



UNIVERSITAT
POLITÈCNICA
DE VALÈNCIA



FACULTAT DE BELLES
ARTS DE SANT CARLES

UNIVERSITAT POLITÈCNICA DE VALÈNCIA

Facultad de Bellas Artes

Velarse: una performance sobre la autoimagen y la
representación direccionada en las redes sociales

Trabajo Fin de Máster

Máster Universitario en Producción Artística

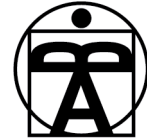
AUTOR/A: Ojeda González, Celinda Clara

Tutor/a: Terrones Reigada, Álvaro

CURSO ACADÉMICO: 2024/2025



UNIVERSITAT
POLITÈCNICA
DE VALÈNCIA



FACULTAT DE BELLES ARTS DE SANT CARLES

UNIVERSITAT POLITÈCNICA DE VALÈNCIA

Facultad de Bellas Artes

Velarse: una performance sobre la autoimagen y la
representación direccionada en las redes sociales

Trabajo Fin de Máster
Máster Universitario en Producción Artística

AUTORA: Ojeda González, Celinda Clara
Tutor: Terrones Reigada, Álvaro
CURSO ACADÉMICO. 2024/2025

Velarse:
**una performance sobre la autoimagen y la
representación direccionada en las
redes sociales**

Facultad de Bellas Artes

Máster Universitario en Producción Artística

TFM: Tipología 4

Noviembre de 2024

Presentado por Celinda Clara Ojeda González

Dirigido por Álvaro Terrones Reigada



**UNIVERSITAT
POLITÈCNICA
DE VALÈNCIA**



FACULTAT DE BELLES ARTS DE SANT CARLES



**MÀSTER en
PRODUCCIÓN ARTÍSTICA**
Universitat Politècnica de València

Parece que estemos contentos porque estamos monstruosamente tristes.

Friedrich Nietzsche

*¿Qué es lo más difícil? Aquello que parece ser lo más fácil:
Ver con los ojos lo que ante los ojos se encuentra.*

Johann Wolfgang von Goethe

RESUMEN

Este proyecto se desarrolla de modo experimental en base a la exposición de la propia imagen dada en Redes Sociales (en adelante RRSS). Se busca formular una serie de preguntas sobre “por qué y cómo” nos mostramos y “qué” relación se da en estas plataformas con la identidad individual.

Las acciones pretenden originar un compendio de “autorretratos-selfis” que acontecen en las RRSS y comparten sus mismos códigos visuales, pero que se alejan de los arquetipos populares que son impuestos en estos medios. La metodología se basa en la realización de una serie de acciones diarias, durante un año, usando los *stories* de *Instagram*. Se llevarán a cabo de manera audiovisual.

Mediante esta producción artística esperamos poner en evidencia versiones discrepantes a dichos cánones engañosos y perversos. Con todo ello, mediante la argumentación crítica, se desea poner en valor la función social de este proyecto.

PALABRAS CLAVE

performance art; arte contemporáneo; redes sociales; autoimagen; autorretrato; velo.

ABSTRACT

This project is an experimental developed based on the exposure of the self-image given in social media. The research seeks to formulate some of questions about “why and how” we show ourselves and “what” relationship exists on these platforms with individual identity.

The actions aim to create a compendium of self-portraits that placed on social media and share with the same visual codes, but far away from the popular archetypes imposed by these media. The methodology is based on carry out a series of daily actions, for a year, using Instagram stories. For that we use audiovisuals.

Through this artistic production we hope to highlight versions that differ from these deceptive and perverse canons. With all this, through critical argumentation, we want to value the social function of this project.

KEY WORDS

performance art; contemporary art; social media; self-image; self-portrait; veil.

A Celedonia, José Antonio y Rosa.
A Álvaro :)

A @mirtomiller, @svsana.sk, @virginia_brun, @cataratasdearcadia, @sirko_herr...
a todas las “@usuaria” que habéis estado mirando, porque habéis hecho posible *Velarse*.

ÍNDICE

INTRODUCCIÓN	8
OBJETIVOS	10
METODOLOGÍA	11
1. MARCO TEÓRICO	14
1. 1. De aquellos polvos, estos lodos. El panóptico digital y la direccionalidad algorítmica.	15
1. 1. 1. Autorretrato no es lo mismo que <i>selfie</i>	20
1. 1. 2. Exponerse: individualidad homogénea y proteica	22
1. 2. Las redes sociales como velo ¿tergiversador de la realidad?	28
1. 2. 1. El velo de Isis.	31
1. 2. 2. Narciso - Vampiro. La autoimagen imposible	42
1. 3. Prefiero ser una <i>espantaja</i> que una diosa	43
1. 3. 1. Ficción para cuestionar la autorepresentación	46
1. 3. 2. Estrategias de disonancia contra la autoimagen digital y el <i>real user persona</i>	48
2. SACUDIENDO EL VELO DE LA AUTOIMAGEN	50
2. 1. Accionar las redes sociales. Amalia Ulman y Daniel Mayrit	52
2. 2. Cámara, performance ¡tiempo!. Tehching Hsieh y Nancy Floyd	54
2. 3. Intervenir la imagen, contar historias. Cindy Sherman y Ouka Leele	56
2. 4. La improvisación lúdica de los objetos. Esther Ferrer y Nina Katchadourian	59
2. 5. El deseo de ser otra, huidas hacia adelante antes y después de Internet. <i>Los ojos sin rostro</i> (Georges Franju, 1960) y <i>Reality+</i> (Coralie Fargeat, 2014)	61
2. 6. Un catálogo de caras que no son la mía. Franz Xaver Messerschmidt y Harrie de Kroon	64
3. OBRA PROPIA. VELARSE	66
3. 1. Capítulo 1: Filtro	68
3. 2. Capítulo 2: Filtro <i>analógico</i>	69
3. 3. Capítulo 3: Máscara	70
3. 4. Capítulo 4: Gesto	71
3. 5. Capítulo bastardo: Desvelar al Monstruo	73
4. CONCLUSIONES	76
DOCUMENTACIÓN Y REFERENCIAS	80
ÍNDICE DE FIGURAS	90
ANEXO. AKCIÓNCERO	101

INTRODUCCIÓN

El proyecto del que surge este Trabajo Fin de Máster de tipología 4, nace a modo de *pulsión experimental*, como una *sátira personal* dentro de una conocida red social. Hace años que consumimos y utilizamos redes sociales, y a lo largo del tiempo hemos podido observar cómo el comportamiento de un gran número de usuarios de estas redes (algunos incluso amigos o conocidos, nosotros mismos en algún momento) resulta cada vez más histriónico, narcisista y desatinado, lo cual nos genera lo mismo fascinación como aturdimiento, en ocasiones difícil de razonar. De estas experiencias, surgieron algunas preguntas que tratamos de respondernos a través de una performance: *Velarse*. Este trabajo de Arte de Acción ha dado lugar a este TFM: *Velarse: una performance sobre la autoimagen y la representación direccionada en las redes sociales*. Aquí profundizamos sobre aquellas preguntas que nos hicimos al inicio de este proceso, y sobre otras que han ido apareciendo a lo largo del camino.

Para ello, se plantea la hipótesis de que es posible generar un discurso crítico efectivo usando los mismos canales de comunicación que son objeto de la crítica analítica. A pesar de conocer los mecanismos de control y dependencia que generan estos canales, no somos capaces de eludir su influencia para usarlos de manera inocua. Y que la práctica artística de la performance en un entorno tan ambiguo como es el virtual, tiene la facultad para, sin haberlo anunciado antes, hacer llegar su mensaje a una audiencia que no sabe que tiene un estatus de público.

En la primera parte abrimos el Marco Teórico, dividido en tres partes. En *De aquellos polvos, estos lodos. El panóptico digital y la direccionalidad algorítmica*. Explicamos como el uso del desarrollo tecnológico de Internet, nos ha envuelto en una maraña de sometimiento semivoluntario, a un control de intereses mercantiles. Así como la influencia de estos intereses en la percepción de nuestra autoimagen.

En *Las redes sociales como velo ¿tergiversador de la realidad?*, establecemos un diálogo entre las concepciones clásicas del concepto Naturaleza-Verdad-Realidad, y las percepciones de las nuevas realidades cibernéticas. Y como la encarnación de la realidad está condicionada por el control de la información. El libro de Pierre Hadot *El velo de Isis*, es una referencia fundamental en este apartado.

Cerramos la primera parte con *Prefiero ser una espantaja que una diosa*, donde las ideas de Donna J. Haraway nos ayudan a plantear alternativas de construcción de la realidad a partir de ficciones plausibles que generen cambios en el presente.

En la segunda parte presentamos una serie de referentes artísticos que han sido determinantes o han influido en cierta medida en este trabajo, divididos según elementos particulares que componen nuestra performance (el uso de las RRSS, la relación tiempo-cámara, juego e improvisación...).

La tercera parte está dedicada a describir nuestra performance, *Velarse*, en la que se podrá ver en detalle en qué consiste y en como se está ejecutando.

La cuarta parte está destinada a desarrollar las conclusiones razonadas sobre este TFM de modo que se pueda implementar en todos los escenarios futuros relacionados con el arte y la cultura, pudiendo prosperar en nuestra investigación y nuestra producción artística.

OBJETIVOS

GENERAL

1. Elaborar un discurso crítico propio, original, respecto al uso de las redes sociales y las imágenes que recibimos y proyectamos a través de ellas, con el fin de incitar al espectador a tener una actitud de pensamiento reflexivo con respecto a la información que recibe en las redes.

ESPECÍFICOS

1. Implementar los conocimientos adquiridos en la asignatura *Performance, Tiempo y Experiencia Sensorial* del Máster de Producción Artística, con el fin de aplicarlo a una práctica de la performance continuada, ampliando con estas materias la cronoconsciencia propia.

2. Superar los miedos y prejuicios al hecho de situarnos frente a la cámara a fin de asimilar el uso de nuestra propia imagen como herramienta de trabajo y discurso artístico.

3. Reflexionar sobre el uso de nuestra propia imagen como herramienta de trabajo y discurso a fin de aceptar los rasgos o signos identitarios del rostro y el recurso de la repetición.

4. Experimentar la reacción de nuestra audiencia frente a un comportamiento *inesperado, ambiguo y críptico*.

5. Proyectar las bases para una futura experiencia expositiva en el espacio de creación y producción artística internacional, *Fantastik Lab* (Valencia).

METODOLOGÍA

Antes de explicar la metodología que hemos llevado a cabo, tenemos que comunicar que en este documento se utilizará el femenino genérico, en lugar del tradicional masculino genérico. Este posicionamiento viene dado por la perspectiva feminista de esta investigación, queriendo ser una aportación más que trata de combatir el sesgo de género tradicional de la lengua castellana.

Asimismo utilizaremos de forma general en la redacción la primera persona del plural, salvo en algunas ocasiones en las que usaremos la primera persona del singular. Consideramos que hay ciertas voces que son exclusiva responsabilidad de la autora, no solo en aquellas concernientes a la toma de decisiones durante la producción artística, también en algunas opiniones particulares.

La metodología de este proyecto es cualitativa, por un lado es importante nuestra experiencia e interés en cuanto al uso de las redes sociales; la observación continuada en el tiempo nos ha dado una perspectiva y una comprensión de este universo, que acaba confirmándose al consultar otras voces (publicaciones científicas, otras experiencias, etc); por otro lado, el proceso de la práctica artística surge y se desarrolla de forma intuitiva; por último, aunque había algunas ideas muy concisas al inicio de la práctica, el desarrollo teórico y la profundidad conceptual se han ido construyendo durante la investigación de este Trabajo Fin de Máster. Al ir avanzando van surgiendo una serie de incógnitas, que, tratando de ser resueltas, formulan nuevas preguntas. Nos vamos contestando a nosotras mismas, vamos construyendo el camino sobre la marcha. Aunque caminamos en una dirección concreta, han ido apareciendo bifurcaciones y explanadas que no habíamos previsto. Hemos tratado de transitar las más significativas sin perder nuestro rumbo.

En el curso de la investigación hemos trabajado con libros tales como *El otro por sí mismo* (Jean Baudrillard, 1988), *Manifiesto para cyborgs* y *Seguir con el problema* (Donna Haraway, 2018 y 2019), *El enemigo conoce el sistema* (Marta Peirano, 2019) o el ya nombrado *El velo de Isis* (Pierre Hadot, 2021), tesis doctorales, artículos científicos, vídeos y webs, entre otros recursos digitales. Sin olvidar las conversaciones con amigas y con otras artistas compañeras que ayudan a relativizar el discurso y a tener en cuenta otras perspectivas.

Estas fuentes tratan diversos temas: Redes sociales y sociología tecnológica, control corporativo, concepto de “velo”, percepción de la realidad, distopías futuristas,



Figura 1. Celinda Ojeda. Captura (fotograma de vídeo). Velo del 11 de mayo de 2023. 610 x 341 px. 2023



Figura 2. Celinda Ojeda. Captura (fotograma de vídeo). Velo del 14 de agosto de 2023. 610 x 341 px. 2023. p 12



Figura 3. Captura (fotograma de vídeo). Velo del 11 de octubre de 2023. 610 x 341 px. 2023.

autorretrato, *selfie* y sobreexposición del individuo. Algunos de nuestros referentes artísticos, llegaron de forma natural al inicio de la práctica artística, otros, sin embargo, y al igual que los referentes teóricos, surgen en el curso de esta investigación.

La producción artística, *Velarse*, es una performance duracional de un año, que tiene lugar en una red social. Cada día realizo un *autorretrato* en formato vídeo corto usando distintos elementos que de algún modo cubren o transforman (velan) mi rostro. Yo solo me muestro, mirando a cámara, sin hablar y sin tener, a penas, ningún otro tipo de interacción. Este vídeo se publica en una conocida red social, en un formato en el que solo está visible durante 24 horas.

Era importante que fueran vídeos y no fotografías, porque es el formato mas relevante dentro de las redes sociales.

La idea surge como un experimento, como un juego. Actualmente utilizo una red social como herramienta de exposición de mi trabajo artístico y no suelo mostrar mi rostro en mis publicaciones, pero si eventualmente lo hago, las interacciones de público suben considerablemente. Empecé entonces a plantearme algunas cuestiones:

a) Nunca me he mostrado con la pretensión de exhibir mi belleza, ni soy un adalid de hermosura normativa, por lo que la atención que recibo debe de tener otra motivación.

b) Es posible que mi audiencia prefiera verme la cara (la mayoría me conocen personalmente) a los “siete mil” retratos de colores estridentes que venía publicando en los últimos tiempos y que “ya cansan”.

c) Mi público, percibe esa exhibición de mí



Figura 4. Captura (fotograma de vídeo). Velo del 15 de febrero de 2024. 610 x 341 px. 2023



Figura 5. Captura del perfil de Instagram de Celinda Ojeda, donde se pueden ver los cuatro capítulos visibles en destacados. 2023

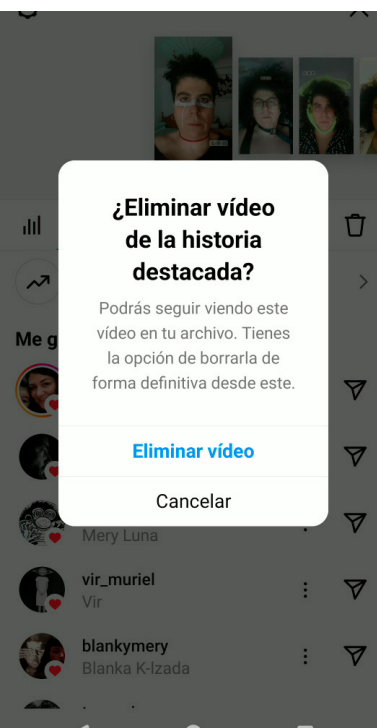


Figura 6. Captura del momento de borrado de un "velo"

misma como una anomalía dentro de mi *feed*, y la celebra porque satisface una necesidad de información sobre mi vida personal que normalmente no proporciono (¿Cómo está?, ¿qué aspecto tiene ahora?, ¿con quien aparece en las fotos?, etc).

Entonces, ¿Qué ocurriría si saturó mi cuenta con la constante aparición de mi rostro?

Como ya he dicho la performance tiene una duración de un año, pero en su concepción iba a durar tan solo 3 meses (del 21 de marzo al 20 de junio). Hay que recordar que era tan solo un experimento y que conllevaba un reto del que corría el riesgo de “aburrirme muy pronto”. No fue así, y decidí continuar 3 meses más, y posteriormente completar el año. El hecho de que la primera serie coincidiera con la estación primaveral fue algo circunstancial, pero marcó las fases del proyecto que se ajustan a las estaciones meteorológicas. No hay en esto más que una intención de ciclicidad, que se ciñe a las necesidades de mi performance, por lo tanto no hay ningún simbolismo ni concordancia en las formas con respecto de esta elección.

Establecí así 4 capítulos:

- Capítulo 1. Del 21 de marzo al 20 de junio de 2023
- Capítulo 2. Del 21 de junio al 22 de septiembre 2023
- Capítulo 3. Del 23 de septiembre al 21 de diciembre 2023
- Capítulo 4. Del 22 de diciembre al 20 de marzo 2024

Aunque originalmente los vídeos permanecían visibles un tiempo determinado, más tarde decidí que estos vídeos permanecieran en un archivo consultable, que pasado otro año, se han ido borrando.

Es decir, esta segunda parte de la performance que consiste en el *borrado* de la documentación, aún está en curso, finalizará el 20 de marzo de 2025.

1

MAARCO

TEÓRICO

1. MARCO TEÓRICO

Para poner en contexto nuestra investigación, debemos hablar del medio en que se lleva a cabo, las redes sociales; del efecto que estas ha tenido sobre nuestra percepción de la realidad, y de cómo replantearnos el existir (y representarnos) en estas realidades de forma consciente y sana.

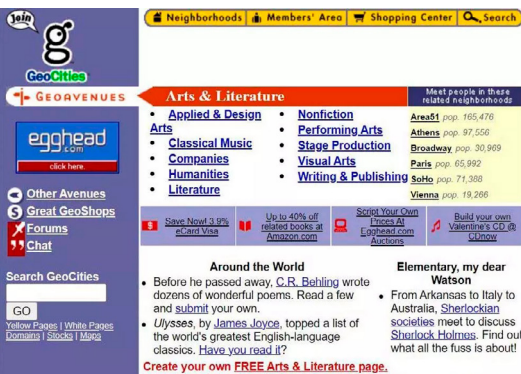


Figura 7. Portada de la web Geocities con distintas secciones por temáticas



Figura 8. Ejemplo de página de GeoCities

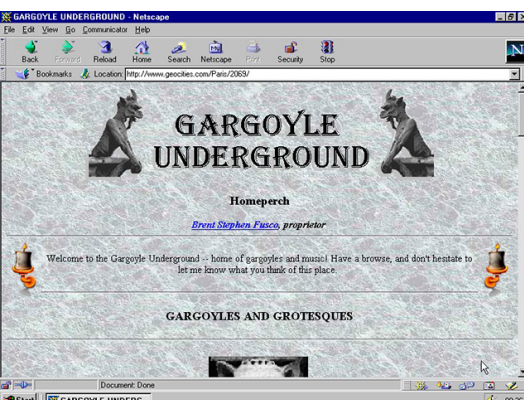


Figura 9. Ejemplo de página de GeoCities

1.1. De aquellos polvos, estos lodos. El panóptico digital y la direccionalidad algorítmica.

Cuando Internet llegó a las usuarias de forma asequible y *universal*, parecía brindar una realidad paralela en la que todo era posible. Ofrecía al público general el acceso a la información y al conocimiento infinito, una llave para disponer en forma práctica los conceptos de libertad y desarrollo. Un universo en el que eliminar todas las diferencias, de clase, de género o de “raza”, un espacio de igualdad total.

La expresión “identidad” se vivía aquí, no solo como la eliminación del concepto de “otra” (como lo que es diferente), también como un lugar en el que expresarse, en el que conocerse de una manera no precarizada, y en consecuencia de liberarse de forma ilimitada. Una oportunidad de ser quien quieres ser, pues el anonimato, el velo que creaba la pantalla, daba la oportunidad de construir identidades complejas nuevas.

En 1995 aparece *GeoCities*, un espacio web precursor de las actuales redes sociales. Permitía alojar contenido por temáticas y compartirlo con otras usuarias (*homesteaders*), llegó a tener “salas de charla” y tableros de anuncios; es decir, creaba comunidad. Ese mismo año algunas empresas apostaron por



Figura 10. Ejemplo de blog. Activo desde 2010

una visión de uso comercial de Internet, tras crearse sistemas de pago seguro en línea, nacen *Amazon* y *Echo Bay (eBay)*. La idea de Internet como un espacio utópico de “libertad y conocimiento”, comenzaba a esfumarse a la misma velocidad a la que las empresas comenzaban a subirse al carro.

Cuanto más nichos de información y entretenimiento ocupaba Internet en detrimento de los medios de comunicación de masas tradicionales, más crecía el interés de estos por su presencia en el universo digital. Internet acabó heredando el poder de difusión y comunicación de los medios tradicionales a través de acuerdos entre las empresas de almacenamiento y gestión de datos y las grandes corporaciones mediáticas y económicas.

Estas grandes corporaciones (*Google, Meta, Microsoft, ByteDance...*) han generado todo un complejo sistema de información y comunicación que se retroalimenta a sí mismo gracias a las consumidoras de sus productos. Nos proveen de *servicios* por los cuales obtienen mucha y muy variada información de nosotras: la cual ofrecemos voluntariamente, a veces incluso pagando. Han creado sistemas por los que nos hemos convertido en prosumidoras (por no decir esclavas), es decir, producimos los mismos servicios o contenidos que consumimos como público.

La idea del *blog* abierto, donde algunas usuarias ofrecían contenido gratuito a las lectoras, evolucionó a través de plataformas como *Fotolog* (20 millones de usuarias en 2008) o *Tuenti* (10 millones de usuarias en 2009) primero y posteriormente con la universalización de *Facebook* (3,065 millones de usuarias en 2024).¹

1. Los datos sobre el número de usuarios de cada red, se encuentran en: *Fotolog*: Setupmedia. (28 de enero de 2016). *Fotolog, el abuelo del Instagram*,



Figura 11. Ejemplo de publicación de Fotolog

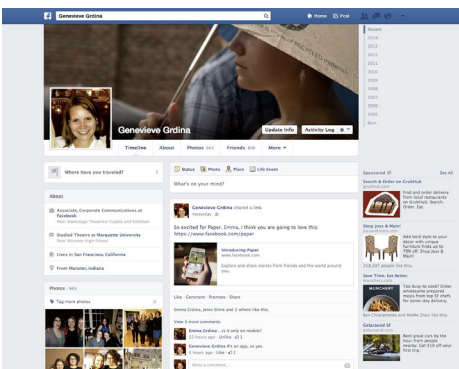


Figura 12. Ejemplo de portada de Facebook

Espacios donde todo el mundo tenía acceso a la información de todo el mundo. No ofrecían un producto de consumo como hacía la televisión, sino una plataforma que se rige por sus propias normas para que el “público” (usuaria) genere el “entretenimiento” o la “información” que ellas mismas buscan o quieren ver. Se establece un auténtico panóptico en el que todas miran (vigilan) a todas, mientras facilitan su estilo de vida, gustos e intereses a dichas empresas.

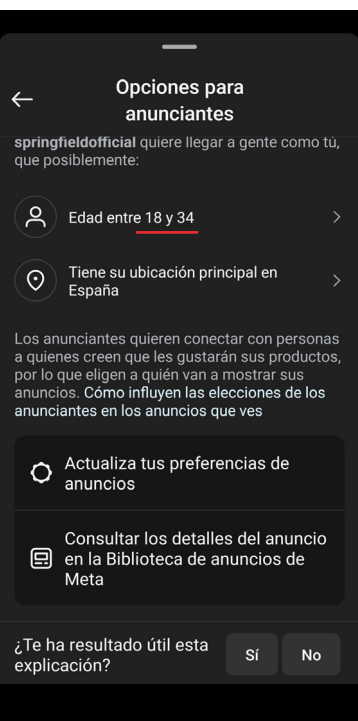
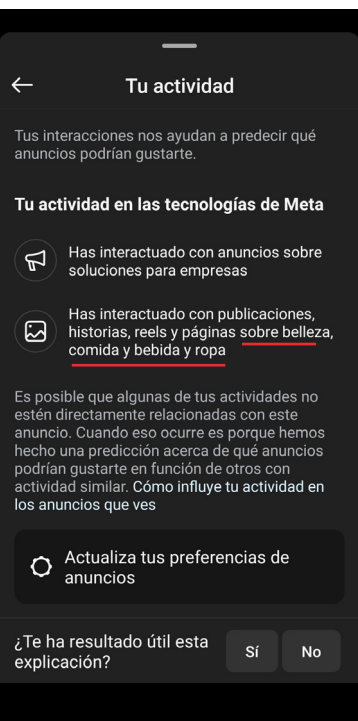
Toda esta información, no solo se vende a terceras empresas para sus estudios de mercado y la realización de perfiles de consumo personalizados. También sirve para manipular nuestra atención y nuestras opiniones, en ocasiones para validar lo que pensamos (solo vemos cosas con las que estaremos de acuerdo); otras veces utilizan esa información para incentivar nuestra interacción en las redes, mostrándonos contenidos que nos generan miedo o preocupación, o simplemente se nos bombardea con uno o varios productos para propiciar mercados concretos como siempre ha hecho la publicidad tradicional.

Es decir, que todo lo que vemos o consumimos en Internet no es casual, no solo hay una dirección intencionada por parte de estas corporaciones según nuestros perfiles, sino que además está condicionada por el propio diseño de las herramientas de medición que han creado estas empresas. El uso de algoritmos para el análisis de datos y la distribución de información está sesgado por los prejuicios de las personas que los diseñan: hombres occidentales blancos en su mayoría.²

Como consecuencia se perpetúan sesgos de género, de racialización o socioeconómicos. Una mujer de más de 30 años, tendrá más probabilidades de *encontrarse* con contenidos o anuncios de cosméticos, que un hombre de 50; o personas de entre los 18 y los 25 años recibirán información sobre bebidas energéticas, experimentos *locos* o *coaches* motivacionales. En realidad a nadie le importa si un señor de 53 años empieza a maquillarse o si una señora jubilada de

desaparece. Recuperado el 3 de octubre de 2024 <https://www.setupmedia.es/blog/fotolog-el-abuelo-del-instagram-desaparece>
Tuenti: Rocamora, J. (7 de septiembre de 2023). *Historia de Tuenti: nacimiento, ascenso y... ¿desaparición? de una marca pionera en el digital español*. Marketing4ecommerce. Recuperado el 3 de octubre de 2024. <https://marketing4ecommerce.net/historia-de-tuenti-cronica-de-una-muerte-anunciada/>
Facebook: Kolsquare. (27 de junio de 2024). *Estadísticas clave de Facebook para 2024*. Recuperado el 3 de octubre de 2024. <https://www.kolsquare.com/es/blog/las-estadisticas-de-facebook-para-2023>

2. “Según su informe, elaborado en 2019, estudios recientes encontraron que solo 18% de los trabajos publicados en las principales conferencias de inteligencia artificial son realizados por mujeres, y que más de 80% de quienes son docentes de inteligencia artificial son hombres. Esta disparidad también se refleja en la industria, donde, por ejemplo, las mujeres representan solo 15% del personal de investigación de inteligencia artificial en Facebook y 10% en Google, dos de las empresas líderes en el área a escala global”. Ferrante, E. (2021). *Inteligencia artificial y sesgos algorítmicos. ¿Por qué deberían importarnos?*. *Nueva Sociedad* (Nº 294), 27-36. <https://tgd1libroelectronico.faud.unsj.edu.ar/wp-content/uploads/2022/03/1.8-Ferrante.pdf>



Figuras 13, 14 y 15. Capturas de pantalla. Anuncio e información dada por Instagram sobre segmentación de público objetivo. Se observa que la información ofrecida a las usuarias es pobre e imprecisa.

Velarse: una performance sobre la autoimagen y la representación direccionada en las redes sociales

70 empieza a hacer *crossfit*, al contrario, cualquier empresa estaría encantada de ampliar su nicho de mercado. Pero estos contenidos sí que perpetúan estereotipos caducos, como que una mujer con más de 30 años es vieja y debe “remediarlo a toda costa”, o que la juventud debe de ser extremadamente activa, innovadora y exitosa.³

Es una presión constante que ya no viene de agentes externos como en la publicidad tradicional, sino de otras usuarias, las que tenemos al lado, las que tenemos de frente. Una presión que es sentida por casi la totalidad de las usuarias de Internet y que genera altos niveles de ansiedad y depresión, lo que le da al algoritmo, la oportunidad de ofrecerte contenidos sobre salud mental.

La idea no es mejorar o empeorar tu vida, simplemente que nunca dejes de estar conectada y que compres “todo lo que necesitas”.

A pesar de todas estas supuestas desventajas, hemos adquirido una gran dependencia de estas tecnologías; en una conversación entre el filósofo Antonio Escohotado y la escritora especializada en tecnología Marta Peirano observamos cómo se han establecido nuestras relaciones con la máquina:

3. Moreno, F. (6 de septiembre de 2022). *¿Qué es la segmentación del público objetivo y qué beneficios tiene para las marcas?*. IEBS. Recuperado el 2 de noviembre de 2024. <https://www.iebschool.com/blog/segmentacion-publico-objetivo-beneficios-marketing-digital/>

Celma, H. (31 de octubre de 2022). *¿Por qué tus redes sociales se llenan de anuncios extraños? Así decide el algoritmo tu publicidad personalizada*. Público. Recuperado el 2 de noviembre de 2024. <https://www.publico.es/uwu/gitgud/por-que-tus-redes-sociales-se-llenan-de-anuncios-extranos-asi-decide-el-algoritmo-tu-publicidad-personalizada/>

Falta autor. (21 de junio de 2018). *Generar contenidos de acuerdo a la edad de tu público objetivo*. Storming Markets. Recuperado el 2 de noviembre de 2024. <https://wildwindmarketing.com/blog/generar-contenidos-de-acuerdo-a-la-edad-de-tu-publico-objetivo>

Escohotado: «...ahora lo que pasa es que los seres humanos... obviamente humanos se van a constituir en celadores y directores del inmenso zoológico confortable donde la humanidad ha decidido instalarse, es decir, los que usan el móvil para todo menos informarse de cosas distintas de su ombligo».

