravaloración de la imagen actual y su condición de deshecho virtual. Tomo las imágenes impresas por transferencia de archivos o cuentas de redes, creadores y difusores de estas para devolverles un valor y un tiempo visuales, arrebatados por el modo de consumo de la economía de imágenes digitales.

En *Public persona* se abordan también las ideas expuestas desde una metodología híbrida entre lo digital y el medio artesanal. Las imágenes

apropiadas son voluntariamente *quemadas* visualmente, dando lugar a un proyecto de cartelería que pretende anunciar los efectos y consecuencias de ser y mostrar la persona como un ente público en las redes.

5.1. PROYECTO INFINITO.

5.1.1. Internet y los espejos. Serie pictórica.

El inicio de esta serie fue espontáneo, inconsciente, tanteando aquellos aspectos culturales que nos despertaban interés respecto a Internet, la imagen del individuo en las redes sociales y el acto creativo. En *WBRB (We'll Be Right Back)* (2020) representamos un rostro de nuestro archivo personal desde el filtro de una cámara digital, para embellecer y saturar el color real. Este primer distanciamiento estético lo combinamos con un tratamiento pictórico inacabado, en el que destacamos el carácter incompleto de la imagen como una postura perceptiva a la imagen del yo. Las siglas hacen referencia a uno de los programas televisivos propios del humor *dank* que venimos destacando: *The Eric Andre Show*³⁷.

(Fig. 21). Carla del Río. *WBRB*, 2020. Óleo y pintura en espray sobre papel, 84,1 x 65,4 cm.



³⁷ Abso Lutely Productions & Kitao Sakurai, Andrew Barchilon. (2012). *The Eric Andre Show*. [Serie de televisión]. Estados Unidos: Adult Swim.



(Fig. 22). Carla del Río. *Cursed*, 2020. Óleo, cera y pintura acrílica sobre DM, 40 x 40 cm.

*We'll Be Right Back*³⁸ supone la toma de conciencia acerca de la saturación de información en redes sociales, cuya consecuencia ha devenido en distorsión de la percepción de los individuos y la realidad. La traducción del título *We'll Be Right Back* (Volveremos enseguida) hace referencia al acto de reflexión que observa las consecuencias y efectos propios de la cultura de Internet, a sus formas de consumo de la imagen. En este primer trabajo llevamos a cabo un proceso reflexivo en términos estructuralmente narrativos, desde el contexto de la experiencia "real" y lo hibridamos con la cultura digital, o de las redes, para destacar lo inmediato—en acabados plásticos—lo sensorial y psicológico³⁹.

El propio proceso de inclusión de la cultura de las redes nos conduce intuitivamente a tomar como referencia estética los memes *dank*. Aquello que identificamos como imágenes pobres o de baja resolución y antiestéticas representarán una fuente de imaginario que nos permite descontextualizarlas y adaptarlas a nuevas connotaciones, dada su naturaleza extraña y onírica.

(Fig. 23). Carla del Río. *T-pose*, 2021. Óleo, acrílico, transferencia y pintura en espray sobre papel, 84,1 x 65,4 cm.



³⁸ El término *We'll Be Right Back*, según el Urban Dictionary, hace referencia a la oración que más se escucha frecuentemente en programas de radio o televisión. Recuperado de: <https://www.urbandictionary.com/define.php?term=We%27ll%20be%20right%20back>

³⁹ CASTRO FLÓREZ, F. (2015). *Mierda y catástrofe. Síndromes culturales del arte contemporáneo*, p. 57

Para facilitar que estas apropiaciones tomen nuevas dimensiones en su interpretación, hacemos uso de textos, elementos icónicos o gráficos, casi a modo de señalética, que remiten a términos, expresiones y posturas desarrolladas en los marcos de los medios digitales: estos pueden ser tanto las plataformas sociales como los videojuegos, es decir, todo aquello que representa una nueva realidad no física en la que nos sumergimos de un modo u otro. Un ejemplo es *Cursed* (2020) y *T-pose* (2021).

Realizamos una imitación del mundo digital y sus influencias sobre la cotidianidad del mundo físico, y reflexionamos sobre hasta qué punto estos dos se están fusionando. El uso de una estética inacabada e impulsiva va de la mano con la forma en la que entendemos la forma de consumo de estas imágenes. Los colores, vibrantes y saturados, remiten en todo momento al color luz de las pantallas que distorsionan nuestra percepción de las imágenes reales.

(Fig. 24). Carla del Río. *Must not forget*, 2021.
Óleo, acrílico, cera, transferencia y pintura
en espray sobre papel, 84,1 x 65,4 cm.



Al mismo tiempo recogemos no sólo la imagen meme difundida en las redes sociales como objeto a estudiar, sino que también pretendemos hablar del concepto de imagen que los individuos ofrecemos de las mismas. La serie pictórica *Internet y los espejos* busca mostrar las imágenes como un reflejo del recorte que realizamos sobre las mismas. Se tratan de realidades seleccionadas que condicionan a los usuarios a percibir y ser percibidos desde la idealización, lo cuál los aboca a problemas como la autoestima o la obsesión por la percepción ajena de uno mismo. Esta clase de problemáticas son abordadas en *Helado de vacío* (2021) y *Must not forget* (2021).

