



Revolución colectiva Qr

Proyecto colaborativo que fusiona el arte urbano y las nuevas tecnologías

Presentado por: Miguel Martín Romero
Director: Dr. D. José Miralles Crisóstomo



UNIVERSITAT
POLITÈCNICA
DE VALÈNCIA

REVOLUCIÓN COLECTIVA QR:

Proyecto colaborativo que fusiona el arte urbano y las nuevas tecnologías.

**UNIVERSITAT POLITÈCNICA DE VALÈNCIA
FACULTAT DE BELLES ARTS DE SAN CARLES**

TRABAJO FINAL DE MÁSTER

Máster Oficial en Producción Artística

**TIPOLOGÍA 4: Producción artística inédita acompañada de una
fundamentación teórica**

Presentado por: Miguel Martín Romero

Director: José Miralles Crisóstomo

RESUMEN

Revolución colectiva Qr es un proyecto colaborativo que fusiona el arte urbano y las nuevas tecnologías. La línea vinculante entre estas artes es mediante *sticker* que llevan alojado un código Qr. Estos sticker pueden albergar tanto frases, videos, música o cualquier información que se encuentre en Internet. Lo que se pretende con esto es llegar a crear una comunidad donde la gente puedan hospedar sus historias y secretos más ocultos. Introduciendo así una cartografía de lo cotidiano, lo íntimo y lo efímero que es ese momento, creando así un claro ejemplo de mapa *online* de las emociones. Basándonos en el estudio sociológico de la ciudad, podemos observar que cada lugar tiene unas necesidades y problemas diferentes, por lo tanto tienen que ser abordadas y solucionadas de diferentes modos. Estas nuevas formas de actuar en la ciudad cambiarán totalmente el significado de espacio público y reescriben continuamente el significado más convencional de mapa. Todo el proyecto está alojado en una página web:

www.transcend-free.es

PALABRAS CLAVE

Arte urbano, Arte digital, Arte colaborativo, participación, código Qr, stencil, sticker, Internet, web, mapa.

ABSTRACT

Revolución colectiva Qr is a collaborative project. This project pretend fuse the urban art with new technologies. The binding relationship between these differents arts are '***stickers***'. All these stickers have a Qr code, which could harbor inside himself a phrase, a video, music or any kind of information from internet. The aim is to create a community where people can host their hidden stories and secrets. This kind of map introduces cartography of everyday, intimate and ephemeral moments of people at the street. People create a clear example of online emotional map with all these things and feelings, Based on the sociological study of the city, we can see that each place has a different

problems and needs. For these reason, have to be addressed and solved in different ways. These new ways of working in the city try to rewrite the conventional meaning of map and they also change the meaning of public space. The full project is hosted on a website. For more information, please visit:

www.transcend-free.es

KEYWORDS

Street art, Digital art, Community art, participación, community Qr Code, stencil, sticker, Internet, web, maps.

A mí familia, porque sin su esfuerzo y apoyo no habría llegado hasta aquí.

ÍNDICE

1. Introducción	9
1.1. Motivación	12
1.2. Objetivos del proyecto	13
1.3. Metodología y estructura del TFM	13
2. Antecedentes teóricos y artísticos	17
2.1. Arte urbano	19
2.1.1. <i>Stencil</i>	22
2.1.2. <i>Sticker</i>	23
2.1.3. Artistas relevantes	24
2.2. Arte digital	30
2.2.1. ¿Qué es un código Qr?.....	34
2.2.2. Artistas relevantes	38
2.3. Arte comunitario	42
2.3.1. Artistas relevantes	47
3. Revolución colectiva Qr	53
3.1. ¿Qué es <i>Revolución colectiva Qr</i> ?	56
3.2. ¿Quién inicio y realiza <i>Revolución colectiva Qr</i> ?	57
3.3. ¿Dónde comenzó <i>Revolución colectiva Qr</i> ?	64
3.4. ¿Cuándo comenzó <i>Revolución colectiva Qr</i> ?	66
3.5. ¿Por qué <i>Revolución colectiva Qr</i> ?	67
3.6. Web y acción en el espacio público.....	68
3.6.1. Manifiesto <i>transcend</i>	68
3.6.2. Pasos que hay que realizar para colaborar	70
3.6.3. Objetos <i>transcend</i>	72
3.6.4. Como colocar un sticker en la esfera pública	76
3.7. Estrategias utilizadas para su difusión.....	84
3.8. Estadísticas	85
4. Conclusiones	95
5. Índice de imágenes	99
6. Fuentes	103
6.1. Bibliografía	105
6.2. Revistas.....	106
6.3. Web.....	106
6.4. Videos	108

1. Introducción

La característica principal de este proyecto es la creación de un mapa conceptual *online* de las emociones, a partir de intervenciones colectivas realizadas en el espacio público. Todo ello se engloba bajo el proyecto que hemos titulado *Revolución colectiva Qr*, y que está alojado en una Web¹ realizada específicamente. El medio más importante de este trabajo es el código Qr, que nos permite vincular, compartir e interactuar colectivamente, frases, canciones, videos, etc., con el objetivo de crear, con estos materiales que se aportan individualmente, un mapa colectivo emocional de distintos lugares.

De esta manera intentaremos conectar y establecer una retroalimentación entre el espacio físico y el espacio virtual, donde el mapa estará en continua construcción, modificando así el concepto estricto del significado de mapa. La investigación realizada en este proyecto es consecuencia del interés por trabajar de forma colaborativa. Se pondrán a disposición de las personas que lo requieran las herramientas necesarias para establecer estas colaboraciones. El destinatario de la iniciativa podrá ser cualquier persona que quiera decir algo sin que sufra ningún tipo de censura.

La vinculación de los tres movimientos artísticos que se han estudiado como base conceptual para este trabajo, ha sido consecuencia de las materias estudiadas en el máster. Esto nos ha permitido analizar proyectos artísticos con unas características similares al que nosotros proponemos y, poder ver cómo otros artistas han resuelto los problemas que les han ido surgiendo.

En el ámbito profesional, el interés ha consistido en conocer el contexto social en el que nos encontramos e ir evolucionando según las necesidades de los contextos sociales. De esta manera nos situamos en un rol de artista analista y no de artista informador².

¹ Toda esta información se puede encontrar en la web: transcend-free.es

² Blanco, Paloma, "Explorando el terreno", en Blanco, P., Carrillo, J., Claramonte, J., Expósito, M., (ed.), *Modos de hacer*, Salamanca, Ediciones Universidad de Salamanca, 2001, p. 34.

En el marco de la teoría artística, la investigación se ha nutrido con los trabajos de artistas o grupos de artistas que hemos considerado más representativos de los tres movimientos que intentamos unificar y que más nos han influenciado a la hora del planteamiento del proyecto *Revolución colectiva Qr*.

La variedad de artistas estudiados nos han abierto un abanico de diferentes metodologías. Esta variedad nos ha servido para poder escoger las que más nos interesaban y así componer una nueva metodología adaptada al proyecto y a nuestra forma de trabajar.

1.1. Motivación

La motivación para realizar *Revolución colectiva Qr* es poder compartir las herramientas y los conocimientos que hemos ido adquiriendo durante todos mis estudios. Dando la posibilidad a las personas que utilicen nuestro trabajo de poder crear vínculos comunicativos con sus vecinos, amigos, etc., donde podamos aprender unos de otros y así poder llegar a crear un mapa de las emociones en el que la gente se vea reflejada y amparada.

Las experiencias vividas durante los cinco años que duró la realización de la licenciatura, más los estudios del máster, me han llevado por diferentes etapas artísticas de mi vida. Este trayecto es el que me permite, ahora, realizar un proyecto que fusione arte urbano, nuevas tecnologías y estrategias colaborativas y que pueda ser compartido a través de Internet.

Comencé mis primeros trabajos bajo el seudónimo de *transcend*, realizados desde una posición más individualista, más cercana a la de artista informador, me ha servido para adquirir un conocimiento de las distintas técnicas y materiales que se usan para intervenir en el espacio público, a la vez que me ha permitido poder adquirir una estructura conceptual más reforzada que ha sido fundamental para construir el proyecto que aquí presentamos.

1.2. Objetivos del proyecto

Los objetivos que nos hemos planteado en este Trabajo Final de Máster son:

- Construir un mapa *online* de las emociones.
- Generar modos de interactividad, por medio de distintas herramientas.
- Crear una comunidad de personas que puedan servirse de las herramientas que se ponen a su disposición.
- Evidenciar los lugares en relación a sus necesidades, realizando acciones específicas que solo atañen a ese lugar específico.
- Profundizar en el conocimiento de las distintas estrategias de uso del espacio público relacionado con los dispositivos *online* y la Web 2.0.

1.3. Metodología y estructura del TFM

A continuación explicaremos, brevemente, la estructura de nuestro trabajo y la metodología utilizada en cada una de sus partes. Como se aprecia en el índice, se divide en cuatro apartados.

La primera parte, *Antecedentes teóricos y artísticos*, encontraremos los materiales y los conceptos que hemos utilizado para iniciar la construcción de la estructura del proyecto. Antecedentes y artistas imprescindibles que sin su estudio y análisis no se hubiera podido realizar este trabajo. Aquí han sido fundamentales las referencias bibliográficas que se presentan en el capítulo de *Fuentes*.

Esta parte se ha dividido en tres secciones: Arte urbano, Arte digital y Arte colaborativo. Una vez que tuvimos esta división establecida buscamos aquellos artistas que considerábamos más representativos y que se adaptasen al tipo de

proyectos que quería realizar. En la parte de Arte urbano se han realizado dos divisiones, una que corresponde a los artistas que trabajan con *stencil* y los que utilizan el *sticker*, como, entre otros, Shepard Fairey, Invaders, Raspouteam.

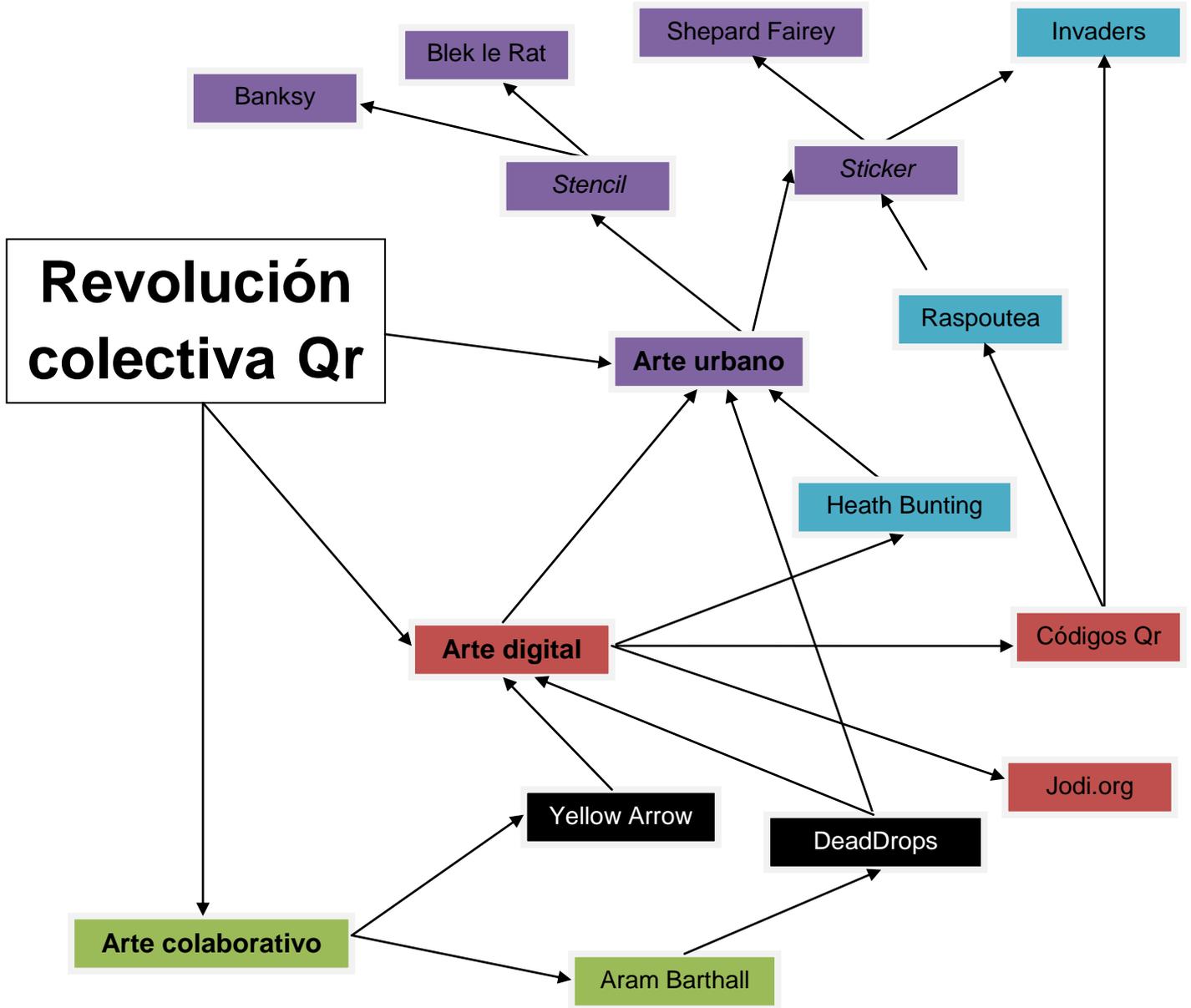
En la parte de Arte digital hemos encontrado las herramientas necesarias para realizar las acciones. Tras indagar encontré artistas que me sirvieron de referentes. Artistas como Jordi.org, Heath Bunting, Aram Barthall, etc. El descubrimiento del último artista mencionado, Aram Barthall me abrió las puertas a la última sección que engloba mi proyecto, el Arte colaborativo. Con un proyecto llamado Dread Drop pude ver la estructura que debía tener la realización de mi proyecto y por dónde tendría que desarrollarse y construirse la parte más importante del mismo.

En la segunda parte mostramos la estructuración del cómo se ha ido realizando el proyecto de *Revolución colectiva Qr*. Se ha dividido en una serie de preguntas claves que irán desglosando minuciosamente el proyecto. Aquí, aparecerán también estadísticas extraídas de estudios que explican el creciente ascenso que están teniendo las nuevas tecnologías tanto en España como en el resto de Europa.

En la web aparecen todas las características de uso, así como el manifiesto, la forma de participación, los objetos *transcend* que se disponen para demandar con forma de *sticker*, el cómo se coloca un *sticker* en la esfera pública, el mapa *online* de las emociones y por último un grupo de dudas frecuentes sobre el funcionamiento del proyecto.

En el tercer punto se mostrarán las conclusiones a las que hemos llegado. Los objetivos superados, los objetivos que están todavía desarrollándose y las propuestas de futuro que este trabajo contiene.

A continuación, y para facilitar la comprensión de este trabajo mostramos un mapa metodológico que relaciona y visualiza más claramente el recorrido que nos ha ido llevando el estudio de las tres secciones que iniciales del proyecto.



2. Antecedentes teóricos y artísticos

En el siguiente apartado trataremos las diferentes ramificaciones que han nutrido el Trabajo Final de Máster. Estas ramificaciones son el Arte urbano (*Street art*), el Arte digital (*Digital art*) y el Arte comunitario (*Community art*). La desigualdad aparente que puede haber entre estos tres movimientos, se tendrá que llevar a unos términos donde la simbiosis entre ellos sea armónica.

Estos tres movimientos mencionados anteriormente, fraccionan en tres partes el título del Trabajo Final de Máster. Podíamos decir que la palabra “revolución” se refiere al movimiento del Arte urbano, la palabra “colectiva” pertenecería al movimiento de Arte comunitario y por último la palabra “Qr”, que proviene del término en inglés *Qr code*, haciendo alusión al Arte digital.

2.1 Arte urbano

El término acuñado como Arte urbano o también denominado Arte callejero, viene del término inglés *Street art*.³ Éste incluye a todas las incursiones desarrolladas en el ámbito urbano, normalmente de carácter ilegal. Su filosofía ha ido transformándose con el paso del tiempo como cualquier otro movimiento artístico. Su mayor exponente es el grafiti, pero podemos encontrar otras expresiones artísticas que también entrarían dentro de esta denominación como son: las plantillas, pegatinas, póster, pintura acrílica aplicada con pincel, aerógrafo, tizas, carboncillo, collage a base de fotografías, fotocopias, mosaicos, etc.⁴

³ Stahl, Johannes, *Street Art*, Potsdam, Ullmann, 2009.

⁴ Hundertmark, Christian, *The Art of Rebellion*, Berkeley, Ginkgo Press, 2003.



Figura 1. Diversos ejemplos de Post-graffiti. Numusic, Invaders, Shepard Fairey y Banksy.

Será a finales de la década de 1960 en Nueva York cuando aparezcan los primeros indicios de este nuevo arte. Los comienzos de este fenómeno serán los llamados *tags*, firmas que aparece en cualquier emplazamiento del ámbito urbano. Esta práctica consiste en escribir tu nombre cuantas más veces mejor.

El escritor⁵ escribirá su nombre hasta que éste sobresalga por encima de las masas, consiguiendo así el respeto de sus rivales. Este movimiento artístico se desarrolla también gracias a los activistas políticos y a los miembros de las *gangs* (bandas callejeras). Lo que estos dos grupos buscaban, con este tipo de pintadas, era por un lado la denuncia de algunas acciones políticas y por el otro lado la delimitación del territorio urbano entre bandas callejeras. Será en la ciudad de Filadelfia donde se da un movimiento denominado *bom-bing*, que consiste en el bombardeo continuo en las esferas urbanas. Lo que se buscaba con este bombardeo sistemático y continuo era la visibilidad de los *tags* y el respeto de los otros grafiteros.⁶

⁵ Se define así a la persona que realiza este tipo de grafiti.

⁶ Powers, Stephen, *The art of getting over: graffiti at the millennium*, New York, St. Martin's Press, 1999.



Figura 2. Grafitis en el metro de Nueva York en los años 80.

Del grafiti surgirá, a mediados de la década de 1990, lo que hoy conocemos como Arte urbano, o también denominado *Post-Graffiti*. Aunque estos dos términos anteriormente mencionados tienden a confundirse, el grafiti y el arte urbano son fenómenos totalmente distintos⁷. Las diferencias más evidentes son de tipo social. Perteneciendo los autores del grafiti o del arte urbano a perfiles y estratos sociales totalmente diferentes. Esta diferencia es percibida por los ciudadanos de a pie ante la aparición de una u otra intervención artística. El grafiti puede ser visto como ese monstruo sucio e incomprensible que salió de los barrios más desfavorecidos, mientras que el Arte urbano se percibe como su primo culto.

El Arte urbano envuelve ya la totalidad de movimientos que estaban desarrollando algunos artistas en el ámbito urbano mediante diversas técnicas que hemos mencionado anteriormente. Estas nuevas intervenciones pueden tener un trasfondo político, conceptual o simplemente lúdico.

⁷ Fernández Quesada, Blanca y Lorente, Jesús-Pedro, *Arte en el espacio público: barrios artísticos y revitalización urbana*, Zaragoza, Prensas Universitarias de Zaragoza, 2009.

Por otro lado muchos diseñadores gráficos, e incluso estudiantes de diseño, utilizan el Arte urbano para promocionar sus creaciones, dejando sus correos electrónicos, páginas web e incluso su teléfono.

