

iPad 20:14 90%

Cancel

Done

El cuadro como dispositivo móvil |

Popularización de la obra de arte en la era 2.0

Universitat Politècnica de València

Facultad de Bellas Artes

Trabajo Final de Máster en Producción Artística. Tipología 4

Presentado por Juan Carlos Rosa Casasola

Dirigido por José Antonio Barreiro Díaz y Marina Pastor Agular

Valencia, julio 2014



El cuadro como dispositivo móvil.

Popularización de la obra de arte en la era 2.0

Universitat Politècnica de València

Facultad de Bellas Artes

Trabajo Final de Máster en Producción Artística. Tipología 4

Presentado por Juan Carlos Rosa Casasola

Dirigido por José Antonio Barreiro Díez y Marina Pastor Aguilar

Valencia, julio 2014

A todos mis “*contactos*”.

Resumen

Este documento es fruto de una investigación acerca de la relación entre cuadros, *smartphones* y *tablets* como elementos autónomos y dispositivos de comunicación y control de uso popularizado, ya que consideramos que es un actual tema de interés general, apoyado por el estudio de la globalización y la hibridación en la cultura visual.

La finalidad del proyecto es abrir una vía creativa a partir de la adición al lenguaje artístico, y concretamente a la pintura, de elementos específicos y característicos de las interfaces de los dispositivos móviles electrónicos y sus aplicaciones, además de utilizar estos dispositivos como herramienta de creación y soporte de reproducción. Para ello mostraremos referentes artísticos que trabajan con estos planteamientos y finalmente exponer una serie de piezas producto de la investigación y experimentación visual respondiendo a los objetivos planteados.

Palabras Clave

Cuadro, Pintura, Dispositivo móvil, Internet, Redes sociales.

Abstract

This document is result of an investigation about the relationship including paintings, smartphones and tablets as autonomous elements and communication and control devices of popularized use, because we believe that is a current topic of general interest, supported by the study of globalization and hybridization in visual culture.

The purpose of the project is to open a creative way starting from adding to the artistic language, and concretely to painting, specific and characteristic features of the interfaces of electronic mobile devices and applications, in addition to using these devices as a tool for create and play. To do that we are going to show art references that are working with these proposal and finally expose a set of woks product of the research and visual experimentation responding to the contemplate objectives.

Keywords

Painting, Mobile device, Internet, Social network.

ÍNDICE

INTRODUCCIÓN	p. 07
1. DESARROLLO CONCEPTUAL	p. 11
1.1. El cuadro como dispositivo móvil	p. 12
a. Invención del cuadro	p. 15
b. Red de disposición	p. 18
1.1.1. El mito de la Globalización	p. 20
a. Cultura Visual	p. 24
b. Estándar	p. 26
c. Comunicación digital e interfaz	p. 28
1.1.2. Popularización de los dispositivos móviles	p. 30
a. Los dispositivos móviles han llegado para no marcharse	p. 33
b. La obsolescencia producto de la aceleración	p. 35
c. Nuevas pantallas	p. 38
1.2. De sociedad a red social	p. 42
a. Nuevas formas de socialización	p. 44
b. Qué hemos ganado y qué hemos perdido	p. 46
c. Exhibicionismo en la red	p. 48
1.3. Cómo incide internet y los dispositivos móviles en la producción artística	p. 50
a. Los datos el nuevo petróleo	p. 55
b. Pintura reimaginada	p. 56
2. DESARROLLO PROYECTUAL	p. 59
2.1. Descripción técnica y procesual del proyecto	p. 60
2.2. Obra final	p. 63
a. Exposición	p.104
b. Obra en evolución	p.105
CONCLUSIONES	p.107
ÍNDICE DE IMÁGENES	p.111
BIBLIOGRAFÍA	p.113
Anexo I	p. III
a. Análisis de los vídeos recibidos	p. VII
b. Conclusiones	p. VIII
Anexo II	p. IX
a. Desarrollo técnico	p. X
b. Obra destacada	p. XI

INTRODUCCIÓN

“Aceptar lo presente y lo pasado, pero con una proyección de futuro con vistas a una transformación querida de la realidad.”¹

En este Trabajo Final de Máster se ha realizado una investigación teórico-práctica acerca de la relación del cuadro con el *smartphone*² y *tablet*³ como dispositivo de comunicación y control, ya que consideramos que es un tema de reciente interés general. La motivación inicial del trabajo ha sido introducir al lenguaje artístico, y a la pintura en particular, un elemento propio y característico del momento actual, como son los iconos de aplicaciones de estos dispositivos electrónicos. Inicialmente sentíamos curiosidad por la correlación entre las interfaces digitales de las pantallas establecidas por las diversas aplicaciones de los dispositivos móviles y la práctica pictórica, por si existía entre ambas una correlación retórica, produciendo metáforas, metonimias, redundancias, etc., alterando al mismo tiempo que “dejando como fondo” en una primera fase fotografías apropiadas de las redes sociales, para finalmente utilizar obras de los grandes maestros de la pintura.

Partiendo de esta motivación inicial decidimos establecer una vía de experimentación visual y una búsqueda de información relativa a la correlación entre las dos instancias reseñadas, para lo cual nos fijamos como objetivos generales producir una obra que invite a una reflexión crítica sobre el fenómeno global de las redes sociales y dispositivos móviles, así como generar una búsqueda de artistas que presenten nuevas soluciones para el concepto de cuadro. A partir de éstos, establecemos los siguientes objetivos específicos:

1. Indagar acerca de la existencia de bibliografía desde la cual establecer parámetros conceptuales que nos permitieran abrir una vía de investigación en la que consolidar relaciones visuales entre las capas de significado existentes en las interfaces de los dispositivos móviles.
2. Sintetizar la información obtenida de la indagación conceptual y realizar una reflexión crítica sobre estos aspectos.
3. Concretar referentes en el uso de dispositivos móviles y las redes sociales.
4. Articular un discurso visual y conceptual a partir de las citas recogidas.
5. Aplicar esa síntesis a la producción visual de obra.
6. Introducir aportaciones y posibles soluciones a la idea contemporánea de cuadro.
7. Plantear un proyecto expositivo físico y/o virtual en el que se vean reflejados los resultados de la investigación.

¹ RAMÍREZ, J.A. *Medios de masas e historia del arte*, Madrid, Cátedra, 1988, p. 251

² Smartphone es el término usado tanto en lengua inglesa como en lengua castellana para referirse a los llamados teléfonos inteligentes (teléfonos móviles que además poseen cámara de fotos y acceso a internet).

³ *Tablet* es un término inglés con el que se conoce al ordenador portátil que únicamente dispone de una pantalla táctil cuyo ejemplo más conocido es el *iPad* de la marca *Apple*.

La metodología de investigación ha tenido un carácter doble. Por una parte nos hemos dedicado a realizar una observación del uso de los recursos visuales en los dispositivos móviles: imágenes que los usuarios suelen establecer como fondo de pantalla, aplicaciones al uso y disposición de las mismas, etc. En este sentido, partíamos de una metodología observacional, pero era necesario elevarla a concepto, es decir, rastrear los recursos bibliográficos que hablaban de las causas y las consecuencias de esos usos de la imagen que tendían a banalizarla. En paralelo hemos ido desarrollando una metodología de carácter creativo en la que por una parte íbamos recopilando referentes en relación a artistas visuales que bien porque trabajaban los mismos conceptos, bien porque tenían alguna relación visual con los recursos empleados en el desarrollo de nuestra obra, nos iban resultando interesantes. Con todo ello hemos ido realizando una síntesis entre la investigación conceptual, la investigación visual y los desarrollos creativos, síntesis de la que es resultado el presente trabajo.

La estructura del documento está dividida en dos partes interrelacionadas que segmentan el desarrollo conceptual y el desarrollo proyectual. En la primera parte se ha cuidado la incorporación de bocetos de la obra final e imágenes ilustrativas que nos permiten conectar rápidamente los conceptos con las obras finales. En este primer cuerpo de texto respondemos a la hipótesis del nexo existente entre el cuadro, los dispositivos móviles y las redes sociales digitales, exponiendo finalmente la incidencia de esta conexión en la producción artística dividiéndolo en tres apartados principales *“El cuadro como dispositivo móvil”*, *“De sociedad a red social”* e *“Cómo incide internet y los dispositivos móviles en la producción artística”*. En un primer momento expondremos el nacimiento del cuadro a partir del discurso de Azúa y Stoichita principalmente, que nos remite a definir el concepto de dispositivo apoyándonos en las tesis de Foucault, Deleuze y Agamben. Más adelante relacionaremos la hibridación de la alta cultura, la cultura popular y la cultura mediática con la globalización y la cultura visual, para introducir la noción de una visión hegemónica creadora de un modelo estándar. A continuación nos apoyaremos en la descripción del “pop” por Simón Marchán para hablar de la popularización y la obsolescencia de ambos dispositivos móviles, que relacionaremos con un ejercicio de poder que funciona por la seducción y la sensación de libertad por la distancia, lo que nos permite introducir las nuevas pantallas tecnológicas y artísticas que en un segundo punto relacionaremos sociológicamente con las redes sociales digitales, la utilización de los datos generados en internet y la autoexhibición de éstos. En un tercer punto mostraremos una selección de artistas que trabajan esta datificación del mundo, el uso de las redes sociales, la hibridación de la cultura y el empleo en sus creaciones de dispositivos móviles electrónicos.

En la parte proyectual expondremos la conexión de las tecnologías digitales con obras del Renacimiento y del Barroco, realizaremos una descripción del proceso de trabajo y mostraremos las obras finales de la serie que hemos titulado *Smartpaint* por la relación fonética con *smartphone*, la relación con *painting* (término de lengua inglesa usado para referirse al cuadro) y por la acuñación de este término en entornos científicos para referirse a un tipo de pintura nanotecnológica capaz de transmitir información. Con esta serie de piezas hemos generado una propuesta expositiva para la sala Josep Renau en la Facultad de Bellas Artes de la Universitat Politècnica de València puesto que la ubicación y entorno de la sala nos parece especialmente interesante y relacionado. Concluiremos con una enunciación de observaciones sobre los puntos tratados y en un documento adjunto expondremos dos proyectos paralelos a esta investigación que formulan diferentes vías creativas con múltiples puntos conceptuales comunes con los expuestos en este Trabajo Final de Máster.

Por tanto y con todo, el proyecto estudia los vínculos existentes entre el arte y la tecnología digital en un mundo acelerado en el que se funde pasado y presente, alta cultura y cultura mediática, dentro de la amplitud de la red social. Esto nos abre un mundo entero de asociaciones o reinterpretaciones de algunas de las obras de arte más celebradas de la historia y proyecta interesantes hipótesis creativas para el futuro inmediato, ya que a partir de la investigación realizada hemos ido abriendo temas de carácter marcadamente contemporáneo que nos llevaban a algunas de las cuestiones más trabajadas de la actualidad. Es por ello que, dada la amplitud de éstos y la necesidad de acotar el presente trabajo, como anotaremos en las conclusiones, hemos decidido dejar para posteriores trabajos cuestiones tales como la correlación entre los conceptos anotados con la ecología y el consumo.

1. DESARROLLO CONCEPTUAL

1.1 El cuadro como dispositivo móvil

Dedicaremos este apartado a estudiar el nexo entre el cuadro y el dispositivo móvil a partir del concepto de dispositivo, ya que dispone de una genealogía y una red de relaciones entre la sociedad y el sujeto con conexiones sociológicas cuya función es ordenar con normas las prácticas con el fin de garantizar el funcionamiento por neutralización o normalización, así como también estudiaremos su característica móvil y autónoma sin un único servicio religioso o militar. Estos aspectos nos obligan a exponer el orden y el control generado por los dispositivos, como la organización del deseo de consumo o la imposición del todo visible, aunque en la obra que realicemos no esté explícitamente reflejado, mientras si lo está el discurso de J. A. Ramírez acerca de la acumulación de nuestra época en aspectos artísticos (como la coexistencia del cuadro con los nuevos medios) y en los dispositivos de la sociedad disciplinaria, de control y de consumo. Conceptos que vincularemos en el desarrollo práctico del trabajo con la superposición de elementos de distinta naturaleza como son iconos de la pintura del Renacimiento y el Barroco con iconos de las interfaces digitales, creando un parangón entre la época coetánea al descubrimiento del “Nuevo Mundo” con la actual “nueva vida digital”. Hemos utilizado las cuestiones de los mitos y creencias del capitalismo y la globalización y sus “efectos secundarios”, para relacionarlas con las imágenes de culto, mitos o monarcas de dicha época por la obsolescencia de éstas, así como el mito de la interactividad en la pintura que hemos abordado con la impresión de interfaces a las que hemos suprimido esta cualidad.

De la globalización destacaremos internet junto a otros avances tecnológicos que favorecen la aceleración, el acceso al conocimiento y el abaratamiento de los procesos de fabricación, induciendo el desgaste, la popularización y democratización de la imagen y los productos. La cultura visual ha generado una espectacularización que relacionaremos con la teatralización del Barroco y el pensamiento único generado por el cristianismo y en la actualidad por el liberalismo, que fomentan la homogeneidad y simplificación en un modelo estándar, con la repetición y aceleración de recepción y contemplación del mensaje, respondiendo a un modo predecible, mientras que la novedad y variedad que el espectador-consumidor espera ha provocado una aceleración en el consumo y la obsolescencia. Por ello, hemos decidido generar una obra que en su versión digital no necesita restauración, mientras que en su versión física está materializada en papel, soporte conocido por su fragilidad, puesto que encontramos imposible bloquear la obsolescencia de la imagen, debido al frenético ritmo de innovaciones tecnológicas y la preponderancia de medios y material visual con el que convivimos a través de las pantallas que se han tornado habitables y nos permiten acceder a la información y a la vida social, generando un distanciamiento o proximidad digital que abordaremos en el apartado 1.2 introduciendo cuestiones relativas a las redes sociales digitales.

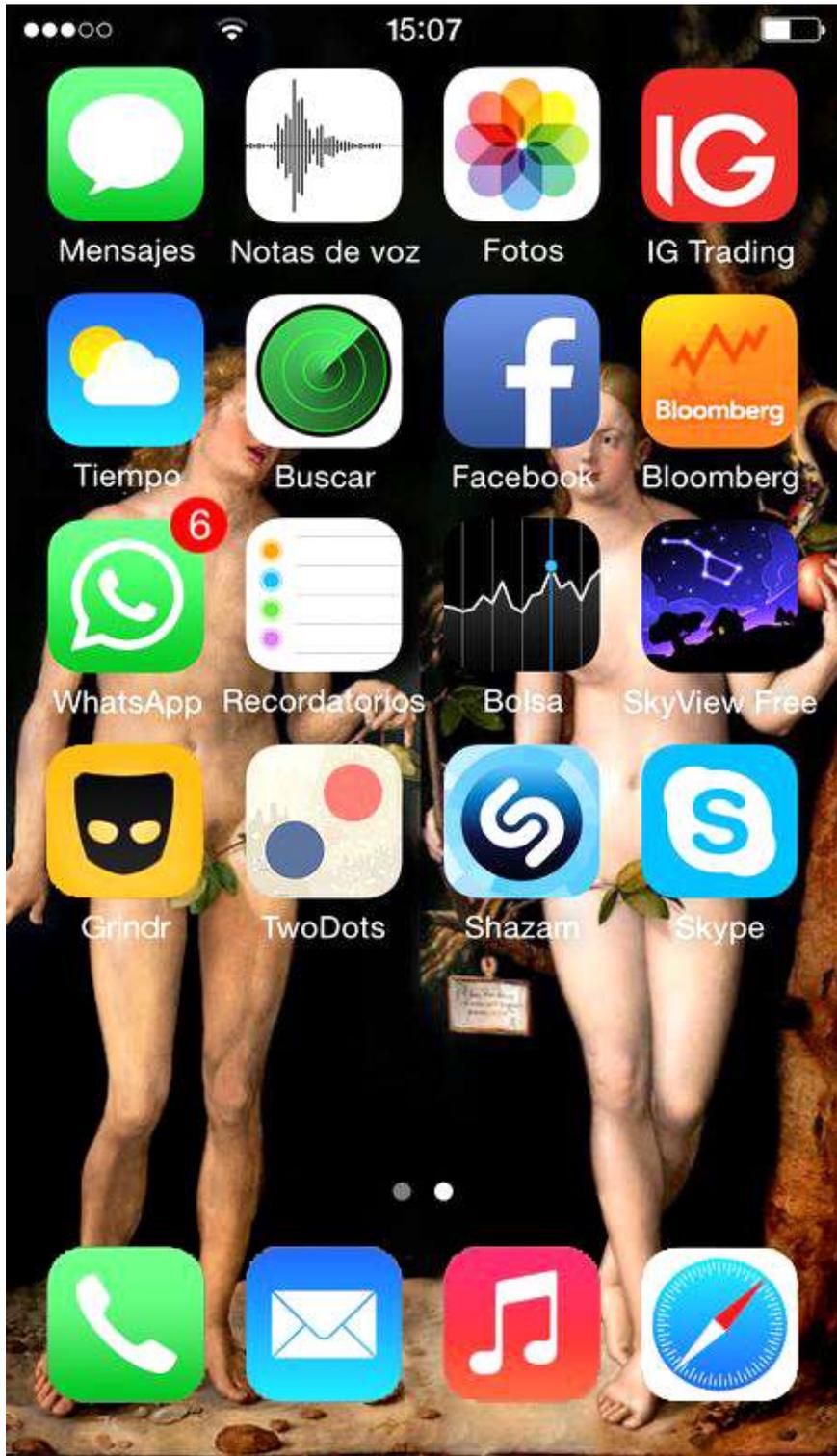


Fig. 1
JUAN CARLOS ROSA CASASOLA, Boceto de Smartpaint, Adán y Eva, Durero, 2014
Collage digital

Es tremendamente complejo abordar de manera clara el campo semántico que abarca el concepto de cuadro en las sociedades occidentales contemporáneas, dado que ha sido referido a una multiplicidad de significados, no sólo si tenemos en cuenta sus variaciones históricas, sino también si aludimos a las distintas formas de producción, artística o no, a las que se refiere. Baste pensar que en inglés el término *painting* no marca diferencias entre el cuadro y la pintura. Como muestra de esta dificultad inicial, se encuentra la propia definición otorgada por el *Diccionario de la Real Academia Española*:

- 1) *adj. cuadrado (de superficie plana cerrada por cuatro rectas iguales que forman cuatro ángulos rectos). U. t. c. s. [Usado también como sustantivo] m.*
 - 3) *m. Lienzo, lámina, etc., de pintura.*
 - 4) *m. marco (pieza que rodea algunas cosas).*
 - 8) *m. En la obra dramática y otros espectáculos teatrales, agrupación de personajes que durante algunos momentos permanecen en determinada actitud a vista del público.*
 - 9) *m. Descripción, por escrito o de palabra, de un espectáculo o suceso, tan viva y animada, que el lector o el oyente pueda representarse en la imaginación la cosa descrita.*
 - 10) *m. Conjunto de nombres, cifras u otros datos presentados gráficamente, de manera que se advierta la relación existente entre ellos.*
 - 11) *m. Espectáculo de la naturaleza, o agrupación de personas o cosas, que se ofrece a la vista y es capaz de conmover o aterrorizar el ánimo.*
- ~ de distribución. 2) *m. En telefonía, conjunto de aparatos de una central para establecer o interrumpir, cuando sea necesario, las comunicaciones de unos abonados con otros.*⁴

Comprobamos en la cita que la palabra incluye una gran variedad de posibilidades y formas de entenderlo, y si nos atenemos a la definición que más nos atañe, la tercera: “*lienzo, lámina, etc. de pintura*” cabe destacar que el simple hecho de contener un etcétera nos permite y obliga a incluir una infinidad de opciones que nos dificultan su descripción y acotación. Cabe destacar que la definición que estamos abordando incluye también las ideas de cuadrado y de marco, ya que el cuadro trae consigo el sentido de aislar el perímetro de un fragmento pintado regular y rectilíneo, como señala Julián Gállego⁵.

Retomemos la entrada número 11 de la definición que acabamos de citar para destacar el concepto de agrupación o red, puesto que esta definición introduce, de una manera indirecta, una conexión inmediata con un concepto que también posee una marcada densidad y que se relaciona con un aspecto fundamental en el trabajo que nos hemos planteado: el concepto de dispositivo. Podemos, desde aquí, entender el cuadro como dispositivo debido a su constante reformulación y reinterpretación de la red de reglas que lo dispone, así como por su relación con la sociedad y el sujeto, ya que todo dispositivo tiene una genealogía y una historicidad que explica su régimen de aparición, reproducción, funcionamiento y crisis de la que resultará una nueva configuración de la red de saber/poder y, consiguientemente, nuevas formas de experiencias. La experiencia es un pensamiento de prácticas organizadas, de carácter sistemático y recurrente, que establecen las maneras de hacer en las que un individuo se manifiesta y obra estableciendo las formas bajo las cuales los seres huma-

⁴ Definición completa en *Diccionario de la Real Academia Española*, <http://www.rae.es>

⁵ GÁLLEGO, J. *El cuadro dentro del cuadro*, Madrid, Cátedra, 1978, p. 10. “La palabra castellana “cuadro”, muy mal definida por Casares como «pintura hecha sobre un lienzo, tabla, etc.» —pues introducir un etcétera en una definición es como dejar entrar al diablo”

nos pueden y deben reconocerse como sujetos de esa experiencia, regulando la relación consigo mismo y con los otros⁶.