Peirano: «Pero implicaría que esas personas usan el móvil para gestionar algo, cuando en realidad lo que pasa es que el móvil les está gestionando a ellos».⁴

Peirano afina más esta cuestión, al comparar las críticas que recibe Internet o las RRSS con las que ya recibieron los videojuegos o la televisión en el pasado:

La gente que fabricaba máquinas de pinball, videojuegos o programas de televisión estaban haciendo contenidos, y no estaban tan preocupados con atrapar tu atención. La comparación más apropiada es el diseño de máquinas tragaperras. Porque la máquina tragaperras está específicamente diseñada para mantenerte pegado a ella el mayor tiempo posible. (Alter, 2018, como se citó en Peirano, 2019, p. 50).⁵

Esta relación adictiva con el medio ha producido una inmersión de los universos digitales en la Realidad, llegando incluso a sustituirla. Lo que ocurre en una, parece coexistir en el otro. Por un lado, disponemos de una *realidad* cibernética que nos facilita muchas tareas diarias a cambio de nuestra huella digital, la cual asumimos, es el precio que debemos pagar. Por otro lado, también nos permite experimentar *vivencias* a las que habitualmente no tenemos acceso en la realidad tangible. Esta existencia es en muchos casos entendida como las *realidades* que nos ofrece la ficción (literatura, cine, videojuegos, etc), con la diferencia de que las realidades del entorno virtual, también suelen tener consecuencias en la realidad natural.

4. Seagram's España. [@Seagrams_ES]. (12 de julio de 2019). *¿Quién decide la verdad? Con Antonio Escohotado y Marta Peirano* [Video]. YouTube. https://www.youtube.com/watch?v=XjMKV_mYRmg

5. Peirano, M. (2019). *El enemigo conoce el sistema. Manipulación de ideas, personas e influencias después de la economía de la atención*. Penguin Random House Grupo Editorial.

1.1.1. Autorretrato no es lo mismo que *selfie*

Jean-Luc Nancy define retrato como “la representación de una persona considerada por ella misma... El objeto del retrato es, en sentido estricto, el sujeto absoluto: despegado de todo lo que no es él, retirado de toda exterioridad” (Nancy, 2006, p. 11).⁶

Por lo tanto el autorretrato sería la representación de una persona considerada por ella misma y realizada por sí misma.

El *selfie*, más conocido por su voz inglesa *selfie*, y traducido como “autofoto”, hace referencia a un autorretrato realizado con una cámara fotográfica. Pero el concepto va más allá de la traducción literal del término, la palabra *selfie* se empezó a popularizar en la década del 2000, junto con las cámaras fotográficas digitales y posteriormente con las cámaras incorporadas a los teléfonos móviles.

En sus inicios el *selfie* es usualmente una foto rápida y de poca calidad, a veces oportunista y colectiva, otras veces íntima. Pero sobre todo es una foto destinada a las RRSS, su fin último es mostrarla al mundo, lanzar un mensaje; no es un “quiero verme a mí misma”, sino un “quiero que me veas”, “quiero que veas donde estoy y que hago”, es un acto promocional, narcisista.

Al hacer esto, estamos satisfaciendo necesidades posiblemente inconscientes. En esa búsqueda de la mirada y de la aprobación ajena, también cumplimos con los estándares de éxito que se deben exhibir en las RRSS, cedemos a esa presión *narrativa* porque queremos integrarnos, “vernó como las demás”, lo hacemos porque “todas lo hacen”; una debe mostrarse, y debe “salir bien”. Y eso que mostramos, no siempre tiene una correspondencia con lo que vivimos fuera de la imagen proyectada, poseemos dobles digitales, avatares.

Podemos decir entonces que aunque “autorretrato” no es lo mismo que “*selfie*”, el *selfie* es un tipo de autorretrato, por lo que comparten características similares, que se ven condicionadas por las diferencias antes descritas.

Por ejemplo, la duplicidad es una cualidad esencial de la representación, todo aquello que se representa, aparece de nuevo. El autorretrato genera una doble imagen de la autorretratada (triple si se usa un espejo), pero el *selfie* construye también, como hemos visto, un doble conceptual, una identidad escindida de la primordial (el avatar).

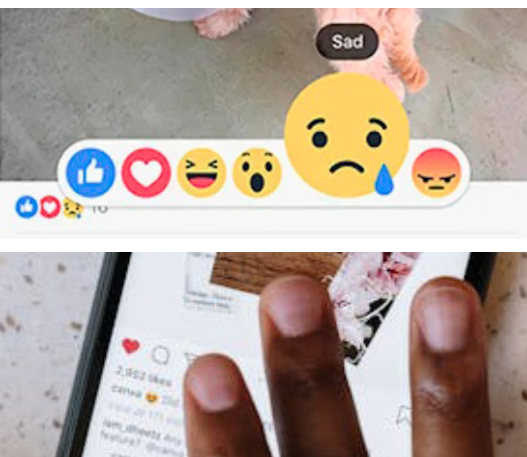
6. Nancy, J.L. (2006). *La mirada del retrato*. Amorrortu Editores. Buenos Aires



Figura 16. Celinda Ojeda. Autorretrato de Celinda O. Fotografía digital. 3324 x 4428 px. 2021



Figura 17. Celinda Ojeda. Selfi de Celinda O. con unas amigas. Fotografía digital. 1536 x 2048 px. 2024



Figuras 18 y 19. Ejemplos de reacciones gráficas en RRSS

Otra cualidad propia del retrato (y del autorretrato) es su sentido “in absentia” (Nancy, 2006, p. 45)⁷, es decir, la función principal del autorretrato es “parar el tiempo”, immortalizarnos, vernos (o mostrarnos) en un momento concreto de nuestra vida. Ya no estamos ahí, preservamos el eco de algo que ha desaparecido. Por el contrario, el selfi es fugaz, se trata de mostrar lo que estás haciendo *ahora*, a nadie le importa donde estuviste o lo que hiciste hace 5 años o la semana pasada, lo que tiene relevancia es lo que estés haciendo hoy. No hay permanencia en el selfi, pues caduca inmediatamente, representa una ausencia constante.

El impulso natural de conectar con las demás se realiza a través de la pantalla, las plataformas que usamos para ello están provistas de sistemas de retroalimentación prediseñados que son esencialmente gráficos (*likes**, “reacciones”, emoticonos, *gifs*, etc), que facilitan la *comunicación* entre usuarias y nos exime de la obligación de escribir, de concretar lo que pensamos. Son comentarios ambiguos, impersonales, la conexión es superficial.

Los selfies son superficies lisas que ponen el “self “ vacío en una luz agradable por un corto tiempo. Pero si los das vuelta, te encuentras con las heridas cubiertas de heridas que sangran. Entonces las heridas son el rostro de los selfies. (Byung-Chul, 2015).⁸

7. “El reflejo (o el doble) no tiene lugar más que *in praesentia*, el retrato es *in absentia*: por esencia, y en todos los sentidos, está expuesto a la ausencia”. Nancy, J.L. (2006). *La mirada del retrato*. Amorrortu Editores. Buenos Aires

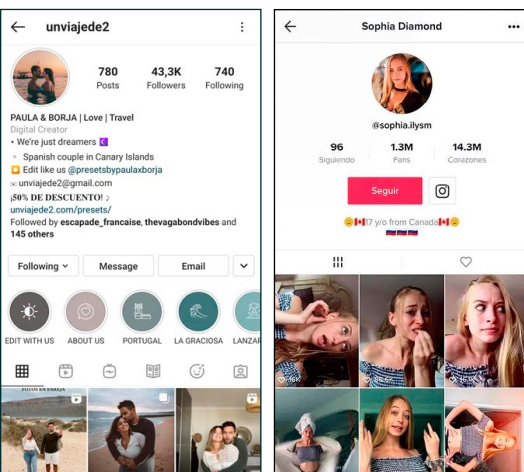
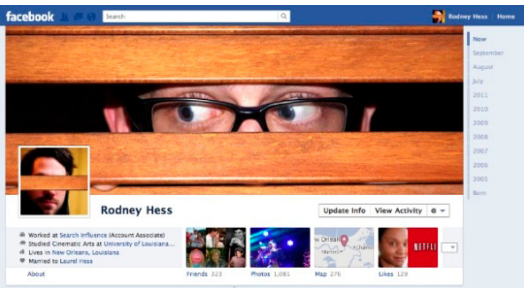
*.*Like*: “Un «like» o «me gusta» es una función incorporada en redes sociales y otras plataformas en línea que permite a los usuarios expresar su aprobación o interés por un contenido específico. Al hacer clic en el botón de «me gusta», los usuarios pueden brindar retroalimentación positiva de manera rápida y sencilla, conectándose con temas o publicaciones que les resultan atractivos.”. Falta autor. (s.f.). *Qué es Like*. ARIMETRICS. Recuperado el 2 de noviembre de 2024. <https://www.arimetrics.com/glosario-digital/like>

8. Byung-Chul, H. (16 de febrero de 2020). *Los selfies son superficies hermosas de un yo vacío y completamente inseguro*. Bloghemia. Recuperado el 25 de agosto de 2024. <https://www.bloghemia.com/2020/02/byung-chul-han-los-selfies-son.html>



1. 1. 2 Exponerse: individualidad homogénea y proteica

La función de uso de las RRSS es mostrarse a una misma, su esencia es narcisista. El medio al que nos exponemos nos condiciona, ya que interviene en la forma en que nos mostramos ante las otras. En un contexto de la vida real, la identidad, el yo, se crea a partir de las relaciones con las demás, a través de los roles que tú y las otras asumen. En las redes estos roles están condicionados por una mediación de intereses de carácter capitalista, es decir, las relaciones se conciben como una mercancía. No son relevantes las relaciones individuales que construyes a lo largo de la vida, sino *quienes* están en tu red de *comunidad*, en los intereses que os unen y en la cantidad de individuos que la conforman. Se confecciona una identidad superficial apoyada en un supuesto valor de las identidades (perfiles) que la propia red social de turno condiciona y realimenta.



Figuras 20, 21, 22, 23 y 24. Ejemplos de tipos de perfil según la red social. LinkedIn, Facebook, Instagram, TikTok y Tinder respectivamente.

La imagen que tenemos de nosotras mismas establece como nos comportamos, nos ayuda a gestionar la máscara social, y decreta que rol tomaremos según la situación. Esto ocurre de “tu a tu”, de forma presencial; la situación es distinta en cada momento. Sin embargo en la esfera virtual la asunción de roles nos presenta dos problemas, por un lado, no sabemos a quien nos enfrentamos, ya que nuestra interlocutora es múltiple, no nos permite establecer un “público objetivo”. Por otro lado, se dan varias situaciones a la vez, lo que me obliga a ejecutar varios roles al mismo tiempo. Y esto es algo que Internet nos ofrece desde sus inicios. Podemos crear una o varias identidades a voluntad, nuestra carta de presentación ante las demás está totalmente controlada por nosotras, es moldeable según las conveniencias del momento (*Instagram*,

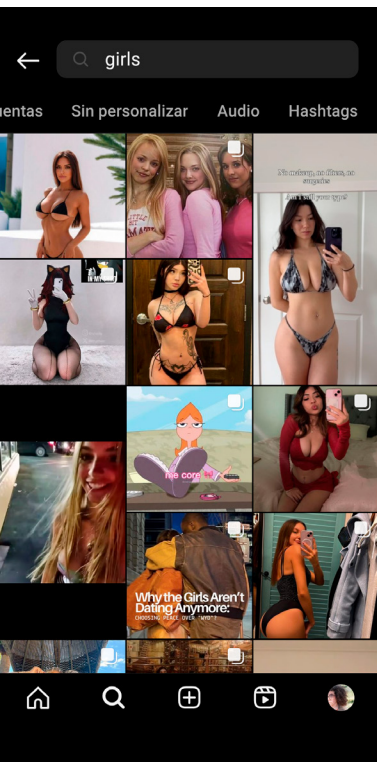


Figura 25. Captura de lo que podemos encontrar si buscamos "chicas" en Instagram

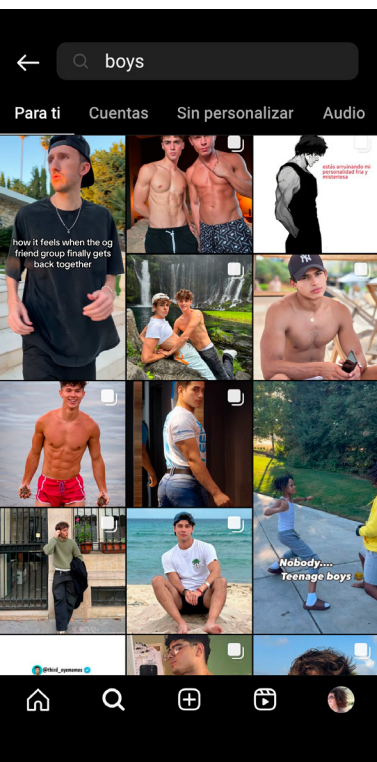


Figura 26. Captura de lo que podemos encontrar si buscamos "chicos" en Instagram

LinkedIn, Tinder...), me transformo en lo que quiero ser, me cosifico.

Como consecuencia nuestra autoimagen está deformada. La cascada de información disponible y las dinámicas de inmediatez y sobreexposición propia y ajena a las que estamos sometidas son difíciles de digerir, por lo que solo tenemos capacidad para absorber. Se establece una comunicación que "ya no puede producirse como espejo" (Baudrillard, 1988, p. 23)⁹, no hay *reflexión*, nuestra identidad se diluye, y sólo queda espacio para la mimesis. "Extraño Narciso: ya no sueña con su imagen ideal, sino con una fórmula de la reproducción genética al infinito" (Baudrillard, 1988, p. 35).¹⁰

Como hemos dicho antes, la identidad se establece en relación a la otra y a los roles que ejecuta, comprendemos las identidades a través de arquetipos. Alguien que se ajusta demasiado al arquetipo, se nos antoja falso (prefabricado, artificioso). Pero, en las RRSS ese modelo se ha *normalizado*, lo entendemos como el estándar que deberíamos ser o al que deberíamos llegar, en lugar de entenderlo como una excepción. Copiamos arquetipos, incluso cuando estos se acercan a su propia caricatura. Y sin embargo, se premia la individualidad (o quizá deberíamos decir el individualismo), destacar por una misma, pareciéndose a las demás.

El cuerpo y la apariencia es lo primero y se trata de optimizarlos en un crecimiento sin fin (cada vez hay que verse mejor). Tener un cuerpo o un rostro distinto no disminuye la obsesión por nuestra propia cara, pero

9. "Despojados de toda escena y atravesados sin obstáculo, ya no pueden producir los límites de su propio ser, ya no pueden producirse como espejo. Y se convierten así en pura pantalla, pura superficie de absorción y reabsorción de las redes de influencia". Baudrillard, J. (1988). *El otro por sí mismo*. Editorial Anagrama S. A. Barcelona.

10. Baudrillard, J. (1988). *El otro por sí mismo*. Editorial Anagrama S. A. Barcelona.

si genera una presión social que encuentra un respiro en la flexible identidad digital, que nos permite cambiarla a base de retoque fotográfico o el uso de filtros que nos devuelven un semblante propio que se ajusta más al modelo de juventud y belleza deseable, aunque este sea falso.

Pese a que portemos una hermosura irresistible nuestra fisionomía debe de cambiar constantemente, pues es un bien de consumo que cada cierto tiempo debe renovarse. Es una búsqueda perpetua que nos lleva a fotografiarnos sin parar agotando nuestra propia imagen, una y otra vez.

Esto nos genera inseguridad, insatisfacción y ansiedad, nunca estamos contentas con lo que somos, con lo que mostramos. Y como ya hemos dicho, nos incapacita para relacionarnos más allá de la pantalla, pues no tenemos un yo estable en el que cobijarnos frente a la mirada palpable de otra persona.

El ritual narcisista del selfi, persigue la promesa de permanecer, de seguir conectadas, de “seguir vivas”. Parte de la liturgia, es el sistema de *likes* y otro tipo de valoraciones que mercantiliza la imagen propia, nos vuelve un objeto con valor de uso, una “persona de alto (o bajo) valor” según el cómputo de las interacciones que recibimos.

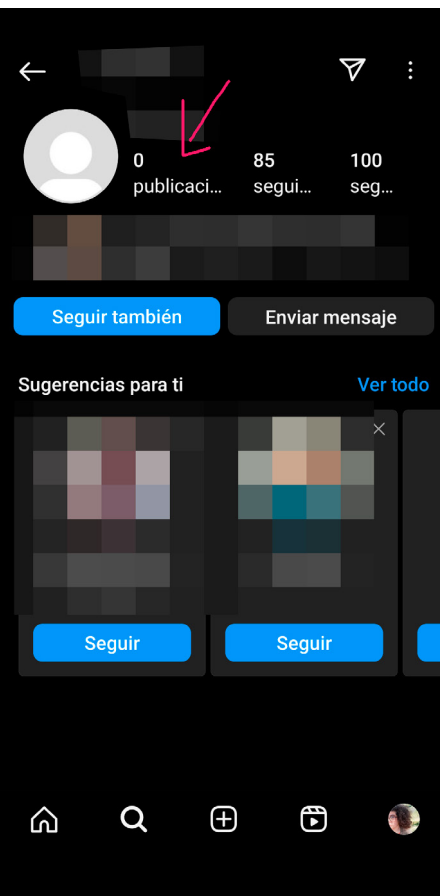
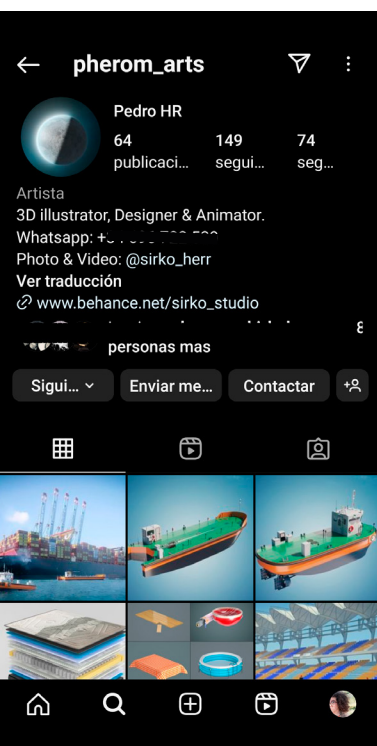
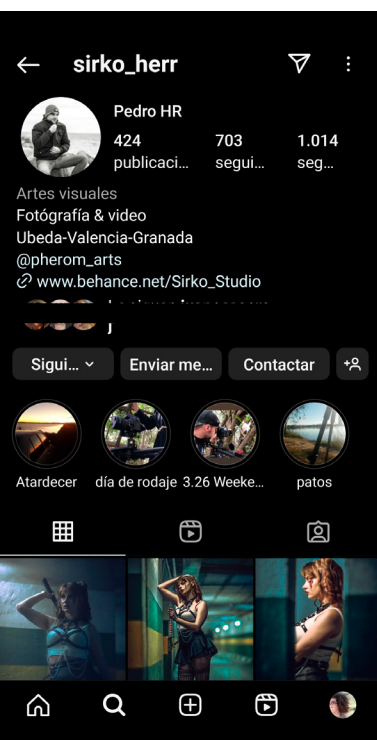
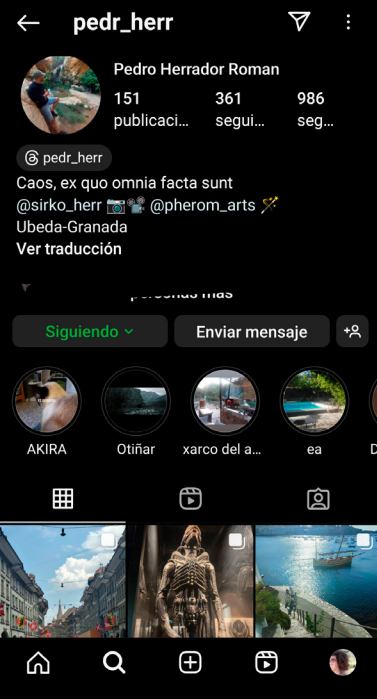


Figura 27. Captura de perfil voyeur en Instagram

El *control* sobre lo que mostramos, nos obliga a evaluar constantemente entre lo que queremos (o debemos) compartir y lo que no, entre lo que es público y lo que es privado. Nos obliga a evaluar nuestro deseo de atención constante, y los costes que esto puede conllevar.

En este sentido hay una tendencia exhibitoria, y otra evasiva (especialmente en las generaciones más jóvenes), que rechaza la exposición pública, pero se asienta en la idea de “usuaria anónima”, sigue dirigiendo su mirada a los mismos focos, puede incluso interactuar (siempre desde el anonimato), son *voyeurs* de las redes.

La multiplicidad identitaria de la que venimos hablando nos recuerda al mito de Proteo que Gemma San Cornelio recoge en su tesis doctoral:



Figuras 28, 29 y 30. Capturas de los distintos perfiles de Instagram del fotógrafo Pedro Herrador Román

Velarse: una performance sobre la autoimagen y la representación direccionada en las redes sociales

Proteo se valía de su capacidad camaleónica para evitar el contacto con la gente, para poder pasar desapercibido dentro de un entorno. En este caso la alteración se producía en su físico, no siendo por ello inconfundible, ya que todos sabían que era él pues lo veían transformarse. Proteo utiliza esta estrategia de un modo podríamos decir cobarde, para no afrontar su propio yo y lo que ello implicaba. (San Cornelio, 2002, p. 133).¹¹

Creo que la correlación es bastante evidente. Las usuarias, se presentan con diferentes aspectos como ya hemos dicho, e incluso se registran en varias cuentas a la vez según el rol con el que quieran participar, siendo esto no solo conocido por el resto de usuarias, sino una práctica habitual e incluso recomendada.

San Cornelio recoge también otras mitologías y pseudociencias que nos sirven para hablar de cómo concebimos a la “otra”, a la diferente en el contexto digital. El bestiario medieval o los estudios sobre frenología o fisiognomía representaban la fascinación y rechazo que despertaba lo desconocido o lo extraño a lo largo de la historia hasta bien entrado el siglo XIX. Señalar lo diferente afianza la normalidad de quien lo señala, estableciendo una jerarquía de poder que sitúa por arriba lo que es “normal”, y por debajo lo “anormal”. Esta fórmula se aplica en los espacios virtuales, donde al evaporarse la identidad propia, también se esfuma la identidad ajena, la “otra” solo puede ser “mi amiga o mi enemiga”, aquellas que comparten mis intereses o aquellas que son despreciables, “sin valor”.

11. San Cornelio Esquerdo, G. (2002). *Cartografías de la identidad: seis itinerarios para la reflexión en torno a los procesos artísticos y comunicativos en la era digital*. [Tesis doctoral, Universitat Politècnica De València]. Repositorio de la Universitat Politècnica De València. <https://riunet.upv.es/bitstream/handle/10251/2621/tesisU-PV1623.pdf?sequence=1&isAllowed=y>

Sorprendentemente, la categorización física que se hacen desde las supersticiones antes nombradas siguen vigentes en el ciberespacio, pues es habitual encontrar formas de increpación (también de halago) verbal o visual basadas en el aspecto físico de la persona reprendida o atacada, lo cual llama la atención en una sociedad que se jacta de científica (tecnológica al menos) y avanzada.

Esto incluso lo encontramos en la creación de las nuevas tecnologías: "...las instituciones y las empresas han ido delegando... también el trabajo sucio, usando algoritmos como tapadera para tomar decisiones «políticamente responsables», dando a entender que las máquinas tomarán decisiones justas y racionales basadas en principios de eficiencia" (Peirano, 2019, p. 132).¹²

Los sistemas de reconocimiento facial tienen un claro sesgo de género y de raza, y aunque algunos se están tratando de corregir, otros se diseñan aplicando sesgos específicos. Las aplicaciones que pretenden predecir qué personas están inclinadas a cometer delitos tienen la misma lógica *científica* que los prejuicios de Cesare Lombroso (Buolamwini, 2024).¹³

La policía holandesa la usa para predecir o identificar conductas potencialmente delictivas de los pasajeros en aeropuertos y turistas en la calle. También hay un proyecto piloto europeo para instalar en las fronteras de la Unión Europea avatares virtuales que «interroguen» a pasajeros y analicen con biomarcadores si los sujetos mienten o no. Se llama BorderCtrl. (Peirano, 2019, p. 144).¹⁴

Lo preocupante no es solo la injusticia que suponen estos sesgo para personas inocentes y el perturbador grado de control que parece estar imponiéndose, también, que cuando se producen esos errores no tendremos a quién pedirle cuentas, ya que los códigos de estos algoritmos están protegidos por la propiedad intelectual, el llamado *mathwashing*. Al no tener acceso a esos sesgos no podemos denunciar su supuesta ilegalidad. (Peirano, 2019, p. 132).¹⁵

12, 14. Peirano, M. (2019). *El enemigo conoce el sistema. Manipulación de ideas, personas e influencias después de la economía de la atención*. Penguin Random House Grupo Editorial.

13. SXSW. [@SXSW]. (14 de marzo de 2024). *A Conversation with Dr. Joy Buolamwini | SXSW 2024*. [Video]. YouTube https://www.youtube.com/watch?v=2YI7_EdbEtY

15."Un algoritmo es un conjunto de instrucciones diseñadas para resolver un problema concreto. Pero cuando los algoritmos son opacos, ya no sabemos cual es el problema que intentan resolver". Peirano, M. (2019). *El enemigo conoce el sistema. Manipulación de ideas, personas e influencias después de la economía de la atención*. Penguin Random House Grupo Editorial.



Figura 31. Captura de la imagen de la dj NEUROKILL en su perfil del Instagram

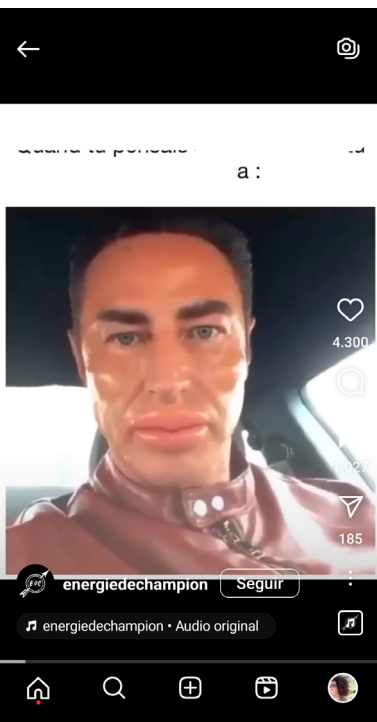


Figura 32. Captura de la imagen de persona desconocida en un perfil de memes de Instagram

Toda esta violenta presión que flota en las redes también es usada por muchas usuarias para *reapropiarse* de estos valores, “las auto-representaciones irónicas, mediante las que el usuario recurre a la caricatura o la inversión de significados, subvirtiendo al hacerlo alguno de los códigos dominantes, incluso convirtiendo a su propia imagen en objeto de la burla”. (Cava, 2021, p. 93).¹⁶ Son patrones que encontramos con frecuencia, usuarias o colectivos que usan el humor, aunque no siempre, para ejercer un activismo que plantea todo un abanico de disidencias sociales.

Son actividades empoderantes que solo tiene un peso informativo para las usuarias, pues no suponen ninguna resistencia real contra los sistemas que pretenden combatir.

También encontramos manifestaciones inconscientes de quien, de forma errática, trata de amoldarse a los arquetipos de belleza y éxito establecidos pero sin llegar a conseguirlo. Por su peculiar físico o carácter se vuelven populares adquiriendo altos niveles de audiencia, no por admiración, sino por mofa; se convierten en un meme.¹⁷

16. Cava, X. (2021). La lógica del postureo: forma-mercancía y auto-representación en las redes sociales. *Astrolabio. Revista internacional de filosofía* (Nº 24), 89-101. <https://raco.cat/index.php/Astrolabio/article/view/384606/477647>

17. Meme. “Del ingl. *meme*, palabra acuñada en 1976 por R. Dawkins, biólogo inglés, sobre el modelo de *gene* ‘gen’ y a partir del gr. *μίμημα* *mímēma* ‘cosa que se imita’. 1. m. Rasgo cultural o de conducta que se transmite por imitación de persona a persona o de generación en generación. 2. m. Imagen, video o texto, por lo general distorsionado con fines caricaturescos, que se difunde principalmente a través de internet.” (<https://dle.rae.es/>)

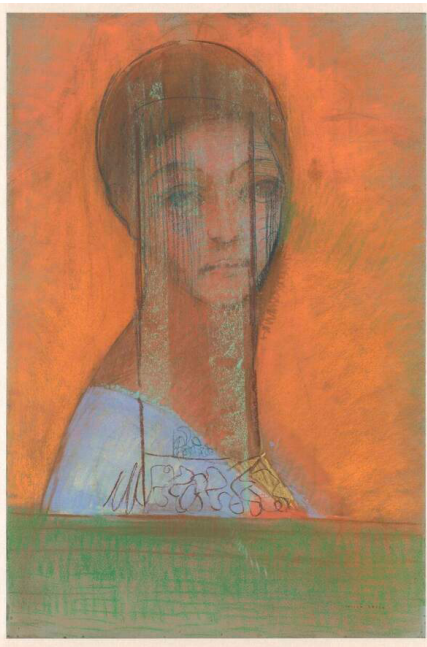


Figura 33. Odilon Redon. *Mujer con velo*. Pastel y tiza sobre papel azul. 47,8 x 32 cm. 1895-1900

1.2. Las redes sociales como velo ¿tergiversador de la realidad?

“Velo” es un trozo de tela que cubre algo,¹⁸ su cualidad flexible y de fácil manejo hace que se use como metáfora para cubrir o descubrir verdades aparentes, para ocultar algo de lo que sabemos su existencia aunque no podamos verlo.

La diosa egipcia Isis es una de las primeras representaciones de la diosa madre en las culturas occidentales, era un símbolo de fertilidad y representaba a la Naturaleza.¹⁹ A partir de la Edad Moderna, aparece portando un velo, vinculada a conceptos filosóficos y creencias ocultistas, se convierte en un arcano, esconde los conocimientos más profundos y ocultos de la Naturaleza.

El filósofo francés Pierre Hadot realiza un recorrido histórico sobre el concepto filosófico de la Isis con velo (Hadot, 2021).²⁰ No me detendré aquí a analizar sus investigaciones, aunque sí tomaré algunas ideas que me han interesado y que creo están relacionadas con la percepción de la realidad y la autorrepresentación en las RRSS.

Pero antes de esto, y ya que vamos a hablar de “desvelamiento de la Naturaleza”, me gustaría establecer a qué me voy a referir al hablar de Naturaleza.