Este movimiento artístico convierte las calles de las ciudades en grandes expositores de arte⁸, cambiante a la misma vez que cambia la ciudad. Estas obras se adaptan a cualquier formato y material de la ciudad.

Es por una necesidad artística y comunicativa por la que nace el movimiento del Arte urbano, muchos artistas prescinden de firmar las obras, pues creen que no necesitan dejar patente su autoría.

A continuación describiremos algunas de estas técnicas del Arte urbano mencionadas anteriormente.

2.1.1. Stencil

El origen del *stencil*⁹ como técnica expresiva dentro del Arte urbano se remonta al París de principios de los años noventa del siglo XX¹⁰. En esa época París quería marcar distancias del grafiti que se estaba creando en Nueva York, el cual había sido referente para todos los artistas callejeros del momento. Las plantillas o *stencil* son un vehículo adicional al grafiti convencional, son señas reivindicativas de cualquier hecho sociopolítico o para repetir infinitas veces su logo, seudónimo o mensajes sobre cualquier tema.

Por su rapidez y calidad de detalle, el *stencil* se ha convertido en una de las prácticas más habituales del Arte urbano.

⁸ Tristan, Manco, *Street logos*, Londres, Thames & Hudson, 2005.

⁹ El término stencil traducido literalmente al castellano significa plantilla.

¹⁰ Martínez, Patricia, *Urban art: MADEN IN BCN*, Barcelona, Monsa, 2013



Figura 3. Diversos ejemplos de stencil de diferentes autores.

Una vez creado el *stencil* solo queda repetir insaciablemente el tema elegido, marcando el territorio por medio de esta técnica que nos permite una fácil reproducción del mismo mensaje y con el mismo acabado. Cuantas más veces se coloque el logotipo, mayor respeto y prestigio se irá creando entre la comunidad de artistas urbanos.

2.1.2. *Sticker*

Es una variante más del *Post-Graffiti*, el *sticker*¹¹, se trata de un soporte adhesivo que contiene en una de sus partes texto o una imagen, está en ocasiones pueden estar serigrafiadas o impresas.

El *stick art* junto al *stencil* es uno de los más utilizados por los artistas callejeros para bombardear las calles. Es una de las técnicas más rápidas y discretas. Podríamos decir incluso que el *sticker* es una especie de *tags*, que se crea más cómodamente desde casa.

Podemos decir que el *stick art* no engloba solo las típicas pegatinas, sino que su abanico es más amplio, abarca todos aquellos objetos que pueda ser pegados en el ámbito urbano como por ejemplo: el póster, los mosaicos, la esponja, etc.

¹¹ El término stencil traducido literalmente al castellano significa pegatina.



Figura 4. Diversos ejemplos de sticker de diferentes autores.

2.1.3. Artistas relevantes

En éste apartado hablaremos de un conjunto de artistas relevantes que gracias a sus aportaciones este movimiento ha ido evolucionando hasta convertirse en lo que hoy día conocemos. No haremos distinción geografía o de género del artista sino de su contribución de los dos apartados anteriormente desarrollados como son los *stencil* y los *sticker*.

Blek le Rat

Artista que nació en *Boulogne-Billancourt* en 1952, estudió artes en la Escuela de Bellas Artes de París. Sus comienzos en el mundo del grafiti comenzaron tras realizar un viaje a Nueva York donde vio un grafiti por primera vez, era la época del surgimiento de las primeras pintadas en los trenes (en 1971, para ser más precisos).¹²

La técnica más utilizada por *Blek le Rat* es el *stencil*. Técnica que le recordaba a las pintadas propagandísticas que utilizaban en la Italia de Mussolini.

¹² Ganz, Nicholas, *Graffiti: arte urbano de los cinco continentes*, Barcelona, Gustavo Gili, 2013. P. 148.



Figura 5. Stencil de Blek le Rat.

El término *Blek* proviene del grupo que surge tras el viaje a Nueva York, pero tras su separación en 1983, *Blek* comienza a utilizar el nombre del grupo en solitario. La otra parte del seudónimo *Le Rat*, le viene dado por las primeras plantillas realizadas en París en las que realizaba ratas. Con el tiempo sus plantillas han ido evolucionando, hasta el punto de realizar plantillas a tamaño natural, tanto en París como en el resto del mundo.

En palabras de Blek Le Rat:

“Intento exponer las mejores cosas de la vida mediante inesperadas imágenes que distraen y deleitan a los peatones, sacándolos de sus preocupaciones cotidianas. A pesar de las represalias por parte de la policía en contra del graffiti, continuaré asaltando las calles en la oscuridad, ya que para mí, llevar el trabajo directamente a las calles es parte primordial de la evolución del arte (...).”¹³

¹³ Manifiesto de Blek Le Rat obtenido de su página web: www.bleklerat.free.fr.

Sus diseños son sustraídos del cartelismo propagandístico del siglo XX, las ideas situacionistas y las revoluciones estético-filosóficas del los 60. Sus obras conllevan explícitamente connotaciones políticas.



Figura 7. Imágenes de trabajos realizados Shepard Fairey.

Shepard Fairey se conoce por su campaña de *Obey Giant* (Obedece al gigante), la obra más representativa del artista. Su trabajo consiste en una serie de *stickers* en la que aparece el rostro del luchador André Gigante, en sus inicios el lema que aparecía era *Giant has a posse* (El Gigante tiene una pandilla), con el paso del tiempo el concepto de Shepard Fairey comenzó a cambiar y tomar más presente aspectos filosóficos-sociales y críticas al sistema, es cuando incluye la palabra *Obey* en el *sticker*, creando así más impacto al visualizarla.

En palabras de Shepard Fairey:

“La campaña *Obey* puede ser explicada como un experimento de Fenomenología. La principal intención de la Fenomenología es reinterpretar un sentido de fascinación hacia el entorno de uno. La campaña *Obey* intenta estimular la curiosidad y atraer a la gente a cuestionar la campaña como sus relaciones con quienes les rodean. Dado que la gente no está acostumbrada a ver anuncios o propaganda cuyo motivo no sean obvios, los encuentros frecuentes y noveles con la propaganda *Obey* provocan pensamientos y posibles frustración, y en cualquier caso revitaliza la percepción y atención del espectador a los detalles.”¹⁶

Invaders

Artista francés que nació en París en 1969. Uno de los artistas que más se le distingue por el estilo que realiza. Su estilo proviene de un videojuego de los años 70 y 80 denominado *Space Invaders*, uno de los más legendarios de la cultura *Atari pop*.

Su trabajo consiste en la expansión de esta invasión alienígena por el mundo, creando así un mapa donde aparecerán todos los mosaicos y su respectiva colocación.



Figura 8. Imágenes de trabajo realizado por Invaders.

¹⁶ Manifiesto de Shepard Fairey obtenido de su página web: www.obeygiant.com.

Esta invasión ya la padecen 31 ciudades de todo el mundo, siendo París la ciudad más invadida de todas. Estos alienígenas te pueden sorprender en cualquier rincón de la ciudad.

No solamente hay mosaicos y extraterrestres en la obra de este artista. Invaders también despliega otras técnicas, como por ejemplo los *stencil* y los *Rubikcubism* que hace referencia al mítico juego de cubos de colores, pero todos éstos siguen la misma líneas que es la de *Atari pop* cultura.

Raspouteam

El colectivo francés Raspouteam realizó en el 2010 un proyecto llamado *Dèsordres publics*¹⁷. Colocó unos 20 mosaicos por toda la ciudad, estos llevaban incrustado un código Qr. Los colocó en diversos puntos de París en los que habían ocurrido episodios significativos de conflicto social. Estos trabajos nos ofrecen una visión general de algunos de los conflictos que sacudieron París en diferentes épocas como por ejemplo el levantamiento de la comuna de París o el Mayo del 68. De esta manera buscan reescribir la historia de la ciudad, alejándose del discurso tradicional de que París es una metrópolis homogénea y de cohesión social.

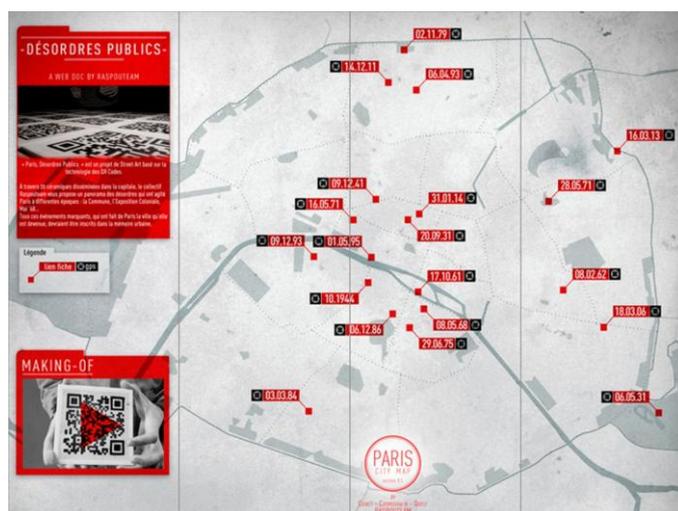


Figura 9. Mapa *Dèsordres publics* de Raspouteam.

¹⁷ Información obtenida de su página web: www.raspouteam.org.

2.2. Arte digital

El Arte digital se ha llegado a convertir en una disciplina artística, que agrupa a todas aquellas manifestaciones artísticas que se lleguen a realizar con ordenador. Al realizarse estas obras por medios digitales pueden ser descritas por una serie numérica electrónica de ceros y unos. El Arte digital está estructurado en tres pilares fundamentales que son: el arte, la ciencia y la tecnología¹⁸.



Figura 10. Frider Nake. *Sombras rectangulares en campos de sombra verticales.*

El ordenador aparece sobre la década de 1940 como una máquina destinada a solucionar, complejas operaciones de cálculo. Su creación nunca fue pensada para que los artistas se pudieran valer de ella, ya que en sus inicios los ordenadores eran demasiado grandes y pesados, y naturalmente inasequible económicamente. También era necesario aprender un lenguaje de

¹⁸ Lieser, Wolf, *Arte Digital*, Potsdam, Ullmann, 2009.

programación específico no entendible por cualquiera. Incluso uno de sus descubridores como fue el alemán Konrad Zuse, no se imaginaria la evolución y las posibilidades que llegarían a desempeñar el ordenador.

Es a partir de la década de 1960 cuando los científicos comienzan a crear los primeros gráficos por ordenador. Esto es gracias a que la mayoría de ellos tenían acceso a estos ordenadores, ya fuera en el ámbito privado o en el ámbito público de las universidades. La curiosidad por ir descubriendo las posibilidades que el ordenador era capaz de hacer les condujo a la creación de los primeros dibujos impresos en *plotter*. Bense y Abraham A. Moles desarrollaron la *Estética de la Informática*, publicando varios libros que relacionaban el arte y los ordenadores. No es hasta 1965 cuando aparece la primera exposición realizada por Geord Nees, sobre gráficos generados por ordenador. Ese mismo año Frieder Nake presentó una exposición en la Galería Wendelin Niedkich de Stuttgart de unos dibujos realizados con ordenador.

Ambos eran matemáticos y lo que solo estaban explorando era las posibilidades estéticas que el ordenador ofrecía. En Estados Unidos en 1965 apareció en la Howard Wise Gallery de Nueva York, la primera exposición del autor Michael Noll que establecía una línea de trabajo parecida a los autores anteriores.



Figura 11. Jasia Reichardt. Vista de la exposición *Cybernetic Serendipity*.

Las galerías estaban ya incluyendo en su programación el Arte digital, y es el director de una de estas galerías, Käthe Schröder en Hannover, el que reúne una colección y es en 1970 cuando organiza una exposición internacional itinerante con el *Goethe Institut*.

Será en la década de 1970 cuando el ordenador como herramienta al servicio del arte alcance su primer momento de clímax.

Como hemos mencionado anteriormente los primeros gráficos realizados por ordenador fueron producidos por científicos. Eran pocos los artistas que reconocían el gran potencial del ordenador, e incluso durante mucho tiempo era un dato negativo decir que tus trabajos se habían llevado a cabo con la ayuda de los ordenadores.

Sería la empresa americana IBM la que impulsaría el resurgimiento del Arte digital, publicando en 1975 un libro en París con el título *Arte por Ordenador*. Será en la década de 1980 cuando aparezca uno de los ordenadores personales más vendidos, llamado *Commodore C64*. Era el primer ordenador con interfaz de usuario: iconos, escritorio, doble click, etc.

El primer ordenador personal de IBM, se presentó en 1981, dando la posibilidad a los artistas el poder experimentar con el ordenador.

El ordenador Macintosh no aparecería hasta 1983, éste tenía una interfaz de usuario, estableciendo un nuevo estándar muy apreciado por los artistas y diseñadores gráficos.

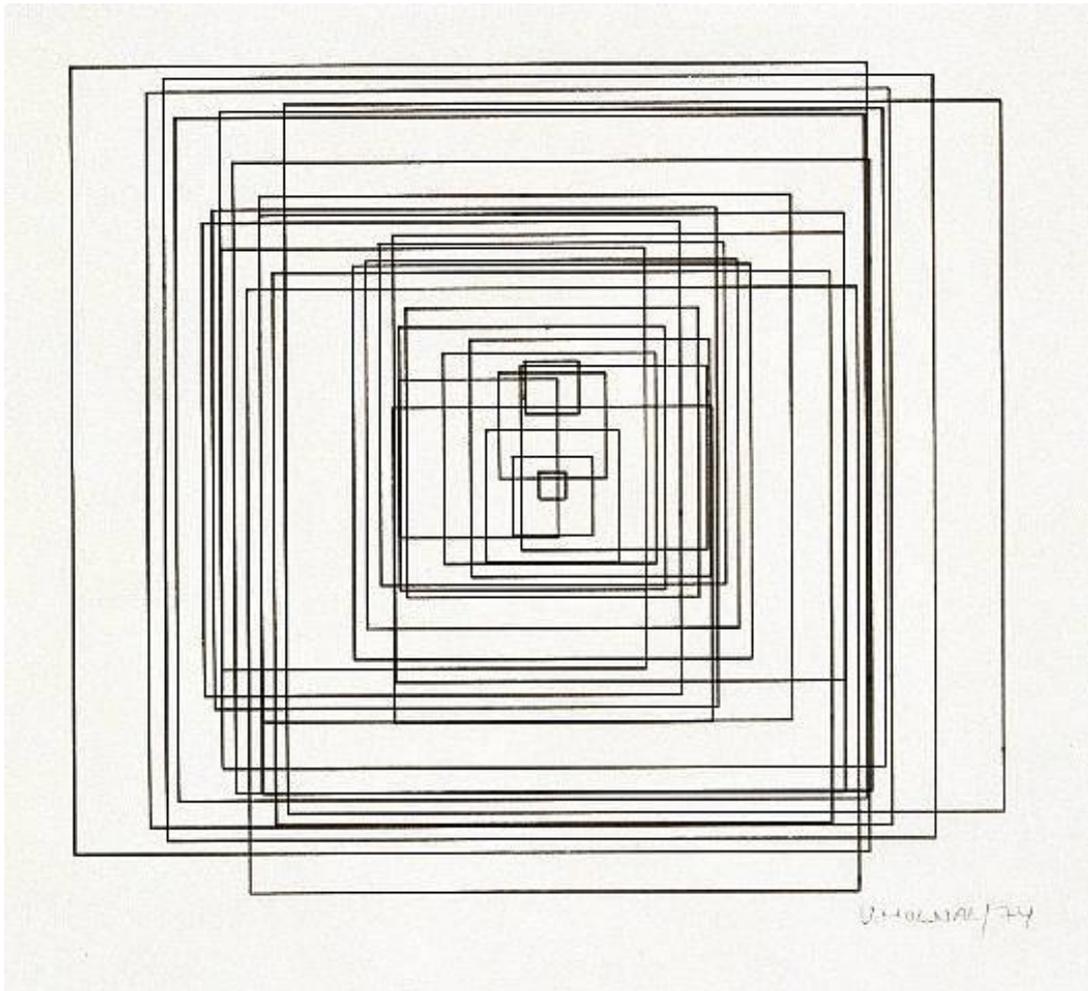


Figura 12. Vera Molnar. *Transformaciones*.

Gracias al gran avance de los ordenadores, los artistas pudieron experimentar con la robótica. Sería Norman White en 1987 quien creará uno de sus objetos más conocidos: el Helpless Robot.

En la década de 1990 el ordenador había mejorado sus características con respecto a la década anterior, pero en muchos aspectos podemos decir que este periodo fue un periodo de transición de lo que hoy conocemos¹⁹. Internet estaba dando sus primeros pasos. Fue éste factor, el que amplió el gran desarrollo del Arte digital.

¹⁹ Baigorri, Laura y Cilleruelo, Lourdes, *Net.Art. Prácticas estéticas y políticas en la red*, Barcelona, Universidad de Barcelona, 2006.

La llegada del nuevo siglo XXI está consolidando la progresiva posición del Arte digital. Cada vez se celebran más exposiciones en galería y museos donde el tema principal es el Arte digital.

2.2.1. ¿Qué es un código Qr?

Tras pasar medio siglo, la percepción de los códigos de barras está muy presente e integrada en nuestra vida. Estos aparecen en la gran mayoría de artículos que podemos adquirir en el mercado. El mecanismo de funcionamiento de estos códigos de barras es mediante un lector láser, que escanea el código de barras emitiendo el número que está codificado, apareciendo en la pantalla el precio del artículo. Gracias al código de barras se identifica el artículo con rapidez, el proceso de venta es más rápido y los errores humanos no son tan frecuentes. Estos se basan en la representación de un conjunto de líneas verticales colocadas paralelamente y contienen diferentes grosores y espacios que en su conjunto puede contener una información alfanumérica. Por lo tanto nos permite reconocer con rapidez todas las características del producto en cualquier momento de la cadena logística. Tras las limitaciones claras del código de barras convencional comienzan a aparecer otros códigos, estos pueden contener mucha más información que sus antecesores, creando a su vez nuevas aplicaciones. Estos códigos en 2D (Contiene información tanto en vertical como en horizontal) son denominados de la siguiente manera: Maxicode, Datamatrix, PDF417 y Qr.

Códigos 2D

Un código Qr (*Quick Response Code*) es un sistema creado para almacenar información en una matriz de puntos. Este código de barras bidimensional se puede representar tanto en pantalla como impreso. Puede ser interpretable por cualquier aparato que pueda captar imágenes, siempre y cuando tenga el *software* adecuado. Creado por la compañía japonesa *Denso-Wave* en 1994,

pensado para codificar los caracteres *Kanji*²⁰. A diferencia del código convencional este código Qr puede llegar a almacenar hasta 7.089 caracteres. Sus posibilidades son varias, desde webs, publicidad, mensajes cortos, etc.