Del mismo modo que trabajamos la identidad desde un imaginario lleno de referencias acerca de los nuevos medios digitales, también identificamos y adherimos directamente las imágenes *dank* para fusionarlas y componerlas por medio de la transferencia y la pintura. La acción de apropiarnos, en un principio intuitiva, de éstas nos conduce a la apreciación de lo que denominamos basura virtual a un nivel que sobrepasa la mera estética que representan en su uso.

De este modo llevamos a cabo una hibridación de la expresión plástica a modo de representación de lo real, lo emocional y el retrato colectivo, para finalmente exponerlo en un mismo espacio o escena con elementos, las publicaciones o materiales que viven en Internet. El objetivo final es generar un diálogo entre los distintos elementos que describen, en un espacio abstracto, una serie de reflexiones propias del individuo que vive y se relaciona entre ambos mundos.



(Fig. 25). Carla del Río. *Helado de vacío*, 2021. Óleo, acrílico, cera, transferencia y pintura en espray sobre papel, 84,1 x 65,4 cm.



(Fig. 26). Carla del Río. *DISTRACTION*, 2021.
Óleo, acrílico, transferencia y pintura en
espray sobre papel, 84,1 x 65,4 cm.



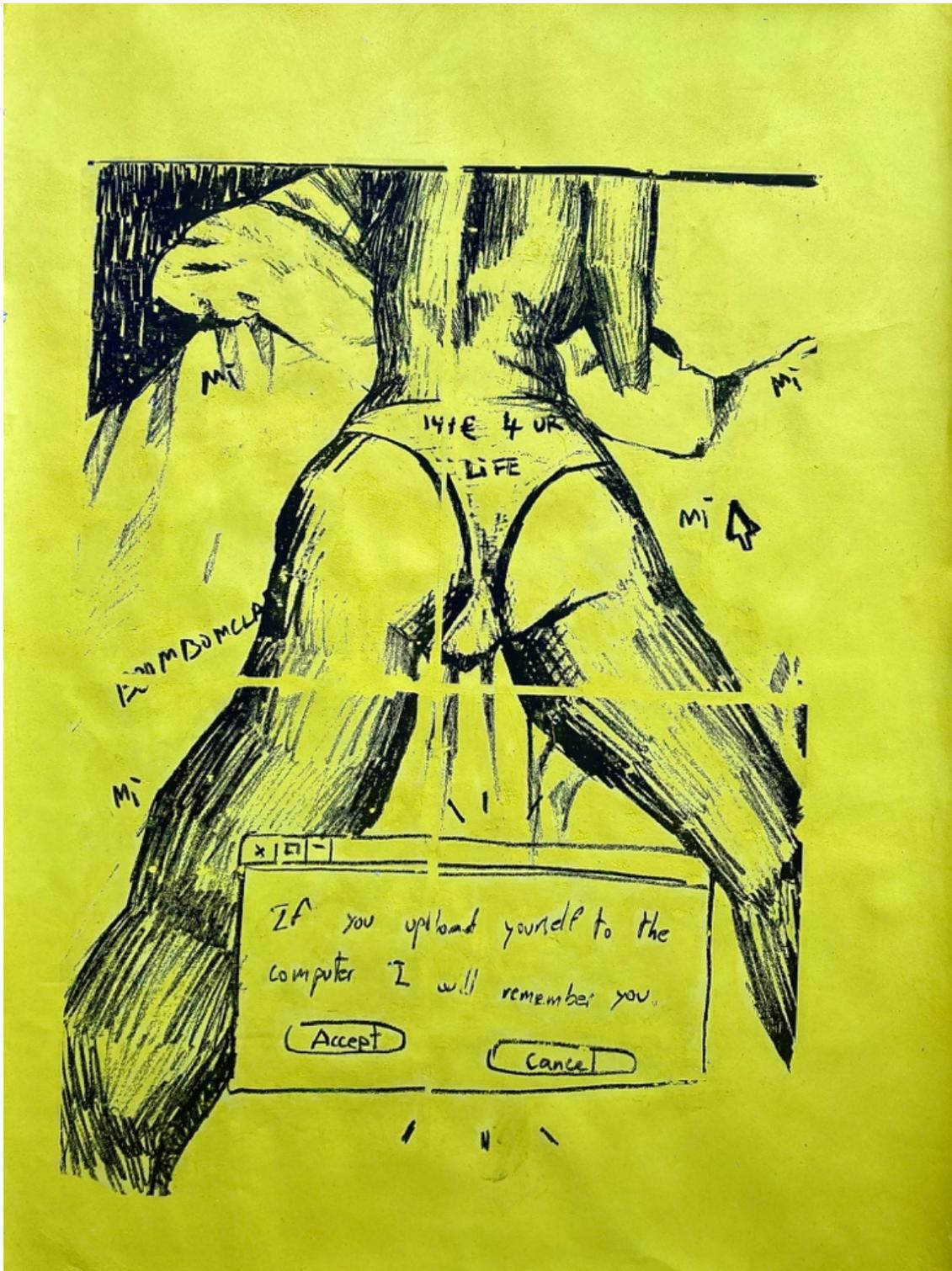
(Fig. 27). Carla del Río. *Cómo matar a las imágenes*, 2021. Óleo, acrílico, transferencia y pintura en espray sobre tela, 84,1 x 65,4 cm.