José Saborit define en qué sentido se puede entender el término: “Naturaleza” y “naturaleza”, así como

18. Definición del Diccionario de la lengua española. (<https://dle.rae.es/>)

19. Revelando el Velo En Español. [Revelando el Velo En Español]. (17 de agosto de 2020). *Historia del Culto a ISIS*. [Video]. YouTube. <https://www.youtube.com/watch?v=kLAb3orS-4A>

20. Hadot, P. (2021). *El velo de Isis. Ensayo sobre la historia de la idea de Naturaleza*. Ediciones Alpha Decay, S. A.



Figura 34. Giovanni Strazza. *La virgen velada*. Mármol. 48 cm. (altura). 1850



Figura 35. Alejandro Roslin. *La dama con velo (la mujer del artista)*. Óleo sobre lienzo. 65 x 54 cm. 1768



Figura 36. Antonio Corradini. *La verdad velada* (Modestia). Mármol. 267 cm. (altura). 1752



Figura 37. Auguste Puttemans. *Isis, diosa de la vida*. Bronce. 228 cm. (altura). 1922

algunas variantes de estas, que por su puesto se solapan.

Me quedaré con el concepto que Saborit nombra N-1:

Bien el conjunto de todos los seres y fenómenos del mundo físico, incluyendo al ser humano en tanto “un ser de la naturaleza”, que es estudiado por las ciencias llamadas naturales... esta acepción de Naturaleza se aproxima a nociones de “realidad” o “mundo”... incluiría artificios y creaciones humanas. (Saborit, 1997, p. 24)²¹

Sumando a esto el sentido de *natura naturans*, ya que esta acepción remite a la idea Medieval de Naturaleza como “deidad como sustancia infinita” (Saborit, 1997, p. 25),²² quiero entender esta idea de Dios como un concepto de Verdad, en el sentido de la cultura occidental judeocristiana. No así en un sentido religioso que no nos interesa.

Como hemos visto, el concepto Naturaleza se vincula a Realidad (N-1), y a Verdad (*natura naturans*). Por eso a lo largo del texto se entenderá Naturaleza-Realidad-Verdad como conceptos regidos por las mismas leyes, no los trataré como sinónimos, pero si como lugares de intersección de nuestras ideas, y en algún momento, podrán ser intercambiables.

Remitiéndonos al título de este apartado, Internet siempre ha sido un medio de ocultación, en tanto que permite crear identidades de la nada, y aunque

21. Saborit, S. (1997). La naturaleza como mentira. En J. Albelda y J. Saborit. *La construcción de la naturaleza* (pp. 21-26). Generalitat Valenciana. Valencia.

22. “Los dos sentidos generales (Naturaleza y naturaleza) se encuentran distinguidos en la Edad Media, por medio de *natura naturans* (naturaleza creativa, asimilable a la idea de Dios) y *natura naturata* (naturaleza creada, la Creación), así como por ejemplo en algunos pensadores posteriores como Giordano Bruno o Spinoza, para quien *natura naturans* viene a suponer una deidad como sustancia infinita, mientras que *natura naturata* significa las formas finitas de los seres en que aquella se expresa”. Saborit, S. (1997). La naturaleza como mentira. En J. Albelda y J. Saborit. *La construcción de la naturaleza* (pp. 21-26). Generalitat Valenciana. Valencia.

hoy existen trabajosas maneras de navegar sin dejar rastro, para la usuaria de a pie, todo movimiento queda registrado. Lo que nos lleva a otra pregunta ¿qué o a quién oculta el velo de Internet y quien mira a cada lado?. Las usuarias están completamente expuestas al ojo corporativista, aunque pueden ocultarse a otras usuarias. Sin embargo, no tenemos toda la información sobre los entramados empresariales que sostienen las estructuras que conforman Internet y por tanto, las RRSS. Conocemos sus nombres (Sundar Pichai, Bill Gates, Mark Zuckerberg)²³ y como funcionan muchas de sus estrategias comerciales y de marketing, pero no conocemos lo que proyectan hacer con nuestra información, ni cuales son sus intenciones. Esto es algo que ya hemos dicho en apartados anteriores; Internet, las redes sociales, son una herramienta de control para las corporaciones y los gobiernos, pero eso solo nos despoja de la libertad. La realidad sigue ante nuestros ojos, pues somos conscientes de ese control.

Lo cierto es que la gente miente en las redes: Nuestro avatares no siempre contienen información veraz, nuestra imagen está retocada, mostramos verdades a medias y la adicción que hemos desarrollado a ellas, nos hace creer que solo el mundo virtual es el verdadero.

Por otra parte, mucho de lo que ocurre en las redes tiene repercusión en la realidad carnal: Charlamos e intercambiamos afecto con amigas, encontramos trabajo y creamos redes de interés, nos informamos sobre lo que ocurre en otros países o compramos entradas para el teatro.

¿Entonces?. Entonces podemos decir que las RRSS son un velo translúcido, una realidad que admite y reconoce la existencia de falsedades, aunque a veces no se puedan identificar. Vemos el velo y sabemos lo que significa, pero no todo lo que hay tras este.

Si Naturaleza (Realidad) implica las creaciones humanas como algo natural (real), podríamos decir, que las redes son también una realidad, pero creada, artificial (a partir de ahora *realidad fingida*** para no confundirla con la realidad fuera del mundo virtual.).

23. Director ejecutivo de Google, "Asesor técnico" de Microsoft y presidente de Facebook, respectivamente:

Pichai, S. (s.f.). Inicio [página de LinkedIn]. LinkedIn. Recuperado el 5 de noviembre de 2024. <https://www.linkedin.com/in/sundarpichai>

Gates, B. (s.f.). Inicio [página de LinkedIn]. LinkedIn. Recuperado el 5 de noviembre de 2024. Bill Gates: <https://www.linkedin.com/in/williamhgates>

Meta. (s. f.). *Mark Zuckerberg*. <https://about.meta.com/es/media-gallery/executives/mark-zuckerberg/>

** Realidad fingida: He evitado llamarla "Realidad Virtual" o "Realidad Artificial", para no confundirla con las tecnologías que investigan las simulaciones por computación.

1.2.1. El velo de Isis

El uso de dicotomías contrapuestas nos ayudan a concebir y a ordenar las estructuras vitales: bueno o malo, frío o calor, campo o ciudad, humano o animal, etc. Pero no definen la realidad de las experiencias que vivimos. Pierre Hadot utiliza la dualidad de Prometeo y Orfeo (Tecnología y Arte) para explicar dos maneras clásicas de entender el “desvelamiento de la naturaleza”. A nosotras nos servirá para hacer un pequeño viaje que nos muestra como estos conceptos, se reflejan tanto en el uso como en el rechazo a las redes sociales.



Figura 38. Heinrich Friedrich Füger. *La creación del hombre por Prometeo*. Óleo sobre lienzo. 222 x 156 cm. 1790

Prometeo roba a Zeus el fuego, dándoselo a la humanidad, que consigue los beneficios de la tecnología a través de la fuerza. Prometeo es “... audacia, curiosidad sin límites, voluntad de poder y la búsqueda de la utilidad...” (Hadot, 2021, p. 128).²⁴ El *hombre* le roba a la naturaleza la tecnología, reivindicando su derecho sobre esta, *dominándola*; es esfuerzo y tiempo. Orfeo sin embargo, descubre los secretos de la naturaleza a través de la música (del arte). Representa “...respeto ante el misterio y el desinterés...” (Hadot, 2021, p. 128),²⁵ la intuición: “... cántico es existencia” (Rilke, 2007, como se citó en Hadot, 2021, p. 128).²⁶

Esta contraposición entiende, en cualquier caso, la naturaleza como algo hostil, de lo que debemos defendernos, a la que debemos enfrentarnos para conquistarla o servirla para obtener sus favores.

El propio Hadot rechaza este enfrentamiento: “La

actitud órfica y la actitud prometeica con respecto a la naturaleza pueden muy bien sucederse, coexistir o incluso mezclarse. No están radical y fundamentalmente opuestas”(Hadot, 2021, p. 130).²⁷

Para nosotras, de hecho, hay algo en común en ambas, y es algo que ya hemos dicho en el apartado anterior: tanto la tecnología, como el arte, en tanto que hechos culturales, formarían parte de la naturaleza. No puede establecerse una

24, 25, 26, 27. Hadot, P. (2021). *El velo de Isis. Ensayo sobre la historia de la idea de Naturaleza*. Ediciones Alpha Decay, S. A.



Figura 39. Luca Giordano. *Orfeo en el monte Ródope*. Óleo sobre lienzo. 195 x 376 cm. 1697

confrontación tecnología-arte, tecnología-realidad o arte-realidad, y sin embargo, como sociedad, estas confrontaciones están muy arraigadas en nuestra concepción del mundo. Seguidamente vamos a ver como las consideraciones que plantea Hadot, junto con el de otras autoras, se aplican a la idea de las redes sociales como velo, y si, como apuntamos en el apartado anterior, es posible que este sea desvelado o revelado.

Situándonos en la actitud prometeica, se entendería que la tecnología está bajo el control humano, y sin embargo, los hechos tecnológicos pueden tomar rumbos propios sin el permiso de sus creadoras; respondiendo a leyes naturales que casi siempre desconocemos. La naturaleza trata de equilibrarse y ante situaciones nuevas, genera reacciones desconocidas. Las personas nunca antes habíamos estado expuestas a tanta información hasta la llegada de Internet, por lo que era imposible saber como iban a responder nuestros cerebros. Con cada avance tecnológico, con cada hecho cultural, estamos expuestas a experimentos con hipótesis poco sólidas. Aventurarse a lo desconocido, es humano.

Seguimos pensando que el futuro tecnológico supone un avance imparable que mejorará nuestras vidas:

Para Séneca no conocemos mas que una ínfima parte del mundo. Pero algunas cosas desconocidas no se revelarán más que en el porvenir, y hay que resignarse, pues, a abandonar su descubrimiento en manos de las generaciones que vendrán detrás de nosotros (Hadot, 2021, p. 224).²⁸

28. Hadot, P. (2021). *El velo de Isis. Ensayo sobre la historia de la idea de Naturaleza*. Ediciones Alpha Decay, S. A.

Algo que también refleja la ciencia ficción, ya se trate de futuros idílicos o de distopías, siempre se refleja algún tipo de ventaja tecnológica. La mirada bidireccional entre ciencia y narrativa a estimulado procesos en ambas direcciones, encontrando historias que “predijeron el futuro”,²⁹ o inspiraciones directas como las conocidas “3 leyes de la robótica” de Isaac Asimov, que se aplican tanto en la industria de la robótica, como a la Inteligencia Artificial.³⁰

El futuro traerá realidades que ahora no somos capaces de imaginar, pero mientras la tecnología ha traído beneficios para algunas tareas (como los sistemas de seguridad para los trabajos verticales o el desuso de animales como fuerza de tracción), abandonamos saberes que simplemente suponen otra forma de hacer, o de relacionarnos con el entorno.

La técnica engendra un modo de vida y unos modos de pensamiento que tienen como consecuencia la mecanización cada vez mayor del hombre mismo, pero, por otro lado, es imposible detener el engranaje despiadado de este tipo de civilización. La humanidad corre el riesgo de perder su alma y su cuerpo” (Hadot, 2021, p. 193).³¹

Si pensamos en la industria cárnica, por ejemplo, frente al abandono de prácticas como la matanza tradicional, esta nos ofrece muchas ventajas, pero también origina muchos problemas medioambientales, nos desconecta de la realidad de los animales que comemos y tergiversa el concepto de carne como cuerpo, lo que lleva a una infravaloración de dichos productos: En España en 2020 se tiró a la basura mas de 26 millones de kilos de carne fresca, casi 69 millones si incluimos otros productos cárnicos.³² La industria alimentaria es consecuencia del desarrollo de nuevas tecnologías, pero personalmente no creo que el modelo que estamos usando sea un avance de la civilización.

“Y la ciencia moderna corre cada vez más el peligro de estar estrechamente ligada a la técnica industrial, a las exigencias de las empresas y a la voluntad de poder

29. Romero, S. (21 de enero de 2023). *Predicciones de la ciencia ficción que se han hecho realidad*. Muy Interesante. Recuperado el 8 de octubre de 2024. <https://www.muyinteresante.com/ciencia/1790.html>

30. Salazar, R. C. (12 de junio de 2023). *¿Cuáles son las 3 leyes de la robótica de Isaac Asimov?*. Educación Robótica. Recuperado el 8 de octubre de 2024. <https://educacionrobotica.com/robot/fundamentos/leyes/#:~:text=Las tres leyes de la robótica de Isaac Asimov se>

31. Hadot, P. (2021). *El velo de Isis. Ensayo sobre la historia de la idea de Naturaleza*. Ediciones Alpha Decay, S. A.

32. Falta autora (9 de diciembre de 2021). *Desperdicio de alimentos en España, en gráficos*. Epdata. Recuperado el 8 de octubre de 2024. <https://www.epdata.es/datos/desperdicio-alimentos-alimentario-espana-comida-graficos/616#:~:text=Distribuci%C3%B3n%20porcentual%20del%20desperdicio%20alimentario%20cada%20temporada%20seg%C3%BAn%20tipo%20de>

y provecho” (Hadot, 2021, pp. 248-249).³³ Quizá deberíamos encontrar un punto medio, modelos que no estén al servicio de unas pocas personas.

Las redes sociales (*la tecnología*) nos aíslan, esto es algo en lo que coinciden varias autoras. Aunque J. Baudrillard se refiere a los medios de comunicación de masas tradicionales como la televisión, todo su discurso puede aplicarse a cualquier medio de Internet:

Telemáticamente privada: cada uno de nosotros se ve prometido a los mandos de una máquina hipotética, aislado en posición de perfecta soberanía, a infinita distancia de su universo original, es decir, en la exacta posición del cosmonauta en su burbuja, en un estado de ingravidez que le obliga a un vuelo orbital perpetuo, y a mantener una velocidad suficiente en el vacío so pena de acabar estrellándose contra su planeta originario. (Baudrillard, 1988, pp. 11-12).³⁴

M. Peirano utiliza la metáfora de *Alicia en el país de las maravillas*, para explicar lo que pasa cuando cogemos el teléfono:

Alicia flota en suspensión animada, con tiempo suficiente para empezar a hacer cosas como leer o tomar el té, pero sin detenerse lo suficiente para acabarlas. Según Steyerl, este es el estado en que nos mantiene el capitalismo superacelerado, una especie de parálisis en la que consumimos sin control, suspendidos en un trance angustiado del que tratamos de despertar consumiendo más y más cosas. Hay millones de imágenes flotando ante nuestros ojos, pero nada a lo que agarrarnos, ni tampoco un suelo bajo nuestros pies. Flotamos desorientados y vulnerables, en un estado de catalepsia similar a la hipnosis en el que, paradójicamente, somos especialmente receptivos... (Peirano, 2019, p. 44).³⁵

Ambos hacen referencia a la exploración de otros mundos, algo inherentemente humano y que la ciencia ficción se ha encargado de establecer en el medio virtual desde los inicios de Internet, por lo que parecía evidente que los límites entre la realidad y la *realidad fingida* estaban destinados a disolverse antes o después. Sin embargo los mundos que describen J. Baudrillard y M. Peirano, son mundos encerrados en sí mismos, fuera del alcance de las demás. Todo lo contrario a los que la cibernética real y de ficción prometían.

33. Hadot, P. (2021). *El velo de Isis. Ensayo sobre la historia de la idea de Naturaleza*. Ediciones Alpha Decay, S. A.

34. Baudrillard, J. (1988). *El otro por sí mismo*. Editorial Anagrama S. A. Barcelona.

35. Peirano, M. (2019). *El enemigo conoce el sistema. Manipulación de ideas, personas e influencias después de la economía de la atención*. Penguin Random House Grupo Editorial.

Para J. W. Goethe, el velo irradia luz “No oculta, revela, difunde una luz trascendente”, no hay ningún misterio que descubrir, aunque si el estupor ante la existencia misma (Hadot, 2021, p. 327).³⁶ Para J. Baudrillard en cambio, ver la realidad en su plenitud, es de una obscenidad insoportable:

La obscenidad comienza cuando ya no hay espectáculo ni escena, ni teatro, ni ilusión, cuando todo se hace inmediatamente transparente y visible... Ya no es la obscenidad de lo oculto, reprimido, oscuro, sino la de lo visible, de lo demasiado visible, de lo más visible que lo visible, la obscenidad de lo que ya no tiene secreto, de lo que es enteramente soluble en la información y la comunicación (Baudrillard, 1988, pp. 18-19).³⁷



Figuras 40 y 41. Imágenes promocionales de la familia Loud para *An American Family*

No podemos dejar de ver en sus palabras cierto tufo a moral cristiana que no compartimos, el empeño en negar la existencia de aquello que no se ve. J. Baudrillard asocia la “transparencia del mundo” con la disolución entre la realidad y el espectáculo, en un momento en el que la televisión hacía tiempo que había roto la cuarta pared y ya exhibía su condición sensacionalista. Podemos entender el horror (y el pudor) que debió sentir al conocer proyectos como *An American Family* (considerado el primer *reality show*, emitido en 1973),³⁸ o el terrible suicidio de Christine Chubbuck emitido en directo en 1974.³⁹ Pero no podemos compartir la visión romántica de una sociedad idílica antes de la instauración masiva de la televisión, cuando los *Freak Shows* recorrieron occidente hasta

36. Hadot, P. (2021). *El velo de Isis. Ensayo sobre la historia de la idea de Naturaleza*. Ediciones Alpha Decay, S. A.

37. Baudrillard, J. (1988). *El otro por sí mismo*. Editorial Anagrama S. A. Barcelona.

38. Bravo, E. (29 de mayo de 2020). *Los Loud, la familia destruida por el primer reality show de la televisión*. Agente Provocador. Recuperado el 8 de octubre de 2024. <https://www.agenteprovocador.es/publicaciones/an-american-family-loud-primer-reality-show-de-la-tv#:~:text=En 1973 se estrenó en la televisión estadounidense An American>

39. Sulbarán Lovera, P. (28 de enero de 2016). *Christine Chubbuck: la verdadera historia de la periodista que se suicidó en directo por televisión*. BBC NEWS MUNDO. Recuperado el 8 de octubre de 2024. https://www.bbc.com/mundo/noticias/2016/01/160126_periodista_suicida_chubbuck_ps

finales del siglo XIX (cuando apareció el cine), y la última ejecución pública en Francia tuvo lugar en 1939.⁴⁰

Tampoco compartimos totalmente la idea de la “desaparición del espectáculo”; a excepción del inesperado suicidio de Christine Chubbuck, todo lo que ocurre en una pantalla (a través de una cámara) está controlado, manipulado: “La fotografía actúa como el beso de Judas... Un acto hipócrita y desleal que esconde una terrible traición: la delación de quien dice precisamente personificar la Verdad y la Vida” (Fontcuberta, 2002, p. 17)⁴¹. Tanto los *realities* actuales como *An American Family* tienen un gran trabajo de edición detrás, teniendo en cuenta además, que las personas no se comportan del mismo modo cuando hay una cámara delante a cuando no la hay. Es un espectáculo disfrazado de realidad, quizá deberíamos hablar de espectacularización de la realidad. Sea como fuere, las peores pesadillas del filósofo francés, se hicieron reales.

Más que por la pérdida de lo real, se caracteriza por esta proximidad absoluta e instantaneidad total de las cosas, una sobreexposición a la transparencia del mundo. Despojado de toda escena y atravesado sin obstáculo, ya no puede producir los límites de su propio ser, ya no puede producirse como espejo. Y se convierte así en pura pantalla, pura superficie de absorción y reabsorción de las redes de influencia. (Baudrillard, 1988, p. 23).⁴²

El acceso infinito a la información, a la *transparencia* nos aturulla, nos arremolina en una turbina de conocimiento al que accedemos casi sin querer. No hay esfuerzo en el *desvelamiento* (entendiendo este como el acceso a todos los saberes, a la información) y un conocimiento regalado no es conocimiento, pues no hay proceso de aprendizaje, no hay reflexión; no hemos entendido nada, eludimos los pliegues del velo, tomando solo lo superficial. Asumimos la realidad sin haberla asimilado. Pierre-Simon Ballanche lo expresa de la siguiente manera:

... Isis permanece siempre velada... significa que el conocimiento de la verdad no es el resultado de un gesto de desvelamiento de una realidad ya hecha, es decir, de una enseñanza que se recibirá pasivamente, sino que es el hombre quien debe

40. Sadurní, J. M. Eugène (Actualizado a 13 de junio de 2024). *Eugène Weidmann, el último hombre guillotinado públicamente en Francia*. Historia National Geographic. Recuperado el 3 de octubre de 2024. https://historia.nationalgeographic.com/es/a/eugene-weidmann-ultimo-hombre-guillotinado-publicamente-francia_18075#:~:text=El%2017%20de%20junio%20de%201939,%20Eug%C3%A9ne%20Weidmann,%20un%20asesino

41. Fontcuberta, J. (2002). *El beso de Judas*. Gustavo Gili. S.A. Barcelona.

42. Baudrillard, J. (1988). *El otro por sí mismo*. Editorial Anagrama S. A. Barcelona.

encontrar la verdad de una manera activa, por sí mismo y en sí mismo... (Hadot, 2021, pp. 348-349).⁴³

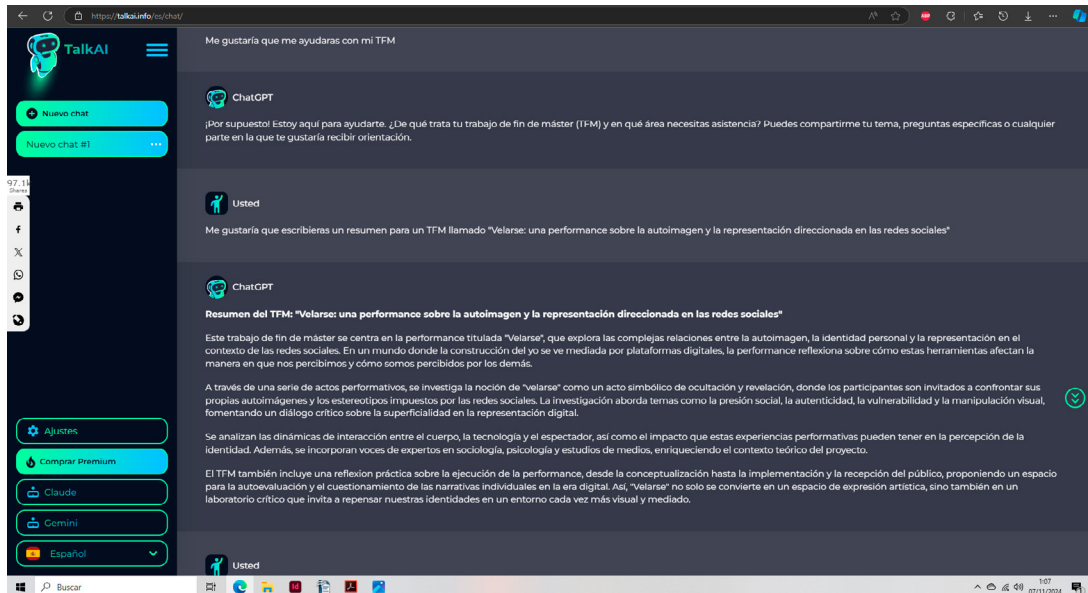


Figura 42. Captura del resumen de este TFM según ChatGPT

Como se recoge en el apartado 1.1.2 de esta investigación, este desconocimiento, no comprender lo que tenemos delante, sitúa al sujeto fuera de sus propios límites, diluyendo su identidad (“...la palabra es libre, aunque yo ya no lo soy, ni llego a saber lo que quiero, tal es la saturación del espacio y fuerte la presión de todo lo que pretende hacerse oír...”(Baudrillard, 1988, pp. 20-21)⁴⁴) y generando una respuesta de empatía narrativa automática: una mimesis con lo percibido; “quiero ser lo que veo”.

La actitud órfica, niega la prometeica, y la asocia con la imagen de Ícaro, “«Es peligroso elevarse a pretensiones demasiado altas»” (Hadot, 2021, p. 129),⁴⁵ de nuevo una premisa moralista que castiga la curiosidad. Como contraparte, entiende al ser humano como parte de la naturaleza, ya no lucha contra ella, sino que aguarda a que se desvele en un acto de fe a través del trabajo *espiritual* de las personas (Hadot, 2021, p. 122).⁴⁶ Otorga a la naturaleza cualidades actitudinales como “bondad”, “sabiduría” o “justicia” de forma consustancial. Esta idea estará muy presente en el Romanticismo, precedida por Rousseau, que describe el éxtasis

43, 45, 46 . Hadot, P. (2021). *El velo de Isis. Ensayo sobre la historia de la idea de Naturaleza*. Ediciones Alpha Decay, S. A.

44. Baudrillard, J. (1988). *El otro por sí mismo*. Editorial Anagrama S. A. Barcelona.

que experimentó al sentirse íntegro con la naturaleza (Hadot, 2021, pp. 331-332).⁴⁷ Podríamos entenderlo como un jipismo antitecnológico temprano. Hegel, Novalis, Ballanche, llegan a la conclusión de que la naturaleza es un reflejo de nosotras mismas, de nuestro Yo interior: “Desvelar a Isis es reconocer que la Naturaleza no es otra cosa que el Espíritu inconsciente de sí mismo, que el No-Yo que es la Naturaleza es finalmente idéntico al Yo, que la Naturaleza es la génesis del Espíritu” (Hadot, 2021, p. 344).⁴⁸

Sin embargo hay visiones menos positivistas que no se resignan a aceptar el misterio de la naturaleza, que es causa tanto de arrobos como de estupor, concluyendo que “si la Naturaleza está velada, es o bien para no asustar a los mortales con su aspecto terrorífico o bien para no cegarlos con el esplendor de su luz” (Spenser, como se citó en Hadot, 2021, p. 356).⁴⁹

La inmersión cognitiva en la naturaleza, según Goethe, lleva a un laberinto en el que cada descubrimiento resuelve una incógnita, pero deja atrás otra sin resolver, “...Llegados a estos fenómenos originarios, al hombre ya no le queda más que contemplar, admirar, extrañarse, pero este extrañamiento puede llegar hasta el terror y la angustia” (Hadot, 2021, p. 352).⁵⁰

Por lo tanto, para algunas autoras, el desvelamiento de la naturaleza, de la verdad, es peligroso pues destruye nuestra humanidad: “la verdad es tan repugnante que ya no se puede vivir después de haberla conocido”. Mas ponen sus esperanzas en el arte: “La vida es la fiesta, es la alegría, es la apariencia, es la ilusión. La Muerte es la Verdad, que consiste en saber como Casandra, que toda esa alegría será destruida. Solo la ilusión, el arte, la poesía, permiten vivir” (Hadot, 2021, p. 342).⁵¹

Esta afirmación nos lleva a pensar en la parte ilusoria de las redes sociales y la certeza de que para muchas personas, la realidad sea tan insoportable que solo sean capaces de vivir a través de lo que ofrecen las pantallas.

El planteamiento que se nos presenta ahora es que el conocimiento profundo de la realidad, bien sea desde la postura órfica o prometeica, deviene en angustia:

En primer lugar, quizá haya que examinar la idea de Roberto Lenoble, según la cual la mecanización del mundo provocó una «angustia atrasada». Querría decir con ello que la revolución mecanicista había provocado una imaginación colectiva, una suerte de separación del hombre con respecto a la madre Naturaleza, es decir, su madurez, y que semejante transformación siempre va acompañada de un sentimiento de angustia (Hadot, 2021, p. 330).⁵²

47, 48, 49, 50, 51, 52. Hadot, P. (2021). *El velo de Isis. Ensayo sobre la historia de la idea de Naturaleza*. Ediciones Alpha Decay, S. A.

El fondo de las cosas aparece como sufrimiento, dolor, contradicción, y este saber provoca el asco de vivir. Semejante pesimismo conduce entonces, «por medio del arte y del conocimiento», a la negación del querer-vivir, a una renuncia lúgubre, que sería «el reposo, la calma, el mar de aceite, la entrega de sí, o bien la embriaguez, la convulsión, el entumecimiento, la demencia». Es esta actitud la que inspira el arte romántico. (Hadot, 2021, p. 361).⁵³

F. Nietzsche considera este pesimismo de otra forma, el “pesimismo dionisiaco” como una

sobreabundancia de vida. El fondo de las cosas es igualmente espantoso, pero de este horror nace la apariencia, un mundo maravilloso de formas y de sonidos, el arte de la naturaleza y el arte del hombre. Es el juego de Dionisio: crear y destruir incluso las cosas más sagradas... el pesimismo dionisiaco de Nietzsche dice «Sí» al mundo, en todo su esplendor y su horror, con audacia, lucidez y entusiasmo (Hadot, 2021, p. 361).⁵⁴

Aferrarse a la vida ante la adversidad, aunque sea una vida ilusoria. El velo nos mantiene en un lugar seguro, nos resulta útil para sobrevivir a la realidad, pero si a pesar de todo acabamos mirando tras él, podemos construir otro a través de las narrativas del arte.

Tanto desde el pesimismo romántico como desde el dionisiaco, observamos una actitud de desentendimiento ante la vida, de “asunción de un destino inevitable”, de irresponsabilidad ante las cuestiones del mundo. Algo que también observamos en nuestra sociedad actual; pasotismo y pasotismo dionisiaco, podríamos decir, y en ambos casos las RRSS juegan un papel importante: por un lado de adormecimiento, nos proporcionan un alto grado de *muerte cerebral*, por otro nos ofrecen grandes oportunidades de disfrute y entretenimiento.

Para F. Nietzsche “la verdad es inseparable de sus velos; la apariencia, las formas, la ilusión vital, son inseparables de la verdad” (Hadot, 2021, p. 368).⁵⁵ El desvelamiento no es posible; la conclusión de J. Baudrillard es similar:

La obsesión por desnudar la verdad, por llegar a la verdad desnuda, que impregna todos los discursos de interpretación, la obsesión obscena por alzar el secreto es exactamente proporcional a la imposibilidad de conseguirlo jamás. Cuanto más nos acercamos a la verdad, más retrocede ésta hacia el punto omega, y más se refuerza la obsesión por alcanzarla (Baudrillard, 1988, p. 63).⁵⁶

53, 54, 55. Hadot, P. (2021). *El velo de Isis. Ensayo sobre la historia de la idea de Naturaleza*. Ediciones Alpha Decay, S. A.

56. Baudrillard, J. (1988). *El otro por sí mismo*. Editorial Anagrama S. A. Barcelona.

Es decir, que cuantos más misterios desvelamos más misterios aparecen, algo que ya nos contaba J. W. Goethe.