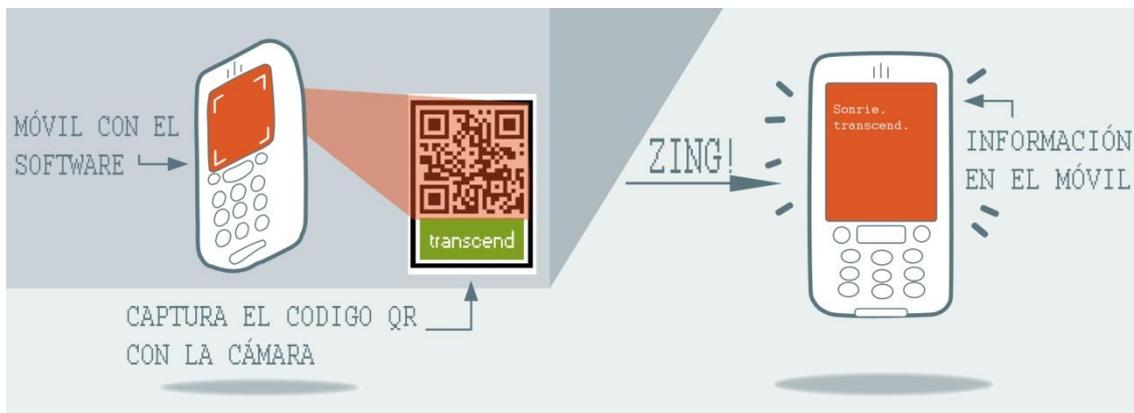


Figura 13. Proceso que hay que realizar para escanear un código Qr.

Las características estéticas del código Qr son fáciles de reconocer y diferentes de los demás códigos anteriormente mencionados. Su estética es de forma cuadrada y contiene unos cuadrados oscuros y claros en tres de las esquinas del símbolo. Su nombre proviene de la frase en ingles *Quick Response* (respuesta rápida) ya que su diseño fue creado para ser descodificado en alta velocidad. Su capacidad es tal que puede codificar los caracteres ASCII e información binaria, es omnidireccional y su descodificación se puede hacer con un lector de imágenes, que se puede encontrar en cualquier dispositivo móvil, o con una *webcam* conectada al *USB* del ordenador.



Figura 14. Código Qr tipo 2D matrix.

²⁰ Estos caracteres chinos se utilizan para la escritura japonesa.

Gracias a su alta capacidad estos códigos podrán ser la revolución del sector *del marketing* móvil. Un nuevo sistema de código de barras con mayor capacidad que, si se coloca en cualquiera de los productos que normalmente adquirimos, el consumidor podrá extraer la información útil de ese producto, o incluso ver vídeos o escuchar música.

A raíz de este código Qr apareció otra variante de código, pero en esta ocasión es circular, se denomina *Shotcode*. Fue creado en 1999 por la universidad de Cambridge. Su estética en apariencia es muy parecida, pero a diferencia del código Qr convencional éste es circular, contiene también bloques blancos y negros pudiendo representar una URL.

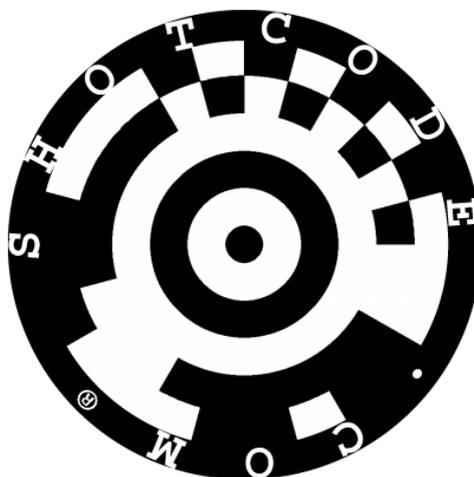


Figura 15. Shotcode con la frase característica de *transcend*.

En sus inicios esta tecnología fue creada para registrar los repuestos en el área de fabricación de vehículos, pero hoy día su aplicación es muy variada. Esta variedad se ha podido dar gracias a la nueva generación de móviles *Smartphone* y *Tablet*, la inclusión de poder instalar este *software* en los teléfonos ha podido dar esta gran variedad. Por ejemplo en Corea y Japón la instauración de esta tecnología está más asimilada que en Estados Unidos o Europa. Esto se traduce en más ventajas y comodidades para el usuario como por ejemplo ya no tendrá que introducir datos de forma manual. Los códigos Qr que llevan incrustado una *URL* de una revista, de un museo (donde aparece las

características de los cuadros) o de una parada de autobús (con el horario de la circulación) es cada vez más frecuente.



Figura 16. Códigos Qr con la página web de *transcend*.

El estándar japonés para los códigos QR ([JIS] X 0510) fue publicado en 1999 y su correspondiente estándar internacional ISO (ISO/IEC18004) aprobado en el 2000. En la siguiente tabla aparecerá el análisis según la cantidad de caracteres que queramos almacenar:

Capacidad máxima de datos del código Qr

Solo numéricos	7.089 caracteres
Alfanuméricos	4.296 caracteres
Binarios (8 bits)	2. 953 caracteres
Kanji/Kana	1.817 caracteres
Micro código Qr	35 caracteres

Cómo generar un código Qr

Existe gran variedad de aplicaciones para la creación de códigos Qr. Se pueden codificar tanto textos, web, números de teléfono, música, vídeos e incluso voz.

En algunas páginas de generadores de códigos Qr tienes una limitación de caracteres respecto al apartado de la creación de los textos. Esta restricción se produce para obtener el mejor resultado para los *Smartphone* más antiguos.

También hay una gran variedad de códigos Qr, podemos encontrar los siguientes:

- Los *Micro Qr code*, son más pequeños en tamaño y en capacidad.
- Los *iQr code*, tienen el mismo tamaño que un código Qr estándar, pero estos puede albergar hasta un 80% más de información.
- Los *SQRC*, se trata de un código aparentemente igual que el código Qr estándar, pero con una gran diferencia, éste código no puede ser leído por cualquier lector, es decir, para poder leer la información incrustada en el código se tendrá que utilizar un lector especial para desincrustar la información. Estos códigos se suelen utilizar para guardar información confidencial, por ejemplo de una empresa. Pero el código no garantiza el 100% de la confidencialidad de la información.
- LogoQ* es la personificación del código Qr, esta personificación no altera en ningún momento la legibilidad del código.

2.2.2. Artistas relevantes

En éste apartado hablaremos de tres artistas del Arte digital. La gran mayoría de sus proyectos están pensados para que solo puedan ser visualizados en Internet.

Heath Bunting

Artista británico que nació en 1966. Actualmente esta afincado en Bristol, es el fundador de la *Iratiana*. Fue uno de los primeros artistas del *Net.Art* en la década de 1990.

Bunting no es exclusivamente un artista de Internet. También trabaja en la calle como grafitero y a menudo estudia la relación que pueden tener estos dos movimientos.

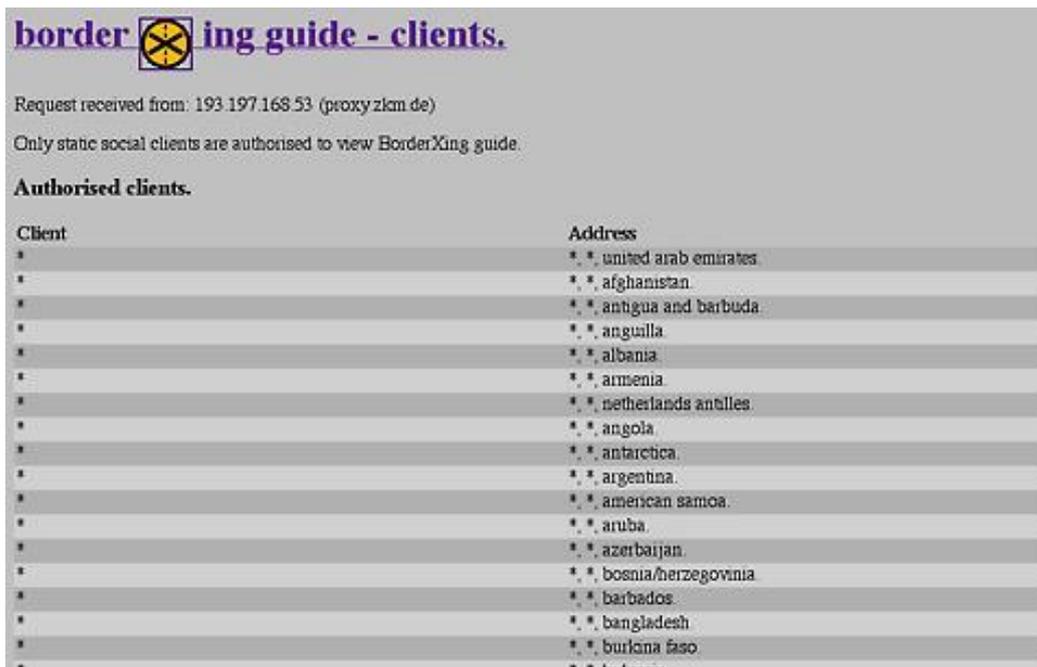


Figura 17. Heath Bunting, *BorderXing Guide*.

Visitor`s Guide to London es una guía realizada durante seis meses en las calles de Londres. Fue un ejercicio psicográfico²¹, una guía para los no turistas. *King Cross Pone in*, según Raquel Greene la describe así:

“Bunting enviaba a una página web y varias listas de correo los números de teléfono de 36 cabinas telefónicas que rodeaban la estación de trenes *King Cross* de Londres, invitando a la gente a llamar a esos teléfonos y decir algo a cualquier hora del día. Las llamadas crearon una intervención musical que interrumpía la rutina de este urbano lugar de transportes, haciendo posible que los viajeros que circulaban hacia la estación charlasen con extraños de cualquier parte del mundo que llamaban simplemente para decir hola. La funcionalidad del trabajo en red fue entendida al nivel de las amistosas llamadas de teléfono, y de cómo un espacio público podía ser reconfigurado sensitiva y socialmente. Desde 1994 la forma de trabajar de *Bunting* ha sido crear trabajos /eventos que requieren una baja tecnología y funcionan tan fácil y directamente como los *graffiti*: subversiones simples generadas por una convicción anarquista...”²²

²¹ Término obtenido de la web: <http://www.hamacaonline.net>.

²² Greene, Raquel, “Web work a history of internet art”, en *ARTFORUM*, nº 9 Mayo, 2000, p.162.

Jodi.org

Éste grupo de artistas está formado por Joan Heemskerk de Holanda y Dirk Paemans de Bélgica. Jodi.org está considerado como pieza clave del Net.Art. Exploran y descubren posibilidades alternativas de como relacionarse con el ordenador²³ y con Internet. Sus propuestas son recrear gráficos de las pantallas de fósforo verde de la antigua informática y exploran los errores de los programas.

Según ellos "Nunca elegimos ser o no ser net.artistas. Lo que ocurre es que empezamos hacer cosas con el ordenador sobre las cosas que pasan dentro del ordenador".²⁴



Figura 18. De Jodi.org, 404.

Aram Barthall

Aram Barthall nació en la década de 1972 en Bremen. Estudia arquitectura en la universidad de Arte de Berlín, se graduó en el 2001 con una tesis llamada *Bits on Location*. Con éste proyecto consiguió el premio de *Browserday* ese mismo año. Trabajo en Berlín hasta 1995. Entre los años 1996 y 2000 formó parte del grupo de artistas denominado *Freies Fach*, grupo conocido por sus

²³ Información obtenida de la web: <http://www.hamacaonline.net>.

²⁴ Ibidem.

discursos urbanos y sobre sus intervenciones que realizaban en la esfera pública²⁵.



Figura 19. Aram Bartholl, Plazemark.

En 2007 recibió una mención de honor por *Transmediale*, que le fue otorgada por la pieza *Random Screen*. Ese mismo año consiguió el primer premio en el XVII Premio de Videoarte de Bremen, por la performance llamada *Sociaal*. El Departamento de Cultura del Senado de Berlín le otorga el segundo premio por el proyecto *Sandbox Berlín*. En 2008 recibió 10 meses de subsidio de trabajo por el Fondo *KUNSTFOND*. En la primavera de 2009 fue artista residente en el *Institute for the Unstable Media*.

Desde febrero del 2009 es miembro del *Free Art and Technology Lab a.k.a. F.A.T Lab*, fundada por Evan Roth y James Powderley.

²⁵ Información obtenida de su página web: www.datenform.de.

2.3. Arte comunitario

Community art o en castellano Arte comunitario, surgió a finales de la década 1960 en Estados Unidos y Gran Bretaña. Este surgimiento artístico es debido a la práctica que implicaba la colaboración y participación del público en la obra²⁶.

La finalidad era alcanzar o mejorar un bien social mediante el arte, por encima de cualquier logro estético. Cada idea social y estética le sirvieron como base para describir un contexto, dividiendo el contexto en dos:

- La implicación del espectador en la obra.
- El contexto social donde se desarrolla la obra.

Con el tiempo el Arte comunitario se trasladó a ámbitos institucionales y educativos, evolucionando en los años posteriores convirtiéndose en un referente para el arte público contemporáneo.

Si el arte comunitario es algo, es la manifestación de una ideología. Lo que se pretende con esta ideología es alcanzar una auténtica democracia cultural, trabajar por y para una cultura más accesible, participativa y descentralizada, que refleje las diferencias comunitarias sociales.

Así pues, el concepto de artista modernista debería sufrir una revisión. Pues el artista delega parte de sus funciones al grupo, transformando la obra artística en un carácter procesual y de intervención social. Esto propició que la obra de arte en sí misma pudiera utilizarse como herramienta para el cambio social.

²⁶ Palacios Garrido, Alfredo "El arte comunitario: origen y evolución de las prácticas artísticas colaborativas", *Arteterapia. Papeles de arteterapia y educación artística para la inclusión social*, Madrid, Universidad Complutense, 2009.



Figura 20. Richard Serra, *Tilted Arc*.

Con esta evolución constante en el ámbito del arte público aparece el término *site specific*, es decir, es la obra que se realiza concretamente para un espacio determinado, teniendo en cuenta las características espaciales y físicas del lugar. La *National Endowment for the Arts* en Estados Unidos cambia sus directrices respecto al programa de arte público que estaba desempeñando, tras la polémica suscitada con el caso de Serra, con una obra llamada *Tilted Arc*. Este cambio de dirección de la *NEA* surgió en el año 1974. Estas nuevas prácticas responden a las siguientes pautas: se cogía un artista del vecindario (normalmente éstas se realizaban en las comunidades latinas y afroamericanas de las grandes ciudades del país) conocedor de los problemas que había en el entorno urbano y con un fuerte compromiso social se embarcaba en la misión de reflejar en una obra de arte los problemas sociales que había en el entorno.



Figura 21. Baca, Judy. *The Great Wall of Los Angeles*.

El Arte comunitario y arte público en sus derivaciones ha dejado una gran cantidad de escritos críticos con las políticas de Estados Unidos, mientras en Gran Bretaña la evolución en Arte comunitario y Arte público es menos conocida. En la década de 1970 en el Reino Unido fue un tiempo de gran convulsión, tanto económicamente como socialmente. La alta tasa de desempleo llevó a muchos artistas desencantados con el sistema del arte a buscar una nueva relevancia social a su trabajo. En Gran Bretaña los orígenes del Arte comunitario se asocian en sus orígenes al desarrollo del *New Towns*. Este término aparece tras el fin de la Segunda Guerra Mundial, se denomina así a las nuevas ciudades que aparecen tras la guerra. Esta acción fue realizada para descongestionar de población a las grandes ciudades. La metodología del *New Towns* era incluir la participación ciudadana en la planificación del espacio urbano. Estas nuevas ciudades incorporan en el espacio público una gran cantidad de obras. Los artistas buscan espacios públicos trabajando con los arquitectos, ingenieros y urbanistas.

Uno de los puntos en común que hay o que aparecen en los dos lados del Atlántico es querer mejorar los espacios públicos donde fluyen las clases trabajadoras, donde los residentes son los primeros en promover y transformar el espacio. Estos trabajos han generado un arte público activista, donde reaccionan ante la transformación urbana y el impacto en la cultura. El artista

Harding señala que: “para los artistas, el idealismo y la convicción sobre el rol que el arte podía jugar como una herramienta dramática y transformativa para el cambio de las vida de las personas era suficiente para llevarlo a cabo.”²⁷



Figura 22. Niños consolidan sus azulejos en la pared.

Como hemos visto hay diferentes ámbitos de Arte comunitario. Manifestación artística que ha estado rodeada de polémica desde sus orígenes. Esta polémica era suscitada tanto desde el punto de vista estético como ético o político. Podemos decir que su principal problema proviene de la propia definición que delimita el concepto en lo más simple.

Según Kwon hay cuatro tipos de comunidades. Se pueden ver las diferencias en función de su relación establecida con el proyecto artístico y son las siguientes:

1. Categoría social, por ejemplo: mujeres, inmigrantes, etc. Este concepto implica un alto grado de abstracción de la identidad.

²⁷ Palacios Garrido, Alfredo, “El arte comunitario: origen y evolución de las prácticas artísticas colaborativas”, *Revista Científica Complutense de Madrid*, 2009, p. 203.

2. Grupos u organización asentada en el lugar, por ejemplo: trabajadoras de una fábrica, grupo de inmigrantes de un barrio, etc. El proyecto artístico viene definido por el grupo, el artista especifica las necesidades del trabajo.
3. Comunidad creada para la realización de la obra. Esta comunidad desaparecerá cuando termina el proyecto artístico. Estos proyectos dependen en gran medida de las subvenciones públicas y privadas.
4. Comunidad creada para la realización de la obra. A diferencia de la anterior, ésta continuara después del proyecto como autónomo e independiente. En este caso el artista sigue teniendo contacto directo con la comunidad, pues vive en la zona.²⁸

Los cuatro tipos de comunidad descritas anteriormente condicionan el tipo de relaciones que puede haber entre el artista y la comunidad. Hay ejemplos de proyectos fallidos por esa confusión de identidad en la comunidad con la que se trabaja. De hecho que el artista sea parte de esa comunidad no garantiza la obtención de un buen resultado, podemos ver el caso de John Ahearn en la plaza del *Bronx* de Nueva York. Estas esculturas tras su colocación en la plaza sufrieron todo tipo de vandalismo, hasta tal punto que el propio artista al ver la reacción negativa de sus vecinos ante estas esculturas opto por retirarlas del lugar en las que las habían colocado.



Figura 23. John Ahearn, Bronx Sculpture Park.

²⁸ Ibidem.

2.3.1. Artistas relevantes

En éste apartado no hablare de artistas relevantes sino más bien de dos iniciativas en la que la función colaborativa ha sido fundamental para su expansión a nivel mundial. Estos dos proyectos se llama *Yellow Arrow* (flecha amarilla) que también abarcaría el punto del Arte urbano y *Dead Drop* (gota muerta) que abarcaría tanto el Arte urbano como el Arte digital. Con estos dos proyectos cerramos el círculo, sincronizando los tres movimientos en uno para más adelante poder llegar a entender el proyecto de *Revolución colectiva Qr* que tendrá su desarrollo en el punto siguiente.

Yellow Arrow

Es un proyecto²⁹ de Arte urbano que comienza a partir del 2004 en *Lower east Side de Manhattan*. Sus fundadores son Christopher Allen, Brian House, Jesse Shapins y Michael Counts. Con ésta iniciativa lo que nos quieren enseñar es la nueva manera de explorar la ciudad. Desde entonces *Yellow Arrow* se ha expandido a más de 35 países y 380 ciudades del mundo.

Desde el punto de vista filosófico cada lugar es diferente y atractivo, partiendo de esta iniciativa cada lugar puede convertirse en un lugar atractivo turísticamente. Estos lugares pueden ser desconocidos y poco transitados como hasta lugares emblemáticos y de tal relevancia como el Empire State Building de Nueva York o el Reichstag en Berlín.

²⁹ Información obtenida de su página web: www.yellowarrow.net.



Figura 24. Imagen obtenida de Flickr donde se aprecias un Yellow Arrow.