5.1.2. *La mirada del Internet tardío. Serie de transferencias.*

El propio proceso del proyecto nos lleva al uso de las distintas técnicas mecánicas y tradicionales. El acto de apropiación del material digital conlleva un análisis más profundo de las referencias utilizadas y sus orígenes. Ello significa que empezamos a tomar decisiones técnicas y compositivas más conscientes respecto al tipo de elementos que introducimos. Localizamos nuestro interés en los despojos, la basura virtual y lo estéticamente *low-fi* para dar visibilidad a la parte no idealizada de Internet. Por lo que decidimos, mediante programas como PhotoShop, o la propia herramienta de editar fotografías del móvil, exagerar la degradación de las imágenes previamente seleccionadas.

(Fig. 28). Carla del Río. *Lo siento*, 2021. Acrílico y transferencia sobre papel, 84,1 x 65,4 cm.





(Fig. 29). Carla del Río. *If you upload yourself to the Internet I will remember you*, 2021. Acrílico y transferencia sobre papel, 105 x 75 cm.

Llegados a este punto, asimilamos este proceso de degradación visual como un patrón en el que imitamos los efectos sobre las imágenes y los memes digitales. Utilizamos, como recurso, la herramienta del umbral para evidenciar que “quemamos” el material en favor a lo visualmente evidente. De este modo nace una metodología que incluye procesos tecnológicos sobre los contenidos apropiados de la red, y los traslada al soporte físico mediante transferencias. Entendemos el acto de transferir las imágenes apropiadas, o los grafismos, como una impresión que conecta dos mundos, cuyo diálogo pretendemos establecer.

Con el ánimo de poner en marcha un nuevo fluir de estas imágenes, entonces anónimas, construimos composiciones más reflexivas. Es ejemplo de ello *Lo siento* (2021) y *If you upload yourself to the Internet I will remember you* (2021), en los que tratamos problemáticas actuales tales como la responsabilidad y derechos de las imágenes—en el caso de *If you upload yourself to the Internet I will remember you* hacemos una referencia explícita a las nuevas plataformas que fomentan la mercantilización de los cuerpos desde el concepto neoliberal de la libre elección.—.

Comprendemos en el proceso creativo y compositivo de estas obras que: constantemente trabajamos con las estructuras de significados basándonos, de alguna forma, en la idea de Douglas Crimp, de que "detrás de cada imagen siempre se puede hallar otra imagen"⁴⁰.

⁴⁰ GUASCH, A. (2000). *El arte último del siglo XX. Del posminimalismo a lo multicultural*, p. 343.



(Fig. 30). Carla del Río. *A veces es incluso estúpido*, 2021. Acrílico y transferencia sobre papel, 105 x 75 cm.



(Fig. 31). Carla del Río. *Google, google*, 2021.
Acrílico y transferencia sobre papel, 160 x 130 cm.

5.1.3. *Public Persona. Serigrafía.*

En esta última serie culmina toda nuestra investigación a modo de concebir la actualidad de la imagen y lo público de Internet. *Public Persona* es un conjunto de carteles que toman como modelo lo representativo de la publicidad. Anteriormente destacábamos a Bárbara Kruger como una artista que trabajaba desde la imagen publicitaria para volverla en contra de la publicidad misma, desvincularla de su contexto original. En el proceso de esta serie nos seguimos aproximando a las imágenes meme desde la tendencia apropiacionista, trabajando con sus posibilidades metafóricas y referenciales propias de los memes.

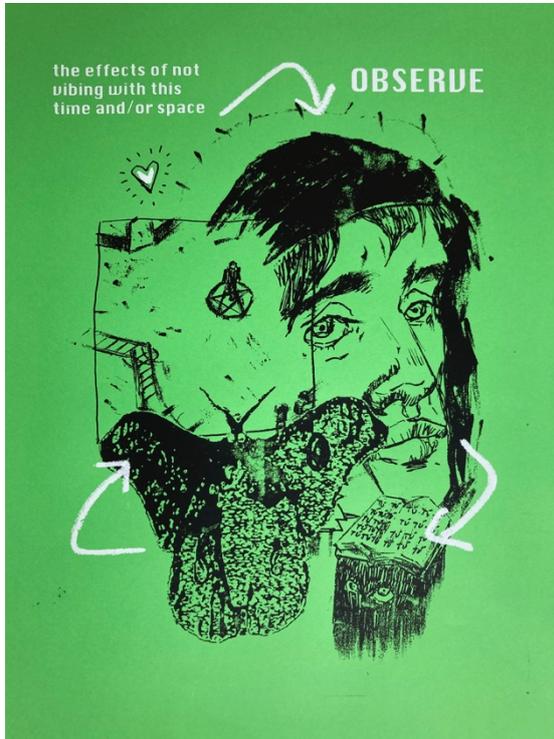
De este modo hemos creado seis ilustraciones que contienen un grupo de imágenes tanto originales como procedentes de los archivos basura virtuales. Componemos estos materiales de manera que damos lugar a temáticas políticas en cuanto a lo privado y su relación con el carácter público de las redes sociales. Los textos cumplen la función de mensaje apelativo para el público con el objetivo de—en ocasiones mediante expresiones nacidas en redes como “vibing” (vibrar en el sentido de lidiar con algo)—que las imágenes susciten concienciación y responsabilidad respecto a la vida que ahora concebimos, como afirmó Gelant, desde la producción de imágenes de los grandes medios⁴¹.