Lo que para J. Baudrillard es transparencia, un desvelamiento imposible, es en nuestra opinión una capa nueva de la realidad, una capa brillante, simuladora, un artificio, un juego de espejos; una máscara reflectante e interactiva que juega con nuestro deseo consciente e inconsciente. Una *realidad fingida* que cambia constantemente. “Es en la metamorfosis de sus múltiples formas cuando la Naturaleza se revela” (Hadot, 2021, p. 328).⁵⁷ Pero al contrario que con Proteo, no somos capaces de observar dichas transformaciones por mucha atención que prestemos, pues como hemos dicho, no son visibles. Las RRSS son un “secreto a plena luz del día” (Hadot, 2021, p. 322).⁵⁸

¿Y si la realidad se disolviera bajo nuestros ojos? No en la nada, sino en lo más real que lo real (¿el triunfo de los simulacros?) ... ¿Si ya no se tratara de oponer la verdad a la ilusión, sino de percibir la ilusión generalizada como más verdadero que lo verdadero?... (Baudrillard, 1988, pp. 86-87).⁵⁹

El velo de las redes sociales tendría muchas de las características de los medios de comunicación de masas que J. Baudrillard cuestiona, pero con una amplificación hiperbólica; una capacidad de cambio tan asombrosa, que habiéndose dado ante nuestro ojos, aún no hemos sido capaces de concebir. En una suerte de deriva Futurista, nos hemos entregado al goce tecnológico de la *realidad fingida*, sin cuestionamientos, ejerciendo un estatismo radical en el que el sentido crítico

ha perdido todo su valor, en favor de las opiniones reactivas emocionales. Y que se resigna ante la enfermedad (la adicción) porque “es lo habitual”. Este velo “sobre nuestro rostro” nos protege de la incómoda realidad, pero también de nosotras mismas, es una importante muleta para el autoengaño. “El capitalismo ama esconderse”.⁶⁰

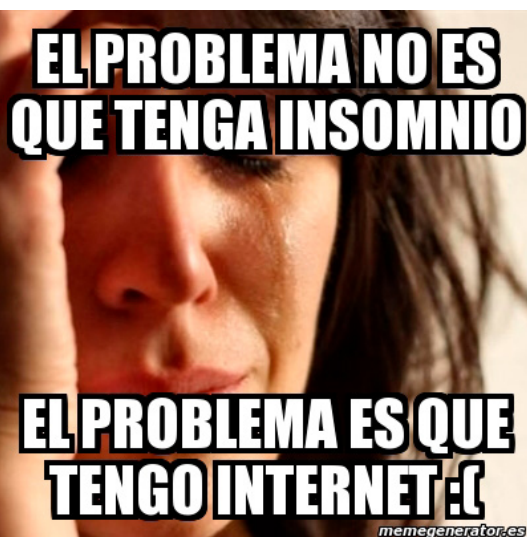


Figura 43. Meme sobre la relación usuaria - Internet

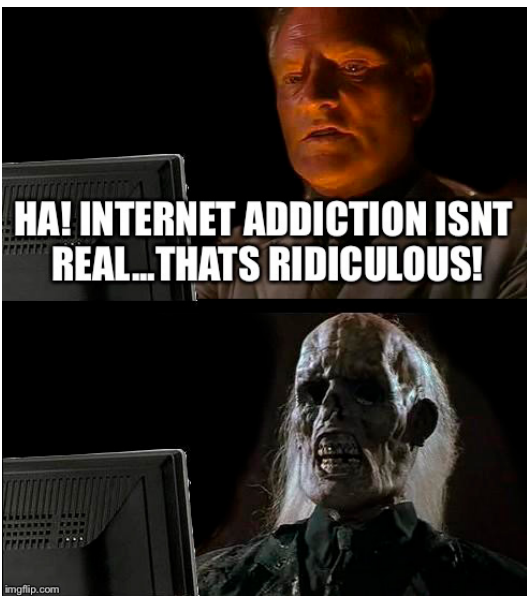
57, 58. Hadot, P. (2021). *El velo de Isis. Ensayo sobre la historia de la idea de Naturaleza*. Ediciones Alpha Decay, S. A.

59. Baudrillard, J. (1988). *El otro por sí mismo*. Editorial Anagrama S. A. Barcelona.

60. “«La naturaleza ama esconderse»” (Diógenes Learcio, como se citó en Hadot, 2021, p. 25). *El velo de Isis. Ensayo sobre la historia de la idea de Naturaleza*. Ediciones Alpha Decay, S. A.



Pero si asumimos que esta simulación, en tanto que *realidad*, también encierra un reflejo de nosotras mismas, tendríamos, sin saberlo, el poder de *usar* el velo, de intervenirlo, de cambiar las leyes que rigen la simulación, por otras. Algo a lo que no teníamos acceso con los medios de comunicación tradicionales, tenemos el poder sobre lo que proyectamos en el velo, o incluso de crear otros *velos*.



Figuras 44, 45 y 46. Memes sobre la relación usuaria - Internet

1.2.2. Narciso-Vampiro. La autoimagen imposible

Si asumimos que tenemos el control sobre lo que mostramos, sobre lo que proyectamos en el velo, podríamos pensar que las RRSS nos ofrecen una manera honesta de mostrarnos. Nosotras no lo tenemos tan claro. Cuando hablamos de nuestra propia imagen, el espejo, en su imagen invertida sería la noción más cercana a encontrarnos con nosotras mismas, y sin embargo Joan Fontcuberta nos advierte de su ambigüedad, desmiente la veracidad del mismo: "...si atendemos a la etimología de *espejo* en castellano, *espill* en catalán o *specchio* en italiano, vamos a parar a *speculum*, que ha dado lugar también a "especulación"..." (Fontcuberta, 2002, p. 39)⁶¹. El espejo es un espejismo.

Si atendemos a otras acepciones de "especulación", el espejo de las redes sociales son un mercado en el que beneficiarse con el juego de la oferta y la demanda de las identidades.

En torno a esta noción del espejo, J. Fontcuberta nos habla de dos personajes íntimamente relacionados con su propio reflejo, Narciso y la vampira: "En unos prevalece la seducción de lo real; en otros, la frustración del deseo, la presencia escondida, la desaparición. Es fácil imaginar la paradoja - ¡el suplicio!- de un narciso-vampiro: alguien que persigue el reflejo del que carece..." (Fontcuberta, 2002, p. 41).⁶²

En el contexto de esta investigación, incluso podríamos decir más bien, que para Narciso "prevalece la seducción de lo *transparente*".

Narciso está obsesionado con su propia belleza reflejada, como nosotras lo estamos ante nuestra imagen hegemonizada por los filtros, por la imagen mas bella que nosotras mismas que nos devuelve la pantalla del teléfono.⁶³

La vampira no puede verse reflejada, nosotras tampoco; esa misma imagen que nos devuelve el dispositivo no somos ya nosotras, aunque nos asemejemos a ella, y la *verdadera* no queremos verla, se nos ha hecho creer que esa no podemos ser nosotras, ya no nos identificamos con ella.

Las RRSS nos han convertido en narcisas-vampiras, ya no podemos vernos, pues no sabemos como somos.

61, 62. Fontcuberta, J. (2002). *El beso de Judas*. Gustavo Gili. S.A. Barelona.

63. Raya, A. (2 de octubre de 2018). *El secreto detrás del "filtro de belleza" del iPhone Xs (y por qué no será fácil quitarlo)*. El Español. Recuperado el 27 de agosto de 2024. https://www.elespanol.com/omicrofono/software/20181002/secreto-filtro-belleza-iphone-xs-no-quitarlo/342467364_0.html

1. 3. Prefiero ser una *espantaja*⁶⁴ que una diosa⁶⁵

Somos conscientes de que algunos de los autores relevantes que hemos referenciado hasta ahora, son susceptibles de destilar cierto encorsetamiento caduco. Visiones clásicas y antropocentristas, que eran necesarias para reflejar la realidad de la sociedad occidental, para saber de donde venimos y donde nos encontramos con respecto a la percepción de la *realidad fingida* de las RRSS. Queremos por ello ahora, dar observaciones con perspectiva feminista que nos den posibles claves para un “a donde podríamos ir”.

No podemos ni queremos negar la importancia y la necesidad del avance de las TIC (Tecnologías de la Información y las Comunicaciones), pero también es evidente que no las estamos desarrollando hacia caminos que nos cuiden y protejan a nivel individual o colectivo. Debemos buscar nuevos modelos de gestión de las redes de comunicación digital, quizá incluso desechar las redes sociales que hoy usamos y escribir otras, aunque esto suponga dar “un paso atrás” y retomar la idea de crear comunidades que faciliten la vida de las personas, sin que el objetivo principal sea acumular un crecimiento económico ascendente y eterno. “Lo que se necesita es una acción y un pensamiento que no encajen en la cultura capitalista dominante” (Haraway, 2019, p. 83).⁶⁶

Donna Haraway utiliza el término cibernético (*cyborg* en la edición consultada en castellano), para presentar una concepción de lo *humano* opuesta del esencialismo de género, planteando una ruptura entre las fronteras mujer-hombre, máquina-humano o humano-animal. “Un *cyborg* es un organismo cibernético, un híbrido de máquina y organismo, una criatura de la realidad social y también de ficción. La realidad social son las relaciones sociales vividas, nuestra construcción política más importante, un mundo cambiante de ficción” (Haraway, 2018, pp. 10-11).⁶⁷ Proyecta

64. *espantaja*: *espantajo*: Del despect. de *espanto*. 1. m. Cosa que se pone en un lugar para espantar, y especialmente en los sembrados para espantar los pájaros. 2. m. Cosa que por su representación o figura causa infundado temor. 3. m. despect. coloq. Persona estafalaria y despreciable. Definición del Diccionario de la lengua española. (<https://dle.rae.es/>)

65. “Significa al mismo tiempo construir y destruir máquinas, identidades, categorías, relaciones, historias del espacio. A pesar de que dos bailan juntos el baile en espiral, prefiero ser un *cyborg* que una diosa” (Haraway, 2018, pp. 80-81). *Manifiesto para cyborgs*. Letra Sudaca Ediciones. Buenos Aires.

66. Haraway, D. (2019). *Seguir con el problema. Generar parentesco en el Chthuluceno*. Consonni

67. Haraway, D. (2018). *Manifiesto para cyborgs*. Letra Sudaca Ediciones. Buenos Aires.

nuevos modelos sociales, poniendo atención a modelos biológicos no humanos, apoyándose en la ciencia ficción. Un tiempo futuro al que llama *Chthuluceno* (*kthôn*: de la tierra y sus procesos; y *kainos*: ahora, comenzar)⁶⁸, donde las estructuras sociales están basadas en redes de afinidad interespecie y vínculos de ayuda mutua.

Nos guste o no, estamos en el juego de figuras de cuerdas de los cuidados, con configuraciones de mundos precarias que se han vuelto terriblemente más precarias por el hombre quemador de fósiles que no para de quemar fósiles a una velocidad cada vez mayor, en las orgías del Antropoceno y el Capitaloceno. Son necesarios diversos jugadores humano y no humanos en cada fibra de los tejidos de la urgentemente necesaria historia del Chthuluceno. Los actores principales no están restringidos al par único de jugadores de las historias demasiado grandes del Capitalismo y el Ántropos, que nos invitan a extraños pánicos apocalípticos y denuncias desconectadas aún más extrañas, en lugar de a prácticas amables de pensamiento, amor, rabia y cuidados (Haraway, 2019, p. 95).⁶⁹

Lo que Haraway plantea es la posibilidad de hibridación con otros seres para obtener ventajas que nos permitan tanto una adaptación eficaz a un medio natural que hemos destrozado, como dotarnos de herramientas para recuperar el equilibrio ecológico sin tener que llegar a la eliminación de todo rastro humano. Antes de que la investigación genética consiga estos avances, sería interesante proponerse construir estas “prácticas amables” en la realidad, al menos, en la *fingida*.

Podríamos empezar por nuestra imagen, por cómo nos representamos, algo superficial que es fundamental; si nos hemos convertido en “superficie de absorción”, al generar un cambio en “las redes de influencia”,⁷⁰ obtendríamos una transformación por impregnación de identidades y relaciones más sanas.



Figura 47. Martín de Villaverde. *Bestiario de don Juan de Austria*. 1570

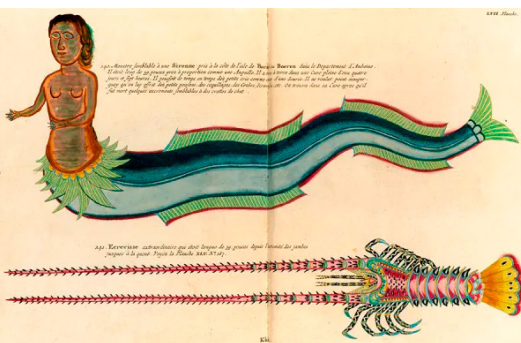


Figura 48. Lois Renard. *Peces, cangrejos de río y cangrejos: Sirena*. 1718

68, 69. Haraway, D. (2019). *Seguir con el problema. Generar parentesco en el Chthuluceno*. Consonni

70. “Despojada de toda escena y atravesado sin obstáculo, ya no puede producir los límites de su propio ser, ya no puede producirse como espejo. Y se convierte así en pura pantalla, pura superficie de absorción y reabsorción de las redes de influencia”. Baudrillard, J. (1988). *El otro por sí mismo*. Editorial Anagrama S. A. Barcelona.

Construir individualidades diversas y discrepantes, elaborar un imaginario propio sobre lo que una misma es; desechar la idea excluyente de bestiario, para abrir el catálogo inclusivo del animalario, el herbolario, o mejor dicho, el *compostario*.⁷¹

Esto es una puerta a imaginar realidades que nos ayuden a vernos, a saber quienes somos. Un llamado a la acción y una renuncia al cómodo sillón de la queja.

71. "Los bichos están en riesgo unos con otros en cada mezcla y cada vuelta de la pila terrana del compost. Somos compost, no posthumanos: habitamos las humusidades, no las humanidades" (Haraway, 2019, p. 151). *Seguir con el problema. Generar parentesco en el Chthuluceno*. Consonni.

1.3.1 Ficción para cuestionar la autorepresentación

Si la realidad mantiene a la individuo “Alienado de sí mismo, de sus múltiples clones, de sus pequeños yoes isomorfos” (Baudrillard, 1988, p. 36),⁷² gracias a las identidades proteicas que nos convierten en narcisas-vampiras. Nosotras, planteamos la recuperación de la cordura, rompiendo el isomorfismo dominante. Realizar nuestro *compostario*, lleno de autorepresentaciones híbridas y únicas:

Nadie comprenderá la Naturaleza si un parentesco profundo y múltiple con todos los cuerpos no le empuja a mezclarse, por medio de la emoción con todos los seres naturales, a fundirse con ellos, en cierto sentido, por medio del sentimiento. El desvelamiento de Isis aparece así como un éxtasis cósmico, acompañado de veneración y de respeto (Novalis, 1988, como se citó en Hadot, 2021, p. 347).⁷³

Mostrarnos cómo la naturaleza, que cambia constantemente, pero no como Proteo, sino a través de un sistema de *velos* que haga inútiles las demandas corporativistas.

«[...] Tenemos que desarrollar identidades digitales complejas. Estas deben responder a los deseos individuales y satisfacer múltiples necesidades [...]. Es hora de elaborar una nueva versión de identidad. El anonimato es una buena alternativa a las presiones de la sociedad del control, pero debe haber otras alternativas. Una estrategia podría ser hacer que la identidad (la ‘real’) fuese más compleja y, en la medida de lo posible, más contradictoria. Pero sea cual fuere la identidad que se presente, siempre va a ser recogida. Si hemos de participar en la economía de la acumulación de quienes controlan los depósitos de información, lo menos que podemos hacer es falsear nuestro perfil» (Ippolita, Lovink y Rossiter, 2009, como se citó en Caro, 2012, p. 65).⁷⁴

Convertirnos en *chthónicos* digitales: “Los chthónicos son seres de tierra, antiguos y de última hora a la vez. Los imagino repletos de tentáculos, antenas, dedos, cuerdas, colas de lagarto, patas de araña y cabellos muy desenmarañados” (Haraway, 2019, p. 20).⁷⁵

72. Baudrillard, J. (1988). *El otro por sí mismo*. Editorial Anagrama S. A. Barcelona.

73. Hadot, P. (2021). *El velo de Isis. Ensayo sobre la historia de la idea de Naturaleza*. Ediciones Alpha Decay, S. A.

74. Caro Castaño, L. (2012) La encarnación del yo en las redes sociales digitales. *Telos: Cuadernos de comunicación e innovación* (N.º 91), 59-86. <https://telos.fundaciontelefonica.com/archivo/numero091/la-encarnacion-del-yo-en-las-redes-sociales-digitales/?output=pdf>

75. Haraway, D. (2019). *Seguir con el problema. Generar parentesco en el Chthuluceno*. Consonni

Toda esta *ficción* también se apoya en la ciencia, el antropólogo Eudald Carbonell plantea una futura transformación de la humanidad, basada en el avance tecnológico: “La tecnología como principio evolutivo no solamente nos sirve para aprehender la realidad de nuestra evolución, sino que construye futuro por sí misma” (Carbonell, 2018, p. 104).⁷⁶ Nos parece que sus palabras hacen que las de Haraway suenen un poco menos fantásticas:

La transformación del ser humano en otra especie modificada mecánica o genéticamente es la cuestión que debemos abordar sin demora. Nadie se preguntará cómo es que, teniendo la capacidad de cambio de nuestra estructura mental y biológica a través de los conocimientos científicos, no aceleramos nuestra capacidad de autotransformación. Puede que se deba a que en dicha autotransformación se enfrenten dos vectores de sentido opuesto. La capacidad de homogeneizar la especie lucha contra la posibilidad de generar especies inspiradas en la nuestra. Este es el centro del debate crucial que hay que afrontar. Tecnología para homogeneizar o tecnología para diversificar, esa es la cuestión (Carbonell, 2018, pp. 105-106).⁷⁷

Sea desde la ficción o desde el cientifismo evolutivo, Creemos que esto puede ser una forma de recuperar el control sobre nuestros cuerpos, al menos dentro del mundo virtual. Pero para ello tenemos que plantearnos desde donde vamos a enfocar estos procesos.

Hasta ahora han sido las leyes de la naturaleza las que han generado lo que somos, pero, en adelante, las leyes generadas por nuestra especie consciente pueden acelerar o desacelerar la historia de manera planificada. ¿Debemos hacerlo? Pienso que si, pero siempre en el sentido de integración y generación de cohesión social de la especie, no en el sentido de la homogenización (Carbonell, 2018, p. 106).⁷⁸

Propiciar cambios, no solo implica dónde situamos nuestro punto de vista, sino la amplitud de nuestra mirada. “...Importa qué materias usamos para pensar otras materias; importa qué historias contamos para contar otras historias; importa qué descripciones describen descripciones, que lazos enlazan lazos. importan que historias crean mundos, que mundos crean historias” (Haraway, 2019, p. 35).⁷⁹

76, 77, 78 Carbonell, E. (2018). *Elogio del futuro. Manifiesto por una conciencia crítica de especie*. Arpa y Alfíl Editores, S.L. Barcelona.

79. Haraway, D. (2019). *Seguir con el problema. Generar parentesco en el Chthuluceno*. Consonni

1.3.2. Estrategias de disonancia contra la autoimagen digital y el *real user persona*

En el contexto de la publicidad y el marketing, un *user persona*, es un personaje de ficción basado en el “público objetivo” de una empresa o producto, creado a partir de datos estadísticos y otros elementos de investigación, que sirve para identificar necesidades, deseos o reticencias que puede tener la potencial clientela, para así mejorar su experiencia de compra. Por ejemplo, si el público objetivo de una marca son personas jóvenes trabajadoras, un *user persona* adecuado podría ser Sandra, que trabaja en una imprenta, es voluntaria en un refugio de animales, le gusta ir a nadar, comprarse zapatillas caras, y es madre soltera de un niño de 8 años que es celíaco.

Real user persona es lo que en un contexto de marketing yo llamaría a cualquier usuaria de Internet. Nuestros perfiles de usuaria o clienta son una valiosa fuente de investigación primaria para las empresas que ni siquiera tienen que solicitarnos nuestros datos y opiniones, se las regalamos en grandes cantidades y en detalle.

Velar nuestra imagen y otros datos que nos identifican, no sirve de nada si seguimos utilizando las mismas redes sociales y sistemas de información que hasta ahora; si seguimos siendo *real user personas* en lugar de opacas usuarias anónimas sin vínculos íntimos con las empresas en línea. Si no destruimos nuestra ficha comercial.

Marta Peirano en *El pequeño libro rojo del activista en la red* (2015)⁸⁰, da muchas claves para proteger nuestra privacidad y navegar de forma más segura por Internet. El uso de software libre, servicios de correo electrónico cifrado, o crear contraseñas complejas y variadas, son algunas de las recomendaciones que Peirano ofrece en su texto. Aunque el libro está enfocado a la práctica periodística, también puede ser útil para internautas comunes que manejan información bastante menos sensible, y sobre todo nos da cierta conciencia de hasta donde llegan los indiscretos ojos del capitalismo.

Profundizar en la práctica del *velamiento* implica renunciar a muchas de las aplicaciones y RRSS que usamos constantemente. Lo que supone no solo un *sacrificio* (muchos menos memes de gatos en tu vida), sino un esfuerzo mayor a la hora de comunicarnos o buscar información.

80. Peirano, M. (2015). *El pequeño libro rojo del activista en la red*. Roca Editorial de Libros S.L. Barcelona.

Como dijimos al principio, *Velarse*, es una performance que tiene lugar en una popular red social, por lo que no se encuentra dentro de la disonancia estratégica que planteamos en este apartado. A mi cargo queda reflexionar sobre esto, hacer autocrítica y quizá replantearme esta práctica artística.

A pesar de esto, si queremos afirmar que nuestra estrategia consiste en velar lo que nos desvela (ríos y ríos de información de fácil acceso) para manifestar que no vemos nada; velarnos, para que no nos velen; velarnos en un juego de espejos, en un ejercicio de trampantojo con(tra) lo hegemónico; pasar el velo de un lado a otro, voltearlo, usarlo para dibujar nuestra propia cara *deforme*. El velo nos reafirma en una posición incómoda, el velo nos desvela, es una máscara transparente.

2

SACUDIENDO

EL VELO DE LA

AUTOIMAGEN

2. SACUDIENDO EL VELO DE LA AUTOIMAGEN

Las artistas que referenciamos a continuación proyectan, en mi opinión, una idea disruptiva de lo que sería la *autorrepresentación ideal*, conteniendo varias capas de evocación de la realidad. Han sido elegidas a causa del impacto que han tenido (o tuvieron) en mí como espectadora, obviando la intención de las artistas. Son obras que de algún modo han influido o siento que se comunican con mi performance.

Los referentes se dividen por su vinculación con ciertos elementos que considero relevantes en nuestra performance. Aunque se han diseccionado de esta forma, algunos referentes podrían aparecer en más de una sección:

1. El uso de las redes sociales como espacio en el que se desarrolla la obra artística. Aunque siempre nos quede la documentación, la experiencia directa de la obra se da en un tiempo concreto dentro de las RRSS, es importante como lo ha vivido ese público directo, ya que la experiencia es distinta a la documentación o al proyecto expositivo que pueda darse después.

2. El vínculo cámara-tiempo y su indisoluble papel de testigo y a la vez motivación de la acción. Si eliminamos uno de estos dos elementos, la obra desaparecería.

3. La manipulación tecnológica de la imagen que evade lo normativo, buscando lo extraño o lo monstruoso, con una intención narrativa.

4. El objeto como elemento de juego, la descontextualización como cuestionamiento sobre la realidad.

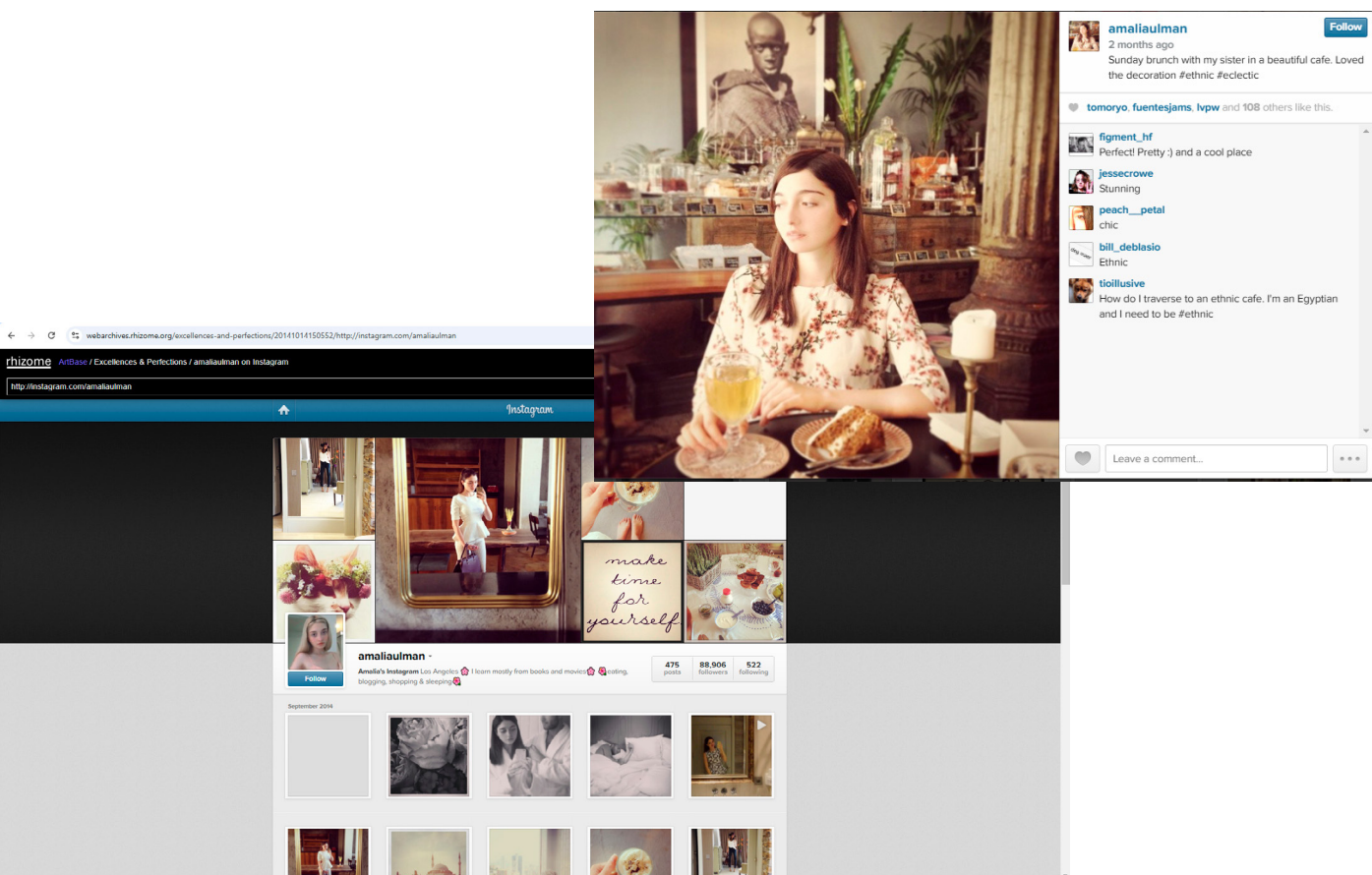
5. La incomodidad del propio rostro/cuerpo, el deseo de agradar a las demás.

6. La multiplicidad del propio rostro, uno mismo y ninguno a la vez. La disociación con la propia imagen, su reflejo como algo ajeno. La mímica y la gestualidad como búsqueda de autoreconocimiento o de conexión.

2.1 - Accionar las redes sociales: Amalia Ulman y Daniel Mayrit

Amalia Ulman (1989, Argentina): *Excellences & Perfections* (2014)

A. Ulman realizó una performance usando sus perfiles de Instagram y Facebook para compartir selfis e instantáneas de su vida privada como diferentes estereotipos femeninos, aquellos que en aquel momento eran tendencias populares en las redes sociales: *cute girl*, *sugar baby* y *life goddess* (la chica guapa e inocente, la joven mantenida por su amante/prendiente mayor y la mujer independiente, triunfadora y disfrutona). Después de cuatro meses, y haber conseguido casi noventa mil seguidoras, Ulman reveló que se trataba de un proyecto artístico con publicaciones guionizadas y hechos semificticiales. Demostrando lo fácil que es falsear la supuesta autenticidad que ofrecen estas plataformas.⁸¹



Figuras 49 (arriba) y 50. Imágenes de *Excellences & Perfections* de A. Ulman

81. Ayerbe, N. y Cuenca, J. (2019). El selfie como performance de la identidad. Explorando la performatividad de la autoimagen desde el arte de acción. *Papeles del CEIC* (Nº 2019/2), 1-16. <https://ojs.ehu.es/index.php/papelesCEIC/article/view/20260/18915>

Daniel Mayrit (1985, España): *One of Yours* (2020 -)

D. Mayrit construye con su imagen un personaje político, tanto en redes sociales como en su propia web. Aunque no es difícil darse cuenta de que se trata de una identidad falsa, utiliza todos los códigos del marketing político que recuerdan a personajes como Donald Tump.