Resumen según *Yellow Arrow*:

“Yellow Arrow es un proyecto global de arte público sobre las experiencias. Combinación *sticker*, teléfonos móviles y la comunidad internacional, Yellow Arrow transforma el paisaje urbano en un "mapa de profundidad" que expresa las historias personales y los secretos ocultos que viven dentro de nuestros espacios cotidianos”.³⁰

El funcionamiento de este proyecto consiste en que los participantes tienen que buscar un lugar idóneo para la colocación del *sticker* de *Yellow Arrow*. Éste tendrá que tener escrito un código y enviarse por *SMS* al número que aparece en la página web. En este código se pueden albergar desde fragmentos poéticos, breves historias personales, juegos, etc. Cuando otra persona se encuentre con un *sticker* de *Yellow Arrow* tendrá que enviar un *SMS* con el código que aparece inscrito en ese *sticker*, se le reenviara otro *SMS* donde se le mostrara que mensaje tiene incrustado ese *sticker*. La propia web www.yellowarrow.net da la posibilidad de ir registrando la localización de estos *sticker* mediante fotografías, y estas se colocarán en un mapa virtual para que todo el mundo pueda acceder a él y poder ver dónde está localizado.

³⁰ Introducción traducida del proyecto Yellow Arrow obtenida de la web: www.yellowarrow.net.

Este proyecto pionero fue puesto en marcha en 2004 y gracias a los cientos de colaboradores que ha habido por el mundo se ha podido generar un archivo de dominio público en *Flickr*, que se creó para que cualquier persona pudiera visualizar el proyecto y así poder crear una comunidad cada vez mas grande.

Dead Drops

El proyecto de *Dead Drops*³¹ tiene su comienzo en Octubre del 2010 por el artista berlinés Aram Barthall. Todo transcurre tras concederle una estancia como artista residente en el *EYEBEAN* de Nueva York.



Figura 25. Detalle de un *Dead Drops*.

³¹ Información obtenida de su página web: www.deaddrops.com.

Dead Drop se trata de una red anónima *offline* (fuera de línea) de intercambio de archivos, el intercambio se produce en la esfera pública. Este intercambio se debe gracias a un *USB*, que se colocará en una grieta o hueco de un edificio. Colocándose a una altura prudente del muro para que todo el mundo tenga una accesibilidad optima a la hora de la transferencia de datos. Cualquier persona interesada puede conectarse con su ordenador y copiar o grabar archivos desde el *USB*. Estos se colocan vacíos, excepto de un solo archivo denominado “léeme.txt”, en el que se podrá encontrar la página web para su descarga. Este archivo explica el funcionamiento del proyecto y los pasos a seguir para su buen funcionamiento.



Figura 26. Demostración de la conexión entre un ordenador y un *Dead Drops*.

En palabras de Aram Barthall:

“(…) Un *Dead Drop* debe ser de acceso público. Es decir, un *Dead Drop* instalado dentro de edificios cerrados o lugares privados cuyo acceso es limitado o temporal no es un *Dead Drop*. Un verdadero *Dead Drop* debe ser montado por el ordenador como un dispositivo de almacenamiento masivo editable y legible y sin ningún programa preinstalado. Los *Dead Drop* no necesitan ser sincronizados o conectados entre sí y es que cada *Dead Drop* es único. Un *Dead Drop* bien instalado sólo muestra el conector *USB* macho y empotrado con cemento en la pared. Te costará darte cuenta de que está ahí. Los *Dead Drop* no necesitan ningún cable o tecnología inalámbrica. Para compartir archivos *offline* sólo necesitas arrodillarte en el suelo o colocar una chaqueta sucia contra la pared. Un *Dead Drop* es una pieza desnuda de tecnología de bus universal en serie (en inglés, *USB*) de alimentación pasiva que se encuentra empotrada en la ciudad, el único espacio realmente público. En una época de crecimiento de la “nube” y de modernos y elegantes dispositivos sin acceso a los archivos locales necesitamos replantearnos la libertad y difusión de información ¡El movimiento *Dead Drop* es un camino para el cambio!
¡Libera tu información al dominio público en cemento!
Haz tu propio *Dead Drop* ahora y baja de la “nube” tus archivos hoy”.³²

³² Información obtenida de su página web: www.deaddrops.com.

3. Revolución colectiva Qr

El título de este proyecto, hace alusión como ya hemos dicho en el capítulo anterior a tres campos de investigación, que son el Arte urbano, Arte comunitario y el Arte digital. Tiene como vehículo conductor a los códigos Qr, realizado con *sticker* que se tendrá que colocar y que se tendrá que escanear para poder descifrar y conocer las frases, videos o música que sus vecinos en su barrio están colocando.

Explicaremos detenidamente el funcionamiento sobre cómo se puede participar y cómo navegar por la web. Sin dejarnos en segundo plano las estrategias y tácticas empleadas para la colocación de estos códigos Qr en la esfera pública y sus consecutivas difusiones.

Queremos aclarar que esta iniciativa no está previsto que acabe al finalizar el Trabajo Final de Máster, sino que irá evolucionando paulatinamente según vayan apareciendo otras necesidades o iniciativas, sin perder nunca de vista el objetivo principal del proyecto, que es la creación de un mapa conceptual de las emociones.

La estructura que utilizaremos para la explicación en este punto será la denominada estructura periodística o la de las cinco *W*, un concepto vinculado a la redacción y presentación de noticias, investigación científica o investigación policial. Con esta fórmula obtendremos la historia más completa y desglosada posible.

La estructura a seguir será la siguiente ¿Qué? ¿Quién? ¿Dónde? y ¿Cuándo?
¿Por qué?

3.1. ¿Qué es *Revolución colectiva Qr*?

Revolución colectiva Qr es un proyecto de arte colaborativo que fusiona el arte urbano y las nuevas tecnologías, invitando a las personas a crear y formar parte de un movimiento donde el objetivo es reinventar la esfera pública creando así un mapa *online* de las emociones. El objeto a colocar en el espacio urbano es un código Qr. La intención con esta acción es la creación de obras callejeras aparentemente iguales, pero irrepetibles en esencia. Todo esto ocurrirá mediante la participación de todas las personas que quieran contribuir.

Una de las razones de este proyecto es intentar cambiar el significado de “espacio público”, significado que se ha ido restringiéndose con leyes cada vez más duras con el paso del tiempo. Queremos participar en la reinvención del espacio público y devolver el arte a la calle, reivindicando estas acciones como medio de expresión y de interacción ciudadana. El arte no puede quedarse solo encerrado en los museos o en las galerías de arte, debe traspasar los muros de las instituciones y ocupar el espacio urbano.

El uso de las nuevas tecnologías, de Internet y de las herramientas digitales es fundamental para la creación y el buen funcionamiento de las experiencias que aparecerán en cada rincón de la ciudad con estos códigos. Planteándose así una reflexión sobre el lugar y el nosotros, y cómo nos comunicamos con los demás hoy día.

Revolución colectiva Qr es un experimento vivo y abierto que busca siempre la incorporación de nuevos soportes tecnológicos, nuevas ideas, nuevos puntos de vista de la realidad y la libertad total del individuo. Todo aquello que haga evolucionar esta idea hacia una mayor universalidad, donde todo el mundo se pueda ver reflejado libremente sin ningún tipo de coacción.

3.2. ¿Quién inicio y realiza *Revolución colectiva Qr*?

Los inicios de *Revolución colectiva Qr* son una cadena de consecuencias que se producen tras la matriculación en algunas asignaturas impartidas en el Máster Oficial de Producción Artística impartido por la Universitat Politècnica de València. Para poder llegar a entender la evolución de este proyecto deberemos realizar un *flash-back* hacia unos años atrás. Más concretamente tendremos que retroceder hasta el año 2010.

Cursando aún la licenciatura de Bellas Artes en la Universitat Politècnica de València se me otorga una beca Erasmus en Atenas (Grecia), durante un periodo de un año. Durante ese periodo 2010-2011 la vida en Atenas no era fácil, la situación en el país heleno no estaba pasando por muy buenos momentos. La crisis había comenzado unos años atrás y los efectos de las medidas otorgadas por el gobierno estaban surtiendo efecto en una sociedad cada vez más sometida y deprimida y, esta tensión era cada vez más palpable en el ambiente. Esto se traducía en revueltas estudiantiles, grandes huelgas generales y los estragos, porque no decirlo, que las drogas estaban creando en una sociedad que cada vez estaba más deprimida.

Era sorprendente todo el movimiento social que se podía ver en las calles, con una fuerza, un ímpetu y muchas ganas de cambiar todas aquellas situaciones. Todo esto, como ya he mencionado anteriormente, era tan palpable que en ocasiones me trasladaba a una época que había escuchado mil veces a mis abuelos, padres o incluso en la escuela. Una situación muy parecida a esa época vivida en España de finales de la década de los 70 tras la muerte del dictador Franco. Una época de transición donde una población que había vivido sometida durante cuarenta años veía por fin el poder iniciar una nueva senda. Un inicio que ilusionaba y daba poder a que el cambio era posible. Todas estas similitudes con el caso de España que ya digo yo no viví pero que he oído tantas veces, creaba unos grandes parentescos que en ocasiones te podías llegar a sentir un griego más.

Todo la situación social griega se manifestaba en una ciudad inundada de propaganda política que gritaba sus reivindicaciones a los cuatro vientos, grafitis en cualquier sitio y lugar, pero una de las cosas que más me llegó a impactar era la presencia continua de cuerpos policiales fuertemente armados que inundaban casi todas las esquinas de la ciudad las 24 horas.

Pero a la vez la ciudad seguía manteniendo su vida cotidiana, conviviendo con los fuertes disturbios que se estaban produciendo. Esta situación, el hecho de que en una misma ciudad se estuvieran dando diversos tipos de acontecimientos, fue la base que generó la construcción y el nacimiento de lo que posteriormente comenzaría a realizar. Como casi todo, y esto no iba a ser menos, surge de un cúmulo de casualidades, un seudónimo, *transcend*, que simboliza el comienzo del proyecto.

Si tradujéramos literalmente el seudónimo *transcend* al español sería “trascender”, según el diccionario de la Real Academia de la Lengua Española hay siete definiciones diferentes que pueden definir esta palabra:

Trascender (De transcender)

1. intr. Exhalar olor tan vivo y subido, que penetra y se extiende a gran distancia.
2. intr. Dicho de algo que estaba oculto: Empezar a ser conocido o sabido.
3. intr. Dicho de los efectos de algunas cosas: Extenderse o comunicarse a otras, produciendo consecuencias.
4. intr. Estar o ir más allá de algo.
5. intr. *Fil.* Dicho de una noción que no es género: Aplicarse a todo, como acontece con las de unidad y ser.
6. intr. *Fil.* En el sistema kantiano, traspasar los límites de la experiencia posible.
7. tr. p. us. Penetrar, comprender, averiguar algo que está oculto.

De las distas acepciones que la RAE nos ofrece únicamente la primera es la que menos relación tienen con los conceptos que el uso del seudónimo *transcend*, contiene. *transcend* es algo que está oculto, que puede comenzar a ser conocido, que produce efecto, que se extiende, que va más allá, que penetra, y que nos permite, mediante el código Qr, averiguar algo que está oculto.

Obtenido ya el objeto a colocar, los *sticker* que representaban un código Qr, y el seudónimo que complementaba y definía la acción, comencé a colocarlos por distintos lugares de Atenas. Desde Grecia tuve la posibilidad de viajar a otras zonas cercanas, como a Turquía, Bulgaria, Rumania, Serbia, Montenegro, Croacia, Bosnia y Herzegovina y Macedonia, en donde también realicé intervenciones.

Mis intervenciones al inicio de los viajes eran mínimas, pero eso no importaba porque mi objetivo era más aprender otras maneras de abordar esas situaciones.



Figura 27. Intervención en una papelería de Estambul, 2011..

Tras terminar la estancia en Atenas volví a Valencia para terminar la carrera. Las pocas asignaturas que me quedaban para completar los créditos de la licenciatura me dio la posibilidad para seguir construyendo el proyecto que había comenzado en Atenas. A su vez, en las asignaturas que curse ese último año pude seguir trabajando la idea *transcend*. Y como consecuencia ir interviniendo más sistemáticamente en el espacio público.

Superada ya la carrera me embarqué en la ampliación de mis estudios matriculándome en el Máster Oficial en Producción Artística. Sirviéndome éste para unificar y darle más sentido a un proyecto que aún tenía algunas carencias conceptuales. La evolución de este proyecto es *Revolución colectiva Qr*. Se fue generando a partir de un conjunto de asignaturas que se pudieron complementar y aportar todo lo necesario para construir y consolidar las bases de lo que es hoy día *Revolución colectiva Qr*.

Si bien en Atenas el trabajo realizado era una propuesta totalmente individualista, mediante una serie de acciones realizadas durante un periodo de tiempo el proyecto cambia de rumbo y se va convirtiendo poco a poco en un proyecto colaborativo. Proyecto que sin esa condición colaborativa sería otro proyecto misántropo más realizado por un artista que lo único que busca es el bien individual en detrimento del bien común.

Este cambio de posicionamiento, utilizando la terminología que encontramos en el texto, anteriormente citado, de Paloma Blanco³³ me coloca en la categoría de artista analista abandonando la de artista informador. El cambio implícito en el rol de artista que asumo después de esta experiencia es fundamental para el proyecto, porque paso de una forma privada a una forma pública.

El artista analista comienza con el análisis de la situación social a través de la práctica del arte, crea una serie de habilidades asociadas al ámbito de la ciencia social, del periodismo de investigación o de la filosofía más que del mundo del arte. Sitúa al artista en una posición de colaboración muy diversa intelectualmente, no valorando tanto la apariencia estética y formal y potenciando el significado teórico.

El texto nos muestra las estrategias que tendremos que seguir para llegar al tipo de público que más nos convenga para el desarrollo del proyecto. En primer lugar nos tendremos que situar en el papel que llevaremos nosotros a cabo en este tipo de práctica, mostrando a su vez el papel que el público

³³ Blanco, Paloma, Op. Cit.

también desempeñara. Definiendo claramente los distintos tipos de implicación que puede llegar a desarrollar cada parte. Creando así un esquema que nos presente las posiciones que puede haber. Estas funciones nos permiten investigar con más delicadeza las estrategias estéticas a elegir.

Comenzaremos ahora a definir más profundamente qué opciones hay y en qué lugar se encuentra el artista para la realización de este proyecto. Como ya he mencionado anteriormente comencé el proyecto como artista informador, pero las perspectivas del inicio no son las que hoy día se requieren.

El esquema, que nos encontramos en el texto, está dividido en dos grupos, “Privado” y “Público” que, a su vez, se subdividen en dos puntos más cada uno, dentro del primero sería “Artista experimentado y Artista informador” mientras que el segundo grupos sería “Artista analista y Artista activista”.

PRIVADO	PÚBLICO
Artista experimentador Artista informador	Artista analista Artista activista

Analizado ya el lugar donde me situó y definido ya claramente el rol de éste, pasaremos ahora a añadir otra categoría que será la del público.

No hay una sola tipología de público. Siguiendo el criterio de la artista Suzanne Lacy³⁴, el público ocupa distintas esferas que ella concreta en una serie de círculos concéntricos que irán posicionando, en cada uno de ellos, un tipo de categoría de público, permitiendo así un continuo desplazamiento de una esfera a otra, con el objetivo de no intentar jerarquizar la propuesta.

Permitiendo así que el público se pueda pasar de un círculo a otro libremente, creando así un público más dinámico con la obra y que no sea un público estático que solo se queda en un círculo.

³⁴ Lacy, Suzanne, “Bebated Territory; Toward a Critical Language for Public Art”, en *Mapping The Terrain*, New Cente Public Art, 1995.

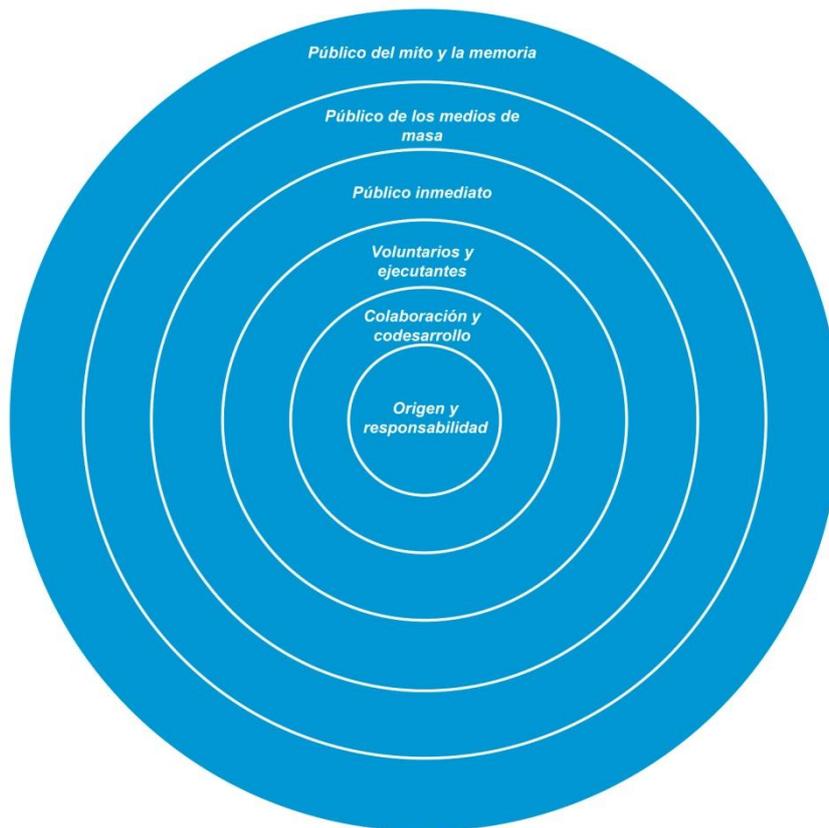


Figura 28. Tipos de público según Suzanne Lacy.

Estudiadas ya las características y la interacción que tiene cada círculo con la obra, destacaremos tres círculos que son los que mejor se adecuan al proyecto realizado en este Trabajo Final de Máster.

1. Colaboración y desarrollo.
2. Público inmediato.
3. Público de los medios de masa.

En el círculo “colaboración y desarrollo” encontramos a un público que partiendo del centro (círculo de Origen y responsabilidad), incluye a los colaboradores en la obra. Personas que han invertido su tiempo, identidad y energía en participar en el desarrollo de la obra. Sin esta colaboración la obra no podría ir más allá. Por otro lado la pérdida de un miembro no tendría implicación en la finalidad de la obra, no alterando dramáticamente su carácter esencial.

En el círculo “público inmediato” encontraremos un público que tiene una experiencia directa con la obra. Tradicionalmente éste será el nivel llamado “el público”. Son personas que asisten expresamente al lugar donde se realizaran una *performance*, instalación o arte público. En ocasiones el público que acude a una inauguración o presentación de una obra está más comprometido con la finalidad del proyecto que quienes visitan un museo. Todo esto es debido a unas características completamente abiertas que da la obra basándose en la comunicación que aporta.

Por último en el círculo “público de los medios de masa” encontramos a un público se sitúa más allá de la típica exposición interactiva de arte público. Este círculo incluye gente que lee, busca e investiga la obra a través de periódicos, televisión, Internet o acude a exposiciones documentales donde encontrará más información. Contribuyendo así a la expansión del alcance de la obra y formando parte más o menos de la construcción de ella.