Estas relaciones están mediadas y condicionadas hoy por los dispositivos móviles electrónicos (*smartphones* y *tablets*) recientemente incorporados a la vida cotidiana de millones de personas en todo el mundo debido a sus avances en las telecomunicaciones y las aportaciones en entretenimiento, educación, mundo empresarial y militar, condicionando la actualidad por las posibilidades presentes y futuras que brindan, resumido claramente en este eslogan publicitario: “*usar el iPad para contribuir a la historia del mundo*”⁷, pese a esto el término *dispositivo móvil* no está reflejado en el *DRAE*⁸. Su rasgo *móvil*⁹ además de permitir su movimiento, refleja su constante cambio e inestabilidad, aspecto que destacamos en tanto en el cuadro como en el dispositivo móvil, pues encontramos un amplio abanico de soluciones y propuestas que han ido quedando obsoletas, en el caso del electrónico con una rapidez inaudita de modo inherente¹⁰ generando gigantescos vertederos tecnológicos descentralizados donde se almacenan estos residuos con graves consecuencias medioambientales¹¹. Desastre ecológico y humano justificado por las necesidades del *homo consumens*¹², la innovación y el progreso.

El *iPad* es “un *dispositivo que a todo el mundo le encanta usar*”¹³ y junto al resto de *tablets* y *smartphones* son los objetos de deseo más felizmente consumidos, puesto que la publicidad se ha encargado de cargarlos con una serie de atributos sociales y “*capacidades sanadoras*”¹⁴ para nuestro estatus social y espiritual. Por ello podemos establecer un claro vínculo con las capacidades de los cuadros de imágenes religiosas y la presencia de la representación de los donantes buscando su billete a la salvación o el estatus económico privilegiado similar al que para algunos otorgaría una obra de Damien Hirst en una colección privada.

a. Invención del cuadro

Frente a la definición de cuadro que hemos mencionado, Víctor I. Stoichita¹⁵ muestra una posición opuesta a esta suerte de apertura ya que al no disponer de un estudio lexicográfico ni histórico de la noción de cuadro que registrase el nacimiento de este objeto artístico no podemos estudiar sus causas, necesidades e intenciones primigenias. Aún así, se establece como el primer cuadro de occidente un temple sobre una tabla autónoma que alberga el

⁶ GARCÍA, L. “¿Qué es un dispositivo?: Foucault, Deleuze, Agamben”, en *Revista de Filosofía A Parte Rei* n°74, Marzo 2011, p. 8

⁷ www.apple.com [10/03/14]

⁸ DRAE: Diccionario de la Real Academia Española

⁹ *Diccionario de la Real Academia Española*. Móvil. (Del lat. mobilis). 1. adj. Que puede moverse o se mueve por sí mismo. U. t. c. s. (Utilizado también como sustantivo), 2. adj. Que no tiene estabilidad o permanencia. 3. m. Aquello que mueve material o moralmente algo.

¹⁰ FERNANDEZ, J. M., *Tipos de dispositivos móviles*, Versión: 2.0, Septiembre, 2006. http://leo.ugr.es/J2ME/INTRO/intro_4.htm [15/05/14] Describe el término dispositivo móvil como “*Funcionalidad limitada. No necesariamente extensible y actualizable. En pocos años el usuario deberá cambiarlo. Más barato que un ordenador de sobremesa. Menos complicado en su manejo. Fácil de aprender su operación. No se requieren usuarios expertos. Con conexión permanente o intermitente a una red. Con memoria limitada. Diseñados específicamente para una función, pero pueden llevar a cabo otras más generales. Normalmente se asocian al uso individual de una persona, tanto en posesión como en operación, el cual puede adaptarlos a su gusto.*”

¹¹ Somos conscientes que desarrollar esta valoración nos llevaría a un exceso en la ampliación del tema. La cuestión ecológica será uno de los temas que dejaremos para futuras investigaciones.

¹² BAUMAN, Z.. *Amor líquido. Fuera y dentro de la caja de herramientas*, Madrid, Fondo de Cultura Económica, 2005, p. 71

¹³ www.apple.com [10/03/14]

¹⁴ BAUMAN, Z.. *Op. Cit.*, 2005, p. 74

¹⁵ STOICHITA, V. *La invención del cuadro*, Barcelona, Ediciones del serbal, 2000, p.9

retrato del rostro de perfil rey Juan II el Bueno (Fig.2), fechándolo hacia 1350¹⁶, lo que marca el comienzo de los tiempos modernos.

Félix de Azúa sitúa¹⁷ igualmente en el siglo XIV el nacimiento del cuadro entendido como ente autónomo, como objeto no sujeto a una función de culto o a un lugar determinado¹⁸, pues “*la pintura estaba al servicio de la arquitectura o de la letra*”¹⁹ y funcionaba como un elemento de refuerzo al mensaje que el culto pretendía transmitir. La pintura se realizaba adscrita al muro en frescos y retablos, y exenta en libros, códices e iconos bizantinos, por lo que aún no podemos hablar de cuadro, ya que “*la pintura no era soberana*”²⁰. Julián Gállego plantea que la aparición del término *cuadro* “*se debe al auge de la pintura de cuadros, es decir, ya no retablos, sino de composiciones en tabla o lienzo, enmarcadas, destinadas a los particulares*”²¹, siendo entre el siglo XIV y el XVI cuando alcanza su soberanía mediante una rapidísima conversión en mercancía de fácil traslado, que ayudará a la incorporación del lienzo por su ligereza y cualidades, con lo que “*su comercialización no sólo era posible sino inevitable*”²².



Fig. 2

ANÓNIMO, Retrato de Juan II el Bueno, ca. 1350.
Temple y oro sobre tabla, 60 x 45 cm. Museo del Louvre, París

Hasta el siglo XVI las pinturas cumplían con un papel tradicional de decoración e “*iban destinadas de antemano a un emplazamiento preciso*”²³, pero a comienzos del siglo XVI se observan en Venecia las colecciones privadas de pintura donde “*es el propio cuadro lo que debe ser realzado: debe instalarse allí donde brille con mayor intensidad*”²⁴. Es en este momento cuando el cuadro pasa a ser un objeto precioso y, como tal, se comercializa, lo que le da la posibilidad de “*circular de mano en mano*”²⁵ convirtiéndose en objeto precioso (o de

¹⁶ MELOT, M., *Breve historia de la imagen*, Madrid, Siruela, 2010, p.43 “Este retrato es, al parecer, el primer ejemplo conservado desde la antigüedad de un retrato pintado independiente.”

¹⁷ AZÚA, F. *Diccionario de las artes*, Barcelona, Planeta, 1995, p. 115

¹⁸ STOICHITA, V. *Op. cit.*, p. 9

¹⁹ AZÚA, F. *Op. cit.*, p. 115

²⁰ *Ibidem*, p. 115

²¹ GÁLLEGO, J. *Op. Cit.*, p. 11

²² FRANCASTEL, P. citado en AZÚA, F. *Op. Cit.*, p. 116

²³ *Ibidem*, p. 115

²⁴ *Ibidem* p. 116

²⁵ *Ibidem*, p. 116

consumo) que le aporta un valor en sí, independientemente del lugar donde fuera exhibido. Desde ese momento los cuadros ya no sólo responden a las características de las imágenes con una función de culto muy precisa y a un lugar determinado, sino que son objetos creados también para otro tipo de contemplación²⁶, por ello en la pintura “no se insiste en lo ya conseguido, sino que se concibe a sí misma como un continuo proceso de desarrollo”²⁷, ideas de progreso e innovación que nos remiten a los tiempos modernos. Si en los inicios el cuadro ha sido entendido como ventana y como una manera de representar la realidad lo más fidedignamente posible en un juego de engaño al ojo, con el paso del tiempo se va a generar una fuerte investigación constante en torno de los límites del cuadro y de la pintura, siendo en el siglo XX cuando nace una manera de trabajo creativo sobre la reflexión de sus elementos propios y sus referencias, que lleva a una autorreferencialidad en la que “la pintura trata de la pintura”²⁸.

Con el trampantojo de Cornelis Norbertus Gijsbrechts destacamos la concepción del cuadro que plantea la objetualidad del mismo²⁹. Este lienzo fechado en 1672 representa el reverso de un cuadro (Fig. 3) aportando una experiencia límite para el observador, pues encuentra un cuadro en el que su superficie pintada no muestra “nada”, pero que de esta manera evidencia las capacidades de la pintura.



Fig. 3
CORNELIS NORBERTUS GIJSBRECHTS, Trampantojo. Reverso de un cuadro enmarcado, 1672.
Óleo sobre lienzo, 66 x 86 cm. Museo Nacional de Arte de Dinamarca, Copenhagen

²⁶ STOICHITA, V. *Óp. Cit.*, p. 9

²⁷ WEDEWER, R. *El concepto de cuadro*, Barcelona, Editorial Labor, 1973, p. 147

²⁸ *Ibidem*, p. 147

²⁹ STOICHITA, V. *Óp. Cit.*, p. 10

b. Red de disposición

Desde la definición del DRAE³⁰ y el texto de Luis García Fanlo³¹ extraemos que un dispositivo es algo que dispone (medidas dispositivas), que funciona como un mecanismo dispuesto para obtener un resultado, un artefacto, máquina o aparato que hace-hacer a algo o alguien una determinada cosa. Distintos significados que tienen en común la referencia a prácticas que pueden ser remitidas a espacios sociales con conexiones sociológicas con la función de ordenar las prácticas a partir de la neutralización, cancelación o normalización, con el fin de garantizar un funcionamiento adecuado del sistema. García Fanlo enfoca su concepción desde el supuesto de que lo social funciona como un orden en el que las palabras, cosas y sujetos están asociados de modo que no pueden ser definidos ni pensados sin ponerlos en relación unos con otros, siendo esta asociación descrita como una red que se establece entre discurso, cosa y sujeto por Michel Foucault, Gilles Deleuze y Giorgio Agamben.

Entendemos que para Foucault³² lo que define al dispositivo es la relación de saber/poder³³, que sitúa la naturaleza del vínculo como programa de una institución o como un fundamento que permite justificar y ocultar una práctica y darle acceso a la racionalidad. Es el conjunto de relaciones entre instituciones, sistemas de normas, formas de comportamiento, procesos económicos, sociales, técnicos y tipos de clasificación de sujetos, objetos y relaciones entre éstos, que también incluiría los discursos, instalaciones arquitectónicas, decisiones reglamentarias, leyes, medidas administrativas, enunciados científicos, filosóficos, morales y/o filantrópicos, que circulan dentro de dicha relación³⁴. Esta red establecida en un conjunto heterogéneo de elementos vinculados al saber y al poder incluye a la escuela, el cuartel, el convento, el hospital, la cárcel y la fábrica, cuya función es responder a una urgencia de un acontecimiento en un momento histórico dado. Entonces esta red de relaciones en las que está implicada una forma determinada de ejercicio del poder y de configuración del saber hace posibles determinados efectos de verdad y realidad³⁵. García Fanlo destaca de Foucault lo llamativo de introducir el término dispositivo dentro del campo filosófico omitiendo dar una definición explícita sobre el significado que él le asigna, por lo que a veces es utilizado como un concepto general, haciendo que la no-distinción entre dispositivo y uno o varios de sus elementos haya llevado a imprecisiones conceptuales que explican su funcionamiento de modos diversos.

Foucault no reduce el dispositivo exclusivamente a prácticas discursivas, sino también a prácticas no-discursivas, y la relación, asociación, interrelación o articulación entre éstas resulta un requisito excluyente, al igual que no es exacto decir que los dispositivos “*capturan individuos*”³⁶ en su red sino que producen sujetos que como tales quedan sujetos a determinados efectos de saber/poder. Los dispositivos producen formas de subjetividad, ya que constituyen a los sujetos inscribiendo en sus cuerpos un modo y una forma de ser, un conjunto de praxis, cuyo objetivo consiste en administrar, gobernar, controlar, orientar y dar un sentido que se supone útil a los comportamientos, gestos y pensamientos de los individuos, y a cada discurso el dispositivo le asigna un sujeto que garantice su veracidad, presti-

³⁰ Dispositivo: 1) que dispone; 2) mecanismo o artificio dispuesto para producir una acción prevista; 3) organización para acometer una acción; 4) disposición, expedición y aptitud. www.rae.es [01/06/14]

³¹ GARCÍA, L. *Óp. cit.*, p. 6

³² FOUCAULT, M. *El juego de Michel Foucault*, en Saber y verdad, Madrid, Ed. Piqueta, 1984. Citado en GARCÍA, L. *Ibidem*, p. 1

³³ FOUCAULT, M. *Los anormales*, 1975. Citado en GARCÍA, L. *Óp. cit.*, p. 3

³⁴ GARCÍA, L. *Óp. cit.*, p. 2

³⁵ *Ibidem* p. 3

³⁶ *Ibidem*, p. 3

gio y autoridad³⁷. No se trata de algo externo a la sociedad, como tampoco ésta es externa al dispositivo y de la misma manera hay que pensar la relación entre dispositivo y sujeto.

Por otra parte, Deleuze, a partir de Foucault, define el dispositivo como máquina para hacer ver y hacer hablar, que funciona acoplada a determinados regímenes históricos de enunciación y visibilidad que distribuyen lo visible y lo invisible, lo enunciable y lo no enunciable al hacer nacer o desaparecer el objeto que no existe fuera de ellos³⁸. Un dispositivo implica una trama de poder, saber y subjetividad, definida por una línea de fuerzas y la manera de organizar sus modos de existencia y las relaciones entre ellas, es decir, para Deleuze somos el dispositivo.

Finalmente es Giorgio Agamben quien asocia el término dispositivo con el de *positividad*, siendo el conjunto de creencias, reglas y rituales que en cierta sociedad y en determinado momento histórico le son impuestos a los individuos desde el exterior por una relación de mando y obediencia mediante coacción, cumplidos sin un interés directo³⁹. Según Agamben el dispositivo es cualquier cosa que tenga la capacidad de determinar y controlar las conductas, opiniones y los discursos de los seres vivientes como parte de una red de saber/poder, produciendo distintas posiciones de sujetos por la disposición en red. *“No solamente las prisiones, los manicomios, el panóptico, las escuelas, la confesión, las fábricas, las disciplinas, sino también la lapicera, la escritura, el cigarrillo, el teléfono celular, las computadoras, y por qué no el lenguaje mismo”*⁴⁰, por lo que entiende que el objetivo de Foucault no sería el de reconciliar historia y razón, sino el de inventar los modos concretos en que las positividades o los dispositivos actúen en las relaciones, en los mecanismos y en los juegos de poder. Luís García Fanlo considera que el principal aporte de Agamben al tratamiento de los dispositivos es plantear que no sólo existen los individuos y los dispositivos, sino que el cuerpo a cuerpo entre ambos es el tercer elemento que resulta fundamental para entender los procesos de subjetivación, individuación y control⁴¹. De ello extraemos que el sujeto es el resultado de esta relación entre lo humano y los dispositivos, pero los dispositivos no solo subjetivan, sino que también producen procesos de desubjetivación, siendo aquellos en los que la creación de un sujeto implica la negación del mismo.

Concluye el texto planteando si el proceso por el que el sujeto queda atado a una subjetividad lleva a una variación de su capacidad para actuar, pues son sujetos sujetos a un orden del discurso cuya estructura sostiene un régimen de verdad, y pone en cuestión si se trata de un sujeto autómatas fabricado según un estándar maquinal de producción, además de presentar la idea de dispositivo entendido como algo constantemente reconfigurado por sí mismo y que *“en cierta manera aprende como si estuviera dotado de inteligencia artificial, por lo tanto produce distintos tipos de subjetividades en cada momento histórico”*⁴². Los efectos de poder que produce un dispositivo no le dicen al sujeto constituido qué es lo que tiene que hacer, decir, pensar, ser, en cada momento o en todo lugar, ya que no todos los individuos circulan por la totalidad de la red durante su existencia, ni porta una especificidad del tipo de sujeto que pretende producir. Lo que todos los dispositivos inscriben en los cuerpos son reglas y procedimientos, esquemas corporales, éticos y lógicos de orden general que orientan prácticas singulares en un campo inconmensurable de posibilidades, donde cada

³⁷ *Ibidem*, p. 4

³⁸ *Ibidem*, p. 4

³⁹ HYPPOLITE, J. *Introducción a la filosofía de la historia de Hegel*, Buenos Aires, Caldén, 1970. Citado en GARCÍA, L. *Op. Cit.*, p. 4

⁴⁰ AGAMBEN, G *El autor como gesto*, en *Profanaciones*, Buenos Aires, Adriana Hidalgo, 2005, Citado en GARCÍA, L. *Op. Cit.*, p. 5

⁴¹ GARCÍA, L. *Op. Cit.*, p. 5

⁴² *Ibidem*, p. 6

dispositivo tiene una función específica. La práctica es una continua interpretación y reinterpretación de lo que la regla significa en cada caso particular, y si bien la regla ordena las prácticas, éstas a su vez hacen la regla⁴³.

El conjunto de dispositivos propios de la “*sociedad disciplinaria*”⁴⁴ como la familia, la fábrica, el hospital, la escuela, el cuartel, la iglesia, el partido político y la universidad entre otros, García Fanlo considera que, sin reemplazar a los antiguos, coexisten con otro conjunto funcional a la sociedad de consumidores como internet, el teléfono móvil, la televisión, la radio, el teatro, la literatura, y el cine, siendo ambos grupos de dispositivos integrados a nuevas funciones de control. La actualidad está signada por la transición desde la sociedad disciplinaria a la sociedad de control y “*predominan cada vez más los dispositivos como la televisión, las nuevas tecnologías de información y comunicación, celulares, etc. cuyo entramado actual no parece ajustarse al modelo del panóptico y las instituciones de encierro*”⁴⁵. Este concepto de dispositivo nos permitirá explicar más adelante (concretamente en el apartado 1.1.2) la correlación entre los dispositivos móviles y la autoexhibición contemporánea.

1.1.1 El mito de la Globalización

Las nuevas tecnologías de la información generan una globalización de la cultura, de los nuevos medios de comunicación, de las formas de gestión y producción, que en el terreno de las artes, actúa cohesionando los elementos y dándole visibilidad de forma que hay una eliminación de las “*fronteras de cualquier tipo*”⁴⁶ pero como Salomon Smith Barney afirmaba: “*la red es ya más una amenaza que una oportunidad*”⁴⁷. Nuestro tiempo, “*como todos los períodos de transición*”⁴⁸, tiene sus incertidumbres, riesgos y contradicciones, ya que las privatizaciones orientan la concentración internacional del capital implicando la recolonización⁴⁹ de parte del planeta y existe una euforia y una advertencia de quedar rezagado a nivel global si no se invierte en el sector tecnológico, pues el mundo entendido como global ofrece grandes posibilidades gracias a los avances en tecnología y los nuevos hábitos que permiten un acceso al conocimiento y la libertad antes no imaginado⁵⁰, si bien con un desarrollo democrático y racional del proceso de globalización se puede lograr un cambio profundo en el terreno social, político y cultural, de lo contrario la humanidad se dirigiría a “*nuevos tiempos oscuros*”⁵¹.

Nos encontramos en el apogeo del capitalismo donde se da la integración mundial a través de la internacionalización y racionalización del capital financiero⁵², ya que su origen ideológico se sitúa en el neoliberalismo siendo Ronald Reagan y Margaret Thatcher quienes de manera inmediata apoyaron el proceso global de liberalización económica generando el auge del llamado pensamiento único y el triunfo del capitalismo frente al comunismo en pro de la

⁴³ *Ibidem*, pp. 6-7

⁴⁴ *Ibidem*, p. 7

⁴⁵ *Ibidem*, p. 7

⁴⁶ BRUN, J., “Redes Culturales. Claves para sobrevivir en la globalización” en *Cultura y desarrollo*. Madrid, Agencia Española de Cooperación Internacional para el Desarrollo, 2008, p. 83

⁴⁷ ESTUPIÑÁN, F., “Mitos sobre la globalización y las nuevas tecnologías de la comunicación”, *Revista Latina de Comunicación Social*, 38, 2001, www.ull.es/publicaciones/latina/2001/latina38feb/129estupinan.htm [25/06/14]

⁴⁸ SEBRELI, J. J., “Mito y realidad de la globalización”, en *Diario Perfil*, Buenos Aires, 22/04/2007 <http://www.perfil.com/cultura/Mito-y-realidad-de-la-globalizacion-20070422-0003.html> [25/06/14]

⁴⁹ GARCÍA, F., “Los mitos de la globalización” en *Revista digital Globalización*, 04 diciembre 2006, www.rcci.net/globalizacion/fg044.htm [25/06/14]

⁵⁰ SEBRELI, J. J., *Óp. Cit.*, [25/06/14]

⁵¹ *Ibidem*

⁵² CORBIÈRE, E., *El mito de la globalización capitalista*, e-libro.net, 2002, p. 7

“única vía conveniente para la humanidad”⁵³. La economía se ha adaptado muy bien a las áreas científicas y técnicas, en cambio en el ámbito político cada estado es el que decide, por lo tanto son impotentes frente a fuerzas mundiales, siendo este desequilibrio el que marca el límite de la globalización, “porque ni la tecnología ni el mercado pueden resolver los problemas sociales, ni la política cercada por el orden nacional puede garantizar la estabilidad económica ni poner freno a los peligros de un mundo tecnológico y científico en constante transformación sin control”⁵⁴.