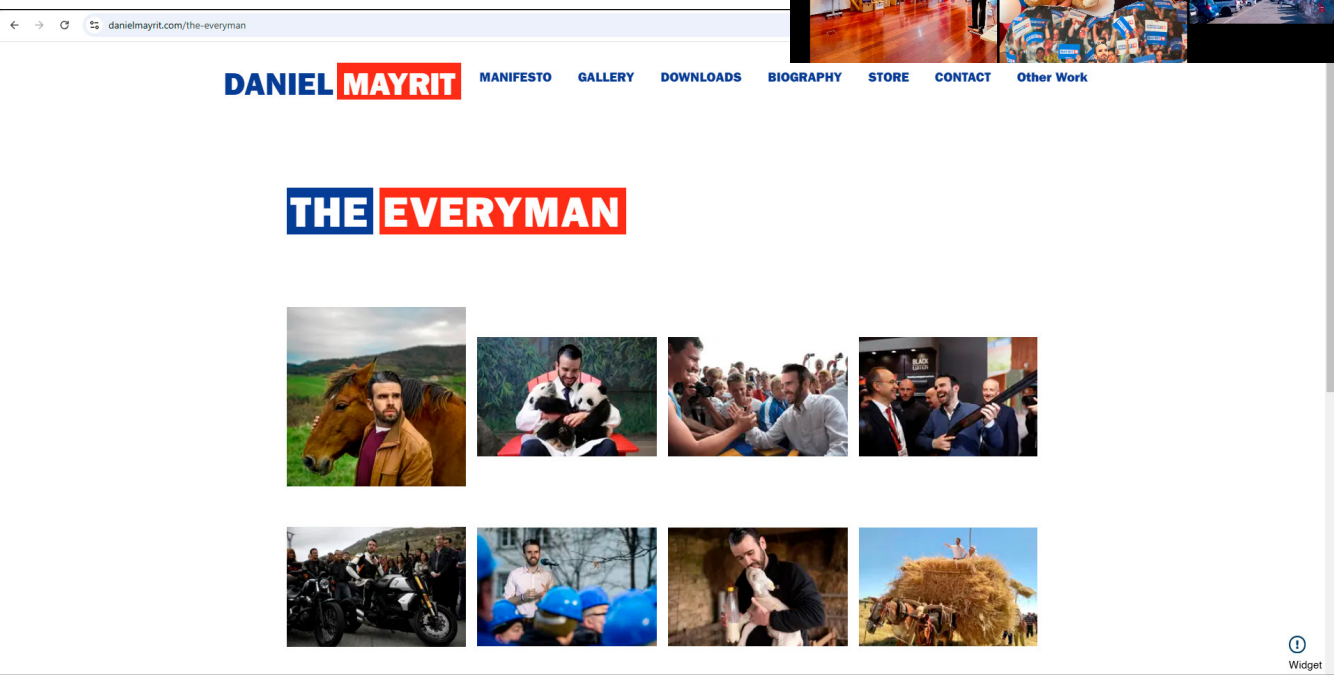
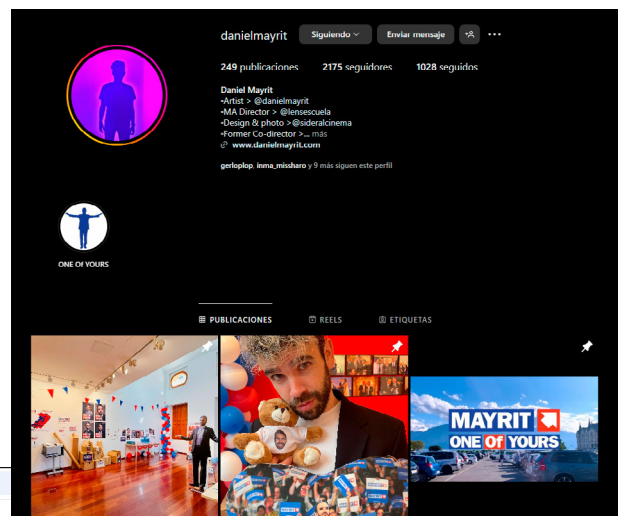


Figura 51 (arriba). Captura del perfil de Instagram de D. Mayrit
Figura 52. Una página de la web de *One of Yours* (D. Mayrit)

2. 2. Cámara, performance ¡tiempo!. Tehching Hsieh y Nancy Floyd

Tehching Hsieh (1950, Taiwán): *Pieza del reloj del tiempo* (1980 – 1981)

Tehching Hsieh realizó varias performance cuyo principal elemento era su larga duración, un año (*One Year Performances*). En *Time clock piece*, el artista se toma una fotografía cada hora durante 365 días, junto a un reloj para dejar constancia de el momento en que se dispara la imagen.

El procedimiento es siempre el mismo, el artista se sitúa en el mismo lugar, con la misma pose, frontal a la cámara, mirando a esta y con la misma ropa. Por lo que el cambio de una fotografía con la siguiente o con la anterior es extremadamente sutil, solo al visualizar el registro completo apreciamos el paso del tiempo.



Figura 53 (arriba). Carrigeworks. Registro de la acción de T. Hsieh *Pieza del reloj del tiempo*.
Figura 54. Hugo Glendinning. Fotografía de la instalación *Pieza del reloj del tiempo* de T. Hsieh en la Bienal de Venecia. 2017

Nancy Floyd (1956, EEUU): *Weathering Time* (1982 -)

Con 26 años, Nancy Floyd, empieza a ser consciente del paso del tiempo y decide hacerse una fotografía al día con la intención de observar su propio envejecimiento. Floyd dejaba un fotograma en negro en su cámara, los días que olvidaba autorretratarse. La continuidad del proyecto es irregular, la artista perdió el interés durante algunos años, retomándolo después.

En un algún momento del proceso, decidió recrear algunas de las imágenes tomadas años atrás, por lo que encontramos fotografías realizadas en el mismo lugar y con la misma pose con una diferencia considerable de tiempo. A veces aparece con familiares o amigas. En ocasiones, evidenciando la ausencia de estas a causa del paso de los años.



Figura 55 (arriba). Nancy Floyd. *June 1- september 30*. Archival injet print on Canson Plantime. 111 x 236 cm. 1982.
Figura 56. Nancy Floyd. *Dad and Me at 65*. Archival injet print on Epson Exhibition Fiber. 25.4 x 34,29 cm. 1984/2022

2.3. Intervenir la imagen, contar historias. Cindy Sherman y Ouka Leele



Figura 57. Imagen extraída del perfil de Instagram de Cindy Sherman.



Figuras 58, 59 y 60. Imágenes extraídas del perfil de Instagram de Cindy Sherman.

Cindy Sherman (1954, EEUU): ----- (2017 - ¿2024?)

El trabajo de Cindy Sherman es conocido por la puesta en escena de sus *autorretratos* sobre estereotipos femeninos, crítico con la sociedad americana y occidental. En los últimos años, además, Sherman ha publicado gran cantidad de selfis en la red social Instagram. Por medio del retoque digital (posiblemente incluso usando Inteligencia Artificial), ha creado caricaturas usando su propio rostro, mostrando de nuevo, arquetipos exagerados (o no tanto) de la sociedad actual, también vinculados a las redes sociales. Acercándose a una fantasía monstruosa que se siente muy real.

Durante la escritura de este documento el perfil oficial de Sherman en Instagram, no se encuentra disponible. No hemos podido saber si por decisión de la artista o a causa de las incoherentes normas de la plataforma.⁸²

82. Sherman, C [@cindysherman]. (s.f.). Post [perfil de Instagram]. Instagram. Recuperado el 11 de noviembre de 2024, de <https://www.instagram.com/cindysherman/>

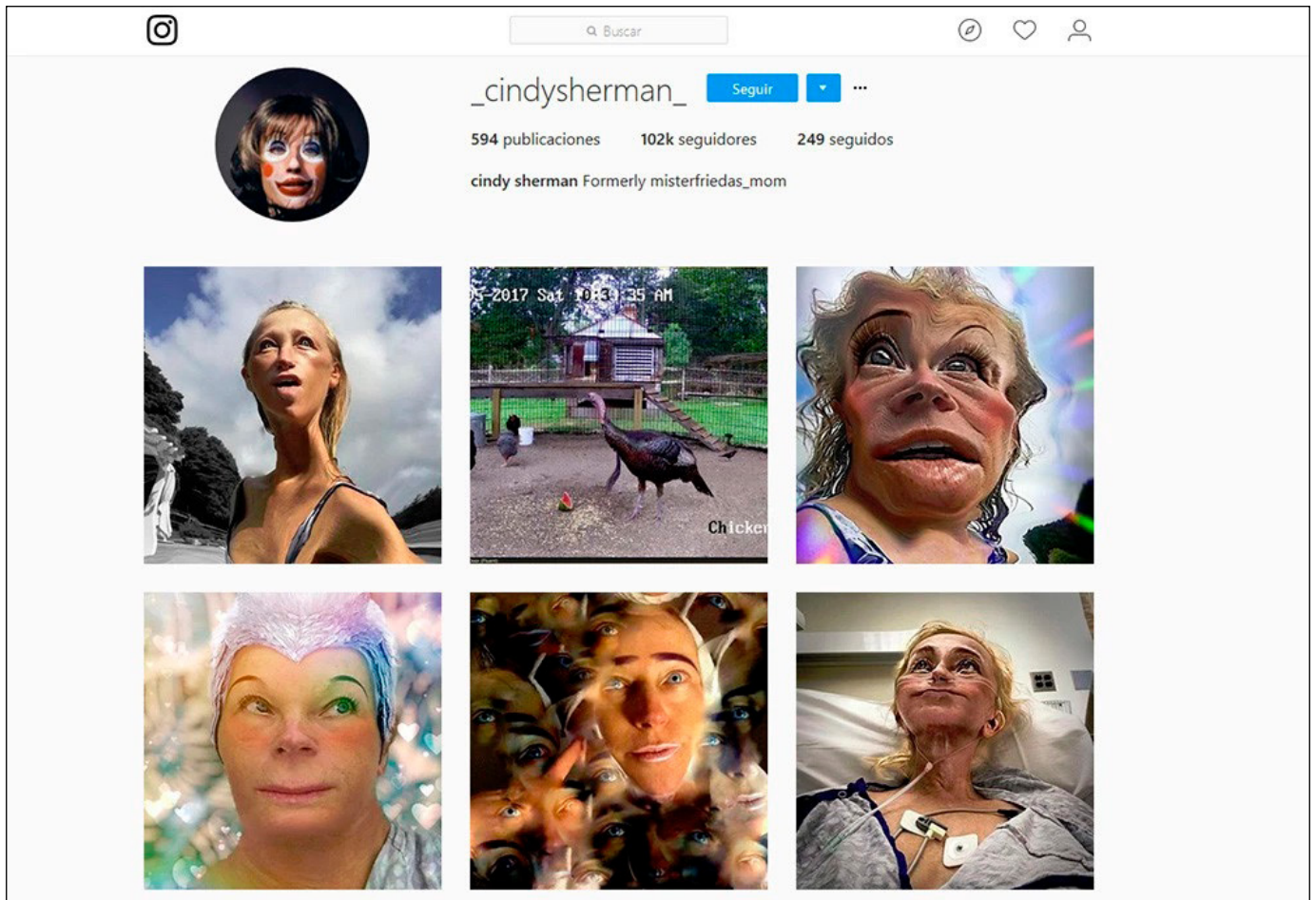


Figura 61. Captura del perfil de Instagram de Cindy Sherman

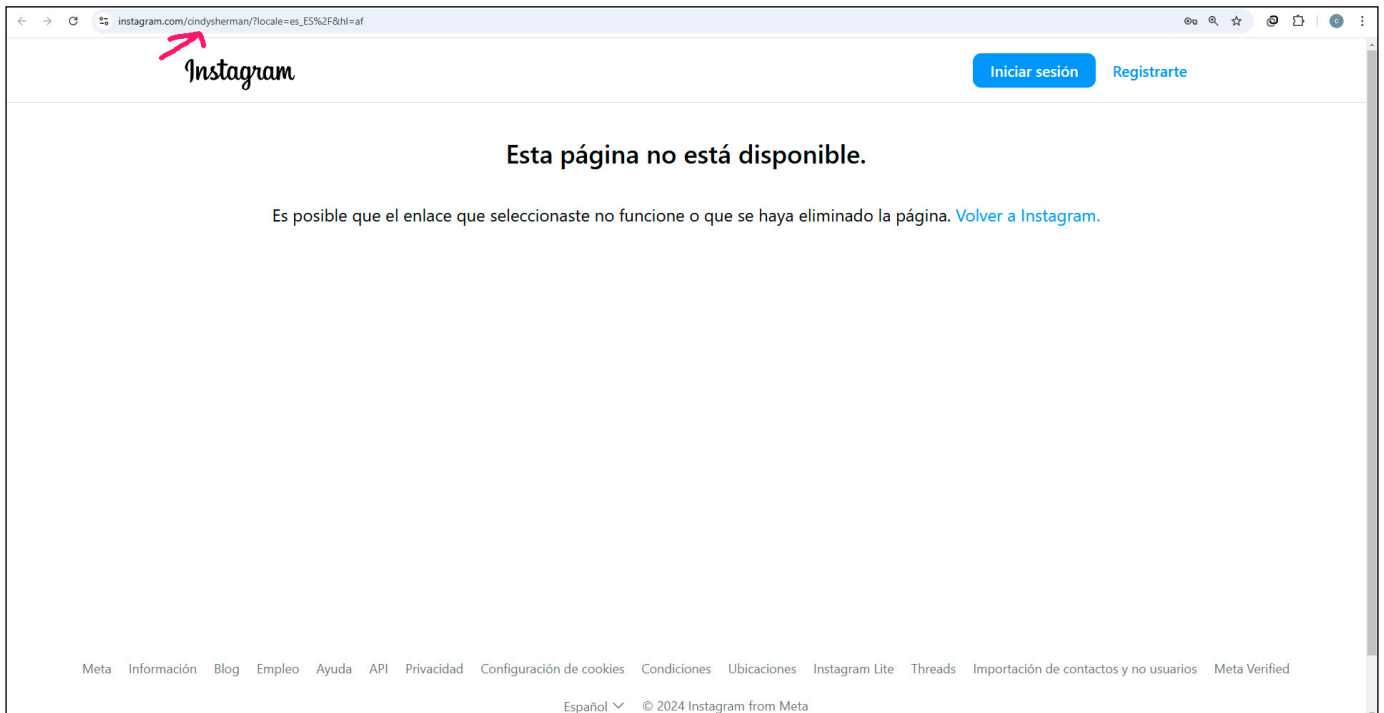


Figura 62. Captura del perfil de Instagram de Cindy Sherman a 20 de noviembre de 2024

Ouka Leele (1957 - 2022, España): *Peluquería* (1978 - 1980)

Gran parte de la obra fotográfica de Ouka Leele está concebida para ser intervenida de forma pictórica posteriormente. En esta serie de retratos, las personajes están dotadas de un exabrupto color que las lanza a una realidad quimérica. Sin huir de la belleza, la atmósfera es extraña, onírica, a veces turbia. Es una deliberada evasión de la realidad, que desea ser transformada.



Figura 63. Ouka Leele. *Martín 'Fellini'*. Cibachrome del original en blanco y negro pintado por la artista con acuarela. 20 x 25 cm. 1979



Figura 64. Ouka Leele. *Ceesepe con jeringuillas*. Cibachrome del original en blanco y negro pintado por la artista con acuarela. 20 x 25 cm. 1979

2.4. La improvisación lúdica de los objetos. Esther Ferrer y Nina Katchadourian

Esther Ferrer (1937, España): *Las cosas* (1990 -)

En *Las cosas*, Esther Ferrer toma un objeto, lo coloca sobre su cabeza y tras un instante, lo coloca sobre una mesa. Esto lo repetirá con varios objetos consecutivamente.

El objeto fuera de su contexto toma un sentido que va más allá de sí mismo y de su uso, genera una pregunta sin respuesta.



Figura 65. Autora desconocida. Esther Ferrer performing *Las cosas*. 1993



Figura 66. Fernando Suárez. Esther Ferrer performing *Las cosas*. 2005



Figura 67. Nina Katchadourian. *Flemish 9*. Fotografía digital. 1062 x 1316 px. 2010

Nina Katchadourian (1968, EEUU): *Autorretratos de baño al estilo flamenco (2010 -)*

Seat Assignment (Asignación de asiento), es un proyecto que engloba una serie de fotografías, vídeos y piezas sonoras que N. Katchadourian comenzó a registrar con su teléfono móvil de forma improvisada durante un vuelo en 2010. En la serie *Autorretratos de baño al estilo flamenco (Lavatory Self-Portraits in the Flemish Style)*, la artista utiliza los objetos que tiene disponibles como pasajera para tomarse fotos



Figura 68. Nina Katchadourian. *Flemish 11*. Fotografía digital. 1062 x 1316 px. 2010



Figura 70. Nina Katchadourian. *Flemish 4*. Fotografía digital. 1062 x 1316 px. 2010



Figura 69. Nina Katchadourian. *Flemish 6*. Fotografía digital. 1062 x 1316 px. 2010

inspiradas en cuadros flamencos en el aseo del avión en el que viaja en ese momento.

Según la web de la artista, tanto dicho proyecto como esta serie siguen en curso.⁸³

83. Katchadourian, N. (s.f.). "Lavatory Self-Portraits in the Flemish Style" from *Seat Assignment*. <http://www.ninakatchadourian.com/photography/sa-flemish.php>

2.5. El deseo de ser otra, huidas hacia adelante antes y después de Internet. *Los ojos sin rostro* (Georges Franju, 1960) y *Reality+* (Coralie Fargeat, 2014)

Georges Franju (1912 - 1987, Francia): *Los ojos sin rostro* (1960)

Los ojos sin rostro (*Les yeux sans visage*), basada en una novela de Jean Redon, nos cuenta la historia de un cirujano (el doctor Génessier) obsesionado con reconstruir el rostro de su hija (Christiane) destrozado en un accidente de tráfico.

Génessier con ayuda de su asistente, secuestra a mujeres jóvenes con un aspecto similar al de Christiane, para arrebatárles el rostro y trasplantarlo a su hija. Todas las operaciones realizadas, han sido un fracaso.

Christiane, que es obligada a llevar una máscara todo el tiempo, asiste a todo esto pasivamente: contrariada ante el horror que le causa su propio rostro y los actos cometidos por su padre y la esperanza de recuperar su belleza y una vida normal. Génessier por su parte parece más interesado en realizar un trasplante de cara con éxito, que en el bienestar de su hija, que en repetidas ocasiones manifiesta el espanto que le causa la situación.

Finalmente, Christiane y la siguiente víctima se encuentran cara a cara; ante la inquietante presencia consciente de la chica secuestrada, Christiane la desata, asesina a la ayudante de su padre y propicia la muerte de este.

La joven es por fin libre de los experimentos de su progenitor, y se aleja en mitad de la noche hacia el bosque, con la máscara puesta.



Figuras 71 y 72. Fotogramas de la película *Los ojos sin rostro* de Georges Franju. 1960.



Figuras 73 y 74. Fotogramas de la película *Los ojos sin rostro* de Georges Franju. 1960.



Figura 75. Autora desconocida. Cartel de la película *Los ojos sin rostro* de Georges Franju. 1960.

Coralie Fargeat (1976, Francia): *Reality+* (2014)

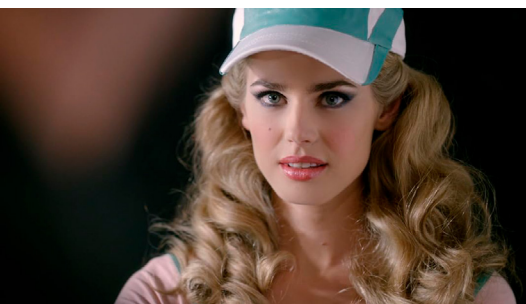
En un futuro próximo la aplicación *Reality+* permite a sus usuarias elegir y mostrar el aspecto exterior que deseen (dentro de unos parámetros concretos y limitados) y alcanzar un estatus de belleza arquetípica al que nunca antes se había tenido acceso. Para ello se instala un chip en el cerebro que permite usar la aplicación sin necesidad de ningún dispositivo móvil, lo que deja una marca en forma de cruz en la nuca. Aunque la aplicación solo puede usarse 12 horas al día, es tremendamente popular.

Vincent se somete al proceso. Con su nueva apariencia, conoce a Stella quien también tiene el chip instalado. Se gustan y comienzan a tener citas, que usualmente son interrumpidas por el límite de uso de *Reality+*. A pesar de que ambas saben que la otra usa la aplicación, no se atreven a mostrarse en su apariencia original.

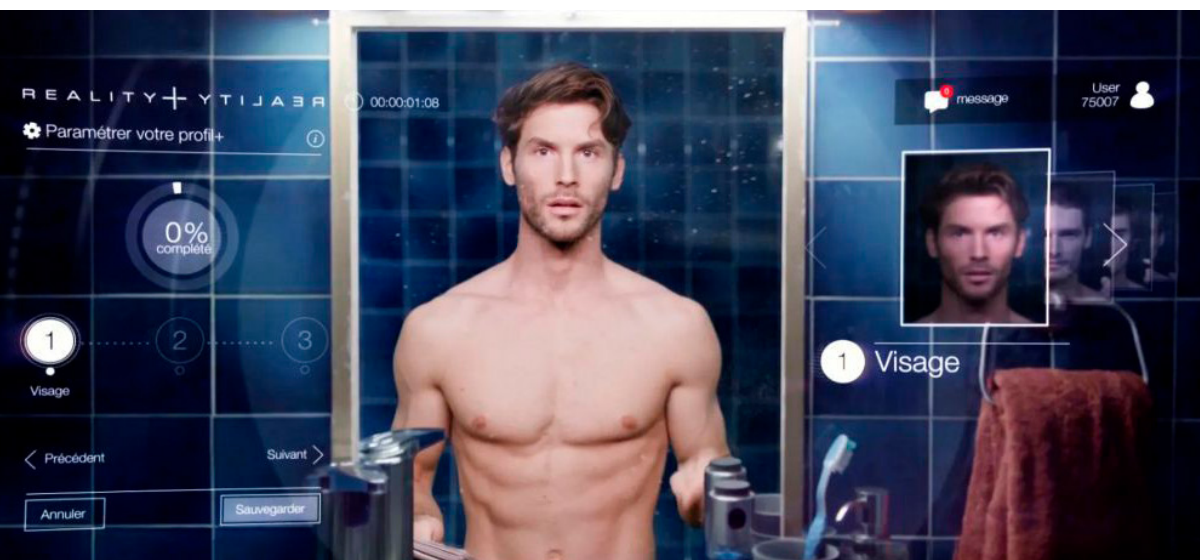
Tras una serie de acontecimientos fortuitos, Vincent en su apariencia normal, tiene una cita con su vecina de al lado, que resulta ser Stella despojada de la aplicación.



Figura 76. Autora desconocida. Cartel de la película *Reality+* de Coralie Fargeat. 2014



Figuras 77 y 78 (abajo). Fotogramas de la película *Reality+* de Coralie Fargeat. 2014



2.6. Un catálogo de caras que no son la mía. Franz Xaver Messerschmidt y Harrie de Kroon

Franz Xaver Messerschmidt (1736 - 1783, Alemania): *Cabezas de personajes (Kopfstücke)* (1770 - 1783):

Escultor de la corte de Viena, F. X. Messerschmidt comenzó en 1770 a realizar una serie de autorretratos (hasta 69) en los que se mostraba haciendo gestos muy exagerados. Se cree que sufría algún tipo de enfermedad mental que le causaba alucinaciones y paranoia. Creyendo ser acosado por espíritus o demonios, copiaba de su rostro estos gestos que los mantendrían alejados.⁸⁴



Figura 79. F. X. Messerschmidt. *El bostezo*. Estaño. 42 × 21.5 × 26 cm. 1771-1783



Figura 80. F. X. Messerschmidt. *El hombre molesto*. Alabastro. 39.4 × 27.3 × 26 cm. 1771-1783

84. Calvo Santos, M. (30 de noviembre de 2019). *El hombre molesto. Uno de los 69 bustos extremos de Messerschmidt*. Historia Arte. Recuperado el 22 de octubre de 2024. <https://historia-arte.com/obras/el-hombre-molesto>

Harrie de Kroon (1948, Holanda): *Imitating an action* (1976 - 1986)

Harrie de Kroon concibió esta pieza para llevarla a cabo en tres fases (I y II en 1976 y III en 1986). En la fase I realizaba una grabación de su rostro el cual observaba a través de un monitor y realizando gestos de forma espontánea. En la fase II, vuelve a realizar una grabación de su rostro, que es proyectada en directo a un grupo de personas, mientras de Kroon observa la grabación que realizó en la fase I y trata de imitar sus propios gestos. En la fase III, diez años después, crea una instalación con varios monitores, donde se proyectan las grabaciones de las fases I y II de forma simultánea y enfrentada.

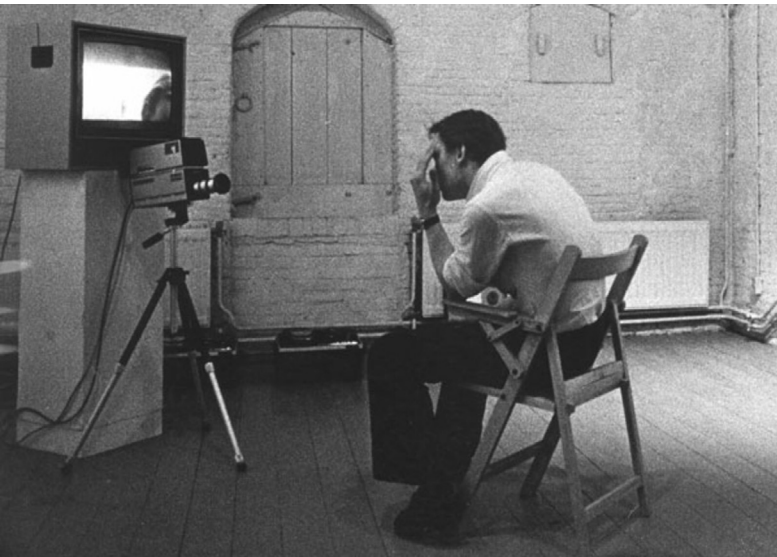


Figura 81. Autora desconocida. Harrie de Kroon en *Imitating an action* (parte I). 1976



Figura 82. Autora desconocida. Harrie de Kroon en *Imitating an action* (parte II). 1976

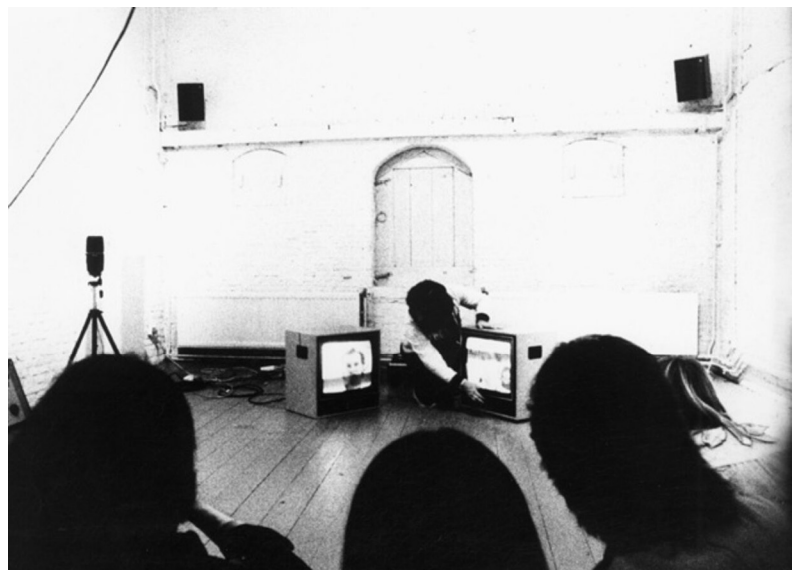


Figura 83. Autora desconocida. Harrie de Kroon en *Imitating an action* (parte III). 1976

3

OBRA PROPIA

VELARSE

3. OBRA PROPIA. **VELARSE**

El proyecto *Velarse* es fruto de una reflexión espontánea surgida en un paréntesis entre un primer curso (2021-2022) del *Máster de producción artística* y un segundo curso (2023-2024), cuando se comienza la investigación que engloba este Trabajo Fin de Máster.

Los trabajos realizados durante ese primer año conforman un grupo de experiencias enfocadas a la experimentación, con el propósito de alejarme de mi obra anterior. Aunque aquella búsqueda no tuvo conclusiones concretas, son la base empírica de todo lo que he hecho después, incluido, por supuesto, este TFM.

Sí hemos querido recoger en este documento, *Desvelar al monstruo*, proyecto realizado durante mi segundo curso de máster, en la asignatura *Gráfica digital. Creación y estampación de la imagen técnica*. Aunque lo considero una pieza distinta, la raíz de la misma y su motivación está en *Velarse*, sentando algunas de las bases conceptuales de este TFM.

En la Metodología también hemos descrito como *Velarse* se compone de 4 capítulos. Todos ellos tienen elementos comunes: son selfis en vídeo de corta duración, en los que miro a cámara sin hacer nada más (a veces hay ligeras distracciones como desviar la mirada momentáneamente, o rascarme la nariz), se crea una expectación vacía, nunca ocurre nada. Solo estoy ahí mirándote, haciéndote de espejo.

Los capítulos se diferencian por el tipo de *velo* que uso en cada uno de ellos, que empaña o juega con la apariencia de mi rostro, y que se eligen cada día de forma improvisada.

Aunque los vídeos publicados permanecían visibles tan solo 24 horas, decidí archivarlos en una sección diferente de mi perfil, de manera que se pudieran ver con atención sucesiva y de forma *permanente*. Sin embargo, puesto que la acción duraba un año, llegué a la conclusión de que ese archivo también debería durar solo un año. Cuando terminó el ciclo de publicaciones de estos vídeos, es decir, cuando acabó la acción, comencé a borrar diariamente el vídeo correspondiente al año anterior.

Esto estira la acción, pero la lleva a una práctica irónicamente privada, ya que ese borrado, aunque público, no es evidente para la audiencia; esta, ya no está mirando.



Figura 84. Celinda Ojeda. Velo del 22 de marzo de 2023. Vídeo digital. 1280 x 720 px (10 seg. aprox.). 2023

3.1. Capítulo 1: Filtro

Al inicio de la acción no tuve que pensar demasiado, me dejé llevar por el propio lenguaje de la red social (Instagram) y tomé la principal herramienta de modificación facial que ofrece, una serie de filtros *fotográficos* infinitos, a modo de plantillas, que permiten cambiar la apariencia del rostro de forma digital y automática.

(Clicar en las imágenes para ver los vídeos)

[\(Capítulo completo \(versión corta\), aquí\).](#)



Figura 85. Celinda Ojeda. Velo del 4 de abril de 2023. Vídeo digital. 1280 x 720 px (10 seg. aprox.). 2023



Figura 86. Celinda Ojeda. Velo del 27 de mayo de 2023. Vídeo digital. 1280 x 720 px (10 seg. aprox.). 2023



Figura 87. Celinda Ojeda. Velo del 17 de junio de 2023. Vídeo digital. 1280 x 720 px (10 seg. aprox.). 2023

3.2 Capítulo 2: Filtro analógico

Tras la experiencia de los primeros meses, quise ridiculizar toda esa serie de filtros absurdos que había usado, por lo que usé objetos reales que relacionaba con mi rostro o cabeza, y a los que llamé jocosamente *filtros analógicos*.