Estudiadas las distintas formas de público y sus características, un elemento fundamental a tener en cuenta a la hora de este posicionamiento ha sido la construcción de ese público que puede fluir y ser flexible a la hora de desplazarse entre los tres círculos. Por lo consiguiente una persona de la calle que haya observado un código Qr y se sienta inspirada podrá acudir a la Web de *transcend* y así poder demandar su propio “objetos *transcend*”. Contribuyendo, de esta manera, al desarrollo del mapa conceptual de las emociones.

3.3. ¿Dónde comenzó *Revolución colectiva Qr*?

Revolución colectiva Qr tiene como origen durante el año 2012, tras matricularme en el Máster Oficial en Producción Artística, máster que imparte la Universitat Politècnica de València.

En este máster se ha elegido la especialidad de Arte público. Esta elección me ha proporcionado las herramientas suficientes para la construcción de lo que será el proyecto *Revolución colectiva Qr*. El proyecto que se presenta en este trabajo surge de dos de las asignaturas impartidas durante el curso: Tácticas y Vinculaciones en la Esfera Pública y Globalización y Multiculturalismo. Con esto no quiero decir que las demás asignaturas no me hayan aportado lo suficiente en la realización y consolidación del proyecto que estoy realizando, sino que esa influencia no ha sido tan directa como las dos asignaturas enunciadas de anteriormente.

Estas dos asignaturas se impartieron durante el primer semestre del máster. Gracias a esto he podido desarrollar el proyecto durante el segundo semestre, mientras lo enriquecía con las aportaciones de las otras asignaturas que estaba cursando.

La asignatura Tácticas y Vinculaciones en la Esfera Pública me aportó las herramientas conceptuales y de acción sobre cómo intervenir en la esfera pública, con lecturas de autores que habían desarrollado teorías y acciones relacionadas con proyectos realizados en el entorno urbano, aportando metodologías sobre cómo analizar de antemano los objetivos a intervenir y un posterior análisis exhaustivo de la intervención realizada. Además se pueden ver las diferencias que cada intervención debe conllevar con respecto a sus planteamientos tácticos, llegando a la conclusión de que cada espacio es diferente y no puede ser tratado por igual.

La asignatura Globalización y Multiculturalismos, que se imparte en la especialidad de Pensamiento Contemporáneo y Cultura Visual, me aportó las herramientas suficientes para poder abordar proyectos donde intervienen las

nuevas tecnologías y la Web 2.0. Permiéndome así crear proyectos de carácter colaborativo donde la acción real y la virtual confluyan en una. Creando así un proyecto colaborativo en una era donde la globalización social está en auge.

La unificación de estas dos asignaturas, más el trabajo que estaba realizando con anterioridad sobre los códigos Qr con *transcend*, me hizo darme cuenta que tenía que unificar estas tres vías, naciendo así el proyecto de *Revolución colectiva Qr*.

3.4. ¿Cuándo comenzó *Revolución colectiva Qr*?

El comienzo de este, proyecto, el “¿cuándo?” no está vinculado a una inspiración repentina, y nada tiene que ver con las narraciones que hemos podido leer sobre cómo generan las ocurrencias otros artistas. No surge de repente, no es fruto de un arrebató como hemos visto en muchas ocasiones. Sino que comienza con un cúmulo de consecuencias tanto lectivas como vivenciales, que hacen que todo esto desemboque en lo que hoy día conocemos como *Revolución colectiva Qr*.

Por lo tanto no podemos decir que el nacimiento del proyecto tiene un día cero y una hora específica. Puede darse el caso que subconscientemente ya supiera de antemano la preexistencia del proyecto o de un esbozo muy parecido, pero será el tiempo y el aprendizaje durante el curso en el máster cuando se va desvelando y construyendo poco a poco el proyecto.

Es cierto que lo descrito en la pregunta que encabezaba el apartado anterior, sí hemos podido ser más precisos a la hora de especificar su origen, pero será en esta pregunta donde seremos más ambiguos a la hora de especificar el momento exacto de su nacimiento. Pudo ser tras el descubrimiento de los textos de Paloma Blanco³⁵, o el texto del Manual Guerrilla de la comunicación³⁶. También pudo ser tras conocer movimientos artísticos donde los proyectos colaborativos, tales como, *Yellow Arrow*, *Dead Drops* o *Wallpeople*, intentan crear una comunidad. O tras conocer más profundamente el planteamiento de algunos artistas urbanos como Invaders, Shepard Fairey, Raspouteam, etc. Es por eso que esta pregunta no se puede contestar acotando un momento concreto. Y es así en muchos proyectos que se sitúan en el espacio público y que incluyen tácticas de colaboración para realizarlos.

³⁵ Blanco, Paloma, Op. Cit.

³⁶ Blisset, Luther y Brünzels, Sonja, *Manual de la Guerrilla de la comunicación*, Barcelona, Virus, 2000.

3.5. ¿Por qué *Revolución colectiva Qr*?

Revolución colectiva Qr surge, como hemos explicado anteriormente como un paso más en mis trabajos desde *transcend*. Es una evolución de del trabajo anterior, que ha podido darse, entre otras cuestiones, después de analizar los tres movimientos ya descritos anteriormente, y que pudo concretar gracias a la utilización de los códigos Qr.

Utilizar los códigos Qr y no la habitual pintada escrita en la pared nos abre un mundo de infinitas posibilidades. El poder codificar y exponer en un código mensajes más complejos y largos, videos, música y todo lo que estuviera en Internet nos abre un gran abanico de posibilidades que de la manera convencional sería casi imposible plasmar.

Con esta forma de intervención en la esfera pública se busca también que el usuario participe, pues la única manera de que el mensaje salga a la luz es que el observador escanee el *sticker* y así pueda descifrar la información que contiene codificado el código Qr.

En un momento de la historia donde cada vez hay más pantalla y una creciente dependencia de una tecnología que está cambiando nuestra forma de vida es necesario dar una vuelta de tuerca al movimiento del arte urbano. Todo esto es gracias a la aparición y contribución de las nuevas tecnologías, que nos hacen estar conectados continuamente con otra realidad por medio de Internet.

3.6. Web y acción en el espacio público

En este punto describiremos cómo es la disposición de la web a la hora de navegar en ella, el manifiesto que contiene, cómo participar, los mapas, los objetos *transcend*, etc. También expondremos una guía donde mostraremos cómo debemos actuar a la hora de la colocación de un *sticker* en la ciudad.

3.6.1. Manifiesto *transcend*

En el manifiesto se puede encontrar una expresión reivindicativa que simboliza la voluntad del estilo *transcend*. La propuesta que aparece en el manifiesto son los objetivos que se pretenden alcanzar. Son una selección de pautas que se tienen que realizar para poder llegar al objetivo final, que es llegar a crear colectivamente un mapa conceptual de las emociones.

Para la realización del manifiesto *transcend* tuve que leer y estudiar como otros artistas habían realizado manifiestos³⁷ e incluso manifiestos que no eran artísticos. Tras leer varios de ellos llegué a la conclusión de que casi todos seguían una estructura parecida, dándome pie a poder estructurarlo y analizarlo con más detenimiento.

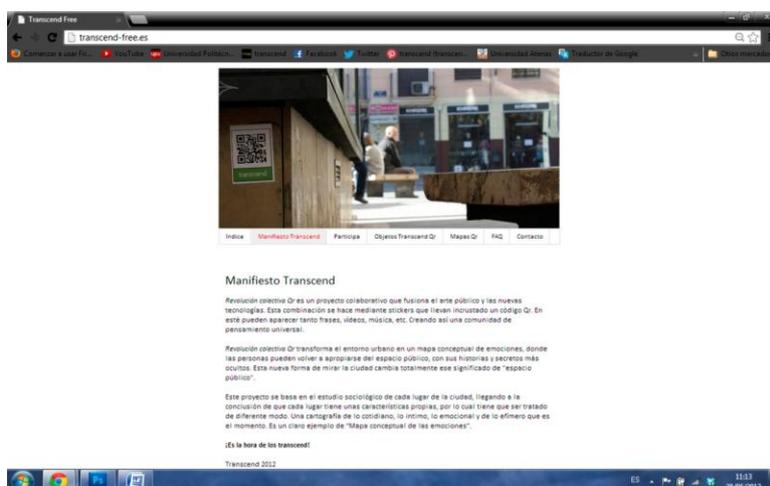


Figura 29. Página de la web donde aparece el Manifiesto.

³⁷Manifiesto Comunista, Situacionista, Dadaista, Futurista, Yellow Arrow, Dead drop, Stencil (de Blek le Rat) y Obey Giant (de Shepard Fairey).

A continuación presento el manifiesto *Revolución colectiva Qr*.

Revolución colectiva Qr es un proyecto colaborativo que fusiona el arte público y las nuevas tecnologías. Esta combinación se hace mediante stickers que llevan incrustado un código Qr. En éste pueden aparecer tanto frases, vídeos, música, etc. Creando así una comunidad de pensamiento universal.

Revolución colectiva Qr transforma el entorno urbano en un mapa conceptual de emociones, donde las personas pueden volver a apropiarse del espacio público, con sus historias y secretos más ocultos. Esta nueva forma de mirar la ciudad cambia totalmente ese significado de "espacio público".

Este proyecto se basa en el estudio sociológico de cada lugar de la ciudad, llegando a la conclusión de que cada lugar tiene unas características propias, por lo cual tiene que ser tratado de diferente modo. Una cartografía de lo cotidiano, lo íntimo, lo emocional y de lo efímero que es el momento. Es un claro ejemplo de "Mapa conceptual de las emociones".

¡Es la hora de los transcend!

Transcend 2012³⁸

³⁸ Este Manifiesto lo podréis encontrar en la web: transcend-free.es.

3.6.2. Pasos que hay que realizar para colaborar

Para poder participar y así unirse en el desarrollo de un mapa conceptual de las emociones habrá que entrar en la página web de *Revolución colectiva Qr*.

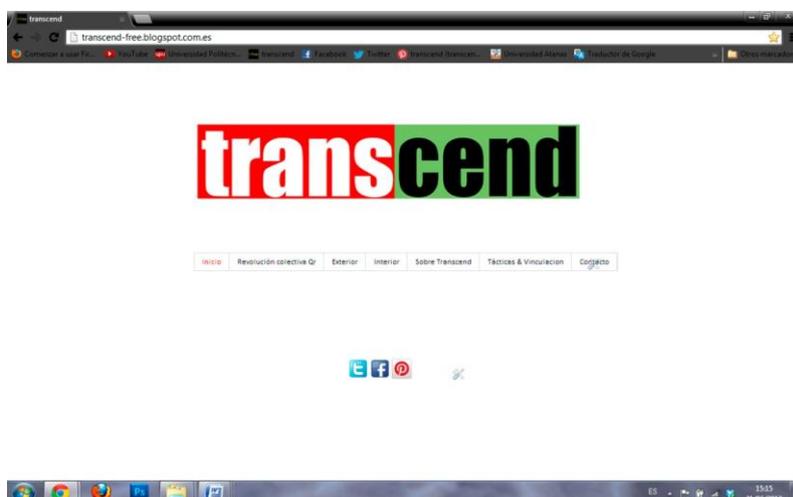


Figura 30. Página principal de la web.

Situado ya en la página web se tendrá que seleccionar la sección *Revolución colectiva Qr*. Una vez estemos ya en la sección donde se desarrolla el proyecto, hay que dirigirse a la sección “Participa”, donde aparecerán paso a paso las gestiones que se tendrán que ir gestionando para participar. En el apartado se explica y especifica que el proyecto está abierto a cualquier participante. Cualquiera es libre de diseñar su frase, canción o video que más desee y compartirla en su barrio, facultad, lugar de trabajo, etc.

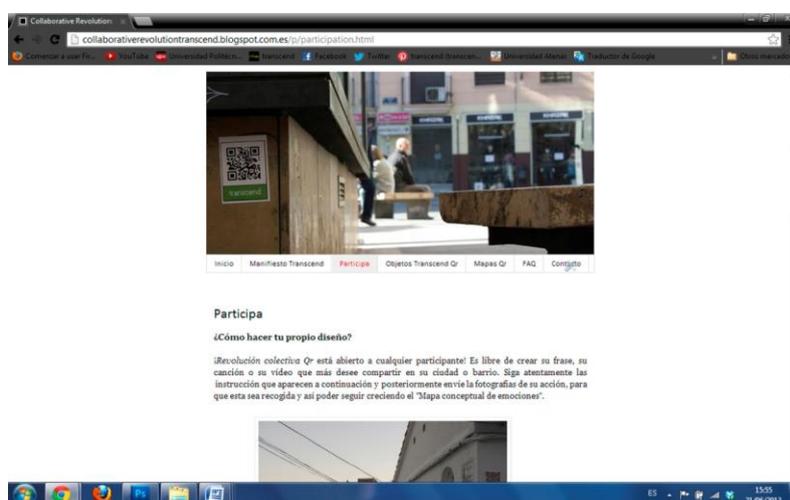


Figura 31. Página de la web del apartado “Participar”

Las instrucciones para poder realizar el proyecto son las siguientes:

1. Lea atentamente el manifiesto *transcend*.
2. Piense en la frase, canción o vídeo que quiera mostrar en la esfera pública.
3. Rellene la solicitud con sus datos personales.
 - Nombre completo.
 - Calle/Avenida.
 - Población.
 - Código postal
 - País.
4. Las vías para enviar la solicitud con sus datos son las siguientes:
 - Revolución colectiva Qr
 - Facebook
 - Twitter
5. Tras recibir la petición de frase, canción o video se le devolverá esta en forma de *sticker*.
6. Dependiendo de la sección que haya elegido se le devolverá un diseño de *sticker* u otro.
7. Recibirá cuatro *sticker* con unas medidas de 10,5 x 15 cm.
8. No necesitara ningún otro tipo de material adicional, pues los *sticker* ya traen una parte encolada, siendo así más fácil y rápido de colocar en el lugar seleccionado de la esfera pública.
9. Tras la colocación de los *sticker* deberá registrar el lugar con tres buenas fotografías. No podrán superar un tamaño máximo de 2 Mb cada una. Las imágenes tienen que ser las siguientes:
 - Vista general del lugar ¿Qué aspecto tiene la zona?
 - Plano medio del *sticker*.
 - ¡Primer plano! ¡Queremos ver tú *sticker*!

10. Realizada ya la acción en la esfera pública nos enviaras la ubicación de tu *sticker* y las fotografías al mismo correo del inicio. Esta información será almacenada y no será utilizada por ningún concepto para terceras acciones.

11. Con toda esta información iremos creando una comunidad y así la gente podrá ver en el mapa de las emociones si en su barrio o ciudad hay algún *sticker* de “revolución colectiva Qr”.

3.6.3. Objetos transcend

En el apartado de “Objetos *transcend*” lo que se ha pretendido es mostrar los cuatro canales de comunicación que existen en la web. Centrándonos más en los canales masivos y dejando a un lado los canales más personales, como pueden ser el de voz a voz. Los canales masivos pueden ser el escrito, el radial, el televisivo y el informático. El canal informático será el canal que englobe y compacte los tres canales restantes gracias al código Qr.

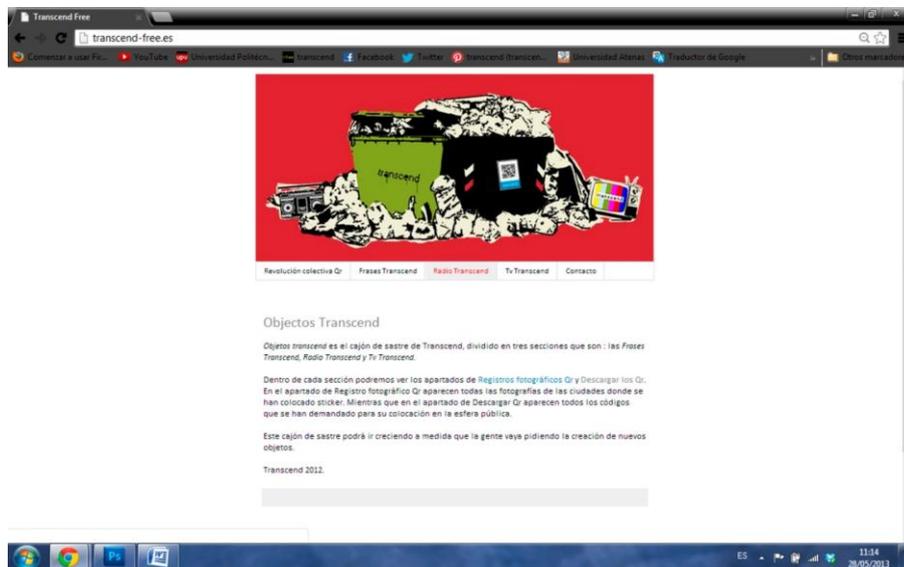


Figura 32. Página de la web donde aparecen los Objetos Transcend.

Lo que se puede encontrar en esta sección será lo siguiente:

-Objetos transcend es el cajón de sastre de *transcend*, dividido en tres secciones: las Frases Qr, Radio Qr y Tv Qr.

-Dentro de cada sección podremos ver los apartados de Registros fotográficos Qr y Descargar los Qr. En el apartado de Registro fotográfico Qr aparecen todas las fotografías de las ciudades donde se han colocado *sticker*. Mientras que en el apartado de Descargar Qr aparecen todos los códigos que se han demandado para su colocación en la esfera pública.

-Este cajón de sastre podrá ir creciendo a medida que la gente vaya pidiendo la creación de nuevos objetos.

Frases

Las frases a utilizar podrán ser tan largas como se desee, pero recomendamos que no sean superiores a 300 caracteres. El motivo de esta recomendación que hacemos es para optimizar el mayor rendimiento de los *smartphone* más antiguos. Manteniendo el mensaje con estos parámetros de 300 caracteres obtenemos una menor complejidad del código Qr, traduciéndose esto en una lectura más positiva a la hora de su escaneo.

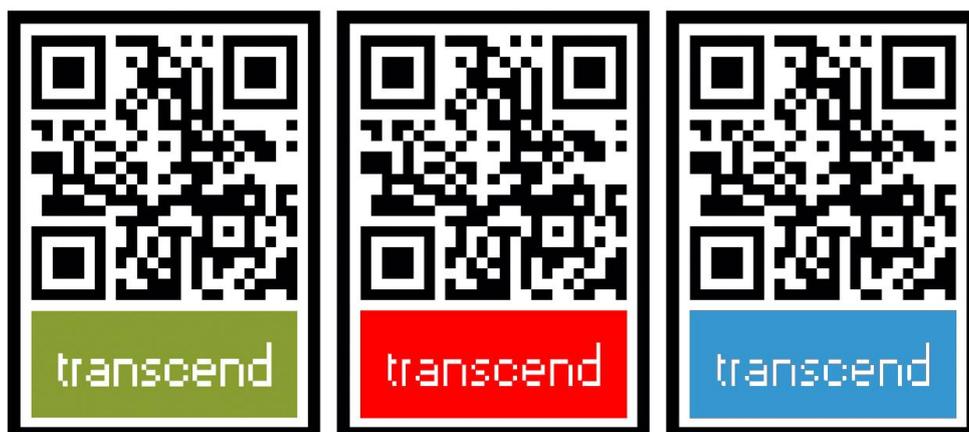


Figura 33. Ejemplos de los diferentes formatos de sticker sobre las frases.