Sebreli, en el *Diario Perfil*, nos da a entender la globalización en lo económico como el desplazamiento de la producción de bienes durables por la producción posindustrial basada en el conocimiento, la información, la comunicación y la provisión de servicios, siendo presentada por muchos como una nueva etapa histórica irreversible, cuyos males para la humanidad aún no siendo causados por la globalización, sí han sido agravados por ella: entre otros el deterioro atmosférico, la crisis energética, la explosión demográfica o la violación de los derechos humanos, siendo en muchos casos justificados en un intento de “globalizarse”⁵⁵. Éstos son causados por la descentralización de las empresas y la búsqueda de producir al más bajo costo⁵⁶, provocando la explotación de recursos y abaratamiento de la mano de obra (incluyendo la infantil que viola convenciones internacionales⁵⁷) siendo las soluciones para extraer el mayor beneficio económico reducir los costes de producción y frenar la intervención política con el fin de mantener el bienestar de los países desarrollados⁵⁸. Un nuevo paradigma social y económico que está generando el mito de una transformación⁵⁹ sin precedentes en la humanidad redundando en una generalización de la calidad de vida por el acceso ilimitado al conocimiento y el consumo con costes menores, pero sucede que los países más industrializados “pueden inclinar sus actividades laborales hacia la información y reducir su trabajo productivo manual gracias a la fuerza de trabajo de los que viven en el otro lado del espectro”⁶⁰, quienes extraen las materias primas consumidas en el primer mundo son los menos agraciados, por lo tanto se pone en entredicho el mito de que la globalización ha originado esta era de abundancia y bienestar universal para todo el planeta, pues sólo se ha profundizado la diferencia entre países ricos y pobres. Se trata de una red, cuando se tira de un extremo, otro se resiente.

Un bienestar universal o más bien una universalidad a la que tendió la humanidad desde temprano pese a la precariedad de las comunicaciones, la expansión por el mundo provocada por el comercio, las conquistas del Imperio Romano, Británico o Español junto a las grandes religiones. Podemos afirmar que no es algo nuevo ya que han existido globalizaciones y “sistemas-mundo”⁶¹ pre-capitalistas a lo largo de la historia, y también hemos encontrado una relación económica entre los monopolios transnacionales y la utilización de los grandes descubrimientos con la diferencia fijada en la aceleración, ligada al acortamiento de los plazos entre invención y aplicación. Mientras que “las leyes de Newton tardaron muchos años en aplicarse. Lo mismo ocurrió con la corriente eléctrica, que tardó cincuenta años en ser utilizada, o con la radio, cuya difusión se demoró tres décadas y media”⁶², en la actualidad los avances tecnológicos son rápidamente utilizados y rentabilizados.

La aparición de la economía-mundo capitalista la ha situado Immanuel Wallerstein en la Europa del siglo XVI “que constituirá el moderno sistema mundial cuya evolución se desplegar-

⁵³ ESTUPIÑÁN, F., *Op. Cit.*, [25/06/14].

⁵⁴ SEBRELI, J. J., *Op. Cit.*, [25/06/14]

⁵⁵ GARCÍA, F., *Op. Cit.*

⁵⁶ CORBIÈRE, E. *Op. Cit.*, p.16

⁵⁷ ESTUPIÑÁN, F., *Op. Cit.*, [25/06/14]

⁵⁸ APARICI, R., *Mitos de la educación a distancia y de las nuevas tecnologías*, citado en ESTUPIÑÁN, F., *Op. Cit.*,

⁵⁹ ESTUPIÑÁN, F., *Op. Cit.*, [25/06/14]

⁶⁰ APARICI, R., *Op. Cit.*

⁶¹ CORBIÈRE, E. *Op. Cit.*, p.12

⁶² *Ibidem*, p.15

ía hasta convertirse en el único sistema del orden”⁶³ donde se implica la transformación del modo de producción tributario de la Europa feudal basada en una única división internacional del trabajo. Pero fue en la década de 1970⁶⁴ cuando la globalización se extendió por todo el planeta gracias a las innovaciones electrónicas que revolucionaron las tecnologías de la comunicación: chips, satélites, fibra óptica, informática e internet, modificando la percepción del espacio y el tiempo y generando transformaciones “tan radicales que han modificado la vida cotidiana”⁶⁵ por su rápida inserción logrando el “sueño patente desde el origen del propio sistema, cual es el de un mercado sin límites ni fronteras tanto en los procesos de producción como de comercialización”⁶⁶. Los mercados financieros internacionales exhiben hoy las mismas cualidades de la tecnología moderna⁶⁷, cualidades que Paul Virilio califica de divinas⁶⁸.

Walter Benjamin presenta el capitalismo como un fenómeno religioso en esencia, que se desarrolla a partir del Cristianismo⁶⁹, aspecto que hilamos con la utilización en este texto del calificativo “mito” (mito del bienestar general universal) conectado con una forma de conciencia falsa que oculta otros intereses⁷⁰. Por ello a partir del texto de Estupiñán citamos la exposición de Víctor Manuel Marí Sáez⁷¹ de cinco mitos relacionados con la globalización y las NTIC (Nuevas Tecnologías de la Información y la Comunicación) donde presenta la idea del progreso como un cúmulo de recursos diversos sin incidir en que éstos propician la razón crítica frente a la instrumental y no promueven un conocimiento del mundo que lo haga más solidario y justo⁷², sino que lo instrumentaliza.

Marí argumenta que es falsa la “abundancia de información, de canales, de gratificaciones que se asocian a un mayor nivel de conocimiento y de comprensión de la realidad”⁷³ ya que no todos los países tienen acceso a los canales y medios, destacando el altísimo porcentaje de información de internet que está dedicado a la pornografía y el comercio en comparación al conocimiento aunque destaca las instituciones y movimientos alternativos que facilitan la transmisión de información y problemas de actualidad, resaltando la manipulación en los medios de comunicación acerca de la “transparencia de la sociedad y sus instituciones, de los medios de comunicación, a la hora de presentar y «re-presentar» la realidad”⁷⁴. Cuestiona la “ubicuidad o la posibilidad de la omnipresencia de los flujos informativos” debido a que sólo es accesible en los países ricos, generando una saturación, manipulación y trivialización de los contenidos. Así como las ventajas y problemas que generan la “instantaneidad real que potencialmente favorece la conexión en directo entre dos puntos del planeta”⁷⁵. Y por último determina el concepto de “interactividad, como la posibilidad de que emisor y receptor intercambien plenamente sus roles”⁷⁶ en la que el emisor sigue teniendo un rol pasivo y es considerado aún consumidor, ya que no se pretende fomentar la participación sino for-

⁶³ *Ibidem*, p.5

⁶⁴ ESTUPIÑÁN, F., *Óp. Cit.*, [25/06/14]

⁶⁵ SEBRELI, J. J., *Óp. Cit.*, [25/06/14]

⁶⁶ ESTUPIÑÁN, F., *Óp. Cit.*, [25/06/14]

⁶⁷ CORBIÈRE, E., *Óp. Cit.*, p.32, “planetaridad, permanencia, inmaterialidad e inmediatez”

⁶⁸ VIRILIO, P. *El Ciber mundo. La política de lo peor*, Madrid, Cátedra, 1997, p.19 “Hoy en día, hemos puesto en práctica los tres atributos de lo divino: la ubicuidad, la instantaneidad y la inmediatez la visión total y el poder total”

⁶⁹ BENJAMIN, W., *El capitalismo como religión*, citado en AGABEM, G., ¿Qué es un dispositivo?, <http://ayp.unia.es/r08/IMG/pdf/agabem-dispositivo.pdf>, [16/06/14]

⁷⁰ GARCÍA, F., *Óp. Cit.*

⁷¹ MARÍ, V. M., *Globalización, nuevas tecnologías y comunicación*, Ediciones de la Torre, Madrid, 1999, p.59 citado en ESTU-

PIÑÁN, F., *Óp. Cit.*

⁷² ESTUPIÑÁN, F., *Óp. Cit.*, [25/06/14]

⁷³ MARÍ, V. M., *Óp. Cit.*, citado en ESTUPIÑÁN, F., *Óp. Cit.*, [25/06/14]

⁷⁴ *Ibidem*

⁷⁵ *Ibidem*

⁷⁶ *Ibidem*

mar las opiniones y aumentar la audiencia con el fin de incrementar la inversión publicitaria, pues “*exaltar una interactividad que se reduce a apretar botones es ya la hipérbole de todos los mitos*”⁷⁷.

Añadimos a este listado las estrategias de marketing que en los países desarrollados están destinadas a promover el consumo de las NTIC de manera irracional y crear en la población necesidades ficticias que responden a estímulos publicitarios⁷⁸, cosa que no sucede en los países empobrecidos “*donde no vale la pena invertir, según la lógica capitalista, en promover el consumismo*”⁷⁹ ya que las multinacionales son conscientes de que la renta de estas poblaciones no son capaces de costearse estas tecnologías y hábitos. La sociedad “postindustrial” está basada en los servicios y no en la producción, siendo en el mercado donde se realizaría el individuo cuyo ideal es la “posmodernidad consumista”, de la que surge un individualismo narcisista que busca la felicidad en los grupos de interés limitados y de práctica social segmentada, por lo que globalización capitalista y la posmodernidad van unidas. Un narcisismo no entendido como el desgarramiento personal ni la regresión social de la que Freud hablaba sino una transformación suave en la que se impone lo efímero y utiliza una lógica de seducción que conduce a un sistema con “diferenciación marginal” en la que no existe el concepto de justicia, solidaridad ni participación, por ello Corbière puntualiza la polarización actual de Primer Mundo-Tercer Mundo, dualización social, soledad, infelicidad e individualismo irresponsable⁸⁰.

Esta lógica económica expuesta tiene, evidentemente, toda una serie de repercusiones claras en el amplio marco de la cultura en general, y en la producción artística y visual en particular como ha sido la cultura generada por los productos fabricados en masa y los *mass media*. En este sentido, introducimos el texto *Culturas híbridas* de Néstor García Canclini ya que en él se aprecia una tensión entre las tendencias homogeneizadoras y comerciales de la globalización, así como de la valoración del arte y la informática⁸¹. En su texto defiende que antes de la globalización había una diferencia entre alta cultura, cultura popular y cultura mediática, pero con la interconexión generada y la migración de población se han hibridado estas tres esferas creando formas culturales nuevas que usan como “*signos de identificación elementos procedentes de diversas clases y naciones*”⁸². A partir de esto introducimos que los valores de banalización de la pintura, generalización e hibridación de estrategias visuales y globalización e individualización simultánea de las referencias, vinculadas a la cultura comercial, ya habían sido achacados, en muchas ocasiones con carácter crítico, al pop, a partir de la revolución de los medios de masa. En este sentido entendemos a partir de Simón Marchán que el pop ha sido denominado como cultura del capitalismo tardío, decadente, vulgar y secundario, extendido a la par de la “*coca-colonización*”⁸³, así como la cuestión de si las “*mitologías individuales son una reacción al individualismo instrumentalizado en el capitalismo tardío o una fase cumbre del individualismo burgués o, tal vez, ambas cosas al mismo tiempo*”⁸⁴.

⁷⁷ ESTUPIÑÁN, F., *Op. Cit.*, [25/06/14]

⁷⁸ En el Anexo II les presentamos una pequeña muestra de la serie #BestSeller ya que son trabajos en los que se trata con más profundidad las estrategias empresariales y la lógica comercial para generar un consumo sostenible económicamente por la seducción al consumo constante de ropa, la externalización de las empresas y el abaratamiento de la extracción de recursos.

⁷⁹ ESTUPIÑÁN, F., *Op. Cit.*, [25/06/14]

⁸⁰ CORBIÈRE, E., *Op. Cit.*, pp. 37-39

⁸¹ CANCLINI, N., *La globalización ¿productora de culturas híbridas?*, Actas del III Congreso Latinoamericano de la Asociación Internacional para el Estudio de la Música Popular, Bogotá, 2000, p. 6

⁸² CANCLINI, N., *Culturas híbridas, Estrategias para entrar y salir de la modernidad*, México, Grijalbo1990, p. 205

⁸³ MARCHÁN, S., *Op. Cit.*, p. 33

⁸⁴ MARCHÁN, S., *Del arte objetual al arte de concepto*, Madrid, Akal, 1986, p. 225

a. Cultura visual

“En menos de medio siglo se ha pasado de la pantalla espectáculo a la pantalla comunicación, de la pantalla única al todo pantalla. La pantalla en todo lugar y en todo momento; la pantalla de todas las medidas; la pantalla siempre encima, consigo a todas partes; la pantalla para hacerlo todo y verlo todo: el siglo que empieza es el de la pantalla omnipresente y multiforme, planetaria y multimediática. [...] Esta realidad ha generado un nuevo lenguaje que la mayor parte de los individuos ya domina, una nueva percepción de las cosas, un nuevo consumo: en una palabra, una nueva cultura.”⁸⁵

Esa nueva cultura que hace referencia Simón Marchan, ha sido denominada cultura visual, y podemos definirla como el conjunto de modos de vida y costumbres, conocimientos y grado de desarrollo artístico, científico e industrial en una época o en un grupo social, siendo la imagen el factor más destacado y más condicionante presente en todas las situaciones de nuestro día a día. *“En este nuevo contexto (los nuevos medios), además de hacerse más «interactivos», los sujetos se están volviendo «más visuales que verbales»⁸⁶*. Una cultura que crecientemente va sustentándose en lo visual, lo que conlleva una espectacularización de la vida cotidiana. Según Mierzoeff⁸⁷ la cultura visual está formada por los acontecimientos visuales que nos aportan información a través de la tecnología visual, siendo cualquier aparato que nos permita al observarlo aumentar la visión y estudiar la genealogía de la vida cotidiana desde la perspectiva del consumidor, aportando como ejemplo la pintura e internet.

En el texto de 1988 de Juan Antonio Ramírez se escandalizaba con el aumento del número de horas que el ciudadano medio pasa contemplando imágenes por el fuerte impacto de la televisión a partir de los años 50 y nombraba la época como el mundo de la aceleración⁸⁸ al igual que Paul Virilio hacía en su texto de 1997. Rápidamente el consumo de imágenes se incrementa en los medios y hoy en 2014 el incremento es mucho mayor con el auge de las imágenes que los usuarios de *smartphones* comparten en internet, vaticinada ya por Ramírez: *“la perspectiva del videoteléfono abre la puerta a un futuro difícil de predecir dentro del campo de la imagen”⁸⁹*, al igual que otros puntos de su libro siguen vigentes (teniendo en cuenta que algunos de ellos han sido magnificados por la democratización de internet) y respondiendo a la tesis de que la imagen produce y alimenta la incitación al consumo permitiendo la ampliación constante de los mercados, los mitos políticos, y los ideales colectivos, volviéndose indispensable para el mantenimiento de un sistema político o económico, como ocurre en las sociedades del capitalismo tardío.

“Actualmente, la imagen es información digital. Es un proceso de continua reelaboración en el que todo el mundo participa. Hoy en día no es suficiente tener una cámara en el teléfono, ahora, además, disponemos de un software que cambia instantáneamente el aspecto de la imagen a través de filtros. Ya no nos sentimos satisfechos ante una imagen convencional: hoy en día buscamos la transformación.”⁹⁰

⁸⁵ Pantalla Global. CCCB Barcelona, 2012, www.bigbangdata.cccb.org [05/06/14]

⁸⁶ SIBILIA, P. *La intimidad como espectáculo*. Buenos Aires, Foe, 2008, p. 58

⁸⁷ MIERZOEFF, N., *Una introducción a la cultura visual*, Barcelona, Paidós, 2003

⁸⁸ RAMÍREZ, J.A., *Op. Cit.*, p. 149

⁸⁹ *Ibidem*, p. 152

⁹⁰ ESPARZA, R., citado en RODRIGUEZ, C., “Ya no nos sentimos satisfechos ante una imagen convencional: hoy en día buscamos la transformación”, en *Espacio Fundación Telefónica*, octubre 2013, www.espacio.fundaciontelefonica.com/2013/10/22/ya-no-nos-sentimos-satisfechos-ante-una-imagen-convencional-hoy-en-dia-buscamos-la-transformacion/ [16/06/14]

Una de las causas primigenias de esta sobreexposición a las imágenes es la democratización de la cámara fotográfica que Ramírez adjudica⁹¹ a George Eastman, quien lanzó en 1888 la cámara Kodak. Una cámara de bajo precio y ligereza, clave para poder introducirse en todos los hogares de clase media y que estas familias registrasen todos los momentos *memorables* sin tener que acudir al especialista. Son los propios ciudadanos quienes registran o reproducen la realidad y construyen sus iconos, pero el fotógrafo captura una “verdad” como registro de la realidad. Aunque consideramos que los hechos están en parte concebidos para ser fotografiados, siendo la acción la que se supedita a la fotografía, y no al contrario, pues el protagonista de la fotografía genera una “verdad” como nos plantea Susan Sontag con la interesante afirmación de que *“la sonrisa es una sonrisa dedicada a la cámara. Sonrisa digital”*⁹², con una voluntad de generar consciencia del poder de la imagen y los imaginarios que a partir de las representaciones se construyen estándares.

*“El postmodernismo se apropia de imágenes culturales preexistentes para revelar la artificialidad, la carencia de originalidad y el carácter convencional de las imágenes dominantes, para criticar las formas de representación y las ideologías sociales hegemónicas.”*⁹³

Las cámaras se encargan de registrar todos los hitos de nuestra biografía, hasta el punto de que se ha planteado que sin estas imágenes no tendríamos la convicción de que lo ocurrido ha sido real, pues lo que queda fuera de la pantalla no ha ocurrido al no tener manera de demostrarlo. Lo fotografiado es convertido en historia rápidamente, con lo que se produce una pérdida de ésta al llamarla actualidad y convertirla en presente. Como Paul Virilio nos introduce, la pérdida de la historia supone la inmediatez del paso del presente al pasado y al futuro debido a la considerable *“importancia de la revolución de las transiciones y del poder de los medios de comunicación”*⁹⁴ que ya no trabajan con discursos, sino con *flashes*, con imágenes. Se produce por tanto, *“una reducción de la historia a la imagen”*⁹⁵ de la que ya no podemos confiar por su subjetividad y manipulación, así como la fragmentación que se da en la pantalla, donde está representada y potencialmente falseada, con lo que la historia queda cuestionada. Byung-Chul Han, filósofo coreano residente en Berlín, presenta que *“lo problemático no es el aumento de imágenes, sino la coacción icónica de convertirse en imagen”*⁹⁶ y como tal, ser rápidamente consumido, puesto que *“la comunicación visual se realiza hoy como contagio, desahogo o reflejo. Le falta toda reflexión estética”*⁹⁷.

Una idea similar expuesta por Juan Antonio Ramírez es hallar la causa en *“el impacto que las nuevas condiciones sociológicas de la «civilización de la imagen» abocada al consumo masivo de lo «superfluo» [...] [determinando] un planteamiento crítico de todas las condiciones y productos de esa nueva civilización”*⁹⁸. Nombra las modalidades comunicativas de los nuevos medios en referencia a su uso en el *Pop art*, donde este lenguaje fue hipertrofiado y descontextualizado para reflexionar sobre las capacidades lingüísticas de los *mass media* cuestionando *“no el asunto de la difusión, sino el de la estupidez y la manipulación”*⁹⁹.

⁹¹ RAMÍREZ, J.A., *Op. Cit.*, pp. 142-143

⁹² SONTAG, S., “Imágenes de la infamia”, *El País*, mayo, 2004

⁹³ SOLAZ, L., “Cine posmoderno”, en www.encadenados.org, 2008, [06/06/14]

⁹⁴ VIRILIO, P., *Op. Cit.*, p. 59

⁹⁵ *Ibidem*, p. 59

⁹⁶ HAN, B., *La sociedad de la transparencia*, Barcelona, Herder, 2013, p. 31

⁹⁷ *Ibidem*, p. 31

⁹⁸ RAMÍREZ, J.A., *Op. Cit.*, p. 253

⁹⁹ *Ibidem*, p. 254

b. Estándar

“Las nuevas tecnologías de la información son tecnologías de la puesta en red de las relaciones y de la información y, como tales, son claramente portadoras de la perspectiva de una humanidad unida, aunque al mismo tiempo de una humanidad reducida a una uniformidad.”¹⁰⁰

Vivimos en una aparente heterogeneidad, aparente porque la mayor parte de lo que nos rodea está estandarizado, ya sean objetos o humanos. Poco sale de la norma, y lo que sobresale rápidamente es rechazado o fagocitado por el conjunto para convertirlo otra vez en una homogeneidad, siendo lo estándar pasajero y aditivo. Por ello retomamos a Corbière ya que presenta una unificación del mundo por la imagen en la que involucra a los satélites, internet y la realidad virtual, produciendo una circulación unificadora de imágenes y objetos¹⁰¹, añadiendo que *“cuanto más se homogeneiza el mundo técnica e informáticamente, más se balcaniza étnico-religiosa y políticamente”¹⁰²*. Una globalización ideológica creada por los *media*.

El imperativo de estar constantemente expuesto nos lleva a una absolutización de lo visible y por ello *“los modelos actuales no transmiten ningún valor interior, sino tan solo medidas exteriores, a las que se intenta corresponder incluso con el uso de medios violentos”¹⁰³*. Pero nos podríamos encontrar incluso frente a una estandarización de lo interior, pues en medicina es ya una realidad. Se crean fármacos para un individuo estándar ya que resulta demasiado costoso poner en funcionamiento una medicina personalizada. Una estandarización interior pero no sólo física, sino también de pensamiento en un intento de acelerar los procesos homogeneizando el gusto, tratándose como una objetividad las subjetividades. Prueba de ello son los estudios acerca de nuestras reacciones frente a olores o colores, para controlar dónde centramos nuestra atención en una estantería de supermercado o en una página web y qué olores hacen que consumamos más, determinando que *“el olor a comida perjudica la venta de ropa y que el aroma de las esencias de baño, por el contrario, es el mejor estímulo para las compras”¹⁰⁴*. Tanto es así que cada día los comercios cuidan más su imagen, sus olores y sus sonidos, en búsqueda de dos acciones: incrementar las ventas y diferenciar su marca de la competencia, en el *“infierno de lo igual”¹⁰⁵*. De hecho la marca *Apple* ha denunciado a varias compañías por plagiar sus diseños patentados, como observamos en la *Fig.4*.