(Clicar en las imágenes para ver los vídeos)

[\(Capítulo completo \(versión corta\), aquí\).](#)

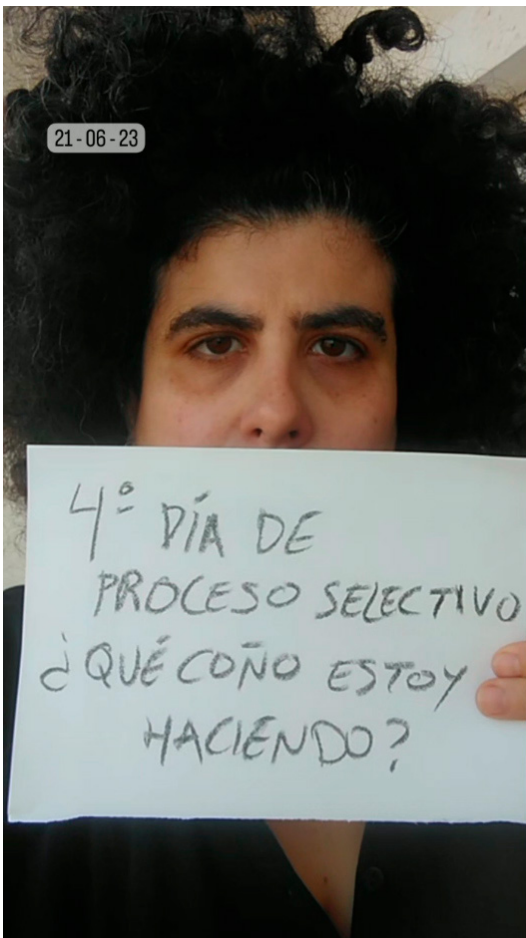


Figura 88. Celinda Ojeda. Velo del 21 de junio de 2023. Vídeo digital. 1280 x 720 px (10 seg. aprox.). 2023



Figura 89. Celinda Ojeda. Velo del 8 de julio de 2023. Vídeo digital. 1280 x 720 px (10 seg. aprox.). 2023



Figura 90. Celinda Ojeda. Velo del 12 de julio de 2023. Vídeo digital. 1280 x 720 px (10 seg. aprox.). 2023



Figura 91. Celinda Ojeda. Velo del 25 de agosto de 2023. Vídeo digital. 1280 x 720 px (10 seg. aprox.). 2023



Figura 92. Celinda Ojeda. Velo del 23 de septiembre de 2023. Vídeo digital. 1280 x 720 px (10 seg. aprox.), 2023



Figura 93. Celinda Ojeda. Velo del 28 de septiembre de 2023. Vídeo digital. 1280 x 720 px (10 seg. aprox.), 2023



Figura 94. Celinda Ojeda. Velo del 10 de octubre de 2023. Vídeo digital. 1280 x 720 px (10 seg. aprox.), 2023

3.3. Capítulo 3: Máscara

Llegadas a este punto, y con un fuerte compromiso de que todo esto sería mi TFM, fui consciente de que la máscara como tal debía de tener un papel en el itinerario del velamiento; por ser el medio más obvio, un objeto creado expresamente para ocultar el rostro. Me gustaba además, la idea de “mostrar sin mostrarme”, todo el mundo sabía que era yo, pero aunque me miraban, no podían verme.

Corté una tabla en forma de óvalo, perforé dos agujeros a la altura de mis ojos y pegué un pequeño mango en la parte inferior central. Sobre este “rostro con pupilas” pinté cada día un rostro distinto, capa sobre capa. En ocasiones dejando elementos del día anterior, pero siempre tomando las decisiones gráficas en el momento de pintarla.

Posiblemente el episodio más extenuante de este proceso.

(Clicar en las imágenes para ver los vídeos)

[\(Capítulo completo \(versión corta\), aquí\).](#)



Figura 95. Celinda Ojeda. Velo del 4 de diciembre de 2023. Vídeo digital. 1280 x 720 px. (10 seg. aprox.), 2023



Figura 96. Celinda Ojeda. Canto de la tabla usada como máscara con todas las capas de pintura al finalizar el Capítulo 3. Fotografía digital. 5184 x 14116 px. 2023



Figura 97. Celinda Ojeda. Velo del 22 de diciembre de 2023. Video digital. 1280 x 720 px (10 seg. aprox.). 2023

3.4 Capítulo 4: Gesto

Para finalizar la acción y después de meses con el rostro oculto, quise establecer un contraste que diera énfasis a este hecho. Resolví que el último *velo* sería la gesticulación.

En este último capítulo, la improvisación no es del todo cierta, puesto que hice un estudio previo frente al espejo de los movimientos de mi rostro, no estaba segura de poder llegar a los 90 gestos que necesitaba para completar los 3 meses de acción que aún me quedaban. Realicé un registro gráfico y textual de todos los gestos o combinaciones de gestos sencillos que podía realizar, llegando a los 93, momento en el que consideré que eran suficientes. La improvisación consistió en la elección azarosa diaria de un número dentro de ese registro.



Figura 98. Celinda Ojeda. Velo del 1 de enero de 2024. Video digital. 1280 x 720 px (10 seg. aprox.). 2024

Cada día ejecutaba un gesto que corresponde con uno o varios movimientos musculares. No se pretendía reflejar una emoción, ni tienen ningún sentido ni significado, solo son una recopilación de movimientos de la cara.

(Clicar en las imágenes para ver los vídeos)

[\(Capítulo completo \(versión corta\), aquí\).](#)

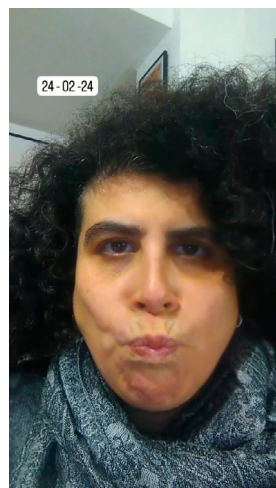


Figura 99. Celinda Ojeda. Velo del 24 de febrero de 2024. Video digital. 1280 x 720 px (10 seg. aprox.). 2024

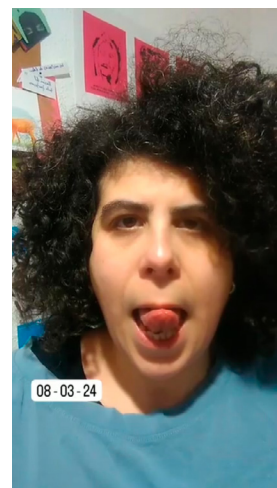


Figura 100. Celinda Ojeda. Velo del 8 de marzo de 2024. Video digital. 1280 x 720 px (10 seg. aprox.). 2024

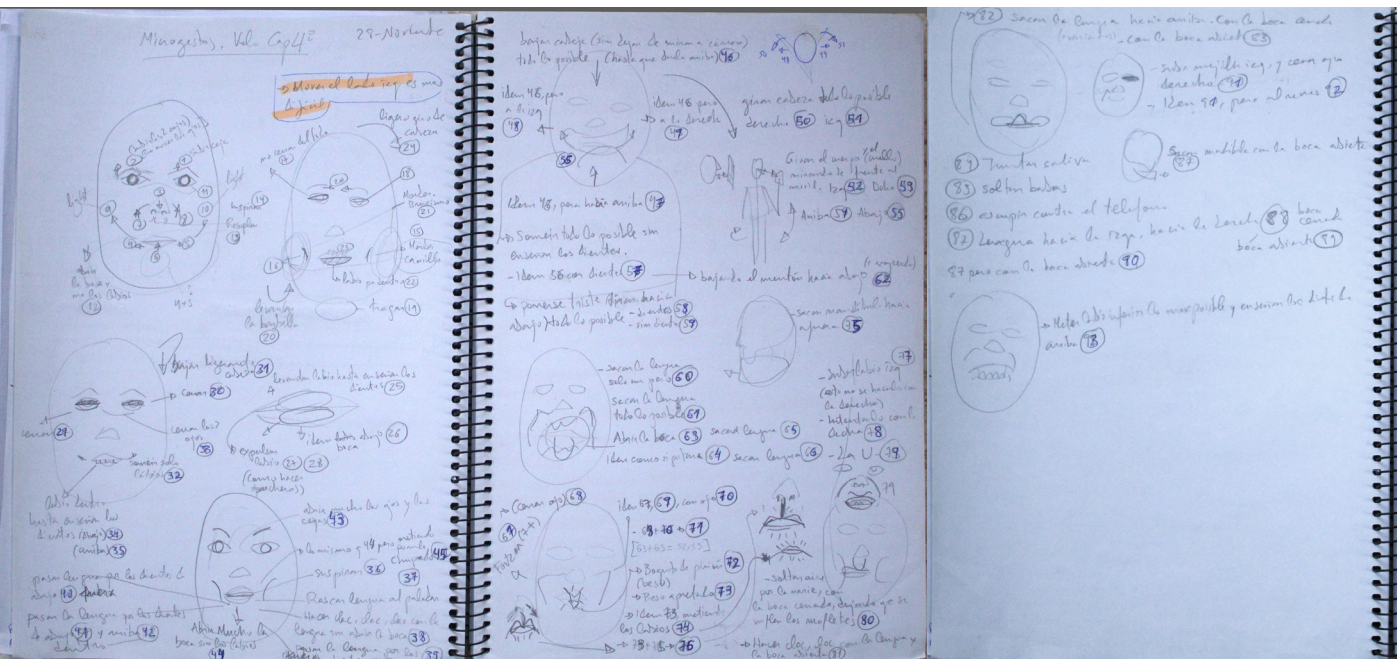


Figura 101. Celinda Ojeda. Bocetos. Estudio de gestos para el Capítulo 4. 2023

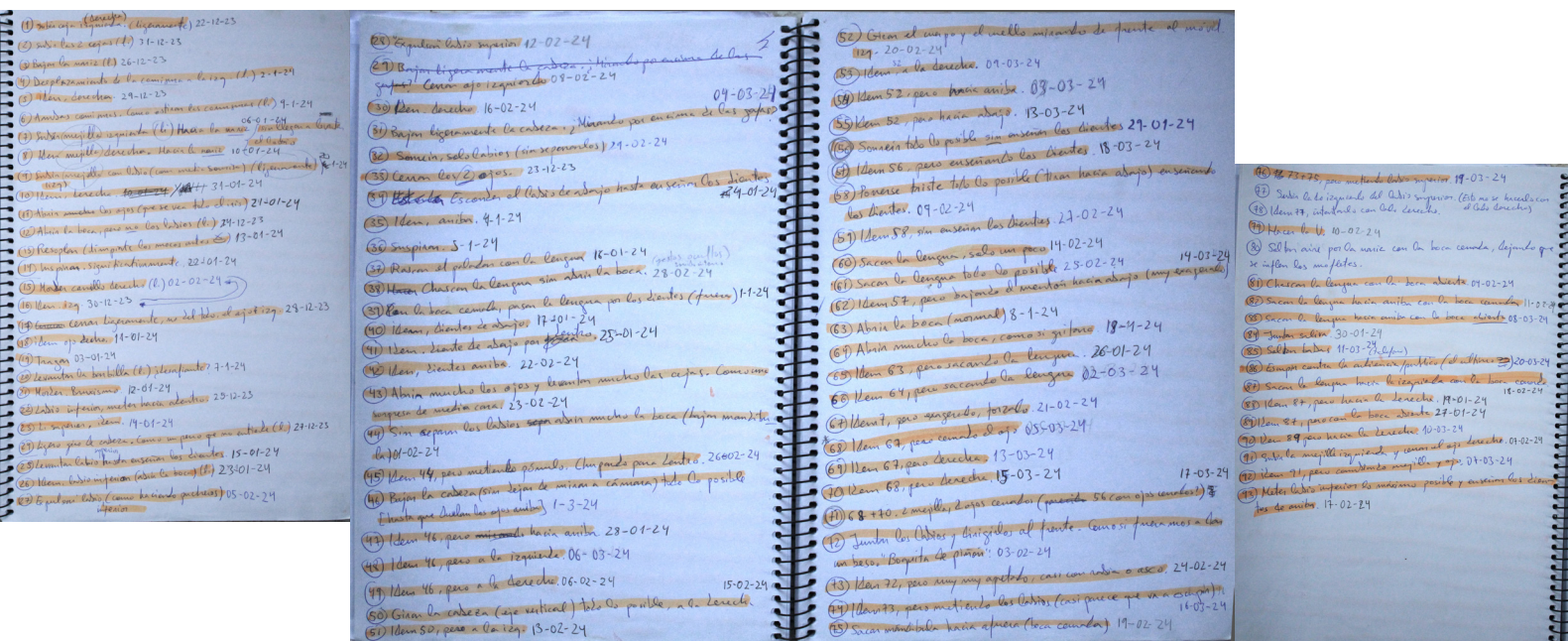


Figura 102. Celinda Ojeda. Índice y descripción de gestos para el Capítulo 4. 2023 - 2024

(El archivo completo de Velarse puede consultarse en el siguiente enlace: https://drive.google.com/drive/folders/13IVet_yMM-6NcrGZJV0yrf9Rez50hNyP?usp=sharing)

3.5 Capítulo bastardo: *Desvelar al Monstruo*

La premisa para este proyecto y propuesta desde la asignatura de *Gráfica digital. Creación y estampación de la imagen técnica*, era trabajar con un proyecto ya existente, propio o ajeno. Decidí replantear *Velarse*, que en ese momento aún estaba en proceso (octubre 2023 – enero 2024), y hacerme la siguiente pregunta

¿Qué ocurre si lo sacamos de su medio original?
Es decir, que ocurre si damos cuerpo a un proyecto que nace en el medio virtual y tienen vocación de ser efímero.

Quería experimentar con un camino inverso, una involución de *lo natural*: en lugar de digitalizar lo palpable; materializar lo virtual.

Quise mantener el formato de selfi, evidenciar lo monstruoso o lo raro y disolver la idea de representación de una identidad propia dentro del marco de las RRSS.

También quise traer a la fisicidad impresa elementos propios de la comunicación virtual, y dar la oportunidad a la lectora de *interactuar* con el objeto impreso en calidad de *comunicación*.

El título: *Desvelar al monstruo*, hace referencia al proyecto original (*Velarse*) y establece un juego de significados “desvelar” como algo que es mostrado, sacado a la luz, pero también, como la intención de no dejar dormir, de alterar o incomodar el descanso. La monstruo se asusta de sí misma al despertar.

El resultado fue un libro que juega con la fragmentación



Figura 103. Celinda Ojeda. *Desvelar al monstruo* (Portada). Impresión digital, cartón, papeles variados, acetato, adhesivo transparente. 17 x 12.5 cm. 2023 - 2024



Figura 104. Celinda Ojeda. *Desvelar al monstruo* (detalle). Impresión digital, cartón, papeles variados, acetato, adhesivo transparente. 17 x 12.5 cm. 2023 - 2024

y la multiplicidad, los 4 capítulos que componen el proyecto original, aquí se traducen en la división del rostro en 4 partes, los 4 lados del formato rectangular que comparten la pantalla de teléfono móvil y el libro impreso.

Las imágenes que ocupan cada uno de estos 4 lados, que llamaremos: “izquierdo”, “derecho”, “arriba” y “abajo”; no ocupan toda la extensión de la *página*, sino que están divididos en mitades y en tercios. Cada imagen ocupa el espacio que consideré, según fui trabajando en ellas.

También cree 5 *identidades monstruosas* que están presentes en los 4 lados:

- Lo humano (relacionado con el capítulo 1, 2, y especialmente 4)
- La máquina (capítulo 1)
- Lo animal (representado por pájaros, capítulos 1 y 3)
- El monstruo fantástico (capítulo 3).
- Lo que podríamos llamar *el ser constructivista* (síntesis y formas geométricas) con un aspecto frío y robótico (capítulo 3).

Aunque estas 5 familias pueden combinarse para hacer un solo rostro con



Figuras 105 y 106 (izquierda). Celinda Ojeda. *Desvelar al monstruo* (detalle, libro desplegado). Impresión digital, cartón, papeles variados, acetato, adhesivo transparente. 17 x 12.5 cm. 2023 - 2024



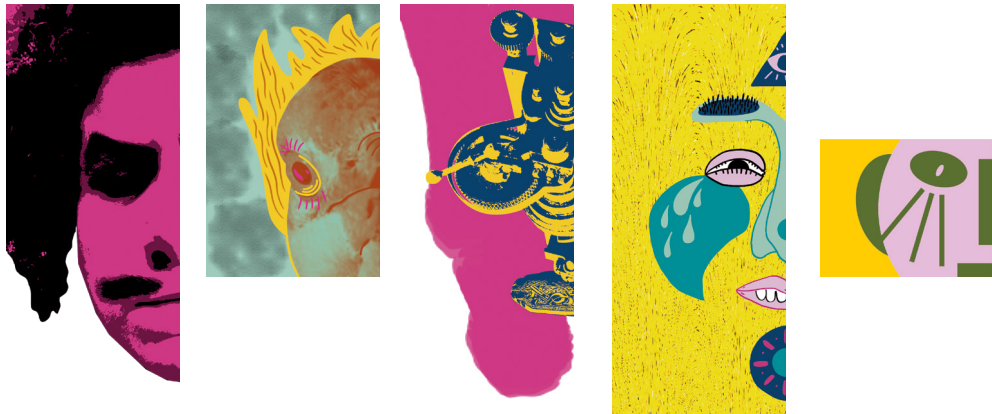
Figura 107. Celinda Ojeda. *Desvelar al monstruo* (detalle). Impresión digital, cartón, papeles variados, acetato, adhesivo transparente. 17 x 12.5 cm. 2023 - 2024. La composición corresponde a la "identidad máquina"

características similares, nunca forman una unidad singular que pudiera identificar a una individuo concreta.

Estas representaciones del selfi fragmentado en RRSS, van acompañadas de comentarios de usuarias de dichas redes, que generan conversaciones entre *espectadora* y autora.

Las conversaciones están impresas en el reverso de los pliegos y simulan un chat virtual. Están basadas en comentarios reales recibidos en torno al proyecto origen *Velarse*.

De esta forma conectamos los elementos materiales con los virtuales. Otro nexo de unión son unas pequeñas pegatinas (emoticonos), que se incluyen con la pieza impresa para que la lectora/usuario pueda *interactuar* con el dispositivo-libro.



Figuras 108 (arriba) y 109. Celinda Ojeda. Algunas de las ilustraciones que forman parte de *Desvelar al monstruo*. Ilustración digital. 1748 x 1240 px. (aprox; tamaños variables). 2023 - 2024. Corresponden al lado "izquierdo" (fig. 108) y "abajo" (fig. 109)

4

CONCLUSIONES

4. CONCLUSIONES

Como punto final de todo este proceso, me gustaría dejar algunas consideraciones al respecto. En la hipótesis nos planteamos si es posible generar un discurso crítico efectivo usando los mismos canales de comunicación que se pretende criticar; si bien es cierto que instrumentalizar lo que criticamos es cuestionable, no sé puede negar que sitúa nuestro discurso en la misma ubicación en la que se encuentra nuestra audiencia y en la misma en la que se encuentra nuestra experiencia, es decir, hablamos con conocimiento de causa. Este emplazamiento crea una conexión empática con nuestro público, y nos hace llegar al mismo.

Siguiendo con la hipótesis, el uso de las RRSS no es nunca inocuo; durante el proceso artístico, lógicamente aumentó mi actividad virtual. Pero también aumentó mi *interés* hacia las herramientas estadísticas de la plataforma, el número de usuarias que visitaban o comentaban mis publicaciones y la frecuencia con la que consultaba estos datos (una vez dentro, consumía otros contenidos no relacionados con mi actividad artística). Datos que, en realidad, no aportaban nada al proyecto. En resumen, un aumento en el uso (de Instagram, en este caso), me ha generado una adicción mayor a la plataforma.

Para terminar con las cuestiones de nuestra hipótesis diré que, la práctica de la performance en un medio virtual sin contexto (teniendo en cuenta que todo ocurre dentro de mi perfil y que es un perfil artístico), se comporta como una especie de plaza pública; una parte de la audiencia, sí es capaz de concebir la pieza como tal y hacerse (a sí mismas o a mi directamente) preguntas en torno a la misma; otra parte, aprecia la pieza como tal, pero desde el entretenimiento, sin plantearse si hay un discurso detrás o no; un tercer grupo, observa sin cuestionarse lo que está viendo, simplemente acepta el contenido y lo consume, como quien ve a “la loca del pueblo” dar voces todos los días a la misma hora. Posiblemente hemos normalizado no cuestionarnos nada de lo que ocurre dentro de las redes sociales.

No he tenido en cuenta en este punto la audiencia silenciosa.

En cuanto a los objetivos planteados, considero que el texto recoge un discurso crítico sólido, proponiendo más preguntas que respuestas, dando la oportunidad a la lectora de cuestionarse su uso de las redes sociales como prosumidora, así como la influencia de las mismas sobre su propia autoimagen.



Figura 110. Autora desconocida. Celinda Ojeda performing *Instrumentos (Acción n° 5)*. Aula de Grup d'Art d'Acció de Bellas Artes (UPV). 20 de diciembre de 2023.



Figura 111. Autora desconocida. Celinda Ojeda performing *Devanarse (Acción n° 7)*. Equinox to Equinox (Diàleg Obert). 21 de marzo de 2024.



Figura 112. Juliana Dionisio. Celinda Ojeda performing *ensayo-Error (Acción n° 9)*. Fantastik Lab. 3 de mayo de 2024.

En este punto me gustaría también hacer autocrítica, porque aunque estoy satisfecha con la recepción general del mensaje que quería lanzar con mi propuesta artística, también soy consciente de que solo ha llegado a una parte de mi audiencia, pero sobre todo, de que dirige la atención hacia la propia plataforma digital, aportando un costal más de contenido a la rueda de consumo sin fin.

En relación a los objetivos específicos, por un lado, este proyecto me sirvió de ancla para continuar con otras prácticas performáticas: como mi participación en el *Grup d'Art d'Acció de Bellas Artes* de la UPV, en *Equinox to Equinox* de Diàleg Obert, mi estancia en *XIX Alcuentros d'Arte d'Accion Llena 2024* (Columbiello, Asturias), así como otros eventos individuales y un proyecto personal, *Akcióncero*, del que hablaré en el Anexo.

Además, enfrentarme a mi propia imagen ante la cámara ha sido un ejercicio de aprendizaje, en el que puedo ir observando como a lo largo de los meses me veo más cómoda frente a la cámara, creando un diálogo más íntimo, y dejando de sentir esta herramienta como algo extraño.

Lo que sí resulta extraño es la multiplicación del propio rostro, que acaba por perder su sentido. Hay un vacío



Figura 113. Autora desconocida. Grup d'Art d'Acció de Bellas Artes, Àlvato Terrones, Antoni Solera y Silvia Antolín en las IX Jornades de Performance Fundació Caixa Castelló. 21 de octubre de 2023.



Figuras 114 y 115. Abel Loureda. Celinda Ojeda performing *Murmullo. Parte 2 (Acción n°12)*. Columbiello. 22 de junio de 2024.



Figura 116. Clara Foronda. Celinda Ojeda performing *Blanco (Acción n°3)*. La Ballestera (Jaén). 7 de octubre de 2023.

en esta repetición, que hace que el rostro se desdibuje y dejes de reconocerlo como propio. Es como una palabra que se repite sin cesar, pierde su contenido semántico, permaneciendo con fuerza el fonético. Al ver mi cara mil (362) veces repetida deja de ser mi cara, hay una desconexión con la imagen, se convierte en un conjunto de rasgos mas o menos característicos, en los que no me reconozco. Puedo leer los gestos, la intención, el tono... pero no veo a la persona.

Las reacciones de la audiencia de mi perfil, ha sido, en parte la esperada, la mayoría de las personas que se toman un tiempo para interactuar son cercanas (familiares, amigas), y casi siempre eran las mismas. Sin embargo al anunciar el fin del proyecto⁸⁵ y su paulatina desaparición, una parte de la audiencia silenciosa se manifiesta, muestran su interés o su agradecimiento. Se destapa la figura de la *stalker*, de la *voyeur*. Una gran parte de la audiencia solo mira en silencio. ¿Realmente hay *redes* en las redes sociales?

En el proceso de “borrado del contenido”, no hay interacción del público, como ya hemos dicho, este ya no está mirando. La acción no ha finalizado, pero ya no posee poder de reclamo instantáneo.

Por último, y una vez afianzadas las bases conceptuales del proyecto, me quedaría construir una propuesta expositiva para esta pieza que, en origen, es interactiva y efímera. Cómo establecer un diálogo con el público en sala, mas allá de la mera documentación de la performance. El reto de proyectar en el espacio, la comunicación virtual, y la exploración de los distintos formatos que puede o debe tomar.

85. Ojeda González, C. [@celindaojedag]. (20 de marzo de 2024). “Velarse” (Acción n°4), *llegando a su fin. Para todas aquellas personas que no estáis entendiendo nada, dentro de unos meses*. [Video]. Instagram. <https://www.instagram.com/p/C4wAch6KZPE/>

DOCUMENTACIÓN Y REFERENCIAS

DOCUMENTACIÓN Y REFERENCIAS

GENERAL

Argüello Del Canto, C. (2017). «Las tapadas». Una propuesta sobre la representación de la prostitución en la pintura del Siglo de Oro. *BSAA arte* (Nº 83), 235-252. <https://uvadoc.uva.es/bitstream/handle/10324/27393/BSAAArte-2017-83-TapadasUnaPropuestaRepresentacion.pdf>

Baudrillard, J. (1978). *Cultura y Simulacro*. Editorial Kairós. Barcelona. Eco, U. (2007). *Historia de la fealdad*. Random House Mondadori, S.A. Barcelona.

Bell, J. (2021). *Atención radical*. Alpha Decay S. A. Barcelona

McLuhan, M y Fiore, Q. (1969) *El medio es el masaje*. Editorial Paidós. Buenos Aires

Fargeat, C., Bevan, T., Fellner, E (Productoras) y Fargeat, C (Directora). (2024). *La sustancia* [Película]. Reino Unido. Working Title Film, 21st Century Film France, Blacksmith.

Fischer-Lichte, E. (2011). *Estética de lo performativo*. ABADA Editores S.L. Madrid.

Guzmán, A. (2016). *Revelación del cuerpo. La elocuencia del gesto*. Instituto Nacional de Antropología e Historia. México

Horiba, N., Ichikawa, K., Ôno, T. (Productores) y Teshigahara, H. (Director). (1966). *El rostro ajeno* [Película]. Japón. Teshigahara Production Tokyo Eiga Co.

IA: Inteligencia Artificial (2023), catálogo de la exposición (Barcelona, 2023). CCCB y Direcció de Comunicació de la Diputació de Barcelona.

Lewis, E. (Productor) y Frankenheimer, J (Director). (1966). *Plan diabólico* [Película]. Estados Unidos. Paramount Pictures.

Mejía, I. (2005). *El cuerpo post-humano en el arte y la cultura contemporánea*. Universidad Nacional Autónoma de México. Ciudad Universitaria, México

Muñiz, E. y List, M. (Coordinadores). (2007). *Pensar el cuerpo*. Universidad Autónoma Metropolitana, Unidad Azcapotzalco. México.

RECURSOS EN LÍNEA

Cannock, A. L. (24 de septiembre de 2017). *Conversaciones_01. Adriana Bickel: "¿Cuántos selfies hay que tomarse para destruirse a sí mismo?"*. El Arte y el Diván. Recuperado el 12 de marzo de 2024. https://elarteydivan.com/conversaciones_01-adriana-bickel-cuantos-selfies-hay-que-tomarse-para-destruirse-a-si-mismo/

Enzo Psl. [@love15fifteen]. (9 de octubre de 2022). *Robert Filliou (Fluxus) – Lésclave (1977)* [Vídeo]. YouTube. <https://www.youtube.com/watch?v=FXKaVSFqXIU>

Western Front. [Western Front]. (29 de marzo de 2012). *Robert Filliou – And So ON, End So Soon: Done 3 Times (1977) & Teaching and Learning as Performing Arts Part II (1979)* [Vídeo]. Vimeo. <https://vimeo.com/39427737>

ESPECÍFICA

Baudrillard, J. (1988). *El otro por sí mismo*. Editorial Anagrama S. A. Barcelona.

Carbonell, E. (2018). *Elogio del futuro. Manifiesto por una conciencia crítica de especie*. Arpa y Alfil Editores, S.L. Barcelona.

Cigüela Sola, J. (2017). *Exclosos i transparentats : del panòptic a la pantalla digital*. Institució Alfons el Magnànim. València.

Fontcuberta, J. (2002). *El beso de Judas*. Gustavo Gili. S.A. Barcelona.

Hadot, P. (2021). *El velo de Isis. Ensayo sobre la historia de la idea de Naturaleza*. Ediciones Alpha Decay, S. A.

Haraway, D. (2018). *Manifiesto para cyborgs*. Letra Sudaca Ediciones. Buenos Aires.

Haraway, D. (2019). *Seguir con el problema. Generar parentesco en el Chthuluceno*. Consonni

Leung, L. (2007). *Etnicidad virtual. Raza, resistencia y word wide web*. Gedisa Editorial S. A. Barcelona.

Nancy, J.L. (2006). *La mirada del retrato*. Amorrortu Editores. Buenos Aires.

Peirano, M. (2015). *El pequeño libro rojo del activista en la red*. Roca Editorial de Libros S.L. Barcelona.

Peirano, M. (2019). *El enemigo conoce el sistema. Manipulación de ideas, personas e influencias después de la economía de la atención*. Penguin Random House Grupo Editorial.

Gombrich, E. H. (1973). *La máscara y la cara*. En Gombrich, E. H, Hochberg, J. y Black, M., *Arte, percepción y realidad*. (pp. 15-67). Ediciones Paidós.

Renobell Santarén, V. (2017). *Análisis de instagram de desde la sociología visual*. En Martínez-García, MA. (Coord). *La imagen en la era digital*. (pp. 115-129). Ediciones Egregius.

Saborit, J. (1997). *La naturaleza como mentira*. En Albelda, J. y Saborit, J. *La construcción de la naturaleza*. (pp. 21-26). Generalitat Valenciana. Valencia.