Como podemos apreciar en la imagen el código es el mismo, cambiando solo el color que está en la parte inferior. Con esto queremos mostrar al observador que lo que se encontrará tras escanearlo serán cosas distintas. Si alguien se encuentra un *sticker* de color verde deberá saber que lo que se ha encontrado es información expuesta por *transcend*. Mientras si se encuentra una de color rojo será una información y una colocación de una persona anónima. Por último decir que si se encuentra uno azul debe saber que la información colocada en el *sticker* le reconducirá a un sitio web, y que ésta también ha sido pegada por una persona anónima.

Radio Qr

Si se encuentra una radio Qr pegada en cualquier parte de la ciudad debemos saber que en ese *sticker* se encontrará un código Qr que contiene música, tanto de plataformas como *You Tube, My space, etc.* En este *sticker* no habrá una diferenciación aparente del origen de la persona que lo ha colocado.



Figura 34. Ejemplo de cómo será el sticker de Radio Qr.

Tv Qr

Por otra parte si se encuentra el televisor deberá saber que lo que se puede encontrar puede ser cualquier video, película, serie, etc. de cualquier plataforma que haya en Internet como por ejemplo *You Tube*, *Vimeo*, etc. Al igual que en la Radio Qr este diseño no hay nada aparentemente diferente entre unos y otros, lo único que lo diferenciara es el código Qr.

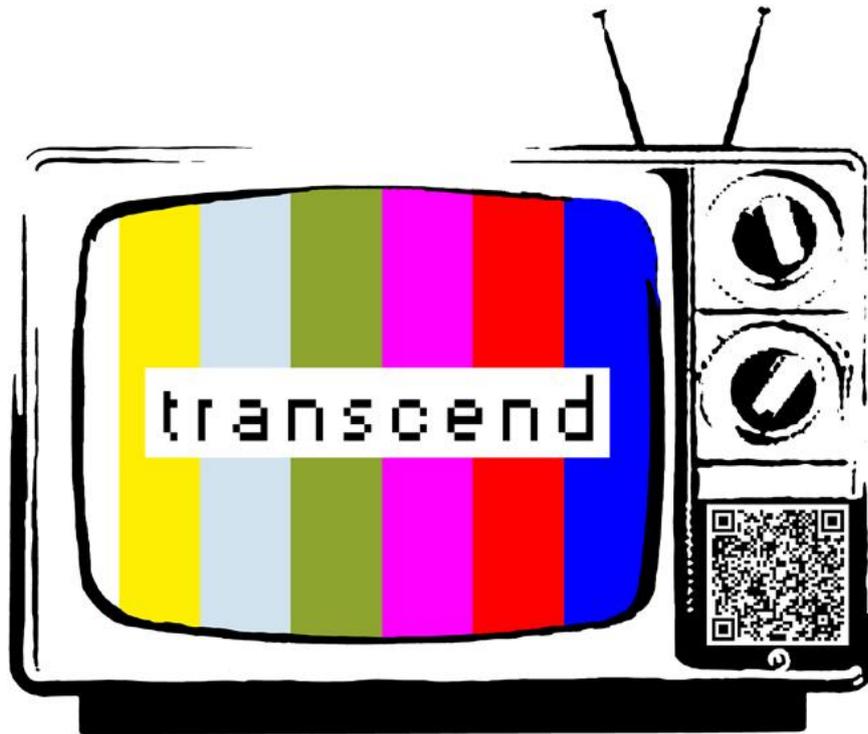


Figura 35. Ejemplo de cómo será el sticker de Tv Qr.

3.6.4. Como colocar un *sticker* en la esfera pública

Pasos que se recomienda tras haber recibido los sticker de *Revolución colectiva Qr*:

1. Hemos recibido los *sticker* y comprobamos que la lectura del código Qr funciona perfectamente.



Figura 36. Demostración de cómo se tiene que escanear un código.

2. Cerciorado ya su perfecto funcionamiento nos dirigiremos al lugar seleccionado con anterioridad y que queremos relacionar con *Revolución colectiva Qr*.



Figura 37. Dirección hacia el lugar donde pegaremos el *sticker*.

3. Situado ya en el lugar seleccionado nos dispondremos a desprendernos de la parte posterior y liberar la parte adhesiva.



Figura 38. Demostración de cómo desprendes la parte de atrás.

4. Desprendida ya la parte posterior del *sticker* nos dispondremos a su colocación. A continuación mostraremos ejemplo de lugares y sitios donde poder colocar el *sticker*. También puedes colocarlo a una altura óptima donde sea fácil su escaneo y a la vez complique a las personas encargadas de la limpieza de la ciudad su afán de eliminar los stickers. Esta altura será entre el suelo y la máxima que nos den con los brazos extendidos hacia arriba. Colocada perfectamente nos cerciorándonos que no contiene ninguna burbuja de aire en su interior.



Figura 39. Ejemplos de lugares donde colocar el *sticker*.

- Nos colocaremos en posición de realizar tres fotografías del lugar. La primera será un plano general de la zona, la segunda un plano medio y la tercera un plano detalle del *sticker*.



Figura 40. Ejemplos de puntos de vista a la hora de captar el *sticker*.

- Finalizada ya las fotografías de los lugares seleccionados nos dispondremos ahora a enviar esa información al mismo correo donde pedimos los *sticker*. Pasado unos días estos estiques aparecerán en el mapa.

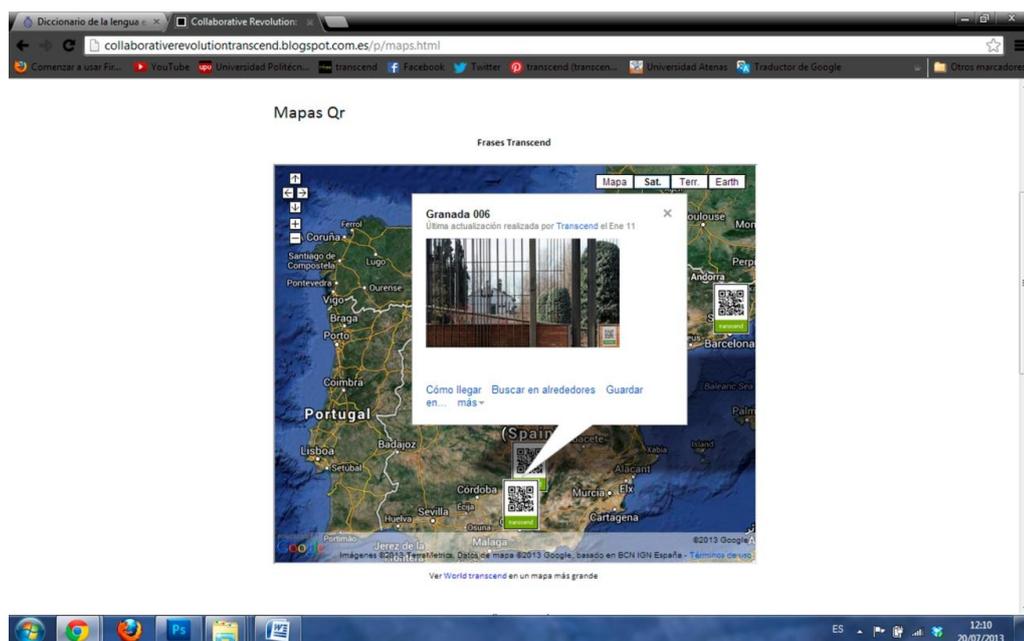


Figura 41. Situación de las imágenes enviada y colocada en el mapa.

3.6.5. Ejemplos de *sticker* y mapas

A continuación mostraremos el perfil de las personas que están haciendo uso del mapa *online* de las emociones.

Pondremos varios ejemplos de diferentes *sticker* que nos han ido demandado.

-Por ejemplo en la primera imagen podemos ver el *sticker* que le hicimos al proyecto Aula-R, proyecto que también se ha desarrollado en la Universitat Politècnica de València. Este *sticker* nos reconducirá a la web de Aula-R, donde encontraremos toda la información del proyecto.



Figura 42. Ejemplo de *sticker* realizado al proyecto Aula-R.

La segunda propuesta que nos hicieron fue para la artista Katrina, en ella nos demandaba una frase. Esta pegatina fue colocada en el espacio que pudo disponer ella en el festival de PAM!, festival realizado por la Universitat Politècnica de València.



Figura 43. Ejemplo de *sticker* realizado para Katrina.

Por último pondremos como ejemplo a la cantante Raquel Lamas, ellas nos demando en esta ocasión el tres *sticker* de Radio Qr, en el código albergara la música que ella mismo ha realizado.



Figura 44. En este ejemplo podemos encontrar la canción Cartografía.



Figura 45. En este ejemplo podemos encontrar la canción Aprendiz de volcán.



Figura 46. En este ejemplo podemos encontrar la canción Alas blancas.

Estos son algunos de los ejemplos que contienen el mapa *online* emocional. Esta iniciativa no solo se queda en la espera de la demanda de los ciudadanos, sino que *transcend* seguirá colocando sus propios *sticker* con sus inquietudes, pensamientos, reflexiones, etc allá por donde vaya. Para que su mapa transforme y sea transformado con el tiempo. Con este proyecto, Revolución colectiva Qr seguimos trabajando para que pueda llegar al mayor número posible de personas y así ir creando una comunidad.

Mapas

Podemos ver a continuación los resultados que nos está llevando el proyecto *Revolución colectiva Qr*. En los mapas que a continuación podremos apreciar, veremos los países donde han sido colocados los *stickers*, tanto de las frases, videos y música.



Figura 47. Mapa específico de las Frases Qr.



Figura 48. Mapa específico de Radios QR.

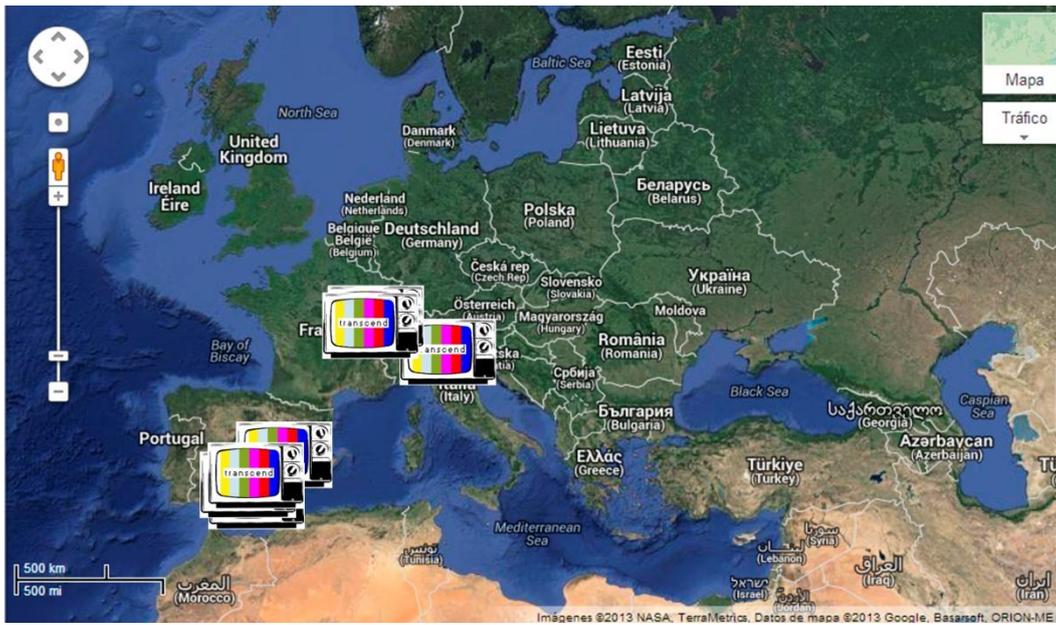


Figura 49. Mapa específico de Tv Qr.

3.7. Estrategias utilizadas para su difusión

La estrategia seleccionada para la difusión de *Revolución colectiva Qr* en una gran medida las hemos sustraído de las tácticas que aparecen en el libro *Manual de Guerrilla de la comunicación*, citado anteriormente. De él hemos extraído conceptos que se fusionan entre el arte y la política. Intentando determinar la visibilidad y transformación de los distintos problemas sociopolíticos. Suscitando así preguntas, debates, reflexiones y solo así poder cuestionar el poder, creando fisuras en las estructuras establecidas. Se intervendrá con lo cotidiano mediante las vías del espacio público o red virtual.

“La guerrilla de la comunicación quiere socavar la normalidad y la pretendida naturalidad del orden imperante (...). Su proyecto es la crítica de la no cuestionabilidad de lo existente. Dicha subversividad pretende transformar los discursos cerrados en situaciones abiertas, cuestionando la normalidad mediante un inesperado factor de confusión. Cada acción mirada por sí misma constituye sólo una forma momentánea y aislada de transgresión. Pero a medida en que los grupos políticos van abriendo espacios en vez de cerrarlos o fijarlos, se crean posibilidades para visiones y pequeñas anticipaciones de una alternativa a la sociedad actual.”³⁹

Gracias a este texto hemos obtenido una serie de tácticas clave, diferentes para cada situación que a su vez se resolverá, también de forma distinta. Fundamentalmente nos apropiamos de los códigos publicitarios y a la misma vez podemos alterar los mensajes que la publicidad incluye.

Según el grupo A.F.R.I.K.A “la mejor subversión es la de alterar los códigos, en vez de destruirlos.”⁴⁰ Solo desarticulando esas reglas preestablecidas mediante el arte se podrá llegar a tambalear la hegemonía del sistema.

Otra de las tácticas escogidas para la difusión del proyecto la hemos obtenido del uso de algunos recursos que se utilizaban en las Primeras Vanguardias Artísticas como el Dadaísmo y el Surrealismo, continuando posteriormente esa

³⁹ Blisset, Luther y Brünzels, Sonja, Op Cit., p. 7

⁴⁰ Ibidem, p. 13

misma línea la Internacional Situacionista, como por ejemplo los mapas situacionales.

Expuestas ya una serie de tácticas que en sí mismas en ocasiones pueden ser tratadas incluso como estrategias individuales, la estrategia principal, y que englobaría todas las demás, es otorgar a la población de herramientas artísticas suficientes para que expresen y expongan sus preguntas, discursos o secretos más íntimos, sin ningún tipo de censura.

3.8. Estadísticas

Con el objetivo de demostrar el crecimiento y la popularización de las nuevas tecnologías y el uso del código Qr, vamos a presentar a continuación una serie de estadísticas obtenidas del Instituto Nacional de Estadísticas, Our Mobile Planet: España (Google), Instituto de Tecnologías Educativas, etc.⁴¹

Dispositivos móviles:

Se han convertido en una de las principales vías de interacción más utilizados por los jóvenes, con la característica que cada vez son más jóvenes la accesibilidad que tiene a un *Smartphone*. Esto hace que cambie totalmente nuestra percepción de la informática móvil, todo esto es gracias al espectacular desarrollo de las aplicaciones que se pueden integrar al *Smartphone*. Creando así innumerables posibilidades a los usuarios con estas aplicaciones, como las redes sociales, periódicos, videos, música, etc. todos estos recurso caben en una palma de la mano.

Durante el primer trimestre del 2011 el 33% de los encuestados tenía un *Smartphone*, un año después en el 2012 y en el mismo trimestre ya eran del 44%, con una subida del 11% en un solo año España se sitúa en el mismo porcentaje que Estados Unidos y parecido al que se rige en Nueva Zelanda, Dinamarca, Irlanda, Países Bajos y Suiza. Convirtiéndose así en un elemento indispensable para la vida cotidiana del usuario, el 59% de los usuarios ha

⁴¹ Referencia online obtenidas del Instituto Nacional de Estadística y de Ipsos OTX Media CT.

usado el *Smartphone* cada día en los últimos siete días. Declarando que el 68% siempre lo lleva encima, no lo apaga y no sale de casa sin él.

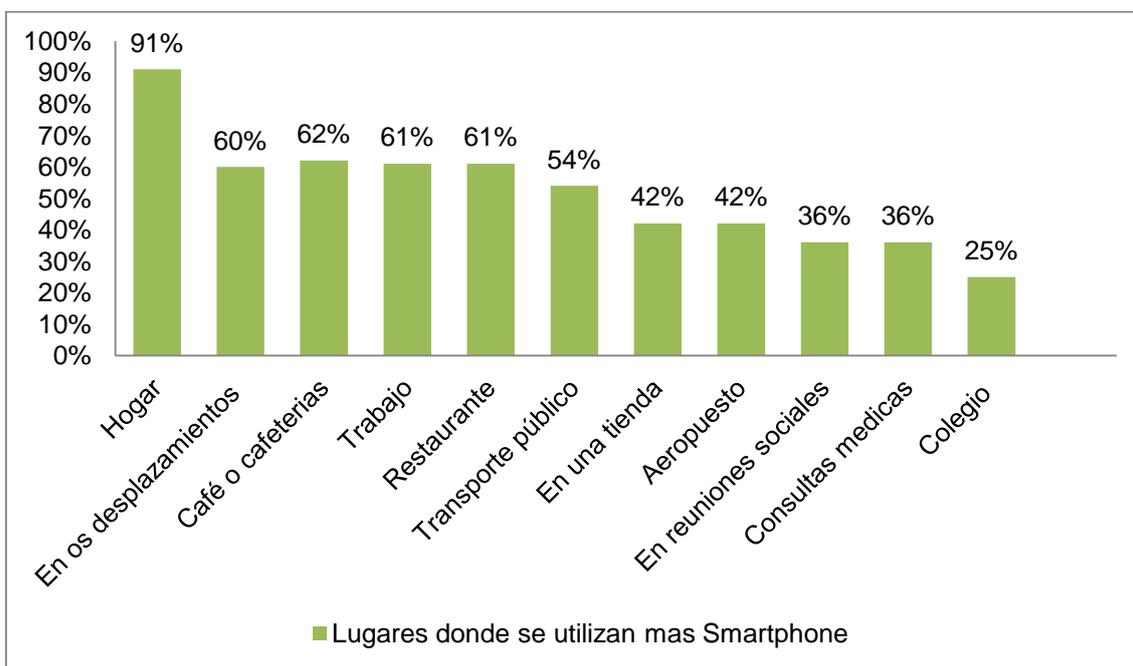


Figura 50. Ipsos MediaCT.

Esto permite que los usuarios estén totalmente conectados, un 56% accede al menos una vez al día a Internet desde su *Smartphone*.

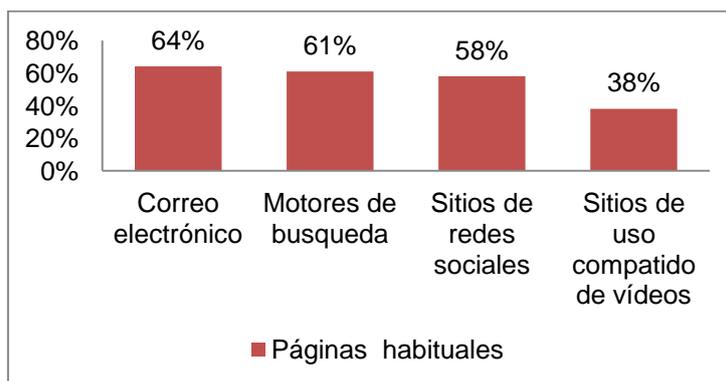


Figura 51. Ipsos MediaCT.

Está previsto que esta tendencia vaya creciendo, un 34% prevé que utilizara su dispositivo móvil con más regularidad para el acceso a Internet. Esta creciente utilización de los Smartphone muestra que los usuarios renunciarían antes a la

televisión que a su dispositivo móvil, más concretamente el 25% de los usuarios encuestados.