Pero esta estandarización es eficiente, ya que *“la comunicación alcanza su máxima velocidad allí donde lo igual responde a lo igual”¹⁰⁶*, simplificando en busca de una comunicación más veloz, ya que la complejidad la ralentiza. Incluso *“para el «me gusta» como juicio de gusto, no se requiere ninguna contemplación que se demore”* o, como explica Simón Marchán acerca del “pop”, se elimina la improbabilidad generando una previsibilidad relacionada con la redundancia, eficaz para comunicar eficaz y claramente, siendo esencial la repetición¹⁰⁷.

¹⁰⁰ VIRILIO, P., *Op. Cit.*, p. 14

¹⁰¹ CORBIÈRE, E. *Op. Cit.*, p.33

¹⁰² *Ibidem*, p. 33

¹⁰³ HAN B., *Op. Cit.*, p. 13

¹⁰⁴ FAROCKI, H., *Desconfiar de las imágenes*, Buenos Aires, Caja Negra editorial, 2013, p. 217

¹⁰⁵ HAN B., *Op. Cit.*, p. 12

¹⁰⁶ *Ibidem*, p. 12

¹⁰⁷ MARCHÁN, S., *Op. Cit.*, p. 41

“Lo repetitivo tal vez responda a la idea de que todas las distinciones jerárquicas han quedado literalmente exhaustas e invalidadas; de que ningún área u orden de experiencia es intrínsecamente superior, en cualquier escala de valores definitiva, a cualquier otro campo u orden de experiencia. Tal vez exprese un naturalismo monista para el cual no hay primeros ni últimos, y que no reconoce más distinción última que la existente entre lo inmediato y lo no inmediato.”¹⁰⁸

Aun así, continuarán existiendo las diferencias de gusto, afirma J. A. Ramírez en *Medios de masas* determinando “tendencias múltiples permitiendo una paralela multiplicidad de opciones”¹⁰⁹ que responden finalmente a prototipos estándares como Susan Sontag introduce: “En la moderna sociedad consumista, la subjetividad en cuanto tal consiste únicamente en elegir bienes de producción masiva”¹¹⁰, pues son productos que pese a dar una idea de diversidad se encuentran dentro de la misma categoría.

José Miguel Cortés denuncia la homogeneización, la banalización y la repetición que hegemoniza el mundo urbano moderno, ya que se nos muestra un espacio diáfano y estandarizado¹¹¹, incitando a pensar que el devenir del mundo es la hegemonía de lo banal, ya que encontramos una búsqueda de un canon en los diferentes períodos de las manifestaciones artísticas, con las variaciones morales y estéticas que han ido sucediéndose en las distintas épocas, pues pese a que el cambio es constante, se tiende a agregar y simplificar. En el cuadro encontramos una estandarización de los formatos y una preponderancia al cuadrado, que está igualmente presente en el diseño de los dispositivos móviles y los menús de las interfaces, pues parece que todo responde a una funcionalidad, justificado por un modo de uso intuitivo y previsible.



Fig. 4
iPhone 3 y Samsung Galaxy S, 2012

¹⁰⁸ GREENBERG, C., “La crisis de la pintura de caballete”, en *Arte y cultura. Ensayos críticos*, Barcelona, Paidós, 2002, pp. 177-180. Publicado originalmente en *Partisan Review*, nº15, abril de 1948.

¹⁰⁹ RAMÍREZ, J. A., *Op. Cit.* p. 274

¹¹⁰ SONTAG, S. “On photography”, en *Farrar*, Nueva York, Straus & Giroux, 1977, p. 37

¹¹¹ CORTÉS, J. M., *La ciudad cautiva. Control y vigilancia en el espacio urbano*, Madrid, Akal, 2010, p.168

c. Comunicación digital e interfaz

La interfaz es el punto de contacto e interacción entre nosotros – usuarios – y las máquinas, y como el *Diccionario de la Real Academia Española*¹¹² muestra, es la conexión física y funcional entre dos aparatos o sistemas independientes. Unos mandos de control que responden cada vez más a un uso táctil, intuitivo y dinámico, respondiendo a las necesidades de los usuarios, crecientemente menos especializados pero sin necesidad de precisar manuales de instrucción. En los dispositivos móviles (*smartphones*, *tablets*, videoconsolas, etc.) encontramos una distribución muy similar de los botones e iconos en sus interfaces respondiendo a un modelo único, como ya hemos mencionado. Aunque existe una jerarquía generada por las empresas líderes del mercado que marcan el diseño de los sistemas operativos, conectores y puertos de información para la transmisión de datos entre los dispositivos, existe un estándar internacional debido a una búsqueda de compatibilidad entre los distintos fabricantes. La racionalización y la eficiencia han hecho que hayamos llegado a soluciones de diseño *sólidas* en las que se repite un mismo patrón considerado ideal durante un tiempo, para ser constantemente actualizado. A raíz de esta sucesión de variaciones que encontramos tanto en los medios de masas como en el arte, introducimos un apunte de Juan Antonio Ramírez acerca del diálogo de los cambios estilísticos en el tiempo:

*“Los tiempos son permeables en sentido progresivo y regresivo. Aquí es donde el estudioso de nuestros días tiene planteado el verdadero desafío, porque de un lado urge analizar las modalidades expresivas de los nuevos medios, sus formas de exposición, su especificidad comunicativa, y de otra parte está la asunción de la historia de la cultura y del arte con la exigencia ineludible de su análisis y revisión a la luz de las nuevas condiciones históricas. En definitiva, una tarea crítica. Una tarea que no rechaza, sino que integra.”*¹¹³

Un aspecto crucial de nuestros días y que apunta al futuro es la reprogramación lingüística y conceptual, por ello vamos a enumerar una serie de nuevos términos¹¹⁴ que debemos incorporar a nuestro lenguaje cotidiano. Encontramos que aunque estas acciones actúan en base a suposiciones, basadas en análisis de datos objetivos, estimaciones y cifras, permite múltiples lecturas basadas en la rentabilidad y la construcción de un común. Una comunicación digital entre empresas y consumidores, una reprogramación acorde con los nuevos tiempos y la manera de acceso a la información, ya que *“el sistema social somete hoy todos sus procesos a una coacción de transparencia para hacerlos operacionales y acelerarlos”*¹¹⁵. Pese a tenerlo todo visible y disponible, tenemos un acceso fraccionado a la información porque los buscadores nos muestran aquello que queremos ver y estrictamente accedemos a lo que nos interesa o los anuncios dirigidos conforme a las últimas búsquedas realizadas en la red, por lo que sólo nos acercamos a un fragmento de realidad.

Agregación:

Las compañías que mejor saben dónde y cuándo gastamos nuestro dinero y cuánto nos gastamos son las emisoras de tarjetas de crédito. A estas compañías no les interesa tanto tener acceso a nuestra información personal como agregar nuestros da-

¹¹² Interfaz: Del ingl. interface, superficie de contacto. www.rae.es [10/06/14]

¹¹³ RAMÍREZ, J. A., *Op. Cit.*, p. 251

¹¹⁴ Definiciones extraídas de monitores de información en la exposición Big Bang Data, CCCB Barcelona, 2014, por los comisarios José Luis de Vicente y Olga Subirós,

¹¹⁵ HAN, B. *Op. Cit.*, p. 12

tos individuales por gasto, por entender los patrones de consumo a gran escala, a partir de millones de transacciones diferentes de millones de usuarios anonimizados.

Patrón:

A través de las tarjetas de fidelidad, algunos supermercados han sido capaces de detectar 24 productos claves que indican un cambio de patrón en los hábitos de compra de una cliente. Este cambio de patrón indica una alta probabilidad de que la cliente está embarazada. Otros han encontrado patrones de relación inesperados, como el que existe entre la compra de pañales y la de cerveza los viernes por la tarde. Este tipo de análisis no explica la causa del patrón, sólo indica que existe.

Correlación:

Un análisis de correlación mediante un algoritmo determinaba que, entre todos los coches de segunda mano, los de color naranja estaban en mejores condiciones que los del resto de colores. Aproximadamente la mitad de la tasa alcanzada por la media de los demás coches.

Aunque encontrar una correlación entre dos factores no implica que uno sea la causa del otro, en muchas ocasiones establecer que hay una relación directa entre dos fenómenos resulta suficiente para tomar decisiones efectivas.

Predicción:

Desde 2009 el servicio de Google Fly Trends observa las búsquedas que los internautas realizan de términos relacionados con los síntomas de la gripe, con el objetivo de ser capaz de predecir los brotes de la enfermedad antes de que los enfermos lleguen a los hospitales. En algunas temporadas ha sido capaz de predecir con un éxito de hasta el 97% el número de casos que, dos semanas más tarde, registraría el Centro de Control y Prevención de Enfermedades de EEUU.

Minería:

Facebook conoce nuestros gustos. LinkedIn adivina a quién conocemos y Amazon puede recomendarnos el libro ideal para nuestros intereses. Muchos aspectos de nuestro mundo que eran competencia exclusiva del entendimiento humano se ven progresivamente sustituidos por sistemas de decisión computados. Los datos son oro y la minería es el conjunto de técnicas para extraer este oro.

Metadatos:

Los mensajes de Twitter están limitados a 140 caracteres, pero los metadatos (información sobre la información) que llevan asociados cada tuit son mucho más ricos. Incluyen 33 elementos específicos diferentes; entre otros: idioma, geolocalización, cantidad y número de personas que siguen o que le siguen.

Un estudio de 509 millones de tuits a lo largo de dos años, hecho por 2,4 millones de personas de 84 países, mostró que los estados de ánimo de la gente siguen patrones diarios y semejantes en todas las culturas del mundo. Una cosa que no se había podido percibir anteriormente. Los estados de ánimo han quedado datificados.

1.1.2 Popularización de los dispositivos móviles

Hoy en día todos tenemos un rápido acceso a las imágenes de los cuadros y al arte en general. Ejemplo de ello puede ser las reproducciones de obras maestras en láminas, puzles, postales, o incluso banalizada como fondo de las pantallas de nuestros dispositivos, aunque consideramos una revolución que una obra pase de estar expuesta en un museo cumpliendo con una función concreta a que todo el mundo la pueda consumir “desde su teléfono móvil”¹¹⁶ con una cercanía y detalle como la que la ofrecida por la plataforma *Google Art Project*.

Smartphones e *iPads* se han convertido rápidamente en parte de la vida cotidiana, desde su difusión masiva desde hace dos décadas sin que nos preguntemos al respecto, lo cual ha quedado demostrado por la existencia de más estudios acerca de internet y el ciberespacio que relativos a la telefonía móvil¹¹⁷. Mientras que a internet se le considera un dispositivo masivo de información y comunicación (punto a multipunto), a la telefonía se la considera un medio de comunicación interpersonal (punto a punto), pero es necesario estudiar ambos medios juntos¹¹⁸ a causa del incremento de consumo de teléfonos inteligentes donde se une la telefonía con internet. Giorgio Agamben denuncia que los teléfonos móviles han hecho aún más abstractas las relaciones entre las personas y no es una casual su uso desmesurado ya que está en relación con los inicios de la “*hominización*”¹¹⁹, además añade que el uso de esta tecnología por jóvenes y adultos contribuye a la constitución de individuos multi-dimensionales, heterogéneos, instantáneos y fragmentados¹²⁰.

“*El teléfono es un medio social porque su apropiación masiva produce modificaciones en las prácticas sociales*”¹²¹, por lo que consideramos necesario analizar las prácticas relacionadas con el uso de esta tecnología. Paula Furlano entiende el ciberespacio “*como lugar social más que personal*”¹²² y por ello presenta la hipótesis de la utilización del teléfono móvil con características técnicas, sociales y personales¹²³, siendo la personal la que muestra una norma social en la que el teléfono está unido íntimamente a un individuo particular, implicando la “*personalización de los medios*”¹²⁴ llegando a transformarse este dispositivo móvil además de un instrumento de comunicación, en un objeto de entretenimiento y un accesorio de moda permanente e inseparable de nuestros movimientos y “necesidades”. Las empresas de publicidad relacionadas con la tecnología móvil centran su discurso hacia el individuo en singular y su “libertad” de elección y comunicación, de ahí que se perciba que cuando uno personaliza su vida (y su teléfono móvil) el sistema no le controla. Aunque paradójicamente el teléfono móvil es un dispositivo que cumple con la función de vigilar “*todos a todos en todo momento y lugar*”¹²⁵ dado que permite el contacto permanente de manera imperceptible, además de la posibilidad de que la información que compartimos sea interceptada. Contradictoriamente, nos encontramos en el momento de la historia con más libertades, y en

¹¹⁶ RODRIGUEZ, C., *Óp. Cit.*

¹¹⁷ FURLANO, P., “Una relación silenciosa: Telefonía móvil y sociedad de control”, en *Avatares de la comunicación y la cultura*, nº2, 2011, p.1

¹¹⁸ *Ibidem*, p.2

¹¹⁹ AGABEM, G., *¿Qué es un dispositivo?*, <http://ayp.unia.es/r08/IMG/pdf/agamben-dispositivo.pdf>, [16/06/14]

¹²⁰ MARTIN, M. V., *Jóvenes, identidad y telefonía móvil: algunos ejes de reflexión*, www.cibersociedad.net/congres2006/gts/comunicacio.php, 2006 citado en FURLANO, P., *Óp. Cit.*, p.2

¹²¹ FURLANO, P., *Óp. Cit.*, p.2

¹²² *Ibidem*, p.2

¹²³ ITO, M., “*Personal, portátil, ambulante: Lecciones del uso del teléfono móvil en Japón*”, 2005 citado en FURLANO, P., *Op. Cit.*, p.4

¹²⁴ FURLANO, P., *Óp. Cit.*, p.4

¹²⁵ *Ibidem*, p.9

el que mayores niveles de control social se dan, siendo la seducción por los placeres del consumo y del bienestar una de las diversas maneras de ejercer el poder¹²⁶. La distancia crea la sensación de movimiento por lo que los individuos no sienten corporalmente sujeción alguna, de lo que extraemos que este alejamiento es necesario para la sociedad de control como lo era el encierro para la sociedad disciplinaria.

Los ordenadores en combinación con las bases de datos y determinadas técnicas estadísticas están contribuyendo a crear una nueva época de la vigilancia masiva que se caracteriza por trascender el tiempo, la distancia o las barreras físicas; y por ser casi invisible, más flexible, intensiva y extensiva que las técnicas conocidas hasta ahora. Por ello debemos hacer referencia a la famosa novela *1984* (Orwell, 1948) que de manera premonitrice presentaba teorías utópicas que en la actualidad observamos, como la constante e imperceptible vigilancia del “gran hermano” que reina gracias al conformismo universal de las masas dócilmente controladas. Percibimos en estas distopías totalitarias y otras tecnoparanoias la influencia del conocido modelo “*Panopticon and Inspection House*” (Fig.5) del filósofo y reformador social británico Jeremy Bentham, quien a finales del siglo XVIII, condicionó la sociedad por sus estudios y textos en los que describe una nueva clase de prisión con la que influyó fuertemente en lo que se denominó como “el poder de la mirada”. Un dispositivo pensado para controlar a un gran número de personas, en el que las celdas eran visibles en todo momento desde un punto de vista central donde se situaba el vigilante. Así, el control se mantenía gracias a la sensación de los prisioneros de estar constantemente vigilados por unos ojos que eran incapaces de ver, generando una incertidumbre que consigue la subordinación total de los prisioneros, quienes se autocontrolan de forma voluntaria ante la imposibilidad de saber si están siendo o no vigilados, interiorizando las reglas. Foucault ya denunció que la visibilidad es una trampa, pues la arquitectura responde a un ejercicio de poder, a ideales políticos y sociológicos.

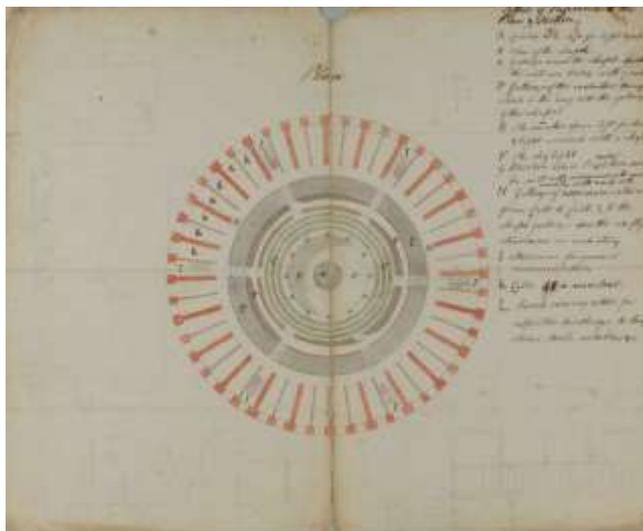


Fig. 5
Plano de prisión panóptica

¹²⁶ *Ibidem*, p.6 y siguientes

Aunque en los inicios el modelo panóptico fue revolucionario, este deseo de verlo todo nos ha llevado a una actitud de la cual huíamos y que está unida a la racionalización de las luces en la modernidad. La visibilidad está relacionada con el progreso y con la democracia, en una instrumentalización paulatina de la misma que ha generado el panoptismo como actitud, yendo más allá y profundizando en nuestras relaciones. Por ello encontramos una división en el individuo de manera física y social, en una retícula ordenada con una visibilidad total y permanente. El concepto de control social desde la arquitectura ha dado un giro de 180 grados con la evolución vertiginosa de las nuevas tecnologías de la imagen, en una sociedad del miedo en la que cada día somos bombardeados visualmente con millones de noticias que muestran todos los peligros que nos acechan, la video-vigilancia está totalmente justificada proporcionando una tranquilidad relativa¹²⁷.

La *National Security Agency* (NSA) se convierte en una especie de ministerio de la Información mundial al efectuar un control de datos recogiendo informaciones sobre el mundo con la intención de estudiar y predecir acontecimientos, aunque vulnera derechos de privacidad por ejemplo con el cifrado de conversaciones en internet, lo que convierte el tráfico de datos en un debate abierto en la actualidad, cuyas políticas propias se enfrentan a las leyes de cada país. Hemos asumido que el riesgo actual de las sociedades de control es la pérdida de control de nuestra información y, por lo tanto, Internet no es seguro ya que nos hemos convertido en seres rentables: indicadores, datos y mercados¹²⁸. En 1977 Paul Virilio denuncia que “*el poder de la información puede llegar a ser un poder total*”¹²⁹ y la cibernética puede entrar en conflicto con las órdenes humanas, convirtiéndose la guerra en un fenómeno esencialmente electrónico y lo evidencia la utilización de *drones*, satélites, tecnologías de guía de misiles o bombas neotómicas. Cabe señalar que internet es el fruto del Pentágono, al igual que muchas de las tecnologías basadas en satélites que han sido antes de uso militar, lo que nos enfrenta a un problema, como el uso de *drones* tanto en la guerra como en la vida diaria.

Estas condiciones son las que debe afrontar cualquier producción visual contemporánea, ideas que, por tanto, remiten a la inducción al control producida por los dispositivos y la banalización generada por la globalización y ya teorizada en relación al pop y los medios de masas. En todo el desarrollo de los dispositivos y la producción visual se van entrelazando dos partes, por una, aquello que es visible, no sólo a través de la pantalla o cualquier otra interface, sino también a modo de pensamiento común y positivo acerca de la tecnología, y por otra, una serie de consideraciones acerca de los dispositivos como mecanismos de control que son propiamente invisibles, pues para funcionar como tales no deben aparecer como una desventaja, sino como algo positivo acerca del poder que despliega o el tecnológico. Pensemos, por ejemplo, en la mutación entre los términos de miedo y seguridad, el primero es negativo y el segundo positivo, pero en ambos se encuentra una valoración implícita sobre los mecanismos de control. Afrontamos estas ideas y nos plantean el intento de ensayar y experimentar cómo reflejarlas, al menos parcialmente en nuestra propia producción, pues en el caso de nuestro proyecto no nos dedicamos a hacer visible lo invisible, es decir, no

¹²⁷ BALLÓ, J. “A través de las pantallas”, en *Culturals*, La Vanguardia, 18 enero 2012

¹²⁸ DELEUZE, G., *Post-scriptum sobre las sociedades de control*, *Conversaciones 1972-1990*, Valencia, Pre-textos, 1999, p. 282. “Es sencillo buscar correspondencias entre tipos de sociedad y tipos de máquinas, no porque las máquinas sean determinantes, sino porque expresan las formaciones sociales que las han originado y que las utilizan. Las antiguas sociedades de soberanía operaban con máquinas simples, palancas, poleas, relojes; las sociedades disciplinarias posteriores se equiparon con máquinas energéticas, con el riesgo pasivo de la entropía y el riesgo activo del sabotaje; las sociedades de control actúan mediante máquinas de tercer tipo, máquinas informáticas y ordenadores cuyo riesgo pasivo son las interferencias y cuyo riesgo activo son la piratería y la inoculación de virus. No es solamente una evolución tecnológica, es una profunda mutación del capitalismo.”