(Fig. 32). Carla del Río. *Public persona*, 2021. Carpeta y conjunto de serigrafías, 44 x 34,5 cm.



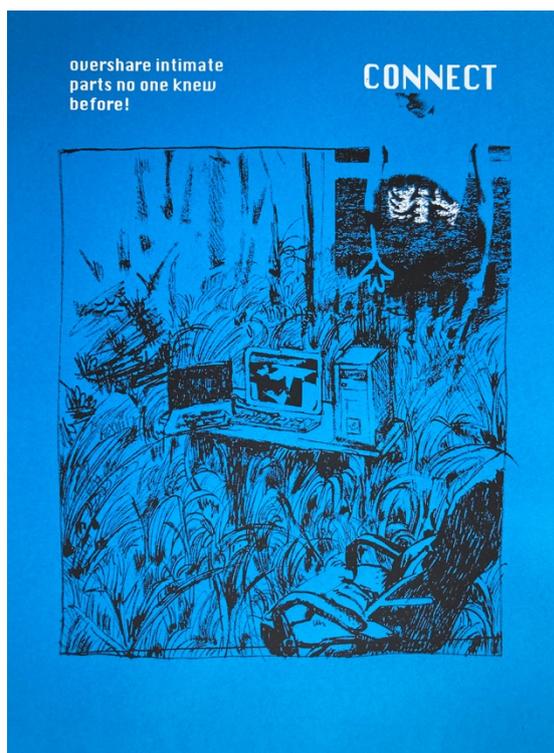
⁴¹ GUASCH, A. (2000). *El arte último del siglo XX. Del posminimalismo a lo multicultural*, p. 342.



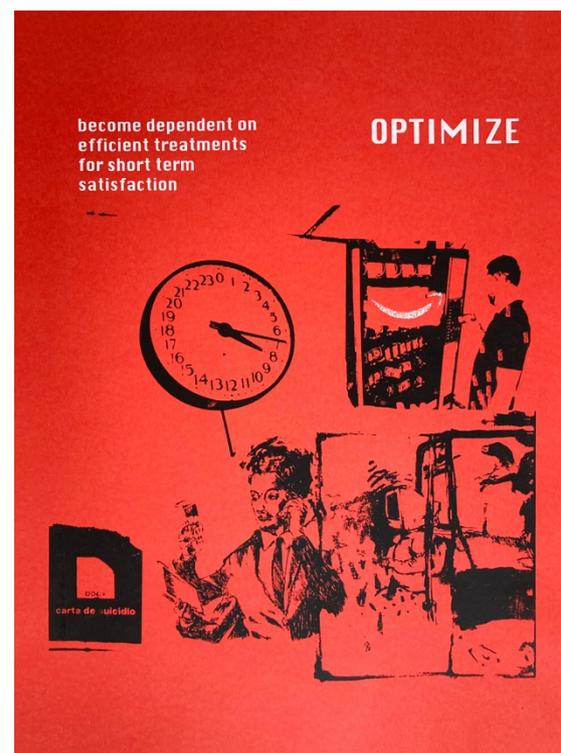
(Fig. 33). Carla del Río. *OBSERVE*, 2021. Serigrafía sobre papel, 42 x 32,5 cm.



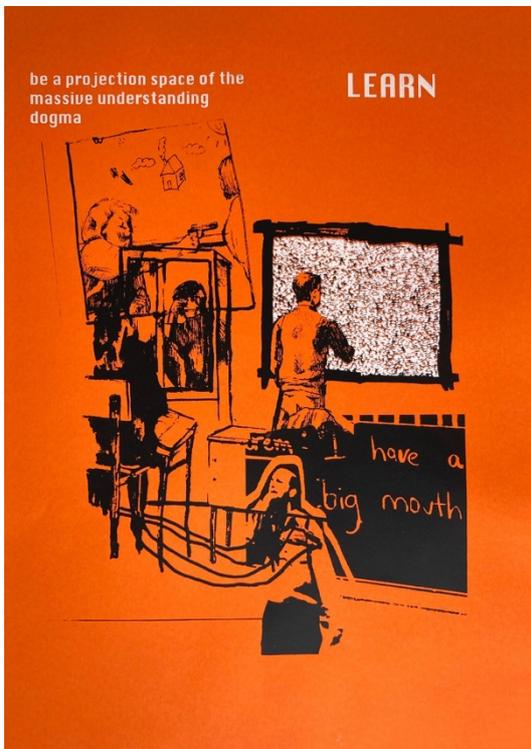
(Fig. 34). Carla del Río. *FEEL*, 2021. Serigrafía sobre papel, 42 x 32,5 cm.