Ayerbe, N. y Cuenca, J. (2019). El selfie como performance de la identidad. Explorando la performatividad de la auto-imagen desde el arte de acción. *Papeles del CEIC* (Nº 2019/2), 1-16. <https://ojs.ehu.es/index.php/papelesCEIC/article/view/20260/18915>

Caro Castaño, L. (2012). La encarnación del yo en las redes sociales digitales. *Telos: Cuadernos de comunicación e innovación* (N.º 91), 59-86. <https://telos.fundaciontelefonica.com/archivo/numero091/la-encarnacion-del-yo-en-las-redes-sociales-digitales/?output=pdf>

Cava, X. (2021). La lógica del postureo: forma-mercancía y auto-representación en las redes sociales. *Astrolabio. Revista internacional de filosofía* (Nº 24), 89-101. <https://raco.cat/index.php/Astrolabio/article/view/384606/477647>

Ferrante, E. (2021). Inteligencia artificial y sesgos algorítmicos. ¿Por qué deberían importarnos?. *Nueva Sociedad* (Nº 294), 27-36. <https://tgd1libroelectronico.faud.unsj.edu.ar/wp-content/uploads/2022/03/1.8-Ferrante.pdf>

Palacios, V.H. (2019) El cuerpo, el rostro y la identidad del yo. Apuntes sobre la corporalidad humana en un tiempo de transformaciones. *En-claves del pensamiento* (vol. XIII, nº 25), 35-56. <https://www.redalyc.org/articulo.oa?id=141160244002>

San Cornelio Esquerdo, G. (2002). *Cartografías de la identidad: seis itinerarios para la reflexión en torno a los procesos artísticos y comunicativos en la era digital*. [Tesis doctoral, Universitat Politècnica De València]. Repositorio de la Universitat Politècnica De València. <https://riunet.upv.es/bitstream/handle/10251/2621/tesisUPV1623.pdf?sequence=1&isAllowed=y>

Terrones Reigada, A (2018). *La planificación gráfica en la performance artística contemporánea. Definición, notas y estudio de casos en Europa y Québec*. [Tesis doctoral, Universitat Politècnica De València]. Repositorio de la Universitat Politècnica De València. <https://riunet.upv.es/handle/10251/111943#>

Borkon, J., Gualino, R. (Productores) y Franju, G. (Director). (1960). *Los ojos sin rostro* [Película]. Francia. Coproducción Francia-Italia.

Hoarau, D., Lateur, J., Sourzac, K. (Productoras) y Fargeat, C. (Directora). (2014). *Reality+* [Cortometraje]. Francia. Mezzanine

RECURSOS EN LÍNEA

Ansorena, J. (15 de agosto de 2017). *Cindy Sherman se pasa al «selfie» en Instagram*. ABC Cultura. Recuperado el 22 de octubre de 2024. https://www.abc.es/cultura/abci-cindy-sherman-pasa-selfie-instagram-201708150251_noticia.html?ref=https://www.abc.es/cultura/abci-cindy-sherman-pasa-selfie-instagram-201708150251_noticia.html

Bravo, E. (29 de mayo de 2020). *Los Loud, la familia destruida por el primer reality show de la televisión*. Agente Provocador. Recuperado el 8 de octubre de 2024. <https://www.agenteprovocador.es/publicaciones/an-american-family-loud-primer-reality-show-de-la-tv#:~:text=En 1973 se estrenó en la televisión estadounidense An American>

Byung-Chul, H. (16 de febrero de 2020). *Los selfies son superficies hermosas de un yo vacío y completamente inseguro*. Bloghemia. Recuperado el 25 de agosto de 2024. <https://www.bloghemia.com/2020/02/byung-chul-han-los-selfies-son.html>

Calvo Santos, M. (30 de noviembre de 2019). *El hombre molesto. Uno de los 69 bustos extremos de Messerschmidt*. Historia Arte. Recuperado el 22 de octubre de 2024. <https://historia-arte.com/obras/el-hombre-molesto>

Celinda Ojeda. [celindaojeda6921]. (17 de noviembre de 2024). “Velarse” (Acción nº4). [Capítulo 1 - Versión corta]. Celinda Ojeda González [Vídeo]. Youtube. <https://www.youtube.com/watch?v=dRopxfVzR-w>

Celinda Ojeda. [celindaojeda6921]. (18 de noviembre de 2024). “Velarse” (Acción nº4). [Capítulo 2 - Versión corta]. Celinda Ojeda González [Vídeo]. Youtube. <https://www.youtube.com/watch?v=97NGA5qXIOI>

Celinda Ojeda. [celindaojeda6921]. (18 de noviembre de 2024). “Velarse” (Acción nº4). [Capítulo 3 - Versión corta]. Celinda Ojeda González [Vídeo]. Youtube. <https://www.youtube.com/watch?v=L09W31xYjNA>

Celinda Ojeda. [celindaojeda6921]. (18 de noviembre de 2024). “Velarse” (Acción nº4). [Capítulo 4 - Versión corta]. Celinda Ojeda González [Vídeo]. Youtube. <https://www.youtube.com/watch?v=FQlloCmcoM>

Celinda Ojeda. [celindaojeda6921]. (18 de noviembre de 2024). “Velo del 22 de marzo de 2023” - “Velarse” (Acción nº4) - [Capítulo 1]. Celinda Ojeda González. [Vídeo]. Youtube. <https://www.youtube.com/shorts/Fkphhxs6L3c>

Celinda Ojeda. [celindaojeda6921]. (18 de noviembre de 2024). “Velo del 4 de abril de 2023” - “Velarse” (Acción nº4) - [Capítulo 1]. Celinda Ojeda González. [Vídeo]. Youtube. <https://www.youtube.com/shorts/hOdPLMWD6mw>

Celinda Ojeda. [celindaojeda6921]. (18 de noviembre de 2024). “Velo del 27 de mayo de 2023” - “Velarse” (Acción nº4) - [Capítulo 1]. Celinda Ojeda González. [Vídeo]. Youtube. https://www.youtube.com/shorts/vVLRCJC_onU

Celinda Ojeda. [celindaojeda6921]. (18 de noviembre de 2024). "Velo del 17 de junio de 2023" - "Velarse" (Acción nº4) - [Capítulo 1]. Celinda Ojeda González. [Vídeo]. Youtube. <https://www.youtube.com/shorts/dLItWON8IMU>

Celinda Ojeda. [celindaojeda6921]. (18 de noviembre de 2024). "Velo del 21 de junio de 2023" - "Velarse" (Acción nº4) - [Capítulo 2]. Celinda Ojeda González. [Vídeo]. Vimeo. <https://vimeo.com/1030703290%20>

Celinda Ojeda. [celindaojeda6921]. (18 de noviembre de 2024). "Velo del 8 de julio de 2023" - "Velarse" (Acción nº4) - [Capítulo 2]. Celinda Ojeda González. [Vídeo]. Vimeo. <https://vimeo.com/1030705518%20>

Celinda Ojeda. [celindaojeda6921]. (18 de noviembre de 2024). "Velo del 12 de julio de 2023" - "Velarse" (Acción nº4) - [Capítulo 2]. Celinda Ojeda González. [Vídeo]. Vimeo. <https://vimeo.com/1030707547%20>

Celinda Ojeda. [celindaojeda6921]. (18 de noviembre de 2024). "Velo del 25 de agosto de 2023" - "Velarse" (Acción nº4) - [Capítulo 2]. Celinda Ojeda González. [Vídeo]. Vimeo. <https://vimeo.com/1030708669%20>

Celinda Ojeda. [celindaojeda6921]. (18 de noviembre de 2024). "Velo del 23 de septiembre de 2023" - "Velarse" (Acción nº4) - [Capítulo 3]. Celinda Ojeda González. [Vídeo]. Vimeo. <https://vimeo.com/1030709950%20>

Celinda Ojeda. [celindaojeda6921]. (18 de noviembre de 2024). "Velo del 28 de septiembre de 2023" - "Velarse" (Acción nº4) - [Capítulo 3]. Celinda Ojeda González. [Vídeo]. Vimeo. <https://vimeo.com/1030710585%20%0D>

Celinda Ojeda. [celindaojeda6921]. (18 de noviembre de 2024). "Velo del 10 de octubre de 2023" - "Velarse" (Acción nº4) - [Capítulo 3]. Celinda Ojeda González. [Vídeo]. Vimeo. <https://vimeo.com/1030711892%20>

Celinda Ojeda. [celindaojeda6921]. (18 de noviembre de 2024). "Velo del 12 de diciembre de 2023" - "Velarse" (Acción nº4) - [Capítulo 3]. Celinda Ojeda González. [Vídeo]. Vimeo. <https://vimeo.com/1030712470%20>

Celinda Ojeda. [celindaojeda6921]. (18 de noviembre de 2024). "Velo del 22 de diciembre de 2023" - "Velarse" (Acción nº4) - [Capítulo 4]. Celinda Ojeda González. [Vídeo]. Vimeo. <https://vimeo.com/1030712923%20>

Celinda Ojeda. [celindaojeda6921]. (18 de noviembre de 2024). "Velo del 1 de enero de 2024" - "Velarse" (Acción nº4) - [Capítulo 4]. Celinda Ojeda González. [Vídeo]. Vimeo. <https://vimeo.com/1030713570%20>

Celinda Ojeda. [celindaojeda6921]. (18 de noviembre de 2024). "Velo del 24 de febrero de 2024" - "Velarse" (Acción nº4) - [Capítulo 4]. Celinda Ojeda González. [Vídeo]. Vimeo. <https://vimeo.com/1030715313%20>

Celinda Ojeda. [celindaojeda6921]. (18 de noviembre de 2024). "Velo del 8 de marzo de 2024" - "Velarse" (Acción nº4) - [Capítulo 4]. Celinda Ojeda González. [Vídeo]. Vimeo. <https://vimeo.com/1030716141%20>

Celma, H. (31 de octubre de 2022). *¿Por qué tus redes sociales se llenan de anuncios extraños? Así decide el algoritmo tu publicidad personalizada*. Público. Recuperado el 2 de noviembre de 2024. <https://www.publico.es/uwu/gitgud/por-que-tus-redes-sociales-se-llenan-de-anuncios-extranos-asi-decide-el-algoritmo-tu-publicidad-personalizada/>

Connor, M. (20 de octubre de 2014). *First Look: Amalia Ulman—Excellences & Perfections*. Rhizome. Recuperado el 22 de octubre de 2024. <https://rhizome.org/editorial/2014/oct/20/first-look-amalia-ulmanexcellences-perfections/>

de Appel Amsterdam (s.f.). *Harrie de Kroon "Hollandse Week: Project"*. <https://www.deappel.nl/en/archive/events/40-harrie-de-kroon-hollandse-week-project>

Elices, R. (17 de marzo de 2024). *Ouka Leele: 'Peluquería' y otras 5 obras esenciales de la artista*. RTVE. Recuperado el 22 de octubre de 2024. <https://www.rtve.es/television/20240317/ouka-leele-peluqueria-otras-5-obras-esenciales-artista/16016643.shtml>

Espacio Fundación Telefónica Madrid [@CulturaSiglo21]. (20 de junio de 2017). *Eli Pariser. Fake news, los filtros burbuja y la batalla por la verdad* [Video]. YouTube. <https://www.youtube.com/watch?v=D6QMd9UbW2Q>

Falta autora. (30 de enero de 2017). *Peluquería, la primera serie de Ouka Leele, expuesta en Madrid*. Fotógrafo Digital. Recuperado el 22 de octubre de 2024. <https://fotografodigital.com/noticias/peluqueria-la-primer-serie-de-ouka-leele-expuesta-en-madrid/>

Falta autora. (21 de junio de 2018). *Generar contenidos de acuerdo a la edad de tu público objetivo*. Storming Markets. Recuperado el 2 de noviembre de 2024. <https://wildwindmarketing.com/blog/generar-contenidos-de-acuerdo-a-la-edad-de-tu-publico-objetivo>

Falta autora. (3 de diciembre de 2018). *Esther Ferrer* [Vídeo]. Centre Pompidou. <https://www.centrepompidou.fr/es/ressources/media/EXpzYmf>

Falta autora. (s.f.). *Amalia Ulman: Excellences & perfections*. New Exhibitions Museum. Recuperado el 22 de octubre de 2024. <https://www.newmuseum.org/exhibitions/view/amalia-ulman-excellences-perfections>

Falta autora (s.f.). *Franz Xaver Messerschmidt*. Google Arts & Culture. Recuperado el 22 de octubre de 2024. <https://artsandculture.google.com/entity/franz-xaver-messerschmidt/m01d3yg?hl=es>

Falta autora. (s.f.). *Qué es Like*. ARIMETRICS. Recuperado el 2 de noviembre de 2024. <https://www.arimetrics.com/glosario-digital/like>

Fatás, M. (17 de enero de 2017). *Amalia Ulman: excelencias y perfecciones*. Vein. Recuperado el 22 de octubre de 2024. <https://vein.es/amalia-ulman-excelencias-perfecciones/>

Filmaffinity (2002-2024). *Filmaffinity España*. (<https://www.filmaffinity.com/es/main.html>)

Floyd, N. (s.f.). *Weathering Time*. <https://nancyfloyd.com/portfolio-items/weatheringtime/>

FundéuRAE (2014). *Fundación del Español Urgente*. (<https://www.fundeu.es/>)

Gates, B. (s.f.). Inicio [página de LinkedIn]. LinkedIn. Recuperado el 5 de noviembre de 2024. Bill Gates: <https://www.linkedin.com/in/williamhgates>

HansCastorp1083. [@HansCastorp1083]. (20 de noviembre de 2010). *Sam Hiseh*. [Video]. YouTube. <https://www.youtube.com/watch?v=1hcqweHEWec>

Hauser & Wirth. (s.f.). *Cindy Sherman*. <https://www.hauserwirth.com/hauser-wirth-exhibitions/cindy-sherman/>

Katchadourian, N. (s.f.). "Lavatory Self-Portraits in the Flemish Style" from *Seat Assignment*. <http://www.ninakatchadourian.com/photography/sa-flemish.php>

Katchadourian, N. (s.f.). *Seat Assignment*. <http://www.ninakatchadourian.com/photography/seatassignment.php>

Kolsquare. (27 de junio de 2024). *Estadísticas clave de Facebook para 2024*. Recuperado el 3 de octubre de 2024. <https://www.kolsquare.com/es/blog/las-estadisticas-de-facebook-para-2023>

Mar Rubio[@marrubio2860]. (10 de abril de 2023). *Neo narcisismo*. [Video]. YouTube <https://www.youtube.com/watch?v=d5RP8okE0Dc>

Mayrit, D. (s.f.). *Mayrit One of Yours*. <https://www.danielmayrit.com/>

Mayrit, D. [@danielmayrit]. (s.f.). *Posts* [perfil de Instagram]. Instagram. Recuperado el 22 de octubre de 2024. <https://www.instagram.com/danielmayrit/>

Meta. (2010). Instagram (276.129) [Aplicación móvil]. Google Play. play.google.com/store/apps/details?id=com.instagram.android&hl=es 419

Meta. (s. f.). *Mark Zuckerberg*. <https://about.meta.com/es/media-gallery/executives/mark-zuckerberg/>

Moreno, F. (6 de septiembre de 2022). *¿Qué es la segmentación del público objetivo y qué beneficios tiene para las marcas?*. IEBS. Recuperado el 2 de noviembre de 2024. <https://www.iebschool.com/blog/segmentacion-publico-objetivo-beneficios-marketing-digital/>

Ojeda González, C. [@celindaojedag]. (9 de febrero de 2024). *CONVOCATORIA: AKCIÓNCERO. Experiencias sobre el Arte de Acción en Fantastik Lab. Akcióncero es un lugar de encuentro para el Arte*. [Post]. Instagram. <https://www.instagram.com/p/C3lNVb-Kbgm/>

Ojeda González, C. [@celindaojedag]. (20 de marzo de 2024). "Velarse" (Acción n°4), *llegando a su fin. Para todas aquellas personas que no estáis entendiendo nada, dentro de unos meses* [Video]. Instagram. <https://www.instagram.com/p/C4wAch6KZPE/>

Ojeda González, C. [@celindaojedag]. (9 de mayo de 2024). *Akcióncero participando: LABOLA n° 4 y "Cuerpo (Rur)Urbano en Acción" en FantastikLab /VIDEOS, PERFORMANCES, REVISTA-OBJETO Y FOTOGRAFÍA: ¡PASA LABOLA!*. [Fotografía]. Instagram. https://www.instagram.com/p/C6vvcp2KD-e/?img_index=1

Ojeda González, C. [@celindaojedag]. (s.f.). *Velo. Capítulo4°* [Destacados]. Instagram. Recuperado el 2 de noviembre de 2024. <https://www.instagram.com/stories/highlights/18032753062731674/>

Ojeda González, C. [@celindaojedag]. (s.f.). *Posts* [perfil de Instagram]. Instagram. Recuperado el 18 de noviembre de 2024. <https://www.instagram.com/celindaojedag/>

Pallier, M. (Directora). (19 de noviembre de 2011). Esther Ferrer [Episodio de programa de televisión]. En D. Khüle (Productor), *Metrópolis*. (n° 1066). RTVE. <https://www.rtve.es/play/videos/metropolis/metropolis-esther-ferrer/1252983/>

Pichai, S. (s.f.). Inicio [página de LinkedIn]. LinkedIn. Recuperado el 5 de noviembre de 2024. Sundar Pichai: <https://www.linkedin.com/in/sundarpichai>

Raya, A. (2 de octubre de 2018). *El secreto detrás del "filtro de belleza" del iPhone Xs (y por qué no será fácil quitarlo)*. El Español. Recuperado el 27 de agosto de 2024. https://www.elespanol.com/omicrofono/software/20181002/secreto-filtro-belleza-iphone-xs-no-quitarlo/342467364_0.html

Real Academia Española (2014). *Diccionario de la lengua española* (23.ª ed.), [versión 23.7 en línea]. (<https://dle.rae.es>)

Revelando el Velo En Español. [Revelando el Velo En Español]. (17 de agosto de 2020). *Historia del Culto a ISIS* [Video]. YouTube. <https://www.youtube.com/watch?v=kLAb3orS-4A>

Rocamora, J. (7 de septiembre de 2023). *Historia de Tuenti: nacimiento, ascenso y... ¿desaparición? de una marca pionera en el digital español*. Marketing4ecommerce. Recuperado el 3 de octubre de 2024. <https://marketing4ecommerce.net/historia-de-tuenti-cronica-de-una-muerte-anunciada/>

Romero, S. (21 de enero de 2023). *Predicciones de la ciencia ficción que se han hecho realidad*. Muy Interesante. Recuperado el 8 de octubre de 2024. <https://www.muyinteresante.com/ciencia/1790.html>

Ryan-Mosley, T (traducido por Milutinovic, A). *La preocupante alianza entre la IA y el culto a la belleza*. MIT Technology Review. Recuperado el 27 de agosto de 2024. <https://www.technologyreview.es/s/13287/la-preocupante-alianza-entre-la-ia-y-el-culto-la-belleza>

Salazar, R. C. (12 de junio de 2023). *¿Cuáles son las 3 leyes de la robótica de Isaac Asimov? Educación Robótica*. Recuperado el 8 de octubre de 2024. <https://educacionrobotica.com/robot-fundamentos/leyes/#:~:text=>

Sadurní, J. M. Eugène (Actualizado a 13 de junio de 2024). *Eugène Weidmann, el último hombre guillotinado públicamente en Francia*. Historia National Geographic. Recuperado el 3 de octubre de 2024. https://historia.nationalgeographic.com.es/a/eugene-weidmann-ultimo-hombre-guillotinado-publicamente-francia_18075#:~:text=El%2017%20de%20junio%20de%201939,%20Eug%C3%A8ne%20Weidmann,%20un%20asesino

Seagram's España. [@Seagrams_ES]. (12 de julio de 2019). *¿Quién decide la verdad? Con Antonio Escohotado y Marta Peirano* [Video]. YouTube. https://www.youtube.com/watch?v=XjMKV_mYRmg

Sehgal, P. (5 de octubre de 2018). *Ugly Beauty*. The New York Times Magazine. Recuperado el 22 de octubre de 2024. <https://www.nytimes.com/interactive/2018/10/05/magazine/instagram-cindy-sherman-ugly-beauty.html>

Setupmedia. (28 de enero de 2016). *Fotolog, el abuelo del Instagram, desaparece*. Recuperado el 3 de octubre de 2024 <https://www.setupmedia.es/blog/>

Sherman, C. [@cindysherman]. (s.f.). *Posts* [perfil de Instagram]. Instagram. Recuperado el 22 de octubre de 2024. <https://www.instagram.com/cindysherman/>

Sulbarán Lovera, P. (28 de enero de 2016). *Christine Chubbuck: la verdadera historia de la periodista que se suicidó en directo por televisión*. BBC NEWS MUNDO. Recuperado el 8 de octubre de 2024. https://www.bbc.com/mundo/noticias/2016/01/160126_periodista_suicida_christine_chubbuck_ps

SXSW. [@SXSW]. (14 de marzo de 2024). *A Conversation with Dr. Joy Buolamwini | SXSW 2024* [Video]. YouTube. https://www.youtube.com/watch?v=2YI7_EdbEtY

Ulman, A. [@amaliaulman]. (s.f.). *Posts* [perfil de Instagram]. Instagram. Recuperado el 22 de octubre de 2024. <https://www.instagram.com/amaliaulman/>

ÍNDICE DE FIGURAS

ÍNDICE DE FIGURAS

Figura 1. Celinda Ojeda. Captura (fotograma de vídeo). *Velo del 11 de mayo de 2023*. 610 x 341 px. 2023. p. 12.

Figura 2. Celinda Ojeda. Captura (fotograma de vídeo). *Velo del 14 de agosto de 2023*. 610 x 341 px. 2023. p. 12.

Figura 3. Celinda Ojeda. Captura (fotograma de vídeo). *Velo del 11 de octubre de 2023*. 610 x 341 px. 2023. p. 12.

Figura 4. Celinda Ojeda. Captura (fotograma de vídeo). *Velo del 15 de febrero de 2024*. 610 x 341 px. 2023. p. 13.

Figura 5. Celinda Ojeda. Captura del perfil de Instagram de Celinda O., donde se pueden ver los cuatro capítulos visibles en *destacados*. 610 x 341 px. 2023. p. 13.

Figura 6. Celinda Ojeda. Captura del momento de *borrado* de un “velo”. 610 x 341 px. 2023. p. 13.

Figura 7. Portada de la web Geocities con distintas secciones por temáticas. Sala, I. (22 de septiembre de 2023). *¿Qué fue de Geocities? La forma más sencilla de crear páginas web sin saber programar*. SoftZone. Recuperado el 11 de noviembre de 2024. <https://www.softzone.es/noticias/general/historia-geocities/> p. 15.

Figura 8. Ejemplo de página de GeoCities. Chayka, K. (13 de febrero de 2013). *An Introduction to the Early Web Aesthetics of Geocities*. HYPERALLERGIC. Recuperado el 11 de noviembre de 2024. <https://hyperallergic.com/65108/an-introduction-to-the-early-web-aesthetics-of-geocities/> p. 15.

Figura 9. Ejemplo de página de GeoCities. Chayka, K. (13 de febrero de 2013). *An Introduction to the Early Web Aesthetics of Geocities*. HYPERALLERGIC. Recuperado el 11 de noviembre de 2024. <https://hyperallergic.com/65108/an-introduction-to-the-early-web-aesthetics-of-geocities/> p. 15.

Figura 10. Ejemplo de blog. Activo desde 2010. Falta autora. (28 de septiembre de 2019). *Concha Velasco inicia hoy la temporada de teatro del XX Festival de Otoño de Jaén con la obra El Funeral de Manuel M. Velasco*. JAÉNDONDERESIDO. Recuperado el 11 de noviembre de 2024. <https://jaendonderesido.blogspot.com/2019/09/concha-velasco-inicia-hoy-la-temporada.html> p. 16.

Figura 11. Ejemplo de publicación de Fotolog. Falta autora. (s.f.). *Las 5 cosas que hiciste en fotolog y que ahora te dan vergüenza admitir*. ASÍ TAL CUAL. Recuperado el 11 de noviembre de 2024. <https://asitalcuales.wordpress.com/2017/04/22/las-5-cosas-que-hiciste-en-fotolog-y-que-ahora-te-dan-vergüenza-admitir/> p. 16.

Figura 12. Ejemplo de portada de Facebook. Ros, I. (3 de febrero de 2014). *Facebook cumple 10 años y lo celebramos con un repaso a su historia*. My Computer. Recuperado el 11 de noviembre de 2024. <https://www.muycomputer.com/2014/02/03/facebook-cumple-10-anos/> p. 16.

Figuras 13, 14 y 15. Celinda Ojeda. Capturas de pantalla. Anuncio e información dada por Instagram sobre segmentación de público objetivo. Se observa que la información ofrecida a las usuarias es pobre e imprecisa. 610 x 341 px. 2024. p. 18.

Figura 16. Celinda Ojeda. Autorretrato de Celinda O. Fotografía digital. 3324 x 4428 px. 2021. p. 21.

Figura 17. Celinda Ojeda. Selfi de Celinda O. con unas amigas. Fotografía digital. 1536 x 2048 px. 2024. p. 21.

Figura 18. Ejemplo de reacciones gráficas en RRSS. King, H. (24 de febrero de 2016). *Ya llegaron las nuevas reacciones de Facebook, ¿y el 'No me gusta'?*. CNN Español. Recuperado el 11 de noviembre de 2024. <https://cnnespanol.cnn.com/2016/02/24/ya-llegaron-las-nuevas-reacciones-de-facebook-y-el-no-me-gusta> p. 21.

Figura 19. Ejemplo de reacciones gráficas en RRSS. Cottonbro Studio. (s/tit.). 4160 x 6240 px. Pexels (s.f.). *Cottonbro Studio*. Recuperado el 11 de noviembre de 2024. <https://www.pexels.com/es-es/foto/cafe-mano-iphone-telefono-inteligente-5052877/> p. 21.

Figura 20. Ejemplo de perfil de LinkedIn. Falta autora. (s.f.). *7 Errores en tu extracto de LinkedIn que JAMÁS debes cometer*. Empapelarte. Recuperado el 11 de noviembre de 2024. <https://empapelarte.es/7-errores-en-tu-extracto-de-linkedin-que-jamas-debes-cometer/> p. 22.

Figura 21. Ejemplo de perfil de Facebook. Juanguis. (16 de octubre de 2011). *40 ejemplos de diseños creativos para el nuevo perfil de Facebook*. PuntoGeek. Recuperado el 11 de noviembre de 2024. <https://www.puntogeek.com/2011/10/16/40-ejemplos-de-disenos-creativos-para-el-nuevo-perfil-de-facebook/> p. 22.

Figura 22. Ejemplo de perfil de Instagram. Martínez, C. (21 de enero de 2021). *Biografía de Instagram: cómo destacar y 10 ejemplos de éxito*. Cyberclick. Recuperado el 11 de noviembre de 2024. <https://www.cyberclick.es/numerical-blog/biografia-de-instagram-como-destacar-y-ejemplos-de-exito> p. 22

Figura 23. Ejemplo de perfil de TikTok. Aguilar, R. (15 de marzo de 2022). *TikTok: qué es, para qué sirve y cómo empezar a usarlo*. La Vanguardia. Recuperado el 11 de noviembre de 2024. <https://www.lavanguardia.com/andro4all/tiktok/tik-tok-musicaly-android-ios> p. 22.

Figuras 24. Ejemplo de perfil de Tinder. Rosales, C. (s.f.). *20 Extraños perfiles de Tinder que se merecen que los liguen solo por su ingenio*. La guía del varón. Recuperado el 11 de noviembre de 2024. <https://www.laguiadelvaron.com/humor/perfiles-de-tinder-que-son-muy-graciosos/> p. 21.

Figura 25. Celinda Ojeda. Captura de lo que podemos encontrar si buscamos “chicas” en Instagram. 610 x 341 px. 2024. p. 23.

Figura 26. Celinda Ojeda. Captura de lo que podemos encontrar si buscamos “chicos” en Instagram. 610 x 341 px. 2024. p. 23.

Figura 27. Celinda Ojeda Captura de perfil *voyeur* en Instagram. 610 x 341 px. 2024. p. 24.

Figuras 28, 29 y 30. Celinda Ojeda. Captura de pantalla de los distintos perfiles de Instagram del fotógrafo Pedro Herrador Román. 610 x 341 px. 2024. p. 25.

Figura 31. Celinda Ojeda. Captura de pantalla de una imagen de la dj NEUROKILL en su perfil del Instagram. 610 x 341 px. 2024. p. 27.

Figura 32. Celinda Ojeda. Captura de pantalla de la imagen de una persona desconocida en el perfil de memes energiedechampion de Instagram. 610 x 341 px. 2024. p. 27.

Figura 33. Odilon Redon. *Mujer con velo*. Pastel y tiza sobre papel azul. 47,8 x 32 cm. 1895-1900. Helene Köller Müller Fund. (s.f.). *Veiled Woman*. <https://krollermuller.nl/en/odilon-redon-veiled-woman> p. 28.

Figura 34. Giovanni Strazza. *La virgen velada*. Mármol. 48 cm. (altura). 1850. FitzGerald, J. E. (Octubre de 2004). *The Veiled Virgin*. Heritage. Recuperado el 11 de noviembre de 2024. <https://www.heritage.nf.ca/articles/society/veiled-virgin.php> p. 28.

Figura 35. Alejandro Roslin. *La dama con velo (la mujer del artista)*. Óleo sobre lienzo. 65 x 54 cm. 1768. Falta autora. (s.f.). *The Lady with the Veil (the Artist's Wife)*. Europeana. Recuperado el 11 de noviembre de 2024. https://www.europeana.eu/en/item/2064116/Museu_ProvidedCHO_Nationalmuseum_Sweden_21152 p. 28.

Figura 36. Antonio Corradini. *La verdad velada (Modestia)*. Mármol. 267 cm. (altura). 1752. Museo Sansevero. (s.f.). *Le Statue. Pudicizia*. <https://www.museosansevero.it/la-cappella-e-il-cristo-velato/le-statue/pudicizia> p. 29.

Figura 37. Auguste Puttemans. *Isis, diosa de la vida*. Bronce. 228 cm. (altura). 1922. Falta autora. (s.f.). *Statue of Isis*. National Park Service. Recuperado el 11 de noviembre de 2024. <https://www.nps.gov/places/statue-of-isis.htm> p. 29.

Figura 38. Heinrich Friedrich Füger. *La creación del hombre por Prometeo*. Óleo sobre lienzo. 222 x 156 cm. 1790. Liechtenstein The Princely Collections. (s.f.). *The Creation of Man by Prometheus*. <https://www.liechtensteincollections.at/en/collections-online/the-creation-of-man-by-prometheus> Prometheus p. 31.

Figura 39. Luca Giordano. *Orfeo en el monte Ródope*. Óleo sobre lienzo. 195 x 376 cm. 1697. Wikipedia. (s.f.). *Anexo:Pintura italiana del Barroco en las colecciones públicas madrileñas*. https://es.m.wikipedia.org/wiki/Anexo:Pintura_italiana_del_Barroco_en_las_colecciones_p%C3%BAblicas_madrile%C3%B1as p. 32.

Figuras 40 y 41. Imágenes promocionales de la familia Loud para *An American Family*. Bravo, E. (29 de mayo de 2020). *Los Loud, la familia destruida por el primer reality show de la televisión*. Agente Provocador. Recuperado el 8 de octubre de 2024. <https://www.agenteprovocador.es/publicaciones/an-american-family-loud-primer-reality-show-de-la-tv#:~:text=En 1973 se estrenó en la televisión estadounidense An American> p. 35.