¹²⁹ VIRILIO, P.. *Op. Cit.*, p. 101

hay una puesta en evidencia visual de los mecanismos de control que suponen los dispositivos móviles, sin embargo la reflexión crítica sobre estos aspectos era inevitable. Por ello el objetivo es hacer visible lo que ya es visible, para que el espectador proyecte una mirada consciente y crítica sobre la banalización del arte en general y la intervención sobrepuesta de los iconos de las aplicaciones en las obras maestras de la pintura.

a. Los dispositivos móviles han llegado para no marcharse

Paul Virilio trata de generar autoconciencia y mantiene una posición crítica frente a los avances de la tecnología, ya que afirma que cada avance conlleva un tipo de accidente. Por lo tanto, no podemos renunciar a la tecnología, pero saber que conlleva unos riesgos que, en el caso de internet y los dispositivos móviles imaginamos que serán a escala global, y afirma que “si *no vemos crecer el número de críticos de arte, no existirá libertad frente a los multimedia y a las nuevas tecnologías* [por lo que] *existirá una tiranía de la tecnociencia*”¹³⁰. Virilio introduce la aceleración como la relación entre poder y velocidad, aspecto clave para nuestra investigación: el incremento de velocidad empleado en la fabricación, distribución, aplicación y obsolescencia.

Enunciamos además de los dispositivos móviles de las tecnologías de la comunicación e información otros dispositivos móviles electrónicos como los marcos digitales que permiten el visionado de arte digital y fotografías personales con el disfrute temporal y la retroiluminación como características más destacables, así como es el espectador quien puede decidir cuándo encenderlo y apagarlo, o, si se da el caso, el grupo de imágenes y el tiempo de exposición¹³¹. Este conjunto de aparatos electrónicos son usados en la creación de obra y en su visionado por artistas como David Hockney¹³², quien siempre ha mostrado un interés en el empleo de tecnologías poco frecuentes en la creación de obra, desde la cámara Polaroid, pasando por el fax, utilizando el *iPhone* a partir de 2009, el *iPad* a partir de 2010 y la tecnología *DVR* de alta definición más recientemente¹³³.

Destacaremos de Hockney la obra de su exposición *Una visión más amplia* (2011), organizada por la Royal Academy of Arts en colaboración con el Museum Ludwig de Colonia y el Museo Guggenheim Bilbao, en la que expuso dibujos digitales bien en *iPads* o impresos en grandes lienzos (Fig. 6). Para la realización de éstos utiliza la aplicación *Brushes*, lo que le permite utilizar *iPhones* y *iPads* como un libro de apuntes en lugar de utilizar carboncillo o acuarela, simplificando el proceso de tomar apuntes del natural y llegar a la obra final gracias al dispositivo, generando dudas entre los críticos en calificarlo como arte: “*La apertura a la innovación técnica es una cosa, el arte otra*”¹³⁴, o “*lo mejor de su obra no corresponde a la*

¹³⁰ VIRILIO, P. *Op. Cit.*, p. 36

¹³¹ En el Anexo I (p.108) hemos incorporado un proyecto de arte colaborativo en el que los dispositivos móviles tienen la función de herramienta de creación y reproducción, generando una participación activa en el espectador involucrándole en la creación, no sólo en el encendido, apagado o cambio de imágenes.

¹³² David Hockney (Bradford 1937) es uno de los pintores británicos más relevantes de la segunda mitad del siglo XX debido a los recursos y lenguajes que utiliza y la legibilidad de sus cuadros en los que se plasma con aparente ingenuidad el mundo cotidiano. Es importante recordar su libro *El conocimiento secreto* donde plantea una tesis revolucionaria, pues adelanta en varios siglos las fechas aceptadas para la utilización de instrumentos ópticos como la cámara lúcida, por los antiguos maestros desde el siglo XV.

¹³³ <http://hockney.guggenheim-bilbao.es> [10/01/14]

¹³⁴ SEARLE, A., en *The Guardian*, citado en CAIN MILLER, C., “El iPad como un lienzo”, en *The New York Times*. 13/1/2014, http://bits.blogs.nytimes.com/2014/01/10/the-ipad-is-an-artists-canvas-for-david-hockney/?_php=true&_type=blogs&_r=0 [16/04/2014]

utilización de esta tecnología"¹³⁵, pero como dijo Richard Benefield acerca de Hockney: "él piensa que es un nuevo medio y que está aquí para quedarse"¹³⁶.



Fig. 6
DAVID HOCKNEY, Yosemite I, 16 oct 2011
Dibujo realizado con iPad

Entendemos que la incorporación de los nuevos lenguajes y dispositivos electrónicos con fines artísticos es un recurso constante en la Historia del Arte, donde destacamos la utilización de dispositivos electrónicos por artistas como Jean Tinguely o Nam June Paik, o el uso de imágenes publicitarias por Richard Hamilton entre otros. En referencia al "pop" destacaremos la cita de Simón Marchán cuando afirma que "*depende directamente del «boom» comercial y publicitario del momento, cuya aparición o desaparición es necesario activar, dado su rápido desgaste y consumo, con objeto de que no degeneren en una redundancia semántica y, lo que es más grave, en un estancamiento económico*"¹³⁷, marcando su "*carácter obsoleto*"¹³⁸, al igual que los dispositivos móviles electrónicos, como ya hemos comentado, en los que se ha dado una auténtica lucha de patentes e innovaciones entre las empresas del sector por conseguir el dominio del mercado móvil desde los primeros modelos de teléfonos móviles por Bell en 1946 (Fig.7) y a lo largo de toda la evolución tecnológica que

¹³⁵ CARBAJO, A., <http://www.applesfera.com/curiosidades/david-hockney-atrapando-el-momento-a-traves-de-un-medio-tan-atipico-como-el-ipad>, [22/04/2014]

¹³⁶ CAIN MILLER, C., *Óp. Cit.*

¹³⁷ MARCHÁN, S., *Óp. Cit.*, p. 43

¹³⁸ *Ibidem*, p. 46

ya cuenta con varias generaciones, lo que ha sido posible gracias a la rápida obsolescencia de los productos, que ha supuesto revoluciones sociales en todos los ámbitos.



Fig. 7
Una prueba de jefe de servicio de telefonía móvil Southwestern Bell, St. Louis, 1946
AT&T Archives and History Center

b. La obsolescencia, producto de la aceleración

En la vida consumista, la novedad y variedad que se espera del objeto invita a la velocidad, por lo que la durabilidad o una vida útil que sobreviva a la utilidad del consumidor no es un aspecto positivo, ya que *“si son usados repetidamente, los bienes adquiridos frustran la búsqueda de la variedad, y el uso sostenido hace que pierdan su lustre y su brillo”*¹³⁹. Como sucede en los espacios físicos o digitales de exposición de obra, que se produce una renovación constante. Ya en los años cincuenta, Brooks Stevens, uno de los principales teóricos de la obsolescencia programada, contraponía el modelo europeo (fabricar productos para toda la vida) con el modelo estadounidense (personas insatisfechas con el producto con el que han disfrutado y sienten la necesidad de cambiarlo por un artículo más novedoso). Stevens mostraba que la idea de felicidad se consigue a través del consumo ilimitado, sentando las bases de la sociedad del consumo, generando productos obsoletos por un número limitado de usos, inadecuados a las circunstancias y por ello son desechados con una vida útil aún longeva¹⁴⁰. Cuando los productos dejan de complacer a sus usuarios, son desechados o vuelven a circular en el mercado en tiendas de segunda mano físicas o virtuales, en el caso del arte en subastas, o donaciones en ambos casos. Zygmunt Bauman en su libro *Amor líquido* señala que en la sociedad de consumo la imagen del éxito es la de aquel que no se aferra a sus posesiones durante un largo período de tiempo, afirmando que no existe ninguna necesidad o uso que justifique la existencia de un compromiso duradero en las bases de la racionalidad *líquida* del consumo, aplicándolo también a las relaciones humanas, en la que se ejerce una búsqueda con el fin de proporcionar *“satisfacción instantánea así como el vencimiento instantáneo del objeto consumido”*¹⁴¹. Gesto que contrasta con el sistema arte,

¹³⁹ BAUMAN, Z.. *Óp. Cit.*, 2005, p. 73

¹⁴⁰ MINISTERIO DE EDUCACIÓN. “Uso del documental en el aula. Comprar, tirar, comprar” en http://docentes.leer.es/files/2012/06/eso4_cs_his_al_usodocumental_albaambros_ramonbreu.pdf [01/06/14]

¹⁴¹ BAUMAN, Z., *Óp. Cit.*, 2005, p. 70

en el que se evita su destrucción, invirtiendo en la conservación y restauración de las piezas, con la necesidad de documentar, catalogar, almacenar y exhibir la obra. Un sistema que reclama un objeto o un documento perenne.

La estrategia que rige el mercado en la actualidad es un incremento de velocidad que es proporcional a la obsolescencia de los productos cuya vida útil está programada para generar un constante rendimiento económico. Tanto los dispositivos electrónicos como los objetos artísticos tienen dos espacios finales: el museo o el vertedero¹⁴². Los aparatos electrónicos son concebidos con una muerte prematura desde que son ideados, en cualquier caso, *“cuando la calidad nos defrauda, buscamos la salvación en la cantidad. Cuando la duración no funciona, puede redimirnos la rapidez del cambio”*¹⁴³. Si bien, esto sucede en *“una civilización basada en los objetos (que los fabrica, los vende, obtiene beneficios que permiten aumentar el ritmo de producción, etc.)”*, tal y como plantea Juan Antonio Ramírez en su libro *Medios de masas e historia del arte*, donde relaciona este planteamiento con los objetos artísticos, los cuales han sido mitificados para enmascarar su naturaleza de objeto de consumo, *“negando valor creador o lúdico a los restantes”*¹⁴⁴. Similitud que encontramos con los teléfonos inteligentes, pues son productos que en la actualidad son mitificados, ensalzados, alabados y consumidos: un teléfono que ha dejado como secundaria la función de realizar llamadas y se ha convertido en objeto de deseo, del cual esperamos que nos aporte sus efectos secundarios prometidos: no las frecuencias y emisiones, sino la integración en el grupo y el estatus social. O simplemente comunicarnos y distraernos.

*“Llega a las masas o al público medio, porque ha sido consumido; y que se consume (y, en consecuencia, se depaupera) precisamente porque el uso a que ha estado sometido por un gran número de consumidores ha acelerado e intensificado su desgaste”*¹⁴⁵.

Esta cita de Umberto Eco que Juan Antonio Ramírez incluye en su texto, nos parece especialmente interesante y remite a la necesidad de diferenciarse por esta democratización, una continua actualización de los dispositivos móviles o la obra de arte para volver a desmarcarse de la masa, por un breve período de tiempo ya que el sistema pronto mostrará otro producto más novedoso que rápidamente volverá a quedar obsoleto. De la misma manera, la obra de arte que ha sido creada digitalmente para un dispositivo electrónico concreto también contempla esta caducidad y en muchos casos sufre una desvirtualización, como los trabajos generados en Super8, VHS o DVD, como sucederá en unos años ya que no encontraremos disponibles en el mercado los reproductores específicos, cosa que dificulta su exposición e incluso la restauración.

La obsolescencia tiene incluso su reflejo en las Galerías de arte y otras instituciones dedicadas a la exhibición y comercialización de arte, ya que los agentes intermediarios se están reduciendo, contribuyendo con ello a una reducción de los costes, pero no de los beneficios. Reducción que es debida en cierto modo a la difusión digital y a la transformación en virtual del espacio o la eliminación de una sede física de muchas galerías en virtud de tener presencia únicamente en ferias. Podemos destacar para precisar esta relación entre obra virtual y física, la plataforma Behance (2006) que genera una nueva disposición de los modos de ver, o VirtualGallery (2012) (*Fig.8*) que reproduce digitalmente las condiciones habituales.

¹⁴² RAMÍREZ, J.A. *Óp. Cit.*, p. 261

¹⁴³ BAUMAN, Z. *Óp. Cit.*, 2005, p. 82

¹⁴⁴ RAMÍREZ, J.A., *Óp. Cit.*, p. 263

¹⁴⁵ ECO, U., *Apocalípticos e integrados ante la cultura de masas*, Barcelona, Lumen, 1968, citado en RAMÍREZ, J.A. *Íbidem*, p. 269



Fig. 8
Galería 3D de Virtualgallery.com

Concluimos con la idea de la rentabilidad económica como base de esta obsolescencia acelerada y cuya manera de hacerlo sostenible es producir un beneficio de forma constante. Un concepto que no es nada nuevo pues ya en 1929 la prestigiosa revista de publicidad *Printer's* afirmaba: “*Un artículo que no se desgasta es una tragedia para los negocios*”¹⁴⁶.

“Es casi innecesario recordar que en una sociedad mercantilizada a todos los niveles, cuya fuerza motriz es el principio de rendimiento, la industria no se preocupa en producir lo que pueda ser realmente útil para el hombre, sino lo que puede ser vendido con un máximo de beneficio.”¹⁴⁷

El documental “*Comprar, tirar, comprar. La historia secreta de la obsolescencia programada*”¹⁴⁸ muestra los sistemas que en las últimas décadas se han utilizado para alimentar una sociedad de consumo basada en la corta durabilidad de los productos o los chips que aceleran el proceso para mantener el flujo de consumo constante. Según los partidarios de la programación de la obsolescencia, este carácter desechable y permanente es el que permite que las fábricas sigan produciendo y se aseguren los puestos de trabajo de millones de personas.

Una estética de la desaparición, en la que “*las cosas existirán cuanto más desaparezcan*”¹⁴⁹, que nos conduce a su vez a pérdidas físicas o sociales generadas por las innovaciones tecnológicas. En cuanto al objeto no ocurre una desaparición como tal, sino un desplazamiento, un ocultamiento, ya que los desechos tecnológicos se acumulan en vertederos descentralizados, lejos de su lugar de origen, o tal como hemos mencionado, permanecer en el ciclo del mercado, alargando la vida útil. Estamos condenados a la obsolescencia como salvación ante la acumulación. Falsa amiga es esta relación, ya que la basura electrónica llega a los diferentes vertederos tecnológicos para no marcharse, generando un problema ecológico de gran importancia (*Fig. 9*) advirtiendo desde *Greenpeace* la peligrosidad del Coltán, el Litio y otros materiales altamente contaminantes utilizados en la creación de las baterías, poniendo en jaque la sostenibilidad del planeta.

¹⁴⁶ MINISTERIO DE EDUCACIÓN. *Óp. Cit.*

¹⁴⁷ FABRETTI, C. « La industria de la incultura y los medios de comunicación », en *Estudios de Información*, nº 19-20. Citado en RAMÍREZ, J.A. *Óp. Cit.*, p. 258

¹⁴⁸ DANNORITZER, C., Documental “Comprar, tirar, comprar”, Davina Breillet para Arte France, TVE y TVC, 2010

¹⁴⁹ VIRILIO, P., *Óp. Cit.*, p. 25

“La tasa de crecimiento de estas montañas de residuos electrónicos obsoletos alcanzará dimensiones de crisis si las empresas de electrónica, que obtienen lucros elevados de la producción y venta de estos aparatos, no asumen sus responsabilidades. Es posible hacer productos sin sustancias químicas peligrosas, duraderos, que pueden ser mejorados, reciclados o eliminados de forma segura y que no acaben como residuos peligrosos en el patio de atrás de quienes ni siquiera disponen de la tecnología adecuada para gestionarlos.”¹⁵⁰



Fig. 9
Vertedero tecnológico en Nigeria

c. Nuevas pantallas

“Nuestra época, que es «acumulativa» en todos los sentidos, habría contemplado el nacimiento de tantas «pantallas» como determinaban las ampliaciones efectivas del campo de estudio: revalorización de la producción artística de períodos «deca-dentes» como el arte romano tardío y el barroco.”¹⁵¹

Con esta idea de Juan Antonio Ramírez hacia las pantallas culturales en referencia a las artes visuales y la relación con las tecnologías y los medios informativos (*Fig. 10*) nos acercamos a una reflexión estética e histórica que dotó de mayor valor a unos objetos frente a otros, marcado por la modernidad en la diferencia entre la imagen reproducida mecánica y electrónicamente y la imagen única y manual. Esto nos lleva a confrontar las auras calientes de Walter Benjamin con el texto de las *Auras Frías* de José Luís Brea quien aseguró que las cuestiones acerca del original y la copia se funden en los medios de masas en su difusión y comunicación masiva, pero encontramos que en la actualidad es más compleja esta cuestión dado que no podemos hablar de la dualidad original-copia en las obras digitales.

¹⁵⁰ <http://www.greenpeace.org/mexico/es/Campanas/Toxicos/Electronicos>, [08/06/14]

¹⁵¹ RAMÍREZ, J. A., *Óp. Cit.*, p. 279

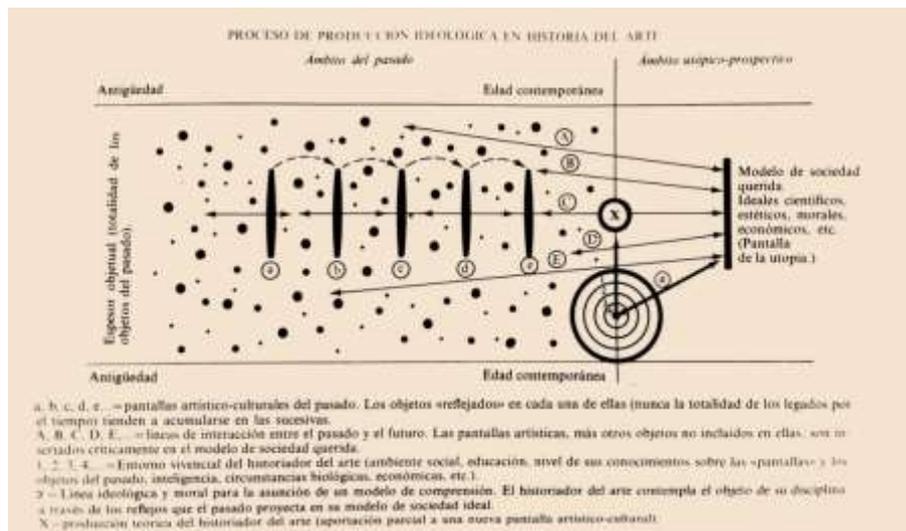


Fig. 10
 JUAN ANTONIO RAMÍREZ, Proceso de producción ideológica en Historia del Arte
 Medios de masas e Historia del Arte, Madrid, Cátedra, 1988, p. 282

En la actualidad las aportaciones de cada pantalla, de cada construcción cultural, hacen que la historia del arte deba replantearse qué entra y qué se queda fuera. Más ya en los 70 Juan Antonio Ramírez defendía que la ampliación de la noción de arte a productos “no artísticos” permite “que la verdadera historia del arte moderno nazca de un estudio profundo de las técnicas y de una amplia descripción de los grupos humanos que participan de la producción e interpretación de todos los objetos estéticos, incluidos los utilitarios”¹⁵².

“Benjamin toma en serio las imágenes de la cotidianidad, la sensibilidad callejera, la estética de los géneros menores. Se detiene ante los escaparates, se entrega al encanto fetichista de la mercancía, a la seducción de su profana iconografía colectiva: la moda y el diseño, la arquitectura, los medios masivos de comunicación y publicidad.”¹⁵³

En nuestra investigación hemos relacionado las concepciones de las pantallas culturales con las pantallas físicas: las pantallas de los dispositivos electrónicos que encontramos “en cada casa, en cada escritorio, en cada mano – la pantalla de plasma, el monitor, el smartphone – el espejo negro de nuestro existencial siglo 21”¹⁵⁴. Televisores, teléfonos, ordenadores... son estos centros multimedia los medios de acceso a la información, siendo en las distopías tecnocientíficas donde se plantea un futuro en el que será la única manera de acceso a la comunicación y al mundo físico y virtual. La serie *Black Mirror* (2011, Charlie Brooker, dirigida por Euros Lyn) está formada por 6 capítulos independientes cuyo nexo común es la tecnoparanoia. Se muestra el impacto de las nuevas tecnologías en la sociedad de la conmoción visual, y se generan una serie de posibles consecuencias de un mal uso no controlado de estas tecnologías por una sociedad cada vez menos crítica y más dócil.

En el segundo de los capítulos, “15 millones de méritos” (*15 Million Merits*, 2011) se realiza una hipérbole para cuestionar posibles situaciones que en la actualidad se dan a menor es-

¹⁵² RAMÍREZ, J.A., citado en ESCOBAR, T., *La irrepertible aparición de la distancia (una defensa política del aura)*, en: Pablo Oyarzún, Nelly Richard y Claudia Zaldívar (eds.), *Arte y Política*, Consejo Nacional de la Cultura y las Artes, Santiago de Chile, 2005, p. 279

¹⁵³ ESCOBAR, T., *Óp, Cit.*, p. 96

¹⁵⁴ BROOKER, C. <http://www.channel4.com/programmes/black-mirror/articles/all/charlie-brooker-interview>, [06/06/14]

cala, como por ejemplo, el uso de avatares para comunicarnos. Haciendo referencia al uso de las redes sociales y servicios de mensajería instantánea vía móvil, así como a los avatares de los videojuegos, en este caso de la consola *Wii* (*Nintendo*), en la que los movimientos digitales responden a los movimientos físicos del jugador. Son pantallas interactivas que conforman los espacios y habitáculos que añaden un grado más al “gran hermano” de Orwell en 1984, ya que la pantalla es el modo de estar presente en ámbito de lo social, el lugar y la manera de tomar decisiones públicas y políticas que en el caso que se plantea en la serie es un programa de talentos (*Fig. 11*). Nos acercamos aceleradamente a la profecía establecida por Jean Baudrillard en su conocido ensayo *Écran total* en el que la pantalla se vuelve habitable¹⁵⁵ y se convierte en lugar, pasando de dos a tres dimensiones¹⁵⁶. Como en Corea del Sur, donde se practica a través de las pantallas gran parte de la vida social de manera rutinaria y se ha convertido en cibervida¹⁵⁷, volviéndose secundario el cara a cara físico. Socializar a través de Cyworld¹⁵⁸ para los jóvenes coreanos no es ya una elección, sino una necesidad sin prácticamente alternativas.