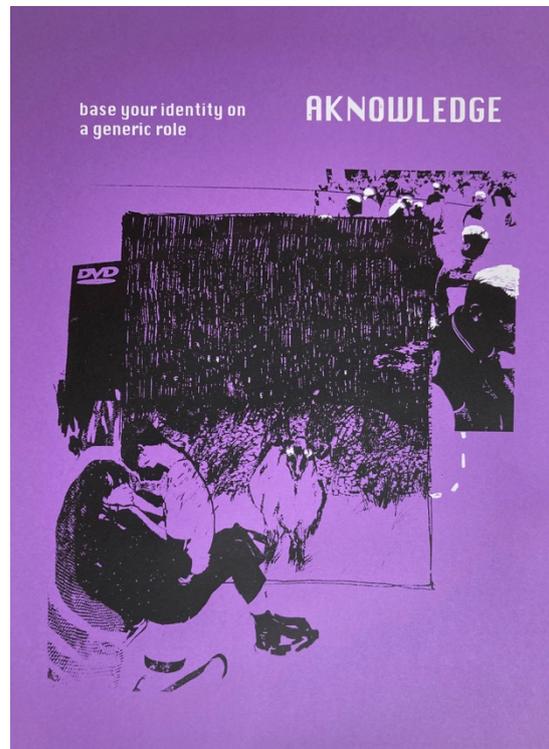
(Fig. 35). Carla del Río. *CONNECT*, 2021. Serigrafía sobre papel, 42 x 32,5 cm.



(Fig. 36). Carla del Río. *OPTIMIZE*, 2021. Serigrafía sobre papel, 42 x 32,5 cm.



(Fig. 37). Carla del Río. *LEARN*, 2021. Serigrafía sobre papel, 42 x 32,5 cm.



(Fig. 38). Carla del Río. *AKNOWLEDGE*, 2021. Serigrafía sobre papel, 42 x 32,5 cm.

El traslado de los horrendo de los memes dank, de lo devastador de la economía e ideología capitalista, concluye en un conjunto de obras colmadas de referencias de lo cotidiano, lo privado y lo micropolítico —de todo aquello que configura la experiencia de los usuarios de clase media y baja—, con la intención de que la publicidad, al servicio de los nuevos medias, se vuelva en contra de su fin original. En otras palabras: la realidad idealizada de los anuncios, que induce a un trance consumidor y alienador al usuario, la transformamos en favor a visibilizar nuestra crítica al sistema que mercantiliza y objetiviza, no solo las imágenes, sino también el modo de vida. El uso de colores saturados y llamativos, al igual que en las anteriores series, se debe a la intención de producir un shock visual que enfoque la mirada del espectador sobre la obra del mismo modo que lo haría sobre una publicación digital.

6. CONCLUSIONES.

En el transcurso de este proyecto, desde *WBRB*, he comprobado que mis intuiciones acerca de los memes y de su connotación han culminado en un trabajo que recoge y expone coherentemente mi interés sobre el tema. La investigación que he llevado a cabo revela que es un campo todavía por explorar, con tal de descifrar su verdadero alcance y condicionamiento comunicativo, así como también, experimentar con ese conjunto de imágenes, que no sólo vemos, sino que también tocamos. El reto ha sido ordenar las ideas que los contenidos e imágenes me evocaban: las conexiones con la imagen pobre de Steyerl, los lazos con anteriores movimientos como, por ejemplo, el Nuevo Realismo, el Apropiacionismo o el Dadá. Además de la magnitud cultural que transcurre a través de los memes. Las obras resultantes y su proceso han tenido lugar conforme avanzaba la investigación. De modo, que son trabajos que, hasta cierto punto, contienen ideas todavía prematuras acerca del modo de aproximación al tema que hemos expuesto.

Ha sido gratificante constatar la conexión entre mi esfuerzo de teorización y la forma de elaboración de los trabajos. Hemos entendido, de algún modo, la impresión y transferencia de las imágenes meme como una forma que nos permite extraerlas del espacio digital, en el que su valor se mide artificialmente. Al transferirlas, al imprimirlas sobre un soporte y mezclarlas, o hibridarlas mediante un recurso o lenguaje pictórico, hemos cumplido uno de nuestros objetivos: producir una conexión, un diálogo, entre imágenes de diferentes naturalezas para un público usuario.