Todos estas características han ido poco a poco cambiando y transformando el comportamiento normal del consumidor. Es tal este cambio que el 58% lo utiliza como principal punto de acceso a la hora de buscar por Internet. Todo esto es dado gracias a las aplicaciones, permitiéndonos personalizar nuestro *Smartphone* a nuestro gusto. Se cree que tenemos de medias unas diecinueve aplicaciones de media, de las cuales ocho las hemos utilizado los últimos treinta días y seis de ellas han sido de pago.

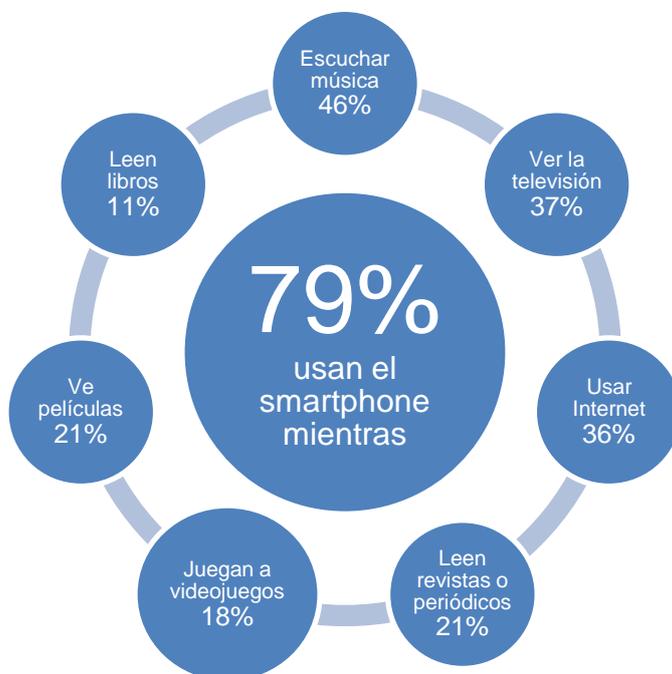
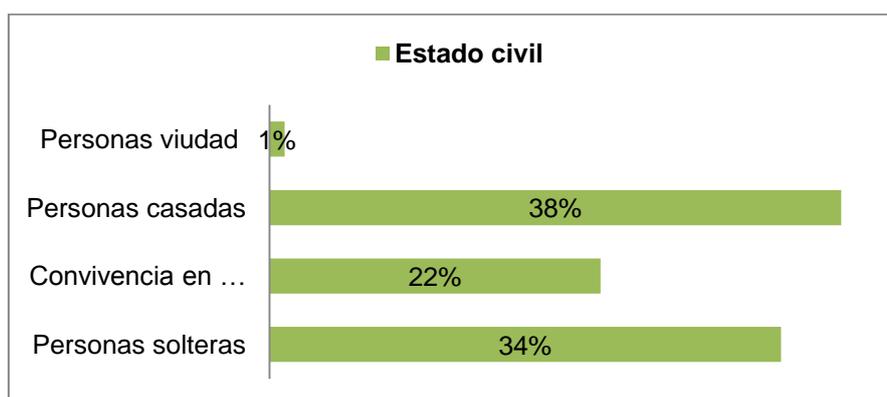
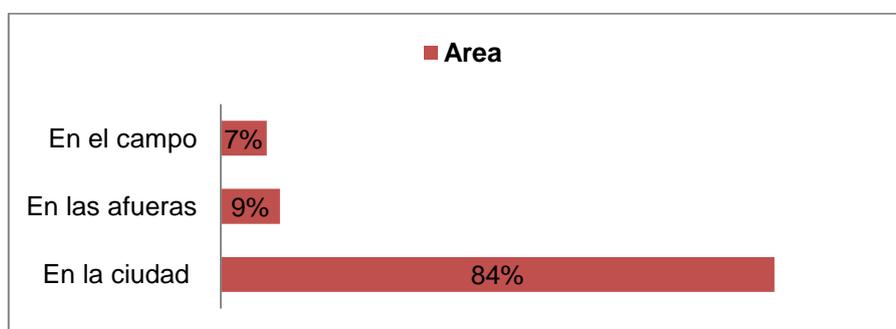
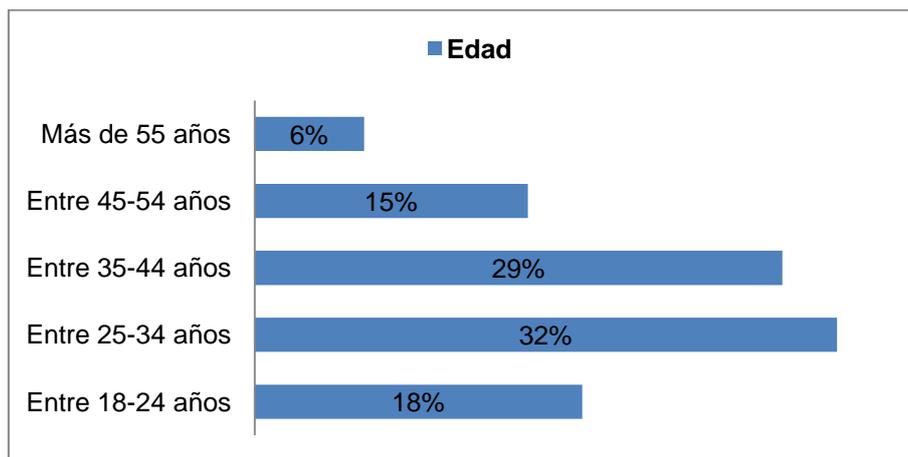
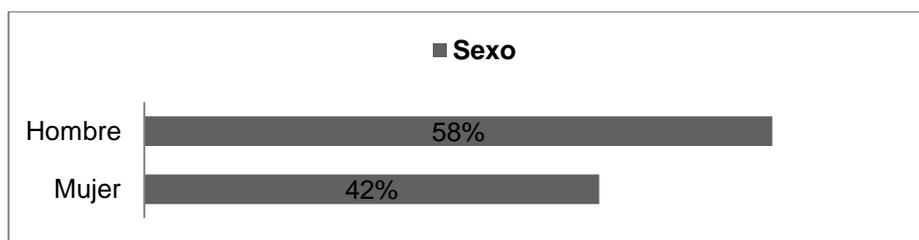
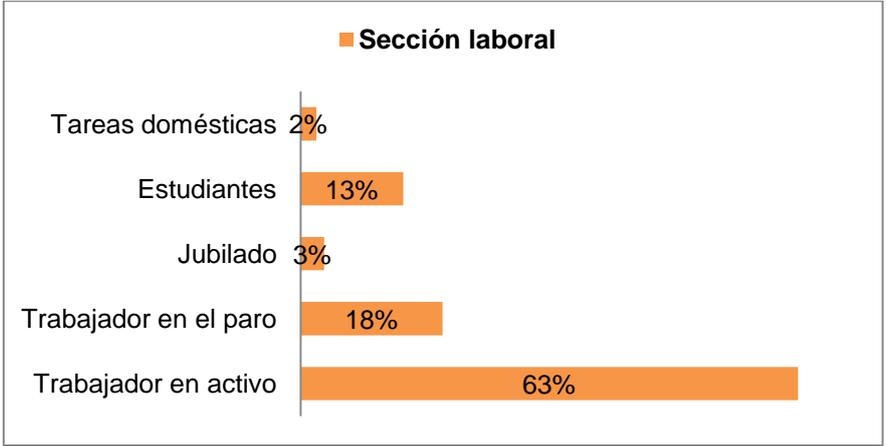
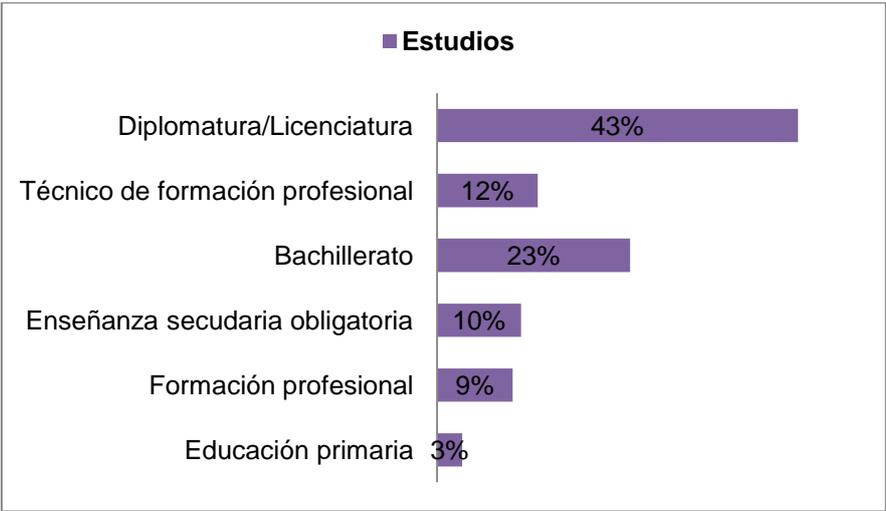


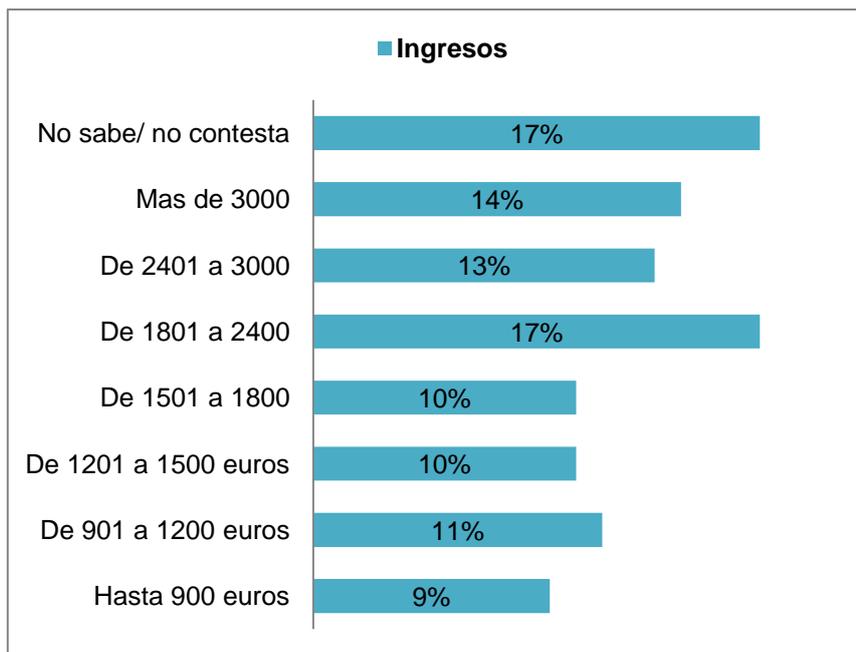
Figura 52. Interacción con otros dispositivos mientras se utiliza un *Smartphone*.

Los usuarios habituales de las redes sociales utilizan *Smartphone*, el 51 % reconoce que las visita al menos una vez al día.

A continuación veremos una serie de estadísticas de datos demográficas que nos enseñaran las tendencias por sexo, edad, área, estado civil, etc. que utilizan más este dispositivo.







Tabletas:

En estos últimos años la aparición de un nuevo dispositivo como es la tableta ha sido tan espectacular que se comienza a considerar un dispositivo móvil más, reuniendo las características propias de los ordenadores portátiles y los *Smartphone*. Tiene la posibilidad de una conexión continua en Internet, llegando a tener la oportunidad de personalizar la tableta con miles de aplicaciones. Sus características son una amplia pantalla y no disponer de un teclado físico. Son fáciles de transportar y muy sencillas de usar, ideales para compartir videos, música, imágenes, etc. lo que destacaremos de este dispositivo es la innovación a la hora de cómo usarlo. Su interacción es totalmente táctil creando así completamente e intuitiva forma de actuar sin la necesidad del requerimiento de un manual de instrucciones.

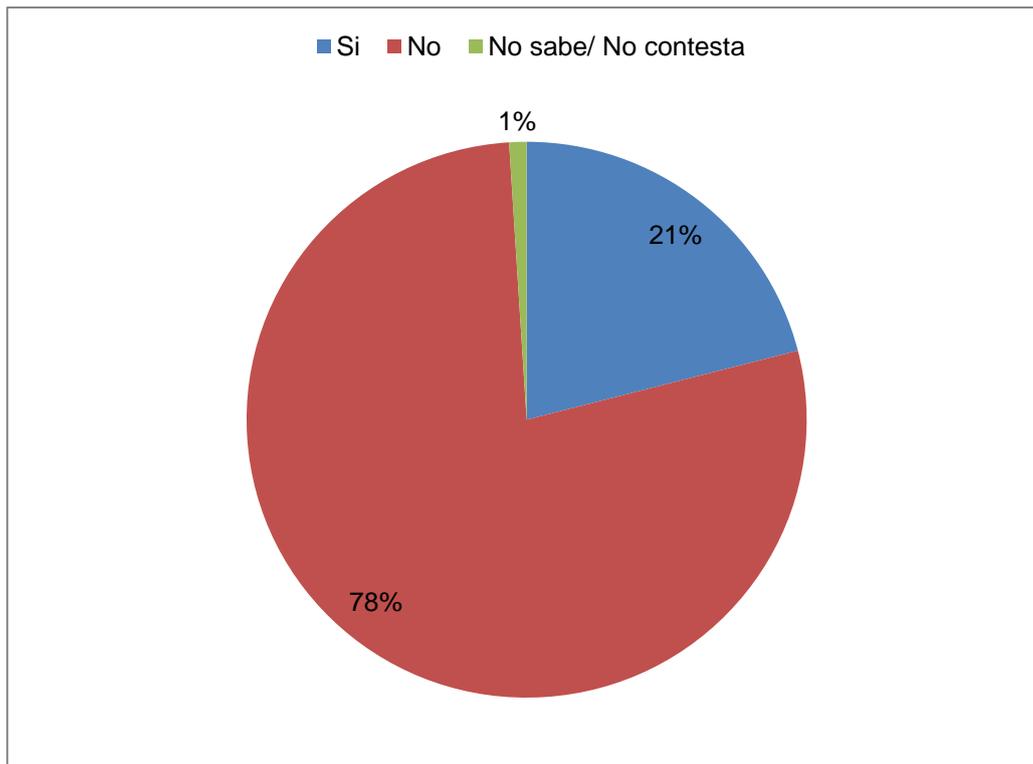


Figura 53. Usuarios de las tabletas.

Las estadísticas vistas anteriormente muestran la situación de España y la frecuencia de la utiliza de las nuevas tecnologías dentro de los ámbitos cotidianos del usuario. También hay que decir que los datos que componen los gráficos se han extraído de estudios que han realizado compañías de telecomunicación como por ejemplo Orange, Google o Empirica y es por lo tanto que se puede pensar que los datos extraídos no son muy objetivos pues buscan el beneficio de las compañías que las contrata. Es por eso hemos buscado una fuente más neutral y que la colocaremos a continuación. Es una serie de tablas graficas, extraídas del Instituto Nacional de Estadísticas (INE) de España donde la metodología de investigación es más neutral. La primera será un desglose de cuatro preguntas donde aparecerá el porcentaje por comunidades autónomas de España. Estas preguntas harán referencia a la utilización de ordenadores, utilización de Internet, usuarios habituales de Internet y por último utilización del teléfono móvil, todo esto en un periodo de tiempo de tres meses. La siguiente que aparece es referida a los países de la Unión Europea. Demostrando que esta tendencia ascendiente no se da solo en España, mostrando así que España se encuentra en un término medio muy

lejos de los primeros países como Alemania, Países Bajos, Suecia, etc. comparándose con países como Letonia, Eslovenia o República Checa.

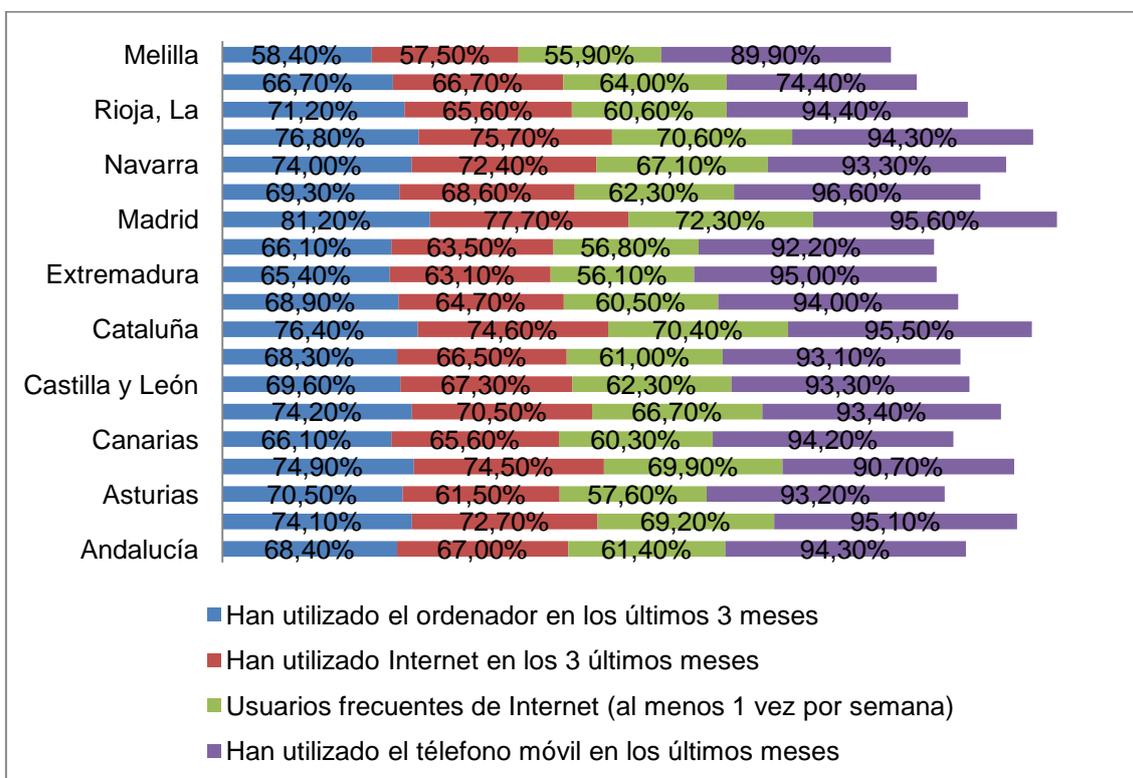


Figura 54. Porcentaje de usuarios de TIC por comunidades autónomas, año 2012.