Los multimedia nos enfrentan a un problema, como afirma Paul Virilio, ya que esa búsqueda de la interactividad, en el campo artístico por ejemplo, nos hace replantear los límites de la pintura. En muchas piezas del arte contemporáneo se busca una participación activa del espectador, al igual que existe una mayor implicación en las cuestiones políticas. Así mismo, Virilio plantea una cuestión que bien ha de ser estudiada: “*Hoy en día, hemos puesto en práctica los tres atributos de lo divino: la ubicuidad, la instantaneidad y la inmediatez la visión total y el poder total*”¹⁵⁹, atributos que coinciden con nuestras nuevas necesidades y solicitudes. Pantallas móviles que nos permiten estar en todo lugar y en cualquier momento, ver y ser visto, por lo que debemos aprovechar la lección que se desprende de lo negativo de un progreso¹⁶⁰.



Fig. 11

Fotograma de 15 Million Merits. *Black Mirror*, 2011

Retomamos la idea de la fragmentación en la pantalla para relacionarla con las pantallas culturales, ya que esta fragmentación se ve muy relacionada con el posmodernismo e implica una descontextualización surgida de “*esa indiscriminada toma de elementos y la nega-*

¹⁵⁵ BAUDRILLARD, J., *Écran Total*, citado en http://blogs.cccb.org/lab/es/article_de-la-videovigilancia-literaria-al-videocontrol-de-black-mirror/ [06/06/14]

¹⁵⁶ PORES, T., *La Imposición de la vida pública Moderna. Ciudad de muros*, Barcelona, Gedisa, 2007

¹⁵⁷ BAUMAN, Z., y LINCH, D., *Vigilancia Líquida*, Barcelona, Paidós, 2013, p. 37

¹⁵⁸ La red social líder en Corea del Sur. Citado en BAUMAN, Z., *Op. Cit.* 2013, p. 37

¹⁵⁹ VIRILIO, P. *Op. Cit.*, p. 19

¹⁶⁰ *Ibidem*

*ción de la unidad estructural entre fondo y forma*¹⁶¹. Una pantalla como la posmoderna caracterizada por ser ambivalente y contradictoria, el eclecticismo artístico y estilístico donde se hibridan formas y géneros, la simultaneidad de registros, la descontextualización y la recontextualización. “*Parece haber desaparecido el sentido histórico a favor de un presente perpetuo y un cambio continuo: la cultura, el tiempo y la historia han sido reemplazados por la velocidad y una obsolescencia acelerada*”¹⁶² que nos ha hecho ser más conscientes del poder de la reelaboración y el *pastiche* en la imagen. Por ello destacamos la posición de Omar Calabrese al defender que la posmodernidad quiere decir “*poner en duda una cultura fundada en las narraciones que se transforman en prescripciones*”¹⁶³ citando a su vez a Lyotard cuando considera que es posmoderna “*la incredulidad en comparación con las metanarraciones*”¹⁶⁴, aspectos que hemos tomado como base para la creación de la obra final de este trabajo.

¹⁶¹ DE VICENTE, A. *El arte en la postmodernidad. Todo vale*. Barcelona, Ediciones del Drac. 1989

¹⁶² SOLAZ, L., http://www.encadenados.org/n39/cine_postmoderno.html [06/06/14]

¹⁶³ CALABRESE, O., *La era neobarroca*, Madrid, Cátedra, 1994, p. 29

¹⁶⁴ LYOTARD, J., *La condición postmoderna*, París, Minuit, 1979, p.5, citado en CALABRESE, O., *Óp. Cit.*, p. 29

1.2 De sociedad a red social

En este punto expondremos la tendencia a la confesión pública de la sociedad en una exhibición permanente en la que se ha mercantilizado y hecho vulnerables todos los datos generados en internet por los dispositivos móviles, pagos con tarjeta de crédito o búsquedas en navegadores. Una creación de una red social virtual gracias a los avances tecnológicos que ayudan a eliminar fronteras, distancias y ampliar la comunidad, beneficios con la capacidad de la salvación para los que hemos tenido que aceptar las “condiciones de uso”, renunciando a derechos y cargando con la cara oculta del progreso. Si bien no podemos renunciar a la cultura tecnológica ni a la cultura artística, y para ello nos apoyaremos en J. A. Ramírez al enunciar que la Historia del Arte crece incluyendo los nuevos medios y se produce una revisión del pasado por las nuevas condiciones históricas, con lo que haremos una relectura de los iconos de la pintura para actualizarlos con iconos de los nuevos dispositivos.

Esta autoexposición ha generado una autopromoción de la vida privada de los individuos, ligada a la idea de publicidad, con lo que si en las redes se busca un reconocimiento social y un “me gusta”, en el campo del arte este juicio de gusto inmediato no es suficiente, ya que comúnmente observamos que es considerado una virtud y una obligación estar visible y dar a conocer la producción artística, así como un reconocimiento por la institución y la sociedad. En ambas exhibiciones se teme que no existan maneras de estar expuesto y observado, creándose un panóptico digital en el que mostramos todo conscientemente. En conocimiento de ello y aceptando las pérdidas y ganancias, se ha procedido a exponer públicamente la parte práctica del proyecto en la red para difundir las piezas y el mensaje, aún a expensas de la pérdida de derechos de imagen y del control de sus reproducciones.

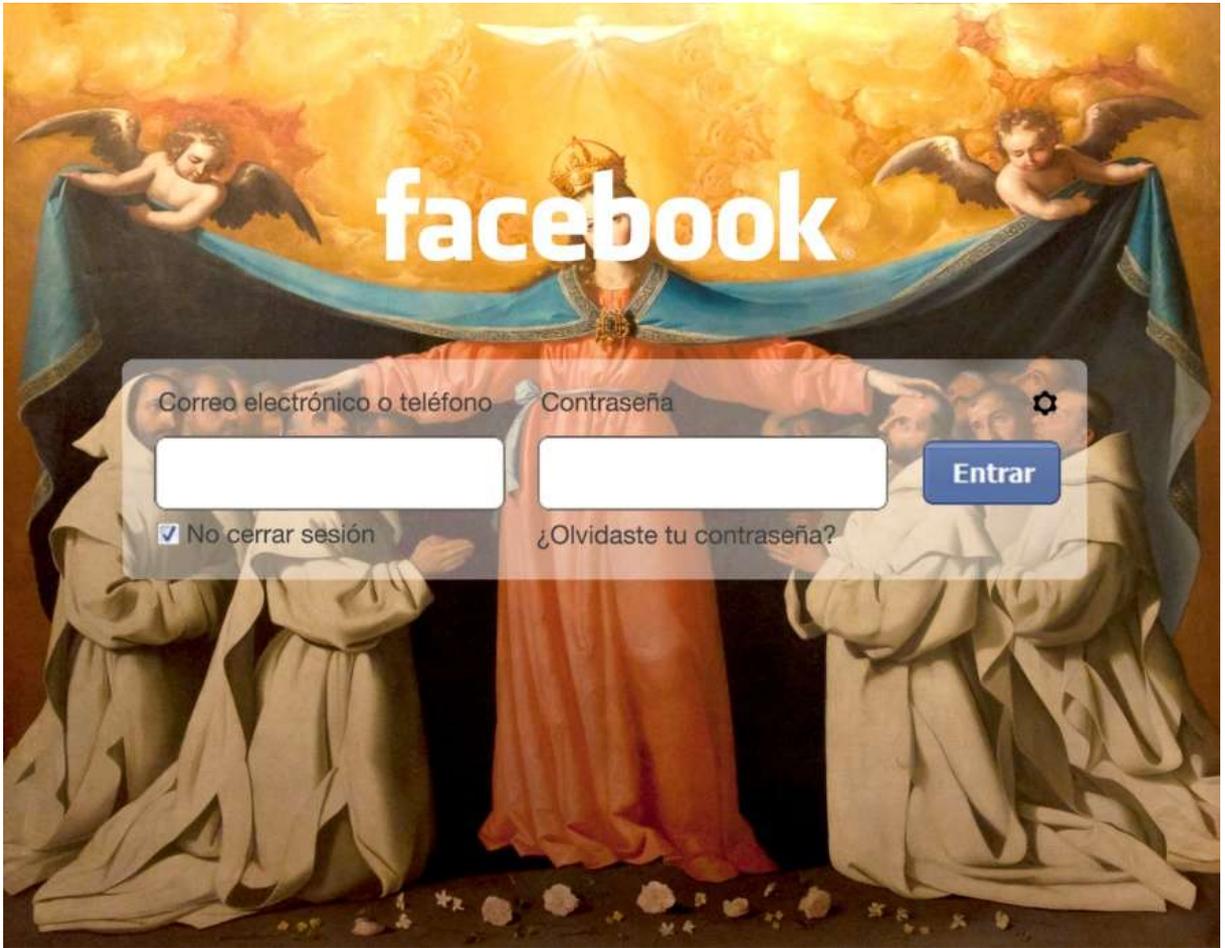


Fig. 12
JUAN CARLOS ROSA CASASOLA, Boceto de Smartpaint, La Virgen de las cuevas, Zurbarán, 2014
Collage digital

Curiosamente el diccionario no ofrece definición para el término Red Social, cuando la “red” es un término que está sustituyendo con mayor rapidez al de “sociedad” tanto en el discurso científico como en el popular¹⁶⁵. Las redes son formas de interacción definidas como un intercambio dinámico entre personas, grupos e instituciones en contextos de complejidad¹⁶⁶, de las que podemos distinguir dos tipos: redes sociales analógicas y redes sociales digitales. Cabe destacar que las redes sociales van unidas a la vida animal, en cambio, su virtualización es muy reciente, debido a los nuevos canales de comunicación, aún así no se muestran apenas diferencias entre ambos términos. La digitalización de éstas, al igual que el uso de cualquier tecnología, es siempre un fenómeno social y, como tal, está situado dentro de determinados contextos histórico-culturales.

Por lo tanto los nuevos medios no han creado la red social ni las manifestaciones que allí se crean, pero era la sociedad quien solicitaba la creación digital de ésta por las nuevas necesidades de rapidez e integración. Es llamativo que Bauman afirme que *“los teléfonos celulares no crearon el enjambre, [...] aunque indudablemente ayudan a que siga siendo lo que es, un enjambre”*¹⁶⁷, poniendo sobre la mesa la red de relaciones que forma la sociedad, de la que nos cuestionamos si podría tener otra utilidad la creación de estas nuevas tecnologías de la comunicación si no es servirse de ellas. *“Sería tonto e irresponsable”*¹⁶⁸ culpar a los dispositivos móviles del retroceso de la proximidad personal en virtud de la virtual, ya que esta última posee ciertas características que en el mundo de hoy nos resultan ventajosas, imposibles de obtenerse en la cercanía analógica del cara a cara. Además, la “nueva” tendencia a la confesión pública que encontramos en las redes sociales digitales no se puede explicar únicamente por la digitalización de la misma, ya que nuestra cultura es la de la exhibición permanente, en la cual la continua presentación de objetos consumibles, incluidos los seres humanos, aparece como el objetivo central del sistema sociopolítico.

*“Nos exhibimos nosotros mismos, mediante nuestras ropas o el lenguaje de nuestros cuerpos, mediante signos e iconos; vivimos en el reino de la exhibición y todos los rituales que conforman o regulan estas experiencias posibilitan una estructura invisible que lo envuelve todo.”*¹⁶⁹

a. Nuevas formas de socialización

Facebook es el ejemplo de red social digital más conocido y responde a una participación libre y genérica, sin temática definida, centrada en fomentar las relaciones entre individuos. Bauman nos insta a no culpar¹⁷⁰ a Mark Zuckerberg (su creador) por los mensajes que se transmiten en la red, pero tampoco lo alabemos por lo que nos parece bien, ya que el uso de las herramientas que nos ha ofrecido lo hacemos los “usuarios activos” de Facebook. Por tanto el peso del impacto que tiene internet en nuestras vidas, tanto lo beneficioso como lo perjudicial, recae sobre nosotros.

¹⁶⁵ BAUMAN, Z. y LINCH, D., *Op. Cit.*, 2013, p. 38

¹⁶⁶ MARTOS, E., *Análisis sobre las nuevas formas de comunicación a través de las comunidades virtuales o redes sociales*. Universidad Politécnica de Valencia, Gandía 2010

¹⁶⁷ BAUMAN, Z., *Op. Cit.* 2005, p. 85

¹⁶⁸ *Ibidem*, p.90

¹⁶⁹ CORTÉS, J. M., *Op. Cit.*, 2010, p. 175

¹⁷⁰ BAUMAN, Z., *Op. Cit.* 2013, p. 34

Facebook fue creada en febrero de 2004 para uso exclusivo de los alumnos de Harvard y rápidamente se amplió para uso global, contando en su décimo aniversario con más de mil doscientos millones de usuarios¹⁷¹ y es definida por Zygmunt Bauman como “una mina de oro”¹⁷², pues es una idea que continúa explotando con crecientes beneficios y que cumplía con las expectativas de los usuarios cuando se unieron a la red. El sociólogo destaca que la sociedad la estaba esperando pues los usuarios ya estaban “preparados para saltar”¹⁷³ por la dificultad de escapar de la soledad, y por lo excluidos e ignorados que se sentían, clamando por salir del anonimato.

“La pesadilla panóptica («nunca estoy solo») ahora refundida en la esperanza de «no volver a estar solo otra vez»”¹⁷⁴. Puesto que el teléfono móvil acompaña todos nuestros movimientos y teniendo en cuenta que ninguna parte sería un espacio sin teléfono móvil, sin batería o un espacio fuera del área de cobertura, hemos eliminado la opción de estar afuera y estamos todo el tiempo adentro pero jamás encerrados en ningún lugar. Un adentro al que podemos refugiarnos cuando no nos interesa la multitud que nos rodea¹⁷⁵. Bauman ya mostraba que “los celulares ayudan a estar conectados a los que están a distancia. Los celulares permiten a los que se conectan... mantenerse a distancia”¹⁷⁶ y como él mismo extrae de las declaraciones de John Urry¹⁷⁷, no podemos concebir una relación sin un distanciamiento, pero la continua exposición a la “proximidad virtual” favorece la lejanía, la distancia y la imaginación, siendo la otra cara de la proximidad virtual la distancia virtual, que ya no implica cercanía física, siendo esta cercanía no significativa de proximidad. Los dispositivos móviles vienen a señalar concreta y simbólicamente nuestra liberación del espacio, en el que poder reunirse, como un espacio público que hoy en día ha sido reemplazado por la imagen pública descentrada de la ciudad¹⁷⁸. Una ciudad virtual en la que solo nos encontramos a nosotros y a nuestros semejantes, ya que las redes sociales y los motores de búsqueda personalizados erigen en la red un espacio cercano absoluto. Esta cercanía digital presenta al participante sólo aquellas secciones de mundo que le gustan, desintegrando la esfera y la conciencia pública¹⁷⁹. Teresa Pores defiende que la creciente interacción electrónica sustituye o aplaza las relaciones personales físicas a través de las redes sociales, siendo la pantalla el modo de estar presente en el más allá social¹⁸⁰. Hechos como los movimientos generados en el 15M o las Primaveraes Árabes nos ayudan a demostrar que no las sustituyen, sino que son complementarias a las plazas públicas.

Aunque bien es cierto que nuestra manera de comunicar se está modificando, al igual que nuestras consultas en internet se vuelven más semánticas. Estamos diferenciando las comunicaciones de las relaciones, y “estar conectado es más económico que estar relacionado, pero también bastante menos provechoso en la construcción de vínculos y su conservación”¹⁸¹. A diferencia de las relaciones humanas que son difusas y voraces, las conexiones se ocupan sólo del asunto que las genera y dejan a los involucrados al margen de todo compromiso más allá del tema y el momento del mensaje leído o enviado. Estas conexiones

¹⁷¹ www.europapress.es/portaltic/socialmedia/noticia-asi-era-the-facebook-2004-asi-facebook-2014-20140204093836.html [17/06/14]

¹⁷² BAUMAN, Z., *Op. Cit.* 2013, p. 32

¹⁷³ *Ibidem*, p. 33

¹⁷⁴ *Ibidem*, p. 32

¹⁷⁵ *Ibidem*, p. 85

¹⁷⁶ *Ibidem*, p. 85

¹⁷⁷ URRY, J., en *Mobility and Proximity*, en *Sociology*, mayo de 2002, citado en BAUMAN, Z., 2005, p. 86, “las relaciones de copresencia implican siempre cercanía y lejanía, proximidad y distancia, solidez e imaginación”

¹⁷⁸ VIRILIO, P., *Op. Cit.*, p. 47

¹⁷⁹ HAN, B., *Op. Cit.*, p. 68

¹⁸⁰ PORES, T., *Op. Cit.*

¹⁸¹ BAUMAN, Z., *Op. Cit.*, 2005, p. 88

demandan menos tiempo y esfuerzo para ser realizadas y/o cortadas. La simplificación de nuestras relaciones puede ser terrible, ya que si el mundo solo constara de informaciones sería igual que una máquina y mediría su valor en la cantidad y la velocidad del intercambio de información¹⁸².

b. Qué hemos ganado y qué hemos perdido

Es harto llamativa la evolución de Facebook, ya que en sus inicios el objetivo principal era permitir a los usuarios recuperar o mantener el contacto con antiguos compañeros de estudios, y rápidamente evolucionó tanto en su funcionamiento como en su objetivo, pasando de ser una herramienta altruista a una empresa generadora de beneficios económicos tanto por la promoción empresas (mediante anuncios publicitarios o juegos y aplicaciones) como por medio de la extracción y comercialización de datos (información, hábitos, gustos). Siendo significativo que Facebook se negara consecuentemente a introducir un botón de “no me gusta”, ya que “*la negatividad del rechazo no puede valorarse económicamente*”¹⁸³. Siendo el estudio de estas informaciones además de una industria, una promesa de transición fundamental en la historia del conocimiento. En la última década, tras el incremento de los datos, ha aumentado también la percepción entre las instituciones científicas y académicas, las administraciones gubernamentales y los nuevos lenguajes de la comunicación en búsqueda de generar nuevas maneras de resolver problemas y plantear preguntas, y que éstas pueden servir para repensar cómo se practica la ciencia, cómo se genera valor en la economía o cómo se organiza la política y la sociedad. Comprender y saber hacer comprensibles estos datos requiere también un nuevo lenguaje y nuevos recursos expresivos.

Los datos son producidos por redes de sensores en infraestructuras o en tecnologías industriales, pero también por los ciudadanos en las redes sociales, por los teléfonos móviles, las transacciones de tarjetas de crédito y los dispositivos GPS, presentándose hoy como una oportunidad y una herramienta clave. Múltiples disciplinas y áreas del conocimiento como la física, el urbanismo o la salud están explorando el potencial inmenso que reside en analizar la información detallada de los ciudadanos, anteriormente no conocida. Pero una cultura *data-driven* es una cultura también política, pues los datos pueden ser un elemento central para promover una democracia más limpia y participativa, así como modelos de gestión administrativa más eficaces. Sin embargo, también pueden utilizarse como armas para instaurar un estado de vigilancia masiva sin precedentes, pues el acceso a los datos, el derecho a su uso y el valor que estos atesoran, se sitúan en el centro de múltiples conflictos contemporáneos como la lucha por la transparencia, las repercusiones políticas de las filtraciones de *Wikileaks*, el caso *Snowden* o la mercantilización de la intimidad que ejercen las empresas de *Silicon Valley*¹⁸⁴.

Para conseguir que los entes transmitan información, grupos de científicos están investigando con nanotecnología en el desarrollo de pinturas que, entre otros productos, con mezclas de nanotubos de carbono altamente alineados capaces de captar energía solar, albergan redes de sensores capaces de detectar problemas estructurales o que responden a órdenes

¹⁸² HAN, B.. *Op. Cit.*, p. 23

¹⁸³ HAN, B.. *Op. Cit.*, p. 22

¹⁸⁴ Big Bang Data, CCCB, Barcelona, 2014

y estímulos. Esta pintura ha sido denominada *smartpaint*¹⁸⁵ (pintura inteligente), y, junto a otros motivos, hemos decidido aplicar este título a la serie de trabajos prácticos de nuestra investigación.

Gracias a la aceleración hemos conseguido reducir el mundo al alcance de nuestra mano, de manera que hemos podido aumentar así la comunidad, generando conexiones fructíferas. La tecnología de la comunicación nos ha permitido conversar a distancia, gracias a los avances digitales de una manera inmediata¹⁸⁶. Como también conseguimos la interactividad que deseamos y acceso al conocimiento o la comunicación sin barreras físicas, pero esto revela que la gente que nos rodea y el lugar donde uno esté sea irrelevante y “cancelado”¹⁸⁷. Autores como Paul Virilio nos dan a entender que se tiende a la desintegración de la comunidad de los presentes en beneficio de la de los ausentes (abonados a internet o a los multimedia), afirmando que cualquier avance conlleva accidentes, y el hecho de estar más cerca del que está lejos que del que se encuentra al lado de uno es un fenómeno de disolución política de la especie humana¹⁸⁸. Vemos que la pérdida del cuerpo propio conlleva la pérdida del cuerpo del otro en beneficio del espectro idealizado del que está en el mundo virtual. Pero si atendemos únicamente al que está lejos y olvidamos al que está presente “a diferencia del que está lejos -del que me puedo zafar- entonces, si mañana si nos empeñamos en preferir al que está lejos en detrimento del que está cerca, destruiremos la ciudad, es decir, el derecho de la ciudad”¹⁸⁹. El cuerpo virtual nos lleva a una sustitución del cuerpo del otro por una presencia inmaterial y fantasmagórica, por un avatar, ya que se sostiene que ha reemplazado al término identidad en *Narcisse et ses avatars*, el reciente ensayo del filósofo Yves Michau, pues la tecnología ofrece la posibilidad de “animar numerosos avatares, de adoptar múltiples perfiles y, en consecuencia, esos avatares nos permiten establecer distintos roles que hacen que el hombre líquido de hoy le coja el gusto a su propia fluidez”¹⁹⁰.