Figura 42. Celinda Ojeda. Captura de pantalla del resumen de este TFM según ChatGPT. 1080 x 1920 px. 2024. Realizado con ChatGPT. (<https://talkai.info/es/>) p. 37.

Figura 43. Meme sobre la relación usuaria - Internet (insomnio). Falta autora. (s.f.). *El problema no es que tenga insomnio el problema es que tengo internet :(*. Memegenerator.es. Recuperado el 11 de noviembre de 2024. <https://www.memegenerator.es/meme/64933> p. 40.

Figura 44. Memes sobre la relación usuaria - Internet (gato). Falta autora. (s.f.). *¡Impactante! Los Memes de Gatos que Están Cambiando Internet*. Michilandia. Recuperado el 11 de noviembre de 2024. <https://michilandia.com/blogs/news/impactante-los-memes-de-gatos-que-estan-cambiando-internet> p. 41

Figura 45. Memes sobre la relación usuaria - Internet (adicción). Andrewrtz (2015). *I'll Just Wait Here*. Imgflip. Recuperado el 11 de noviembre de 2024. <https://imgflip.com/i/ov4xn> p. 41.

Figura 46. Memes sobre la relación usuaria - Internet (recopilación de datos). Els, R. [@RyanEls4]. (16 de marzo de 2024). *Linux: You collect data?* [Imagen adjunta] [Post]. X. <https://x.com/RyanEls4/status/1768867444389454045> p. 41.

Figura 47. Martín de Villaverde. *Bestiario de don Juan de Austria*. 1570. Falta autora. (s.f.). *Bestiario de don Juan de Austria*. Siloé. Recuperado el 11 de noviembre de 2024. <https://siloe.es/facsimiles/bestiarios/bestiario-de-don-juan-de-austria/> p. 44.

Figura 48. Lois Renard. *Peces, cangrejos de río y cangrejos: Sirena*. 1718. Popova, M. (s.f.). *Psychedelic Fishes from the World's First Natural History Encyclopedia of Marine Creatures Illustrated in Color*. The Marginalian. Recuperado el 11 de noviembre de 2024. <https://www.themarginalian.org/2020/08/15/louis-renard-poissons/> p. 44.

Figura 49. Amalia Ulman. Imagen publicada en su perfil de Instagram para *Excellences & Perfections*. 2014. Rhizome. *ArtBase Excellences & Perfections amaliaulman on Instagram*. Recuperado el 11 de noviembre de 2024. <https://webarchives.rhizome.org/excellences-and-perfections/20141014150552/> <http://instagram.com/amaliaulman> p. 52.

Figura 50. Captura del perfil de Instagram de Amalia Ulman, durante *Excellences & Perfections*. 2014. Rhizome. *ArtBase Excellences & Perfections amaliaulman on Instagram*. Recuperado el 11 de noviembre de 2024. <https://webarchives.rhizome.org/excellences-and-perfections/20141014150552/> <http://instagram.com/amaliaulman> p. 52.

Figura 51. Celinda Ojeda. Captura de pantalla del perfil de Instagram de D. Mayrit. 1080 x 1920 px. 2024. p. 53.

Figura 52. Daniel Mayrit. Una página de la web de *One of Yours* (D. Mayrit). Mayrit, D. (s.f.). *Mayrit One of Yours. The Everyman*. <https://www.danielmayrit.com/> p. 53.

Figura 53. Carriageworks. Registro de la acción de T. Hsieh *Pieza del reloj del tiempo*. Ang, K. (22 de mayo de 2014). *Tehching Hsieh's 'Time Clock Piece' on Show in Sydney*. The Wall Street Journal. Recuperado el 11 de noviembre de 2024. <https://www.wsj.com/articles/tehching-hsiehs-time-clock-piece-on-show-in-sydney-1400753908> p. 54.

Figura 54. Hugo Glendinning. Fotografía de la instalación *Pieza del reloj del tiempo* de T. Hsieh en la Bienal de Venecia. 2017. Morgan, R.C. (19 de junio de 2017). *Tehching Hsieh's Art of Passing Time*. HYPERALLERGIC. Recuperado el 11 de noviembre de 2024. <https://hyperallergic.com/385988/tehching-hsiehs-art-of-passing-time/> p. 54.

Figura 55. Nancy Floyd. *June 1- september 30*. Archival injet print on Canson Plantine. 111 x 236 cm. 1982. Floyd, N. (s.f.). *Weathering Time*. <https://nancyfloyd.com/portfolio-items/weatheringtime/> p. 55.

Figura 56. Nancy Floyd. *Dad and Me at 65*. Archival injet print on Epson Exhibition Fiber. 25,4 x 34,29 cm. 1984/2022. Floyd, N. (s.f.). *Weathering Time*. <https://nancyfloyd.com/portfolio-items/weatheringtime/> p. 55.

Figuras 57, 58, 59 y 60. Imágenes extraídas del perfil de Instagram de Cindy Sherman. Sehgal, P. (5 de octubre de 2018). *Ugly Beauty*. The New York Times Magazine. Recuperado el 22 de octubre de 2024. <https://www.nytimes.com/interactive/2018/10/05/magazine/instagram-cindy-sherman-ugly-beauty.html> p. 56.

Figura 61. Captura del perfil de Instagram de Cindy Sherman. Condés, Ó. (9 de agosto de 2017). *Cindy Sherman, la reina de los selfies de los años 70 y 80, hace pública su cuenta de Instagram*. Xataka Foto. Recuperado el 11 de noviembre de 2024. <https://www.xatakafoto.com/fotografos/cindy-sherman-la-reina-de-los-selfies-de-los-anos-70-y-80-hace-publica-su-cuenta-de-instagram> p. 57.

Figura 62. Celinda Ojeda. Captura de pantalla del perfil de Instagram de Cindy Sherman. 1080 x 1920 px. 20 de noviembre de 2024. p. 57.

Figura 63. Ouka Leele. *Martín 'Fellini'*. Cibachrome del original en blanco y negro pintado por la artista con acuarela. 20 x 25 cm. 1979. Falta autora. (30 de enero de 2017). *Peluquería, la primera serie de Ouka Leele, expuesta en Madrid*. Fotógrafo Digital. Recuperado el 22 de octubre de 2024. <https://fotografodigital.com/noticias/peluqueria-la-primer-serie-de-ouka-leele-expuesta-en-madrid/> p. 58.

Figura 64. Ouka Leele. *Ceesepe con jeringuillas*. Cibachrome del original en blanco y negro pintado por la artista con acuarela. 20 x 25 cm. 1979. Falta autora. (30 de enero de 2017). *Peluquería, la primera serie de Ouka Leele, expuesta en Madrid*. Fotógrafo Digital. Recuperado el 22 de octubre de 2024. <https://fotografodigital.com/noticias/peluqueria-la-primer-serie-de-ouka-leele-expuesta-en-madrid/> p. 58.

Figura 65. Autora desconocida. Esther Ferrer performingo *Las cosas*. 1993. Ángels Barcelona. (s.f.). *Esther Ferrer (San Sebastián, 1937)*. <http://angelsbarcelona.com/en/artists/esther-ferrer/projects/las-cosas-performance/59> p. 59.

Figura 66. Fernando Suárez. Esther Ferrer performingo *Las cosas*. 2005. Ángels Barcelona. (s.f.). *Esther Ferrer (San Sebastián, 1937)*. <http://angelsbarcelona.com/en/artists/esther-ferrer/projects/las-cosas-performance/59> p. 59.

Figura 67. Nina Katchadourian. *Flemish 9*. Fotografía digital. 1062 x 1316 px. 2010. Katchadourian, N. (s.f.). “*Lavatory Self-Portraits in the Flemish Style*” from *Seat Assignment*. <http://www.ninakatchadourian.com/photography/sa-flemish.php> p. 60.

Figura 68. Nina Katchadourian. *Flemish 11*. Fotografía digital. 1062 x 1316 px. 2010. Katchadourian, N. (s.f.). “*Lavatory Self-Portraits in the Flemish Style*” from *Seat Assignment*. <http://www.ninakatchadourian.com/photography/sa-flemish.php> p. 60.

Figura 69. Nina Katchadourian. *Flemish 6*. Fotografía digital. 1062 x 1316 px. 2010. Katchadourian, N. (s.f.). “*Lavatory Self-Portraits in the Flemish Style*” from *Seat Assignment*. <http://www.ninakatchadourian.com/photography/sa-flemish.php> p. 60.

Figura 70. Nina Katchadourian. *Flemish 4*. Fotografía digital. 1062 x 1316 px. 2010. Katchadourian, N. (s.f.). “*Lavatory Self-Portraits in the Flemish Style*” from *Seat Assignment*. <http://www.ninakatchadourian.com/photography/sa-flemish.php> p. 60.

Figura 71. Fotograma de la película *Los ojos sin rostro* de Georges Franju. 1960. Parra González, J. (11 de enero de 2022). *Oda a ‘Los ojos sin rostro’, el clásico de culto de Georges Franju estrenado hace sesenta años*. Ecartelera. Recuperado el 11 de noviembre de 2024. <https://www.ecartelera.com/noticias/oda-los-ojos-sin-rostro-58865/10/#dst> p. 61.

Figuras 72. Fotograma de la película *Los ojos sin rostro* de Georges Franju. 1960. Google imágenes. Recuperado el 11 de noviembre de 2024. <https://i.ytimg.com/vi/5nFrTGRH4zk/hqdefault.jpg>. Extraída de (Imagen de previsualización) *acontrafilmshome*. [@acontrafilmshome]. (29 de septiembre de 2017). *Los ojos sin rostro - Tráiler* [Vídeo]. [Video]. YouTube. <https://www.youtube.com/watch?v=5nFrTGRH4zk> p. 61.

Figura 73. Fotograma de la película *Los ojos sin rostro* de Georges Franju. 1960. de Soto, J. (22 de septiembre de 2013). *Los ojos sin rostro*. Jorge de Soto. Recuperado el 11 de noviembre de 2024. <http://www.jorgedesoto.net/blog/los-ojos-sin-rostro> p. 62.

Figura 74. Fotograma de la película *Los ojos sin rostro* de Georges Franju. 1960. Wikipedia. (s.f.) *Les yeux sans visage*. https://es.wikipedia.org/wiki/Les_yeux_sans_visage p. 62.

Figura 75. Autora desconocida. Cartel de la película *Los ojos sin rostro* de Georges Franju. 1960. Filmaffinity. (s.f.). *Los ojos sin rostro*. https://www.filmaffinity.com/es/filmimages.php?movie_id=368901 p. 62.

Figura 76. Autora desconocida. Cartel de la película *Reality+* de Coralie Fargeat. 2014. Basile, E. (6 de octubre de 2024). *Crítica de ‘Reality+’: Las ideas de ‘La sustancia’ en el cortometraje de Coralie Fargeat*. Escribiendo de cine. Recuperado el 11 de noviembre de 2024. <https://www.escribiendocine.com/noticias/2024/10/06/18480-critica-de-reality-las-ideas-de-la-sustancia-en-el-cortometraje-de-coralie-fargeat> p.63.

Figura 77. Fotograma de la película *Reality+* de Coralie Fargeat. 2014. PrimeVideo. (s.f.). *Reality+*. <https://www.primevideo.com/-/es/detail/Reality/0MJFH6M8MJ6S4YJYJA2JEZY79M> p. 63

Figura 78. Fotograma de la película *Reality+* de Coralie Fargeat. 2014. Basile, E. (6 de octubre de 2024). *Crítica de "Reality+": Las ideas de "La sustancia" en el cortometraje de Coralie Fargeat*. Escribiendo de cine. Recuperado el 11 de noviembre de 2024. <https://www.escribiendocine.com/noticias/2024/10/06/18480-critica-de-reality-las-ideas-de-la-sustancia-en-el-cortometraje-de-coralie-fargeat> p.63.

Figura 79. F. X. Messerschmid. *El bostezo*. Estaño. 42 x 21.5 x 26 cm. 1771-1783. Museum of Fine Arts, Budapest. *Character Head: The Yawner*. <https://www.mfab.hu/artworks/2941/> p. 64.

Figura 80. F. X. Messerschmid. *El hombre molesto*. Alabastro. 39.4 x 27.3 x 26 cm. 1771-1783. Calvo Santos, M. (30 de noviembre de 2019). *El hombre molesto. Uno de los 69 bustos extremos de Messerschmidt*. Historia Arte. Recuperado el 22 de octubre de 2024. <https://historia-arte.com/obras/el-hombre-molesto> p. 64.

Figura 81. Autora desconocida. Harrie de Kroon en *Imitating an action* (parte I). 1976. de Appel Amsterdam (s.f.). *Harrie de Kroon "Hollandse Week: Project"*. <https://www.deappel.nl/en/archive/events/40-harrie-de-kroon-hollandse-week-project> p. 65.

Figura 82. Autora desconocida. Harrie de Kroon en *Imitating an action* (parte II). 1976. de Appel Amsterdam (s.f.). *Harrie de Kroon "Hollandse Week: Project"*. <https://www.deappel.nl/en/archive/events/40-harrie-de-kroon-hollandse-week-project> p. 65.

Figura 83. Autora desconocida. Harrie de Kroon en *Imitating an action* (parte III). 1976. de Appel Amsterdam (s.f.). *Harrie de Kroon "Hollandse Week: Project"*. <https://www.deappel.nl/en/archive/events/40-harrie-de-kroon-hollandse-week-project> p. 65.

Figura 84. Celinda Ojeda. *Velo del 22 de marzo de 2023*. Vídeo digital. 1280 x 720 px (10 seg. aprox.). 2023. p. 68.

Figura 85. Celinda Ojeda. *Velo del 4 de abril de 2023*. Vídeo digital. 1280 x 720 px (10 seg. aprox.). 2023. p. 68.

Figura 86. Celinda Ojeda. *Velo del 27 de mayo de 2023*. Vídeo digital. 1280 x 720 px (10 seg. aprox.). 2023. p. 68.

Figura 87. Celinda Ojeda. *Velo del 17 de junio de 2023*. Vídeo digital. 1280 x 720 px (10 seg. aprox.). 2023. p. 68.

Figura 88. Celinda Ojeda. *Velo del 21 de junio de 2023*. Vídeo digital. 1280 x 720 px (10 seg. aprox.). 2023. p. 69.

Figura 89. Celinda Ojeda. *Velo del 8 de julio de 2023*. Vídeo digital. 1280 x 720 px (10 seg. aprox.). 2023. p. 69.

Figura 90. Celinda Ojeda. *Velo del 12 de julio de 2023*. Vídeo digital. 1280 x 720 px (10 seg. aprox.). 2023. p. 69.

Figura 91. Celinda Ojeda. *Velo del 25 de agosto de 2023*. Vídeo digital. 1280 x 720 px (10 seg. aprox.). 2023. p. 69.

Figura 92. Celinda Ojeda. *Velo del 23 de septiembre de 2023*. Vídeo digital. 1280 x 720 px (10 seg. aprox.). 2023. p. 70.

Figura 93. Celinda Ojeda. *Velo del 28 de septiembre de 2023*. Vídeo digital. 1280 x 720 px (10 seg. aprox.). 2023. p. 70.

Figura 94. Celinda Ojeda. *Velo del 10 de octubre de 2023*. Vídeo digital. 1280 x 720 px (10 seg. aprox.). 2023. p. 70.

Figura 95. Celinda Ojeda. *Velo del 4 de diciembre de 2023*. Vídeo digital. 1280 x 720 px. (10 seg. aprox.). 2023. p. 70.

Figura 96. Celinda Ojeda. Canto de la tabla usada como máscara con todas las capas de pintuntura al finalizar el *Capítulo 3*. Fotografía digital. 5184 x 1416 px. 2023. p. 70.

Figura 97. Celinda Ojeda. *Velo del 22 de diciembre de 2023*. Vídeo digital. 1280 x 720 px (10 seg. aprox.). 2023. p. 71.

Figura 98. Celinda Ojeda. *Velo del 1 de enero de 2024*. Vídeo digital. 1280 x 720 px (10 seg. aprox.). 2024. p. 71.

Figura 99. Celinda Ojeda. *Velo del 24 de febrero de 2024*. Vídeo digital. 1280 x 720 px (10 seg. aprox.). 2024. p. 71.

Figura 100. Celinda Ojeda. *Velo del 8 de marzo de 2024*. Vídeo digital. 1280 x 720 px (10 seg. aprox.). 2024. p. 71.

Figura 101. Celinda Ojeda. Bocetos. Estudio de gestos para el *Capítulo 4*. 2023. p. 72.

Figura 102. Celinda Ojeda. Índice y descripción de gestos para el *Capítulo 4*. 2023 - 2024. p. 72.

Figura 103. Celinda Ojeda. *Desvelar al monstruo* (Portada). Impresión digital, cartón, papeles variados, acetato, adhesivo transparente. 17 x 12.5 cm. 2023 - 2024. p. 73.

Figura 104. Celinda Ojeda. *Desvelar al monstruo* (detalle). Impresión digital, cartón, papeles variados, acetato, adhesivo transparente. 17 x 12.5 cm. 2023 - 2024. p. 73.

Figura 105. Celinda Ojeda. *Desvelar al monstruo* (detalle). Impresión digital, cartón, papeles variados, acetato, adhesivo transparente. 17 x 12.5 cm. 2023 - 2024. p. 74.

Figura 106. Celinda Ojeda. *Desvelar al monstruo* (libro desplegado). Impresión digital, cartón, papeles variados, acetato, adhesivo transparente. 17 x 12.5 cm. 2023 - 2024. p. 74.

Figura 107. Celinda Ojeda. *Desvelar al monstruo* (detalle). Impresión digital, cartón, papeles variados, acetato, adhesivo transparente. 17 x 12.5 cm. 2023 - 2024. La composición corresponde a la “identidad máquina”. p. 75.

Figuras 108 y 109. Celinda Ojeda. Algunas de las ilustraciones que forman parte de *Desvelar al monstruo*. Ilustración digital. 1748 x 1240 px. (aprox; tamaños variables). 2023 - 2024. Corresponde al lado “izquierdo” (fig. 108) y “abajo” (fig. 109). p. 75.

Figura 110. Autora desconocida. Celinda Ojeda performando *Instrumentos (Acción nº 5)*. Aula de Grup d’Art d’Acció de Bellas Artes (UPV). 20 de diciembre de 2023. p. 78.

Figura 111. Autora desconocida. Celinda Ojeda performando *Devanarse (Acción nº 7)*. Equinox to Equinox (Diàleg Obert). 21 de marzo de 2024. p. 78.

Figura 112. Juliana Dionisio. Celinda Ojeda performando *ensayo-Error (Acción nº 9)*. Fantastik Lab. 3 de mayo de 2024. p. 78.

Figura 113. Autora desconocida. Grup d’Art d’Acció de Bellas Artes, Álvato Terrones, Antoni Solera y Silvia Antolín en las IX Jornades de Performance Fundació Caixa Castelló. 21 de octubre de 2023. p. 78.

Figuras 114 y 115. Abel Loureda. Celinda Ojeda performando *Murmullo. Parte 2 (Acción nº12)*. Columbiello. 22 de junio de 2024. p. 79.

Figura 116. Clara Foronda. Celinda Ojeda performando *Blanco (Acción nº3)*. La Ballestera (Jaén). 7 de octubre de 2023. p. 79.

Figura 117, 118, 120 y 121. Celinda Ojeda. Carteles para las sesiones de Akcióncero de 2024. Fotomontaje digital. 1080 x 1080 px. 2024. p. 102.

Figura 119. Celinda Ojeda y María the Koi. Cartel para la 3ª sesión de Akcióncero. Fotomontaje digital. 1080 x 1080 px. 2024. p. 102.

Figura 122. Celinda Ojeda. AUIA Khamaos performando *Espejos*. Fantastik Lab. 25 de febrero de 2024. p. 103.

Figura 123. Celinda Ojeda. Roberto Otero performando *Llamar, encontrarse y perderse*. Inmediaciones de Fantastik Lab. 25 de febrero de 2024. p. 103.

Figura 124. Celinda Ojeda. Celinda Ojeda performando *Murmullo (Acción nº6)*. Fantastik Lab. 25 de febrero de 2024. p. 103.

Figura 125. Celinda Ojeda. Foto de la videoperformance *Cyborg Eyes* de Nuria Mares. Fantastik Lab. 25 de febrero de 2024. p. 103.

Figura 126. Elia Torrecilla. Lucía Fernández y C. Ojeda performando *de(s)notar* de L. Fernández. Fantastik Lab. 24 de marzo de 2024. p. 104.

Figura 127. Elia Torrecilla. Celinda Ojeda performando *Postura más o menos firme (Acción n°8)*. Fantastik Lab. 24 de marzo de 2024. p. 104.

Figura 128. Celinda Ojeda. Luli Perez (sentada al fondo escribiendo) (*Alumna Performance, tiempo y experiencia sensorial*) performando su propuesta. Fantastik Lab. 25 de abril de 2024. p. 104.

Figura 129. Celinda Ojeda. Laupe (*Alumna Performance, tiempo y experiencia sensorial*) performando *Manda huevos*. Fantastik Lab. 25 de abril de 2024. p. 104.

Figura 130. Celinda Ojeda. Momento de la propuesta *Soñar un hogar* de María the Koi Fantastik Lab. 20 de abril de 2024. p. 104.

Figura 131. Celinda Ojeda. Momento de la propuesta *Soñar un hogar* de María the Koi Fantastik Lab. 20 de abril de 2024. p. 104.

Figura 132. Celinda Ojeda. Santi de la Fuente (*Alumno Performance, tiempo y experiencia sensorial*) performando su propuesta. Fantastik Lab. 25 de abril de 2024. p. 104.

Figuras 133 y 134. Juliana Dionisio. Momentos de *Estático frenesí (Acción n° 13)* de Celinda Ojeda. Fantastik Lab. 28 de junio de 2024. p. 105.

Figura 135. Autora desconocida. Celinda Ojeda (en la proyección) performando *Paseo verborreico (Rur)Urbano (Acción n° 10)*. Fantastik Lab. 11 de mayo de 2024. p. 105.

ANEXO

AKCIÓN CERO

Akcióncero

Experiencias sobre el Arte de Acción en Fantastik Lab

Celinda Ojeda
AUIA Khamaos
Roberto Otero

1ª sesión: 25 de febrero, 19h.



Con el apoyo del Festival Internacional de Performance Mínimas (Rur)Urbanas en Video



Figura 117, 118, 119, 120 y 121. Celinda Ojeda (fig. 119. y María the Koi) Carteles para las sesiones de Akcióncero de 2024. 2024.

Velarse: una performance sobre la autoimagen y la representación direccionada en las redes sociales

ANEXO. AKCIÓNCERO

El desarrollo de esta performance de larga duración me sirvió para no desconectar de la práctica artística. Como resultado de esta constructiva y productiva experiencia, se dio un fenómeno de incentivo y refuerzo volitivo, magnificándose el entusiasmo y confianza a fin de continuar con la experimentación artística y, en concreto, con el Arte de Acción. Ante la necesidad de encontrar un espacio-tiempo para esta práctica, además de participar en los eventos nombrados, tuve la oportunidad de desarrollar un proyecto que ha tenido un enorme calado en mi producción y en la socialización de mi entorno, creando una comunidad sólida y feminista, interesada en el Arte de Acción y cuyos temas de inquietud se comparten con los propios. Este proyecto es Akcióncero: una serie de eventos consecutivos de la que soy curadora y gestora de sala y que se celebran en *Fantastik Lab*^{***}, asociación a la que pertenezco.

La idea era establecer un lugar material en que compartir la práctica con el público, a nivel individual, pero sobre todo colectivo, de manera abierta, colaborativa y sinérgica (conceptos que ya formaban parte del ideario de Fantastik Lab):

Akcióncero es un lugar de encuentro para el Arte de Acción dentro de Fantastik Lab.

Es una propuesta para artistas y público.

Queremos que sea un espacio de divulgación, experimentación y comunicación entre performers y concurrencia.

Para que las artistas puedan mostrar su trabajo (piezas pulidas o *work in progress*); para que el público pueda conocer, comunicarse y participar del Arte de Acción.⁸⁶

^{***} Fantastik Lab se encuentra en la calle Navarro Cabanes, nº6 de Valencia.



Figura 122. Celinda Ojeda. AUIA Khamaos performingo *Espejos*. Fantastik Lab. 25 de febrero de 2024.



Figura 123. Celinda Ojeda. Roberto Otero performingo *Llamar, encontrarse y perderse*. Inmediaciones de Fantastik Lab. 25 de febrero de 2024.

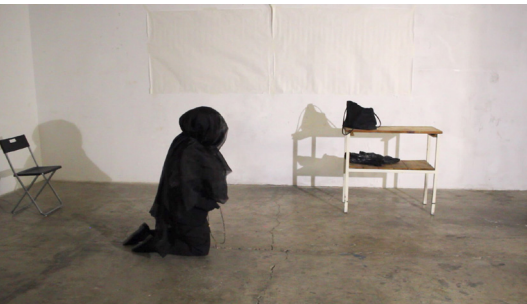


Figura 124. Celinda Ojeda. Celinda Ojeda performingo *Murmullo (Acción nº6)*. Fantastik Lab. 25 de febrero de 2024.

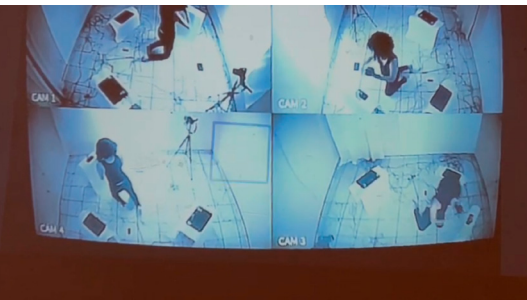


Figura 125. Celinda Ojeda. Foto de la videoperformance *Cyborg Eyes* de Nuria Mares. Fantastik Lab. 25 de febrero de 2024.

En enero de 2024, lanzamos una convocatoria, para todas aquellas personas que quisieran participar en un evento que tendría lugar un mes mas tarde.

La primera temporada de Akcióncero, tuvo lugar entre febrero y junio de 2024, con la participación de las siguientes artistas:

1º Sesión (25 de febrero): AUIA Khamaos, Roberto Otero, Celinda Ojeda González.

2ª Sesión (24 de marzo): Nuria Mares, Lucía Fernández Latorre, Celinda Ojeda González.

3ª Sesión (20 de abril): María the Koi.

Sesión *Azogue* (25 de abril): Alumnado de la asignatura *Performance, tiempo y experiencia sensoria* del Máster de Producción Artística (curso 2023-24).

5ª Sesión (22 de junio): Celinda Ojeda González.

Akcióncero cuenta con el apoyo del *Festival Internacional de Performance Mínimas (Rur)Urbanas en Vídeo*.

En mayo de 2024, Akcióncero participó como entidad colaboradora en un evento que aunaba la presentación del *Festival Internacional de Performance Mínimas (Rur)Urbanas en Vídeo*, que dirige Elia Torrecilla y el lanzamiento del nº 4 de la revista-objeto *LABOLA*, dirigida por Alba González.⁸⁷

La segunda temporada de Akcióncero tiene previsto su inicio para enero de 2025.

86. (página anterior) Ojeda González, C [@celindaojedag]. (9 de febrero de 2024). CONVOCATORIA: AKCIÓNCERO. Experiencias sobre el Arte de Acción en Fantastik Lab. Akcióncero es un lugar de encuentro para el Arte. [Post]. Instagram. <https://www.instagram.com/p/C3INVb-Kbqm/>

87. Celinda Ojeda González [@celindaojedag]. (9 de mayo de 2024). Akcióncero participando: LABOLA nº 4 y "Cuerpo (Rur) Urbano en Acción" en FantastikLab /VÍDEOS, PERFORMANCES, REVISTA-OBJETO Y FOTOGRAFÍA: ¡PASA LABOLA!. [Fotografía]. Instagram. https://www.instagram.com/p/C6vvc2KD-e/?img_index=1



Figura 126. Elia Torrecilla. Lucía Fernández y C. Ojeda performing *de(s) notar* de L. Fernández. Fantastik Lab. 24 de marzo de 2024.



Figura 127. Elia Torrecilla. Celinda Ojeda performing *Postura más o menos firme (Acción nº8)*. Fantastik Lab. 24 de marzo de 2024.

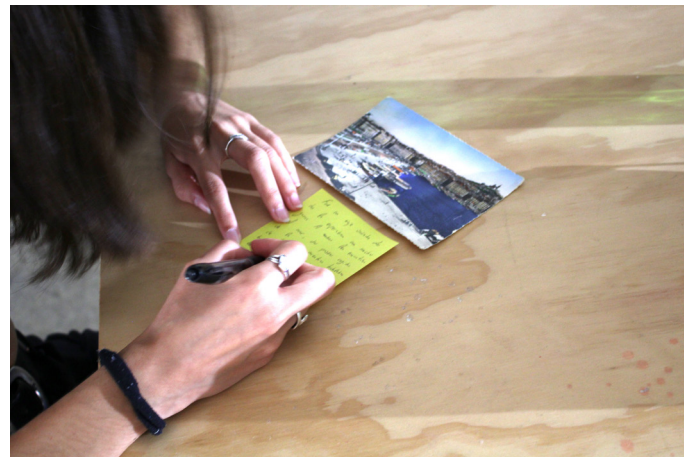


Figura 130. Celinda Ojeda. Momento de la propuesta *Soñar un hogar* de María the Koi Fantastik Lab. 20 de abril de 2024.



Figura 128. Celinda Ojeda. Luli Perez (sentada al fondo escribiendo) (Alumna *Performance, tiempo y experiencia sensorial*) performing su propuesta. Fantastik Lab. 25 de abril de 2024.



Figura 131. Celinda Ojeda. Momento de la propuesta *Soñar un hogar* de María the Koi Fantastik Lab. 20 de abril de 2024.



Figura 129. Celinda Ojeda. Laupe (Alumna *Performance, tiempo y experiencia sensorial*) performing *Manda huevos*. Fantastik Lab. 25 de abril de 2024.



Figura 132. Celinda Ojeda. Santi de la Fuente (Alumno *Performance, tiempo y experiencia sensorial*) performing su propuesta. Fantastik Lab. 25 de abril de 2024.



Figuras 133 y 134. Juliana Dionisio. Momentos de *Estático frenesí (Acción n° 13)* de Celinda Ojeda. Fantastik Lab. 28 de junio de 2024.



Figura 135. Autora desconocida. Celinda Ojeda (en la proyección) performing *Paseo verborreico (Rur)Urbano (Acción n° 10)*. Fantastik Lab. 11 de mayo de 2024.