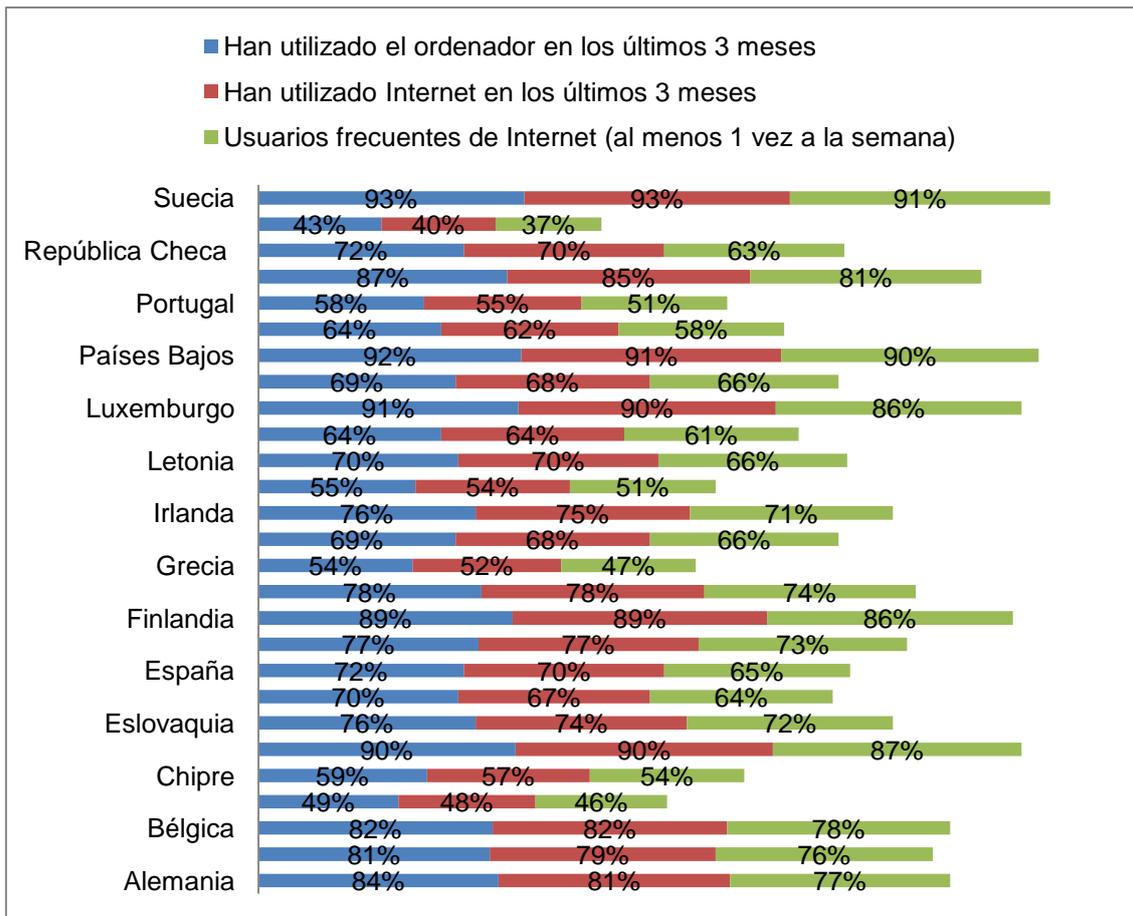


Figura 55. Porcentaje de usuarios de TIC en los países de la Unión Europea, año 2011.

Las estadísticas colocadas en este apartado aclaran que ciudadanos utilizan con más regularidad las nuevas tecnologías, como vimos anteriormente en los círculos de Suzanne Lacy, la definición de público era más ambigua. Con estas estadísticas lo que hemos intentado es desglosar esos círculos concéntricos, sin hacer distinciones de género, edad, ingresos, educación, etc. pudiendo con esta información poder enfocar mejor al grupo que más nos convenga de la población.

4. Conclusiones

Llegados a este punto, con los objetivos bien marcados desde su inicio, debemos concluir diciendo que el proyecto *Revolución colectiva Qr* ha conseguido alcanzar todos los objetivos propuestos. Como recordarán uno de los objetivos principales era crear un mapa *online* emocional, pues bien, hemos creado una página web donde poder albergar toda la información suficiente para el mapa emocional, en el que también hemos colocado un manifiesto, el cómo participar, los objetos *transcend* que se pueden demandar y una galería fotográfica de todos los lugares donde se han colocado un sticker, haciendo así el proyecto más completo.

Para generar modos de interacción más allá de nuestro círculo de amigos nos hemos valido de las herramientas de las redes sociales, Facebook, Twitter, Pinterest, etc. para la mayor difusión posible del proyecto, sin olvidar claro está el boca a boca. Esta difusión por estas vías nos ha permitido llegar a lugares de España, Europa o del Mundo que en otras circunstancias hubieran requerido más tiempo.

La creación de la comunidad cada vez está tomando más forma, con el tiempo ira cogiendo inercia y comenzará a caminar por sí misma. Por lo tanto se podrán ir tomando las formas que las necesidades sociales de cada momento requieran, y así el mapa emocional tendrá en un momento dado vida propia.

Durante el desarrollo del proyecto nos dimos cuenta que debíamos introducir un nuevo objetivo, éste se trataba de diferenciar los lugares en los que se colocarían los futuros *sticker*. Esta diferenciación tendría que ser evidente en materia, es decir, en la esencia del código Qr, pero en apariencia será la misma en cualquier lugar.

Esta diferenciación se tiene que dar pues en cada lugar y cada sociedad requiere de unas necesidades diferentes, por lo tanto tiene que ser tratada de diferente manera. Este objetivo se irá superando paulatinamente, a la misma vez que la comunidad vaya creciendo y articulándose por sí sola.

Este proyecto me ha dado la oportunidad de profundizar e indagar en una nueva materia, las nuevas tecnologías, esas herramientas evolucionan tan deprisa que es difícil abarcarlas, pero por el contrario el conocimiento de algunas hace que un proyecto de este calado evolucione tan deprisa que en otra época se quedaría a medio camino. Esto nos ha permitido darle una vuelta de tuerca a esos mapas situacionistas donde ahora cualquier persona puede desarrollar el suyo propio y a la misma vez ser influenciado o interactuar con otras personas que no conozca.

Para terminar expondré uno de los nuevos objetivos que comenzaré a realizar nada más termine la realización del Trabajo Final de Máster. Este objetivo será ir desapareciendo paulatinamente como administrador de *Revolución colectiva Qr*, para dejar paso a una articulación más independiente y libre, es decir, todas las acciones que se deben realizar mediante Internet. La recepción de los *sticker* como la subida de las fotografías las tendrá que hacer el usuario, sin que el administrador tenga que jugar ningún papel. Con esta acción se pretende agilizar tanto el trámite de la recepción de los *sticker* como la llegada de las fotografías.

5. Índice de imágenes

- Figura 1:** Imagen obtenida de las páginas web de Numusic, Invaders, Shepard Fairey y Banksy.
- Figura 2:** Imagen obtenidas del libro: *Subway Art*.
- Figura 3:** Imágenes obtenidas del libro: *Urban Art Made in BCN*.
- Figura 4:** Imágenes obtenidas del libro: *Urban Art Made in BCN*.
- Figura 5:** Imagen obtenidas de la página web de Blek Le Rat.
- Figura 6:** Imagen obtenidas de la página web de Banksy.
- Figura 7:** Imágenes obtenidas de la página web de Shepard Fairey.
- Figura 8:** Imagen obtenidas de la página web de Space-Invaders.
- Figura 9:** Imagen obtenidas de la página web de Raspouteam.
- Figura 10:** Frider Nake, Alemania. *Sombras rectangulares en campos de sombra verticales*. 1965. Imagen con plotter sobre papel, 61 x 34 cm/ Imagen obtenidas del libro *Arte digital*.
- Figura 11:** Jasia Reichardt, Reino Unido. Vista de la exposición *Cybernetic Serendipity*. ICA, Londres, 1968 / Imagen obtenidas del libro *Arte Digital*.
- Figura 12:** Vera Molnar, Francia. *Transformaciones*, 1974. Dibujo con plotter sobre papel, aprox. 20x20 cm / Imagen obtenidas de la página web de Vera Molnar.
- Figura 13:** Proceso que hay que realizar para escanear un código Qr.
- Figura 14:** Código Qr tipo 2D matrix (Denso Wave- Japón).
- Figura 15:** Shotcode con la frase característica de *transcend*.
- Figura 16:** Códigos Qr con la página web de *transcend*.
- Figura 17:** Heath Bunting, *BorderXing Guide*, 200. www.irational.org/borderxing/
- Figura 18:** 404, de Jodi. Imagen obtenida de la página web de Jodi.org.
- Figura 19:** Plazemark. Imágenes obtenidas de la página web de Aram Barthall.
- Figura 20:** Richard Serra, *Tilted Arc*, 1981
- Figura 21:** Judy Baca, *The Geat Wal of Los Angeles*, 1976-2003.
- Figura 22:** Children cementing their tiles to a wall. 1970.
- Figura 23:** John Ahearn, *Bronx Sculpture Park*, Nueva York, 1991.
- Figura 24:** Barcelona 2008. Imágenes obtenidas de la sección que posee Yellow Arrow en Flickr.
- Figura 25:** Detalle de un *Dead Drops* colocado en una pared. Imágenes obtenidas de la página web de *Dead Drops*.
- Figura 26:** Demostración de la conexión entre un ordenador y un *Dead Drops*. Imágenes obtenidas de la página web de *Dead Drops*.
- Figura 27:** Aledaños cercanos a la Mezquita de Santa Sofía.
- Figura 28:** Tipos de público según Suzanne Lacy.
- Figura 29:** Web de *transcend*. Manifiesto.
- Figura 30:** www.transcend-free.es
- Figura 31:** Web de *transcend*. Revolución colectiva Qr. Participa.
- Figura 32:** Web de *transcend*. Revolución colectiva Qr. Objetos transcend Qr.

Figura 33: Tipos de colores que diferencian las funciones de la posibilidad que te encontraras al escanearlo.

Figura 34: Logotipo de la Radio Qr.

Figura 35: Logotipo de la TV Qr.

Figura 36: Demostración de cómo se tiene que escanear un código.

Figura 37: Dirección hacia el lugar donde pegaremos el sticker.

Figura 38: Demostración de cómo desprendes la parte de atrás.

Figura 39: Ejemplos de lugares donde colocar el sticker.

Figura 40: Ejemplos de puntos de vista a la hora de captar el sticker.

Figura 41: Situación de las imágenes enviada y colocada en el mapa.

Figura 42: Ejemplo de *sticker* realizado al proyecto Aula-R.

Figura 43: Ejemplo de sticker realizado para Katrina.

Figura 44: En este ejemplo podemos encontrar la canción Cartografía.

Figura 45: En este ejemplo podemos encontrar la canción Aprendiz de volcán.

Figura 46: En este ejemplo podemos encontrar la canción Alas blancas.

Figura 47: Mapa específico de las Frases Qr.

Figura 48: Mapa específico de Radios QR.

Figura 49: Mapa específico de Tv Qr.

Figura 50: Ipsos MediaCT (Google)

Figura 51: Ipsos MediaCT (Google)

Figura 52: Interacción con otros dispositivos mientras se utiliza un Smartphone.

Figura 53: Usuarios de las tabletas.

Figura 54: Porcentaje de usuarios de TIC por comunidades autónomas, año 2012.

Figura 55: Porcentaje de usuarios de TIC en los países de la Unión Europea, año 2011.

6. Fuentes

6.1. Bibliografía

- BLANCO, PALOMA, "Explorando el terreno", en Blanco, P., Carrillo, J., Claramonte, J., Expósito, M., (ed.), *Modos de hacer*, Salamanca, Ediciones Universidad de Salamanca, 2001.
- BAIGORRI, LAURA y CILLERUELO, LOURDES, *Net.Art. Prácticas estéticas y políticas en la red*, Barcelona, Universidad de Barcelona, 2006.
- BLISSET, LUTHER y BRÜNZELS, SONJA, *Manual de la Guerrilla de la comunicación*, Barcelona, Virus, 2000.
- CHALFANT, HENRY y PRIGOFF, JAMES, *Spraycan Art*, Londres, Thames & Hudson, 1987.
- COOPER, MATHA y CHALFANT, HENRY, *Subway Art*, Londres, Thames & Hudson, 1984.
- FERNÁNDEZ QUESADA, BLANCA y LORENTE, JESÚS-PEDRO, *Arte en el espacio público: barrios artísticos y revitalización urbana*, Prensas Universitarias de Zaragoza, 2009.
- GANZ, NICHOLAS, *Graffiti: arte urbano de los cinco continentes*, Barcelona, Gustavo Gili, 2013.
- HUNDERTMARK, CHRISTIAN, *The Art of Rebellion*, Berkeley, Ginfko Press, 2003.
- JOSÉ RAMÓN, (et al.), *Étapes: diseño y cultura visual*, Barcelona, Gustavo Gili, 2007.
- LIESER, WOLF, *Arte Digital*, Postdam, Ullmann, 2010.
- MARTINEZ, PATRICIA, *Urban art: MADEN IN BCN*, Barcelona, Monsa, 2013.
- MINGUET, JOSEP MARÍA, *Street art: Characters: Personajes*, Barcelona, Monsa, 2007.
- POWERS, STEPHEN, *The art of getting over: graffiti at the millennium*, New York, St. Martin's Press, 1999.
- STAHL, JOHANNES, *Street Art*, Postdam, Ullmann, 2009.
- TRISTAN, MANCO, *Graffiti: arte urbano de los cinco continentes*, Barcelona, Gustavo Gili, 2004.
- TRISTAN, MANCO, *Stencil graffiti*, Londres, Thames & Hudson, 2002.
- TRISTAN, MANCO, *Street logos*, Londres, Thames & Hudson, 2005.

6.2. Revistas

-PALACIOS GARRIDO, ALFREDO “El arte comunitario: origen y evolución de las prácticas artísticas colaborativas”, *Arteterapia. Papeles de arteterapia y educación artística para la inclusión social*, Madrid, Universidad Complutense, 2009.

6.3. Web

- Aleph: <http://www.aleph-arts.org> (consultada el día: 19/04/2013)
- Art Crimes: www.graffiti.org (consulta el día: 24/04/2013)
- Axel Thiel: www.graffitieuropa.org (consultada el día: 23/04/2013)
- Banksy: www.banksy.co.uk (consulta el día: 24/04/2013)
- Blek le Rat: www.bleklerat.free.fr (consultada el día: 25/04/2013)
- Dead Drops: www.deaddrops.com (consultada el día: 20/04 2013)
- Ekosystem: www.ekosystem.org (consultada el día: 25/04/2013)
- En las redes de la red: <http://enlasredesdelared.com/2011/09/27/ciudad-de-datos> (consultada el día: 25/04/2013)
- Flurry: <http://blog.flurry.com/bid/90987/The-Truth-About-Cats-and-Dogs-Smartphone-vs-Tablet-Usage-Differences> (consultada el día: 10/05/2013)
- .http://recursostic.educacion.es/blogs/europa/media/blogs/europa/informes/Informe_Horizon_INTEF_Primaria_y_Secundaria_junio_2012.pdf
- .<http://www.ine.es/prensa/np738.pdf>
- .<http://www.slideshare.net/retelur/orange-exposure-2011-orange-nov11>
- I love Graffiti: www.ilovegraffiti.de (consultada el día: 24/04/2013)

- Informática móvil y realidad aumentada: uso de los códigos QR en educación:
<http://recursostic.educacion.es/observatorio/web/es/equipamiento-tecnologico/didactica-de-la-tecnologia/1072-informatica-movil-y-realidad-aumentada-uso-de-los-codigos-qr-en-educacion> (consultada el día: 10/05/2013)
- Instituto de Tecnologías Educativas:
http://recursostic.educacion.es/blogs/europa/media/blogs/europa/informes/indicadores_y_datos_tic_europa_y_espa_a_09_10_ite_.pdf (consultada el día: 10/05/2013)
- Instituto Nacional de Estadísticas:
<http://www.ine.es/prensa/prensa.htm>(consultada el día: 11/05/2013)
- José Manuel Huidobro (Ingeniero en Telecomunicaciones), *Código Qr*.
<http://www.coit.es/publicaciones/bit/bit172/47-49.pdf> (consultada el día: 8/05/2013)
- Kaywa: <http://qrcode.kaywa.com> (consultada el día: 19/04/2013)
- La Commune de París: www.raspouteam.org (consultada el día: 25/04/2013)
- Lost Art: www.lost.art.br (consultada el día: 25/04/2013)
- Nicholas Ganz: www.keinom.com (consultada el día: 25/04/2013)
- Orange (Exposure): <http://www.slideshare.net/retelur/orange-exposure-2011-orange-nov11> (consultada el día 9/03/2013)
- QRCode: <http://www.qrcode.com/en> (consultada el día: 19/04/2013)
- Resumen informe Horizon 2012:
http://recursostic.educacion.es/blogs/europa/media/blogs/europa/informes/Informe_Horizon_INTEF_Primeria_y_Secundaria_junio_2012.pdf (Consultada el día 11/05/2013)
- Rhizome: <http://rhizome.org> (consultada el día: 19/04/2013)
- Shepard Fairey: www.obeygiant.com (consultada el día: 24/04/2013)
- Space-Invader: <http://www.space-invaders.com> (consultada el día: 25/04/2013)

- Subway Outlaws: www.subwayoutlaws.com (consultada el día: 25/04/2013)
- Tristan Manco: www.tristanmanco.com (consultada el día: 24/04/2013)
- Urban art core: www.urbanartcore.eu (consultada el día: 24/04/2013)
- Wallstreetmeeting: www.wallstreetmeeting.de (consultada el día: 23/04/2013)
- Wooster Collective: www.woostercollective.com (consultada el día: 23/04/2013)
- Yellow Arrow: www.yellowarrow.net (consultada el día: 20/04/2013)

6.4. Videos

- Banksy: Exit through the gift shop: www.youtube.com/watch?v=X44TtMayotM, (consultada el día: 23/04/2013)
- Blek Le Rat Stencil Pioneer, Documentary: www.urbanartcore.eu/blek-le-rat-stencil-pioneer-documentary (consulta el día: 25/04/2013)
- El Chupete:
www.youtube.com/watch?v=Do8ddfSv3WQ&list=UUQQh7miXV7AGPQ0BVwzOJoA&index=0&feature=plcp, (consultada el día: 19/04/2013)
- Invader:
www.youtube.com/watch?v=gBXjpfX576w
www.dailymotion.com/video/x8ml14_space-invader-763_creation#.UPkjsORdO7w
www.youtube.com/watch?v=98LVND5hI44&feature=related
www.youtube.com/watch?v=koovHRADjxl
www.youtube.com/watch?v=ye5YFO4Sy0E (consultadas el día: 25/04/2013)
- Raspouteam: www.youtube.com/watch?v=L3aNegiKZul (consultada el día: 27/04/2013)

-Style Wars: www.youtube.com/watch?v=7sjskCEsKqY, (consultada el día:
26/04/2013)

-Wild Style: <http://www.youtube.com/watch?v=7sjskCEsKqY> (Consultada el día:
20/03/2013)

Revolución colectiva Qr es un proyecto colaborativo que fusiona el arte urbano y las nuevas tecnologías. La línea vinculante entre estas artes es mediante sticker que llevan alojado un código Qr. Estos sticker pueden albergar tanto frases, videos, música o cualquier información que se encuentre en Internet. Lo que se pretende con esto es llegar a crear una comunidad donde la gente puedan hospedar sus historias y secretos más ocultos. Introduciendo así una cartografía de lo cotidiano, lo íntimo y lo efímero que es ese momento, creando así un claro ejemplo de mapa online de las emociones. Basándonos en el estudio sociológico de la ciudad, podemos observar que cada lugar tiene unas necesidades y problemas diferentes, por lo tanto tienen que ser abordadas y solucionadas de diferentes modos. Estas nuevas formas de actuar en la ciudad cambiarán totalmente el significado de espacio público y reescriben continuamente el significado más convencional de mapa. Todo el proyecto está alojado en una página web www.transcend-free.es