Coincidimos con la posición de Bauman cuando afirma que cuanto más atención dedicamos a la proximidad virtual, menos tiempo le dedicamos al ejercicio de las habilidades que requiere la proximidad física, puesto que se considera una opresión los compromisos duraderos, ya que niegan los lazos espaciales y temporales, no existiendo una necesidad o un uso que justifique su existencia. Pero si nos apoyamos en Juan Antonio Ramírez, entenderemos que los tiempos son igualmente permeables en sentido progresivo y regresivo, pues señala que urge analizar las modalidades expresivas de los nuevos medios y su especificidad comunicativa, como también elevar la historia de la cultura y del arte con la exigencia de su análisis y revisión de las nuevas condiciones históricas¹⁹¹. Por lo que cabe señalar que emisor y receptor pertenecen a la misma naturaleza, así como tener en cuenta los estragos del progreso en el siglo XX no quiere decir que se deba volver atrás y negar las conquistas de la tecnología de la información y las comunicaciones, ni la revolución industrial, ya que ofrecen unas posibilidades absolutamente impensables hasta hace muy pocos años. Señalamos que el progreso tiene una cara oculta, inherente a su existencia que es justificable gracias al pa-

¹⁸⁵ DONALDSON, D., “Nanotech-enhanced 'smart paint' promises to detect structural damage”, en *engadget.com*, 2012, www.engadget.com/2012/01/30/nanotech-enhanced-smart-paint-promises-to-detect-structural-da/ [05/07/14]

¹⁸⁶ BAUMAN, Z., *Op. Cit.*, 2005, p.89 “Quizás no haya pensado que muchas de esas charlas por celular que usted escuchó por azar no eran el prolegómeno de una conversación más sustancial a producirse al llegar, sino un sustituto de ella. Que esas charlas no preparaban el terreno para algo real, sino que eran lo real en sí.”

¹⁸⁷ *Ibidem*, p. 84

¹⁸⁸ VIRILIO, P., *Op. Cit.*, p. 48

¹⁸⁹ *Ibidem*, p. 44

¹⁹⁰ MICHAUD, Y., *Narcisse et ses avatars*, Paris, Grasset, 2014 citado en www.elpais.com/elpais/2014/04/23/eps/1398283135_538129.html, [02/01/14]

¹⁹¹ RAMÍREZ, J. A., *Op. Cit.*, pp. 278-279

pel de la publicidad y su capacidad para convertirlo en la solución para alcanzar la felicidad y la salvación.

Aunque como Paul Virilio señala, no hay ganancia sin pérdida, determinando que los nuevos inventos técnicos sustituyen a los anteriores que, pese a su tono negativo, no pretende serlo al presentar esta idea, ni tampoco “desinventar”, sino marcar que el trabajo consiste en superar el posible accidente que genere. Pone como ejemplo la innovación que el pintor tuvo que ejecutar frente a la amenaza de realismo que la cámara fotográfica, lo que ha permitido encontrar de nuevo un equilibrio, una cultura común, una democratización. “*La cultura técnica es una necesidad, igual que lo ha sido la cultura artística. El impresionismo es una crítica de la fotografía y el género documental es una crítica de la propaganda*”¹⁹². Supone la entrada en una cultura técnica que recuperaría lo mejor que se ha hecho en la época del impresionismo. En nuestra producción de obra hemos tomado el llamamiento de Virilio a los creadores para crear una crítica de arte de las tecnociencias con la que hacer divergir la relación con la técnica, en el constante enfrentamiento al fenómeno de colaboración o resistencia.

El precio que tenemos que pagar por disfrutar de las innovaciones tecnológicas es estar dispuestos a renunciar a nuestra privacidad y una exposición constante. Lo hemos aceptado y estamos constantemente vigilados, de hecho clamamos por ella tanto en la difusión de la obra de arte como en la vida social. Vivimos bajo una vigilancia basada en el seguimiento electrónico y la recopilación de datos que registran todos nuestros movimientos sin coaccionar nuestros comportamientos, pero privándonos del anonimato e incitándonos a imponer una autodisciplina y una autosujeción a las normas, estando a expensas de quedar fuera si no aceptamos “*las reglas del juego*”¹⁹³. La dictadura del “gran hermano” se está convirtiendo en una realidad.

c. Exhibicionismo en la red

Como ya hemos expuesto, nuestra cultura es la de la exhibición permanente en la que se da una continua presentación de objetos consumibles. Pero mientras que los moradores del panóptico de Bentham son conscientes de la presencia constante del vigilante, los que habitamos en el panóptico digital creemos que estamos en libertad¹⁹⁴, ya que además de conectarnos y comunicarnos intensamente entre nosotros, nos exponemos directamente. La sociedad de control se consume allí donde su sujeto no se desnuda por coacción externa, sino por una necesidad engendrada en sí mismo tratándose de una autopromoción¹⁹⁵ en la que cada sujeto es su propio objeto de publicidad, o al menos tiene que ver con la publicación de la persona, con lo que la esfera pública se transforma en un lugar de exposición. El hecho de tener toda nuestra persona registrada y accesible al público, Zygmunt Bauman lo describe como el mejor preservativo contra la exclusión, con lo que la condición de ser observado ha pasado de ser una amenaza a ser una tentación¹⁹⁶, ya que se busca un reconocimiento social y pruebas de una existencia válida. Bauman ya auguraba y presagiaba el fin de los dos atributos de la privacidad: la invisibilidad y la autonomía.

¹⁹² VIRILIO, P., *Óp. Cit.*, p. 35

¹⁹³ CORTÉS, J. M., “Orden espacial y control corporal” en AA.VV., *El sexo de la ciudad*. Tirant Humanidades, Valencia, 2012, p.21

¹⁹⁴ HAN, B., *Óp. Cit.*, p. 89

¹⁹⁵ LINCH, D. en BAUMAN, Z., *Óp. Cit.*, 2013, p.35

¹⁹⁶ BAUMAN, Z., *Óp. Cit.*, 2013, p. 36

Aquí los medios sociales ya no se distinguen de las máquinas panópticas. “*Coinciden comunicación y comercio, libertad y control*”¹⁹⁷ y la apertura de las relaciones de producción para los consumidores, que sugiere una transparencia recíproca, se muestra en definitiva como explotación de lo social, degradándose y tornando operacional hasta convertirse en un elemento funcional del proceso de producción. Una exposición que lleva a una teatralización de la vida contemporánea, donde los habitantes se están convirtiendo en personajes que actúan en tiempo real para una sociedad mediatizada que observa. Cada vez más gente registra lo que hace y está conectada a la red durante más tiempo viendo lo que hacen los demás creando su propio *reality show*¹⁹⁸, aspecto que encontramos con total relación con YouTube (2005) e Instagram (2010), donde el voyerismo de unos se complementa con el exhibicionismo de otros, sabiendo que emisor y receptor no ha de ser necesariamente diferente, lo que significa un triunfo de la sociedad confesional donde la exposición pública de lo privado se convierte en virtud y obligación, marcando el final del invento moderno de la privacidad.

La frontera de nuestra privacidad está delimitada por los secretos, aquellos que por definición son esa parte del conocimiento que se impide y prohíbe compartir con los demás y/o que se controla celosamente. Bauman afirma que en la actualidad no nos asusta tanto la posibilidad de una violación de nuestra privacidad como su opuesto, que no existan vías de conocimiento de la misma. Una sociedad donde la oposición a ser observado ha devenido en una búsqueda de “me gusta”, siendo el mundo hoy no ya un teatro en el que las expresiones “*son «representadas» y no «expuestas», [...] sino un mercado en el que se exponen, venden y consumen intimidades*”¹⁹⁹. No hay ningún afuera del panóptico, este se ha hecho total, y aunque el buscador *Google* y las redes sociales son presentados como espacios de libertad, adoptan formas panópticas en las que cada uno se entrega voluntariamente a la mirada global, por lo que contribuimos conscientemente al panóptico digital en la medida en que nos desnudamos y exponemos, siendo las víctimas y los actores a la vez²⁰⁰. Internet puede impedir la democratización que se espera genere, ya que los nuevos medios de comunicación pueden ayudar al ciberactivismo donde la gente se vuelve más activa gracias a internet o por el contrario, triunfar el ciberhedonismo, donde se vuelve pasiva e individualista como defiende Eugeny Morozov, quien está fascinado por “*la forma en que la tecnología puede reformar y liberalizar sociedades autoritarias*”²⁰¹ partiendo de la revolución de las máquinas de fax y Xerox en los 80 y conectándolo con las redes sociales y blogs.

¹⁹⁷ HAN, B.. *Óp. Cit.*, p. 94

¹⁹⁸ *Ibidem*

¹⁹⁹ HAN, B.. *Op. Cit.*, p. 68

²⁰⁰ HAN, B.. *Op. Cit.*, p. 95

²⁰¹ MOROZOV, E., “How the Net aids dictatorships”, TED, julio 2009, www.ted.com/talks/evgeny_morozov_is_the_internet_what_orwell_feared [07/07/14]

1.3 Cómo incide internet y los dispositivos móviles en la producción artística

Como hemos mencionado anteriormente, los teléfonos móviles, GPS, tarjetas de crédito, ordenadores portátiles, drones, etc. son herramientas claves e imprescindibles en la sociedad actual. No es nuevo que se hayan ido incorporando cuestiones técnicas del momento a los discursos artísticos, como ya hemos mencionado anteriormente, pues a lo largo de toda la Historia del Arte se ha ido aplicando bien como material o como planteamiento. Por lo que destacamos la relación del puntillismo con los descubrimientos en óptica o el futurismo y la obsesión por la velocidad y las máquinas. De una manera similar en la actualidad, muchos artistas trabajan a partir de las TIC, por lo que vamos a hacer referencia a aquellos que hemos considerado relevantes para nuestro propio trabajo.

Por todo ello, en este punto expondremos trabajos que utilizan material proveniente de internet como es el caso de Christopher Baker y Erik Kessels que utilizan información sobre emociones de Facebook, Twitter, YouTube y Flickr, y que al igual que Candice Breitz, tratan la hibridación de alta cultura, cultura popular y cultura mediática como hemos explicado anteriormente por Néstor García Canclini, como el uso de la apropiación, la cita y la fragmentación. Finalmente expondremos el trabajo de Nastya Pticheck dado que utiliza iconos de las redes sociales y pinturas conocidas de una manera muy similar al trabajo que hemos desarrollado.



Fig. 13
Juan Carlos Rosa Casasola, Boceto de Smartpaint, Asunción de la Virgen, Tiziano, 2014
Collage digital

En primer lugar introducimos el trabajo de Christopher Baker (Minnesota, 1977) por tratar acerca de las redes sociales tecnológicas en el paisaje urbano a través de artefactos y situaciones que revelan y generan relaciones entre y dentro de estas redes, utilizando en el conjunto de su obra, material proveniente de las redes sociales o dispositivos móviles como obra final. Baker representa un difícil equilibrio entre el ansioso optimismo tecnológico y los procesos de análisis con un profundo escepticismo, por lo que gran parte de su obra se centra en los interconectores “*visibles e invisibles*”²⁰² primando en esta tarea una exploración de las formas en que nos imaginamos y representamos a nosotros mismos ante el resto de manera masiva, refiriéndose a las comunicaciones en las redes sociales, examinando las implicaciones prácticas de nuestro estilo de vida cada vez más en red y la unión del mundo físico y digital.



Fig. 14
CHRISTOPHER BAKER, Murmur study, 2009
Dimensiones variables, instalación, 20 impresoras y papel

En el caso de la instalación *Murmur Study* (Fig. 14) se examina el auge de las tecnologías de micro-mensajería como las actualizaciones de estado en Facebook y Twitter. La pieza consta de 20 impresoras térmicas que monitorean continuamente ambas redes sociales con los nuevos mensajes que contienen variantes de expresiones emocionales comunes en cientos de variaciones de palabras tales como *argh*, *meh*, *grrrr*, *oooo*, *ewww*, y *hmph*, texto que es impreso y cae como una cascada sin fin que finalmente se amontona en el suelo. Una manera poética de materializar y concentrar estos pensamientos y sentimientos fugaces que muchas empresas acumulan, archivan y analizan.

En el caso de *Hello World! o How I learned to stop listening and love the noise*²⁰³ (Fig. 15) nos presenta una instalación audiovisual en la que se muestran 5.000 videodiaros recogidos de internet. “*El proyecto es una meditación sobre la situación actual de los medios de comunicación participativos, democráticos y el deseo humano fundamental a ser oído*”²⁰⁴. En ella se hace referencia a las nuevas tecnologías de la comunicación y plataformas como *YouTube* que han permitido una democratización de la información. El espectador puede escuchar el murmullo o acercarse y escuchar cada mensaje individual además de fusionar el espacio físico con el digital al tratarse de una proyección a gran escala y sonido multicanal²⁰⁵.

²⁰² www.christopherbaker.net, [01/01/14]

²⁰³ Traducción propia: Hola Mundo! O Cómo aprendí a parar de escuchar y amar el ruido.

²⁰⁴ www.chistopherbaker.net, [01/01/14]

²⁰⁵ www.saatchigallery.com/artists/christopher_baker.htm, [01/01/14]



Fig. 15
CHRISTOPHER BAKER Hello World! o How I learned to stop listening and love the noise, 2008
Videoinstalación multicanal, dimensiones variables

Esta presentación de retratos individualizados en una retícula forma un retrato conjunto que relacionamos con los retratos de estrellas que realiza la artista surafricana Candice Breitz (Johannesburgo, 1972) a quien se considera una de las figuras centrales por recurrir a la imaginería de la cultura pop, para abordar las fisuras y diferencias irreductibles que se producen en los límites entre las cosas y, sobre todo, entre consumo y cultura, afrontando de manera crítica el uso vigente de las imágenes/lenguajes como productos de las industrias mediática y del entretenimiento para desvelar su ideología, sus métodos e intenciones ocultas. Breitz basa su trabajo en cuatro constantes: aprovechamiento de la cultura global como fuente de material artístico (sobre todo, de imágenes y de sonidos), un uso de la apropiación, la cita, la fragmentación y el montaje como procedimientos de trabajo, un entendimiento del lenguaje como metáfora de comunicación social y una indagación sobre temas referidos a la inestabilidad de las identidades en relación con las tecnologías y los sistemas de representación.

En su reanimación o re-autenticación del género del retrato, Breitz ha elegido a figuras tan totalmente sobredeterminadas por su estado de comunicación que la idea de capturar cualquier cosa que se aproxima a lo que podría constituir una idea de sus personalidades parece totalmente irreal. La serie de trabajos que más nos interesan de la artista son los cuatro que produjo de retratos de las estrellas del pop: en 2005 *Leyend (Un retrato de Bob Marley)* que es una recreación del mismo nombre y póstumo álbum de Marley por treinta jamaicanos, seguido por *King (Un retrato de Michael Jackson)*, una instalación de dieciséis canales de interpretaciones del álbum *Thriller* rodada en Alemania, *Queen (Un retrato de Madonna)*, en el que 30 fans italianos cantan el recopilatorio *The Immaculate Collection* de "la Reina del Pop" (Fig.16), y en 2006 *Working Class Hero (Un retrato de John Lennon)* producido en Newcastle por un conjunto donde predominan los británicos para volver a cantar el álbum en solitario *Plastic Ono Band* de Lennon. La ambición de Breitz, según lo declarado por el título de cada trabajo, es crear un retrato de una estrella, pero este retrato no cuenta con la celebridad en absoluto sino que está compuesto de múltiples actuaciones individuales en formato karaoke de los fans que son seleccionados por su autenticidad como fans en lugar de por su apariencia o su capacidad para cantar, actuar o bailar.



Fig. 16
CANDICE BREITZ, *Queen (a portrait of Madonna)*, 2005
videoinstalación en 30 canales, 73:30 min

Cada videoinstalación resultante tiene una duración igual al disco al que hace referencia siguiendo el mismo orden de reproducción y constituye un conjunto de imágenes y voces que reconstruyen los perfiles mediáticos característicos del/la cantante, al tiempo que la imitación de las calidades vocales, actorales y rítmicas de cada icono condicionan y se imponen sobre los respectivos perfiles de identificación personal de cada uno y del grupo en conjunto de los fans, que acaban siendo definidos por aquello que consumen.

La mayoría de los estudios críticos sitúan la producción de Breitz en el linaje que se origina con la visión optimista de Walter Benjamin para el potencial de las tecnologías de la reproducción mecánica. En *La obra de arte en la época de su reproductibilidad técnica (1936)*, Benjamin vislumbra una nueva forma de subjetividad en sintonía con las últimas tecnologías, en la que la película podría reestructurar la subjetividad misma, cambiando la experiencia individual dañada en una percepción colectiva llena de energía, liberando a hombres y mujeres a partir de los límites de sus espacios privados y en un ámbito colectivo.

Candice Breitz tiene preferencia por apropiarse del cine comercial de Hollywood y por la música pop (vídeos musicales y recopilatorios), apartándolos de sus formas narrativas habituales y de sus funciones estéticas características y los somete a un sistema de fragmentación, remezcla y reorganización a través del montaje que los dotan de una dialéctica incisiva. Una tarea de deconstruir y reconstruir las narraciones de la cultura audiovisual de masas con la que plantea si las exploraciones de la vida de la pantalla afirman o socavan la estructura de los productos básicos de la diversión clásica, además de preguntarse si las estrategias *copyleft* son legítimas u objetables. Cuestiona con ello el mundo que vivimos en relación a las experiencias entre la imagen y el lenguaje, la verdad y el simulacro, la identidad y los medios de representarla.

a. Los datos el nuevo petróleo

Dado que todos generamos datos desde nuestro dispositivo móvil, a través de los sensores, de las redes sociales, de fotos y vídeos digitales, de registros de transacciones de compra, de las señales del GPS, etc. el CCCB de Barcelona ha abierto un espacio para proyectos expositivos que tratan la cultura del siglo XXI y las grandes transformaciones de la era digital. BIG BANG DATA es el título de la exposición comisariada por José Luis de Vicente y Olga Subirós que tiene lugar en este centro de cultura hasta el 26 de octubre de 2014, y que posteriormente se mostrará en Madrid desde el 25 de febrero al 24 de mayo de 2015. Está organizada en diez áreas temáticas: *El peso de la Nube*, *Inmersos en el Tsunami*, *Más es diferente*, *El latido del mundo*, *Visualizando la complejidad*, *Qué piensas, qué haces, qué sientes*, *Una nueva era del conocimiento*, *Somos datos*, *Lo que los datos no cuentan* y *Datos para el bien común*.

BIG BANG DATA es un proyecto que se adentra en el fenómeno de la explosión de datos en el que estamos inmersos con la intención de generar consciencia sobre la datificación del mundo, mostrando una serie de obras que transforman cifras en imágenes para poder abarcarlas, ya que al ser tan desmesuradas no las concebimos en su plenitud. Desde los últimos cinco años existe una amplia conciencia entre los sectores académicos, científicos, las administraciones, la empresa y la cultura; de generar, procesar e interpretar datos con las tecnologías que estamos desarrollando que pueden cambiar radicalmente nuestra sociedad. La exposición nos aporta una gran cantidad de información acerca de la producción de datos en volúmenes masivos, presentándolos como uno de los hechos fundamentales de nuestro tiempo. Mientras que a lo largo de los últimos quince años el coste de almacenar información digital se desplomaba, el número de dispositivos y sensores que captan, producen y transmiten datos se ha multiplicado exponencialmente, pues cada día se generan 2,5 trillones de bytes, y sólo en 2009 se produjeron tantos datos como en toda la historia de la humanidad hasta esta fecha²⁰⁶.



Fig. 17
ERIK KESSELS 24 horas en fotos, 2011
Fotografías en papel fotográfico, dimensiones variables

²⁰⁶ www.bigbangdata.cccb.org, [05/06/14]

Los artistas que participan en la muestra son conscientes de que cada vez es más fácil almacenar y procesar esta cantidad ingente de datos que detectan patrones de incidencias, de comportamiento, de consumo, de voto, de inversión, etc. Este hecho está cambiando completa y rápidamente la forma de toma de decisiones a todos los niveles. Por lo que se plantea si los datos son el nuevo petróleo, entendido como fuente de riqueza potencialmente infinita, lo que está relacionado con cuestiones de vigilancia masiva y las herramientas para generar una democracia más transparente y participativa.

Vamos a citar solamente una de las obras de BIG BANG DATA que consideramos aglutina gran parte de los puntos clave de la muestra: *24 horas en fotos*, de Erik Kessels (Fig.17). Una instalación formada por una acumulación de cerca de un millón de fotografías impresas, correspondientes a las imágenes subidas a Flickr en un período de 24 horas. El propósito de Kessels es mostrar la gran cantidad de imágenes que diariamente compartimos y consumimos en internet, así como tomar consciencia del hecho que las fotografías pasan del ámbito privado al público al publicarlas en la red. El hecho de imprimirlas y sacarlas de su contexto nos da una visión física abrumadora de la cifra y nos invita a cuestionarnos la acción.