Decidí nombrar esta propuesta *Proyecto infinito* ya que en el libro *Psicopolítica* de Byung-Chul Han se hace referencia a la idea de los usuarios como proyectos libres que *constantemente se replantean y reinventan*⁴². Me pareció muy interesante este concepto en relación con el mundo digital que trato en mis trabajos y en la medida en que, de igual modo, también son explotados tanto sus contenidos como la propia "libertad" de hacer de los usuarios.

Considero que todavía me queda mucho camino por delante para comprender la forma correcta de concienciar respecto a los efectos reales sobre nuestra nueva percepción de la imagen. El primer paso ha sido darle forma y nombrar los aspectos que abordaban mis trabajos inconscientemente, los aspectos que cuestionan la nueva máquina social, apropiándonos de sus residuos. Ello, llevado al terreno del arte, nos sitúa en un contexto en el que nuestra concepción se enfrenta a uno de los mayores cambios de su historia, de la mano del modelo Post-Internet y las *nuevas poéticas de la conectividad*⁴³. En este caso, sería correcto citar a Gustavo Romano: "No olvidemos que el arte siempre ha

⁴² BYUNG-CHUL, H. (2014). *Psicopolítica: neoliberalismo y nuevas técnicas de poder*, p. 11.

⁴³ MARTÍN PRADA, J. (2017). <<Sobre el arte post-Internet>> [Revista]. Revista Aureus. Recuperado de: https://www.juanmartinprada.net/imagenes/martin_prada_sobre_el_arte_postinternet.pdf [20/03/2021]

*ocupado el lugar del error, es el ruido de la comunicación, es la perversión del código. El sabotaje en la máquina abstracta*⁴⁴.

⁴⁴ ROMANO, G. (2016). *Hello World. Arte en un contexto post-Internet*, p. 52.

7. REFERENCIAS

BYUNG-CHUL, H. (2014). *Psicopolítica: neoliberalismo y nuevas técnicas de poder*. 1ª edición. Barcelona: Herder Editorial S.L.

STEYERL, H. (2012). *Los condenados de la pantalla*. 1ª edición. Buenos Aires: Caja Negra.

DAWKINS, R. (1976) *El gen egoísta: las bases biológicas de nuestra conducta*. Barcelona: Salvat Editores, S.A.

LLORETA, A. (2019). *Los «dank memes»: la reacción a una Internet invivible* [Magazine en línea] CCCBLAB. Investigación e Innovación en Cultura. <<http://lab.cccb.org/es/los-dank-memes-la-reaccion-a-una-internet-invivible/>> [20/12/2020].

RESTANY, P. (1960). *Primer manifiesto del nuevo realismo*.

BYUNG-CHUL, H. (2018). *Hiperculturalidad*. 1ª edición. Barcelona: Herder Editorial S.L.

Charles Manson. (1989). *Inside story / Entrevistado por Channel 7*. [En línea] Miami. <<https://www.youtube.com/watch?v=AwkQePbO1DA>> [03/02/2021].

AROESTI, R. (2019). “Horribly absurd”: how did millennial comedy get so surreal? [Diario]. The Guardian. <https://www.theguardian.com/tv-and-radio/2019/aug/13/how-did-millennial-comedy-get-so-surreal?mc_cid=1d694bdd2d&mc_eid=87980c2baa> [25/01/2021].

CAMUS, A. (1942). *El mito de Sísifo*. Madrid: Alianza Editorial.

WEIBEL, P. (2013). *La condición postmedial*. I-VII. [En línea]. Chile: Revista Austral de Ciencias Sociales.

VALDÉS, J. (2019). <<Los memes>>: *El nuevo arte conceptual del pueblo*. [Diario en línea]. Cine y literatura. El primer diario digital de crítica cultural en Sudamérica. <<https://www.cineyliteratura.cl/los-memes-el-nuevo-arte-conceptual-del-pueblo/>> [06/02/2021].

ALTAMIRANO, S. (2013). <<Apropiacionismo, el arte de apropiarse del arte.>>. [Magazine en línea]. Moove Magazine. <<https://moovemag.com/2012/11/apropiacionismo-el-arte-de-apropiarse-del-arte/>> [13/03/2021].

¿Qué es el apropiacionismo? S.f. [Galería en línea]. Kunz Gallery. Glosario. <<https://www.kunzt.gallery/ES/glosario/qu-es-el-apropiacionismo/>> [20/02/2021].

CHÉVRIER, J y DAVID, C. <<La actualidad de la imagen, entre las Bellas Artes y los medios de comunicación>>. En *Documenta*. Documents, Kassel. (1996).

GUASCH, A. (2000). *El arte último del siglo XX. Del posminimalismo a lo multicultural*. Madrid: Alianza Editorial.

CASTRO FLÓREZ, F. (2015). *Mierda y catástrofe. Síndromes culturales del arte contemporáneo*. 2ª edición. Madrid: Fórcola Ediciones.

DUCHAMP, M. (2010). *Cartas sobre el arte: 1916 – 1956*. Barcelona: Editorial Elba.

Introducción al arte de apropiación y obra de Sherrie Levine. (2013). [Artículo en línea]. Arte de apropiación. Análisis de artistas apropiacionistas. <<https://b1mod.wordpress.com/2013/04/13/inicios-del-arte-de-apropiacion-y-obra-de-sherrie-levine/>> [13/04/2021].

ROMANO, G. (2016). *Hello World. Arte en un contexto post-Internet*. Madrid: Sociedad Lunar Ediciones.

MARTÍN PRADA, J. (2017). <<Sobre el arte post-Internet>> [Revista en línea]. Revista Aureus. <https://www.juanmartinprada.net/imagenes/martin_prada_sobre_el_arte_postinternet.pdf> [20/03/2021].

GUTIÉRREZ, K. S. f. <<LO-FI: Arte con tecnología obsoleta.>>. [Revista en línea]. Revista Cactus. <<https://www.revistacactus.com/lo-fi-arte-con-tecnologia-obsoleta/>> [24/04/2021].

GAVALDÀ, J. (2020). <<Enigma de la Segunda Guerra Mundial. El misterioso experimento Filadelfia>>. [Boletín] Historia. National Geographic. <https://historia.nationalgeographic.com.es/a/misterioso-experimento-filadelfia_15211> [05/04/2021].

Abso Lutely Productions & Kitao Sakurai, Andrew Barchilon. (2012). *The Eric Andre Show*. [Serie de television]. Estados Unidos: Adult Swim.

BELTRÁN, A. (2020). *000: Una propuesta artística acerca de la iconolotría en la imagen-meme*. Trabajo final de grado. Valencia: Universidad Politécnica de València. <<https://riunet.upv.es/bitstream/handle/10251/158102>> [12/01/2021].

8. ÍNDICE DE FIGURAS.

Fig. 1. @weonactm (Instagram): *saluden a rafa*. (meme). 5 de enero de 2021. Pág. 10.

<<https://www.instagram.com/p/CJrTwwbBqA8/>>

Fig. 2. @groyp_9000 (Tiktok): *History teachers explaining why the good guys win every major conflict in human history*. (vídeo). 8 de febrero de 2021. Pág. 11.

<<https://vm.tiktok.com/ZMd8AmR6h/>>

Fig. 3. Jacques Villeglé. *IGGY POP – Limoges*, 1999. Decollage. Pág. 11.

<http://www.artnet.com/artists/jacques-villegle%C3%A9/iggy-pop-limoges-a-w7HE2_WOnDgyPbVQZMZ06Q2>

Fig. 4. @cursedshite (Instagram): *Cool*. (meme). 4 de enero de 2021. Pág. 12.

<<https://www.instagram.com/p/CJn3IpbFSEX/>>

Fig. 5. @_macaco_wonka_l [repost en Instagram]. @pantograma (Tiktok): *no me parezco a nadie pero quería participar, tardé mucho en hacerlo no lo dejen morir*. 8 de febrero de 2020. Pág. 13.

<<https://vm.tiktok.com/ZMd8AWEue/>>

Fig. 6. André Malraux: *Imaginaire Musée*, 1947. (Fotografía). Conjunto de láminas sobre suelo. Pág. 14.

<<https://neatlyart.wordpress.com/2013/05/30/andre-malraux-chez-lui-maurice-jarnoux-over-the-last/>>

Fig. 7. Captura de pantalla del perfil de @cursedshite. (Instagram). Pág. 15.

<<https://www.instagram.com/cursedshite/>>

Fig. 8. Barbara Kruger. *Sin título (compro, luego existo)*, 1989. Serigrafía fotográfica sobre vinilo. Pág. 16.

<<http://www.artnet.com/artists/barbara-kruger/untitled-i-shop-therefore-i-am-a-CZsOaZdzvZCLaoKuO7wrEQ2>>

Fig. 9. @spicydeepfriedmemesv3 (Instagram): *Good*. (meme). 19 de enero de 2021. Gráfico de la caída de acciones de GrubHub tras el mal recibimiento de su nuevo anuncio. Pág. 16.

<https://www.instagram.com/p/CKO5PuYrJx-TljCSIU0IW5T0sUf0ij_nXBUBko0/>

Fig. 10. Carlos Ramírez: Meme trollface original, (2008). Digital. Pág. 17.

<<https://www.revistaestilo.net/tendencias/1218446-444/trollface-el-primer-meme-cumple-10-a%C3%B1os>>

Fig. 11. @spicydeepfriedmemesv3 (Instagram): *Oh*. (meme). 1 de febrero de 2021. Apropiación de trollface a tira de humor negro, descontextualización de la naturaleza original de la imagen de Carlos Ramírez. Pág. 17.

<<https://www.instagram.com/p/CKuzKNAAmU7wiWSfOXIL4mm0q2KT8XRe4NH9aI0/>>

Fig. 12. Marcel Duchamp: *L.H.O.O.Q.* 1919. Ready-made con lápiz sobre lámina de la obra *La Gioconda* de Leonardo da Vinci. Pág. 18.

<<https://historia-arte.com/obras/l-h-o-o-q-de-duchamp>>

Fig. 13. Sherrie Levine: *After Alexander Rodchenko no. 3*, 1987. Impresión en gelatina de plata de *Young Pioneer (Joven Pionero)* de Alexander Rodchenko. Pág. 19.

<http://www.artnet.com/artists/sherrie-levine/untitled-after-walker-evans-positive-19-CGYJURbw_mMm2BzISk3Aog2>

Fig. 14. Sherrie Levine: *After Walker Evans: positive #19*, 1990. Impresión en gelatina de plata de *Negro Church, South Carolina* (1936). Pág. 19.

<<http://www.artnet.com/artists/sherrie-levine/untitled-after-alexander-rodchenko-3-QnMt7DE6XkGp0Zet0FAXMA2>>

Fig. 15. Captura de fotograma de *Interface*, (Ep. 08: *Los ojos vigilantes*). Emitido en 2019. Pág. 21.

<https://www.youtube.com/watch?v=0mEmG_YUKfw&list=PLPnjato8iGXLQbpbPhOny8XLSRI7S5pM&index=8>

Fig. 16. Captura de fotograma de *Interface*, (Ep. 21: *Restauración*). Emitido en 2020. Pág. 22.

<<https://www.youtube.com/watch?v=Qd2f1CQXIKY&list=PLPnjato8iGXLQbpbPPhOny8XLSRI7S5pM&index=21>>

Fig. 17. Diane Arbus: *Lionel (Stephan Bibrowski)*. S.f. Fotografía. Pág. 23.

<<https://www.alohacriticon.com/preguntas/existio-en-la-realidad-lionel-retrato-una-obsesion/>>

Fig. 18. @cursedshite (Instagram): *Hmm!*. (meme). 4 de octubre de 2020. Pág. 23.

<<https://www.instagram.com/p/CF4v6hel9f4/>>

Fig. 19. @cursedshite (Instagram): *Hmmm*. (meme). 26 de marzo de 2020. Pág. 24.

<<https://www.instagram.com/p/B-M-YxIFiTU/>>

Fig. 20. @cursedshite (Instagram): *Nice*. (meme). 7 de enero de 2021. Pág. 24.

<<https://www.instagram.com/p/CJvoTclIjTH/>>

Fig. 21. Carla del Río. *WBRB*, 2020. Óleo y pintura en espray sobre papel. Pág. 25.

Fig. 22. Carla del Río. *Cursed*, 2020. Óleo, cera y pintura acrílica sobre DM. Pág. 26.

Fig. 23. Carla del Río. *T-pose*, 2021. Óleo, acrílico, transferencia y pintura en espray sobre papel. Pág. 26.

Fig. 24. Carla del Río. *Must not forget*, 2021. Óleo, acrílico, cera, transferencia y pintura en espray sobre papel. Pág. 27.

Fig. 25. Carla del Río. *Helado de vacío*, 2021. Óleo, acrílico, cera, transferencia y pintura en espray sobre papel. Pág. 29.

Fig. 26. Carla del Río. *DISTRACTION*, 2021. Óleo, acrílico, transferencia y pintura en espray sobre papel. Pág. 30.

Fig. 27. Carla del Río. *Cómo matar a las imágenes*, 2021. Óleo, acrílico, transferencia y pintura en espray sobre tela. Pág. 31.

Fig. 28. Carla del Río. *Lo siento*, 2021. Acrílico y transferencia sobre papel, 84,1 x 65,4 cm. Pág. 32.

Fig. 29. Carla del Río. *If you upload yourself to the Internet I will remember you*, 2021. Acrílico y transferencia sobre papel, 105 x 75 cm. Pág. 33.

Fig. 30. Carla del Río. *A veces es incluso estúpido*, 2021. Acrílico y transferencia sobre papel, 105 x 75 cm. Pág. 35.

Fig. 31. Carla del Río. *Google, google*, 2021. Acrílico y transferencia sobre papel, 160 x 130 cm. Pág. 36.

Fig. 32. Carla del Río. *Public persona*, 2021. Carpeta y conjunto de serigrafías, 44 x 34,5 cm. Pág. 37.

Fig. 33. Carla del Río. *OBSERVE*, 2021. Serigrafía sobre papel, 42 x 32,5 cm. Pág. 38.

Fig. 34. Carla del Río. *FEEL*, 2021. Serigrafía sobre papel, 42 x 32,5 cm. Pág. 38.

Fig. 35. Carla del Río. *CONNECT*, 2021. Serigrafía sobre papel, 42 x 32,5 cm. Pág. 38.

Fig. 36. Carla del Río. *OPTIMIZE*, 2021. Serigrafía sobre papel, 42 x 32,5 cm. Pág. 38.

Fig. 37. Carla del Río. *LEARN*, 2021. Serigrafía sobre papel, 42 x 32,5 cm. Pág. 39.

Fig. 38. Carla del Río. *KNOWLEDGE*, 2021. Serigrafía sobre papel, 42 x 32,5 cm. Pág. 39.