En una entrevista el artista afirma que "*consumimos imágenes tan rápido hoy en día, que me preguntaba cómo se vería si imprimía físicamente todas las imágenes que ahora están disponibles en un plazo de 24 horas*"²⁰⁷, y señala que "*cuando las estás descargando y delante suya tiene un millón de imágenes en el servidor no es impresionante, pero al imprimirlas y ponerlas todas en un mismo espacio es cuando realmente te abruma*"²⁰⁸ ya que su montaje expositivo ocupa gran parte de la sala donde es expuesta.

b. Pintura reimaginada

Es constante en la Historia del Arte el uso de la paráfrasis y encontramos claros ejemplos de su uso en la antigua Roma en relación con la escultura griega, en la obra de Leonardo, Miguel Ángel, Verrocchio, Donatello y los grandes maestros en sus citas y referencias a otras obras, así como en la época más reciente por Picasso, Equipo Crónica o Andy Warhol por enumerar solamente a tres de los muchos.

Recientemente²⁰⁹ Nastya Pticheck (o Nastya Nudnik) ha publicado una serie de obras que tiene muchos puntos en común con la serie que hemos estado desarrollando durante el período del Máster en Producción Artística. Poco conocemos de esta artista ucraniana, pero últimamente ha revolucionado las redes sociales con su serie *Emoji-Nation*, título donde observamos un juego de palabras en inglés por su similitud con *imagination*. Pticheck genera una dialéctica por yuxtaposición de imágenes de pinturas conocidas e iconos del siglo XXI provenientes de iMessage, Instagram, Google, Facebook, SoundCloud, Twitter y anuncios de sistema de Windows, además de elementos propios de los entornos virtuales como las notificaciones y emoticonos (emoji) propios de los sistemas de mensajería y redes sociales, como reflejo de la nueva forma de comunicación que han generado las nuevas tecnologías e internet²¹⁰. Como la propia artista afirmó en una entrevista, "*es mucho más fácil poner una cara amarilla elocuente que describir la misma emoción con palabras. Internet ha dado paso*

²⁰⁷ www.bbc.co.uk/news/entertainment-arts-15756616, [29/05/14]

²⁰⁸ *Ibidem*

²⁰⁹ Fecha de publicación del proyecto en www.Behance.net/feife: 19/03/2014, [29/05/14]

²¹⁰ www.movilonia.com/reportajes/pinturas-emoticonos/, [29/05/14]

a una comunicación más rápida en la que no hay tiempo para explicar. Además, contar la historia con la ayuda de emoji es súper ingenioso”²¹¹. Se trata de un proyecto que une obras del pasado con el día a día en las redes sociales, en una correlación entre tecnologías informáticas y arte clásico²¹² en el que las pinturas integradas proporcionan interpretaciones que remite a nuestros teléfonos inteligentes y dispositivos portátiles, acompañando el mensaje de las obras clásicas en las cuatro partes que lo completan hasta el momento, así como obras de Edward Hopper en la segunda publicación del proyecto (Fig. 18).

En un momento dado se relaciona el trabajo de Pticheck con el planteamiento de Hopper al afirmar que “el arte de un país es mayor cuando más lo refleja el carácter de su gente”²¹³, y encontramos que en el trabajo de Pticheck se ha actualizado esta concepción al añadir a los protagonistas de la nación global digital²¹⁴. Incluso se considera que con esta acción se genera una posible intemporalidad de los temas y las imágenes²¹⁵, pues en la plataforma *yatzer.com* encontramos un artículo de Kiri Spirou donde plantea a partir de la obra de Pticheck si el arte necesita una interfaz, defendiendo que los emoticonos y notificaciones poseen un vocabulario propio comprensible puesto que ya forman parte de nuestra vida cotidiana²¹⁶.

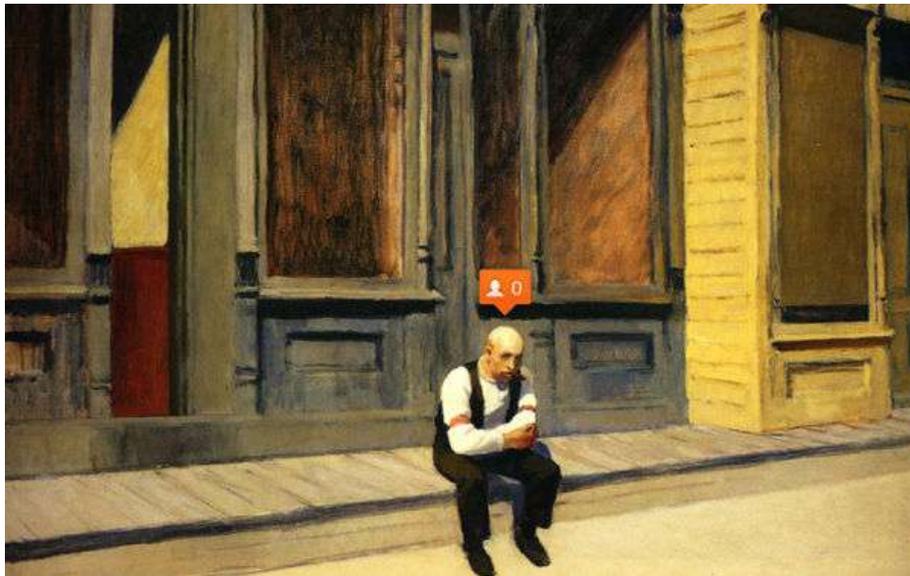


Fig. 18
NASTYA PTICHECK Emoji-Nation Parte 2
Collage digital

²¹¹ www.dazeddigital.com/artsandculture/article/19457/1/emoji-nation-nastya-nudnik-famous-artworks-update, [29/05/14]

²¹² www.trendhunter.com/trends/integrated-paintings, [29/05/14]

²¹³ Citado en <http://www.wired.com/2014/04/emoji-classic-art/#slide-id-653911>, [29/05/14]

²¹⁴ www.wired.com/2014/04/emoji-classic-art/#slide-id-653911, [29/05/14]

²¹⁵ www.dazeddigital.com/artsandculture/article/19457/1/emoji-nation-nastya-nudnik-famous-artworks-update, [29/05/14]

²¹⁶ www.yatzer.com/emoji-nation-nastya-ptichek, [29/05/14]

2. DESARROLLO PROYECTUAL

La serie de trabajos producidos a partir de las reflexiones en torno al cuadro como dispositivo móvil presentan una integración de la Historia de la Arte en relación con la pintura, generando un discurso a partir del solapamiento de tradición y contemporaneidad, aludiendo a la acumulación de las “pantallas del arte”²¹⁷ y las pantallas de iconos estandarizados de los dispositivos móviles. La superposición de los iconos y notificaciones sobre los retratos pretende denotar el distanciamiento virtual que hemos desarrollado, así como señalar la ambigüedad de la información público-privada y su exposición pública. Por ello el título de la serie es “*Smartpaint*” remitiendo fonéticamente a los *smartphone* y sus aplicaciones, a la pintura creada con nanotecnología capaz de generar datos y, evidentemente, a la pintura y el cuadro. Ya que el proyecto nace de la pintura y reflexiona acerca de cómo seguir hablando de pintura utilizando los recursos de los dispositivos móviles y los avances tecnológicos.

La intención es establecer un puente entre dos períodos de tiempo muy diferenciados para mostrar las similitudes y diferencias que encontramos. Si en 1492 tras el descubrimiento del “Nuevo Mundo” significó un cambio de paradigma en múltiples ámbitos, con el auge de internet, las redes sociales digitales y los dispositivos móviles estamos viviendo el descubrimiento del “Nuevo Mundo Virtual”. Encontramos que el momento actual es fruto de la instrumentalización y los ciclos de paso de los mitos a la razón, de la leyenda y el tenebrismo a la ciencia y la hipervisibilidad. De lo elevado a lo banal, de lo único a lo reproducido en masa, de lo físico a lo virtual. Los opuestos dialogan y coexisten, incoherencia y paradoja.

2.1 Descripción técnica y procesual del proyecto

Dado que la obra que se ha optado realizar es digital, la creación técnica de las piezas que forman este proyecto tienen tres fases: ideación, creación e impresión.

En la primera fase de ideación se establece un listado de los diferentes iconos, aplicaciones y sistemas, así como una recopilación de imágenes por su temática como por el acabado, volcando sobre este conjunto los conceptos de control, distancia virtual, estandarización y globalización entre otros de los que hemos estudiado.

En la fase de creación, se ha utilizado el retoque fotográfico con herramientas digitales como único recurso. Para ello hemos partido de imágenes digitalizadas de pinturas entorno al siglo XVI y XVII así como de imágenes de interfaces, menús y notificaciones propias de dispositivos móviles descargadas desde internet o extraídas con los mismos dispositivos en una “captura de pantalla”. Se ha utilizado como procedimiento de trabajo la apropiación, la fragmentación y el montaje, así como la yuxtaposición y la hipérbole.

Finalmente se ha optado por una impresión digital en diversos formatos según la pieza sobre en papel 100% algodón por su calidez y textura óptica que permite que las imágenes digitales una vez impresas nos aporten calidades que la pantalla no posee. Excepto una de las imágenes (*Smartpaint*, El juicio Final, Miguel Ángel, 2014) en la que se ha optado por mantenerla en formato digital y otorgarle movimiento en bucle, creando una crisis en la narratividad al saturar al espectador de su tiempo de espera a que suceda algo, con lo que se frustra la interactividad del reproductor que ha de ser un dispositivo móvil electrónico (*smartphone* o *tablet*).

²¹⁷ RAMÍREZ, J. A. *Op. Cit.*

En el proceso de ideación se ha optado por imágenes de pinturas de grandes maestros de los siglos que hemos mencionado. Obras bien conocidas por los formados en el estudio de las bellas artes. Se han utilizado imágenes de retratos y escenas religiosas o mitológicas de Leonardo, Miguel Ángel, Rafael, Tiziano, Caravaggio, Durero, Rubens, Rembrandt, Vermeer, Weyden, Machuca, Ribera, Velázquez y Zurbarán, en las que se podía hacer un parangón con imágenes que encontramos frecuentemente en las redes sociales: autorretratos (o *selfies*), escenas de grupo y de acciones. Cabe destacar que el hashtag más utilizado en 2013 fue “comiendo”, lo que significa que la mayor parte de *tuits* y actualizaciones de estado en internet fueron “bodegones” y “retratos” tanto juntos como por separado. Por ello se han seleccionado obras de un alto grado de iconicidad y composición que pudiera remitir a imágenes de la actualidad de las redes sociales.

La elección de este período se ha realizado por un interés principalmente en la pintura barroca por los recursos de iluminación y composición utilizados. Pero ante todo por la relación de acontecimientos entre esta época y la actual. Nos apoyamos además en la tesis de Omar Calabrese pues “muchos importantes fenómenos culturales de nuestro tiempo están marcados por una «forma» interna específica que puede evocar el barroco.”²¹⁸

El período que comprende entre el siglo XVI e inicios del XVII, es una época en la que se dieron lugar una serie de hechos que conformaron grandes cambios en las sociedades venideras. Un período definido por las reformas protestantes y el paso de lo estático a lo dinámico, del Renacimiento al Barroco, donde la sociedad y las artes comenzaban a romper con los rígidos modelos de conducta y comportamiento impuestos por la Iglesia, o es ésta la que comienza a aceptar cuestiones antes consideradas como obvias e inamovibles, destáquese las aportaciones a la ciencia y la sociedad de Galileo, Descartes, Lutero, Miguel Ángel o Leonardo. Es el siglo de Cervantes y Shakespeare, el Siglo de Oro. Un período que comienza tras el descubrimiento del “Nuevo Mundo” y las consecuencias de considerar o no los derechos humanos de quienes lo habitaban. Los inicios de la colonización.

La actualidad, siglo XX e inicios del XXI es una época en la que una serie de acontecimientos está generando grandes cambios en la sociedad presente, a un ritmo vertiginoso. Un período marcado por la nueva religión llamada capitalismo y de Internet, el paso de la proximidad física a la virtual, de sociedad a red social, donde se están generando unos modelos de gusto y hábitos impuestos por el mercado, quien se beneficia de la información y los datos generados por el consumo de los usuarios, cifras con las que crear estimaciones y conocer los movimientos. Destáquese los avances de la tecnología en la comunicación y electrónica, los dispositivos móviles y los *drones*. Un período que comienza con la globalización y la descentralización de las empresas, unos derechos humanos universales y ecológicos que no se consideran. Otro período de transición..

Se puede hacer este ejercicio de banalizar la imagen de la obra de arte y la superposición de los iconos sobre obras más recientes con un valor asegurado, pero hemos seleccionado obras de un “valor incalculable” que se encuentran fuera de mercado y que no están a la venta, póngase como ejemplo las Meninas de Velázquez o la Gioconda de Da Vinci. Sobre las que se ha ejercido una violación de cuestiones mercantilistas como son los derechos de autor, patentes y *royalties*, pese a que son imágenes descargadas libremente de internet.

²¹⁸ CALABRESE, O., *Op. Cit.*, p. 31

Por otra parte, la yuxtaposición de iconos sobre fotografías de rostros remite a los menús principales de los dispositivos móviles (*Fig. 19*) donde las imágenes de nuestros allegados están parcialmente ocultas, veladas, bloqueadas a la visión. En una lectura poética de este hecho azaroso evidencia la interferencia de las TIC en la proximidad física, generando una barrera virtual y física entre ambas personas. Aportamos dos ejemplos de las pantallas de menú de dos amistades de las que podemos extraer la evidencia de que el dispositivo móvil es un elemento que contiene información privada y el mismo que nos permite publicarla. Solamente por el hecho de acceder al menú de aplicaciones podemos intuir unos hábitos y comportamiento a partir de la ordenación y presencia de los iconos de ciertas aplicaciones. Así como a la homogenización y estandarización de aplicaciones y conductas que observamos.



Fig. 19

JUAN CARLOS ROSA CASASOLA, Capturas de pantalla de los teléfonos iPhone de I.P. y N.L.

En el caso de las imágenes que hemos creado por lo mencionado anteriormente, las aplicaciones y notificaciones que se interponen entre la imagen del cuadro y el espectador generan un discurso con la escena que las alberga. En algunos casos con un planteamiento que busca la sonrisa del espectador, en otros establecer una actitud crítica con el panorama actual (cánones de belleza, familia, monarquía o autoexhibición), y para su composición se ha optado por diferentes fórmulas de agregación, bien por saturación, por la intervención de un único elemento o la inclusión de un menú de aplicaciones estándar o de amistades cubriendo o acompañando la escena o el rostro del personaje principal.

2.2 Obra final



OBRA 1

Smartpaint, Última cena (fragmento), Leonardo, 2013

Impresión digital sobre papel 100% algodón, 33,4 x 47,7 cm



OBRA 2

Smartpaint, El triunfo de Baco, Velázquez, 2014

Impresión digital sobre papel 100% algodón, 25,5 x 35 cm



OBRA 3

Smartpaint, Lección de anatomía, Rembrandt, 2014

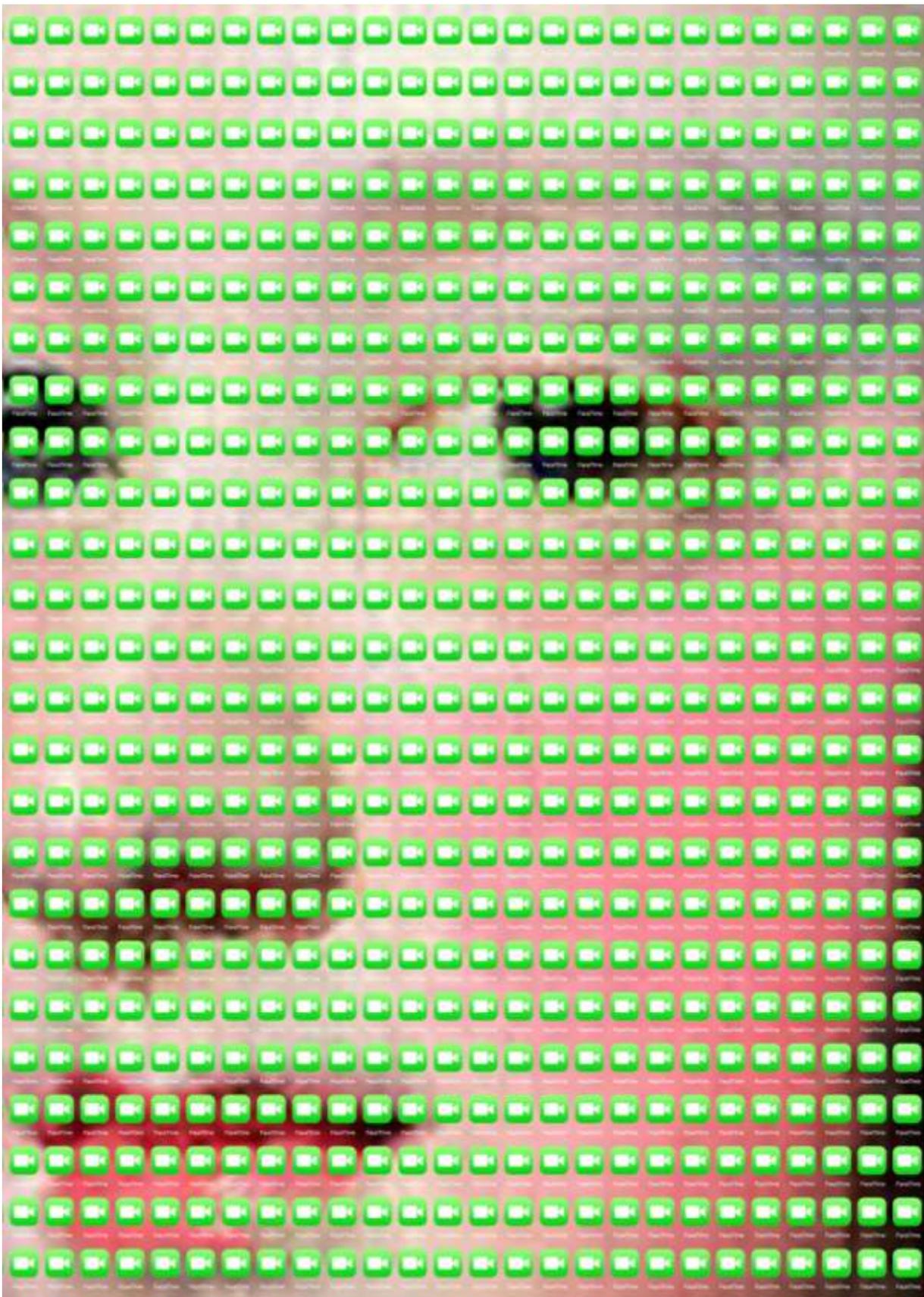
Impresión digital sobre papel 100% algodón, 80 x 105,65 cm



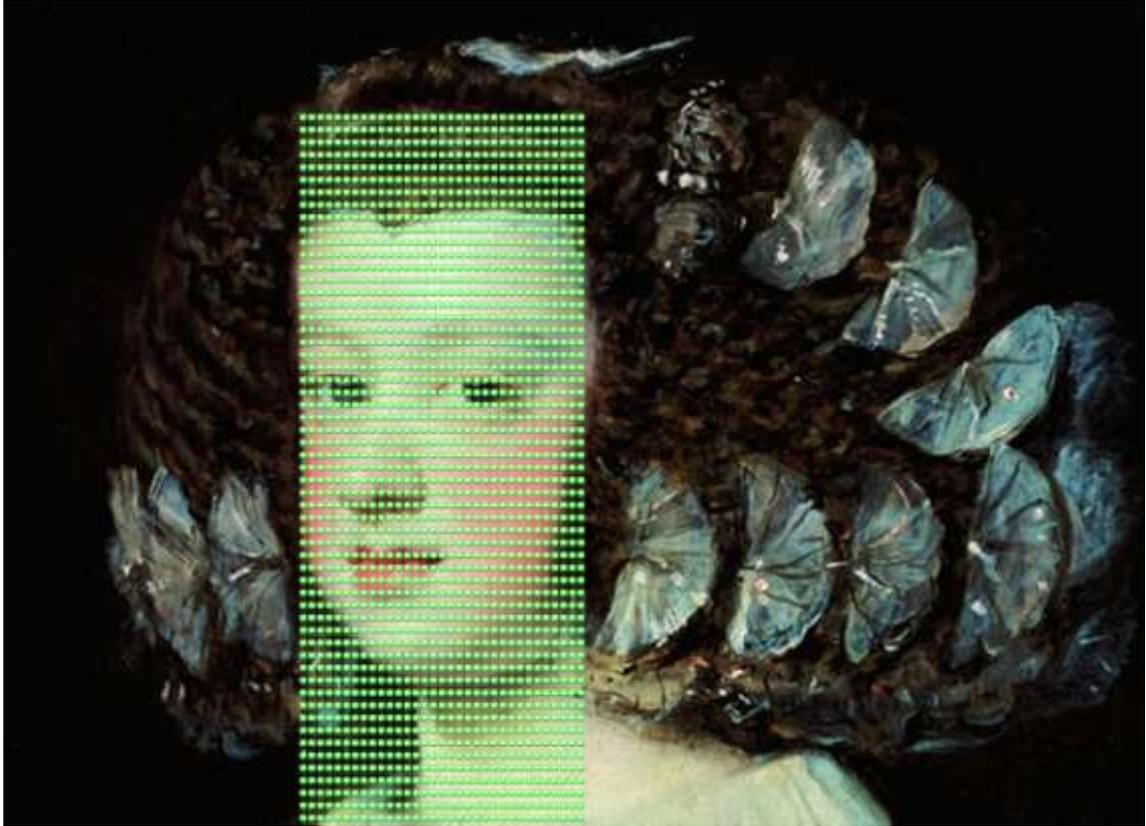
OBRA 4

Smartpaint, Muchacha con perla, Vermeer, 2014

Impresión digital sobre papel 100% algodón, 65 x 54 cm



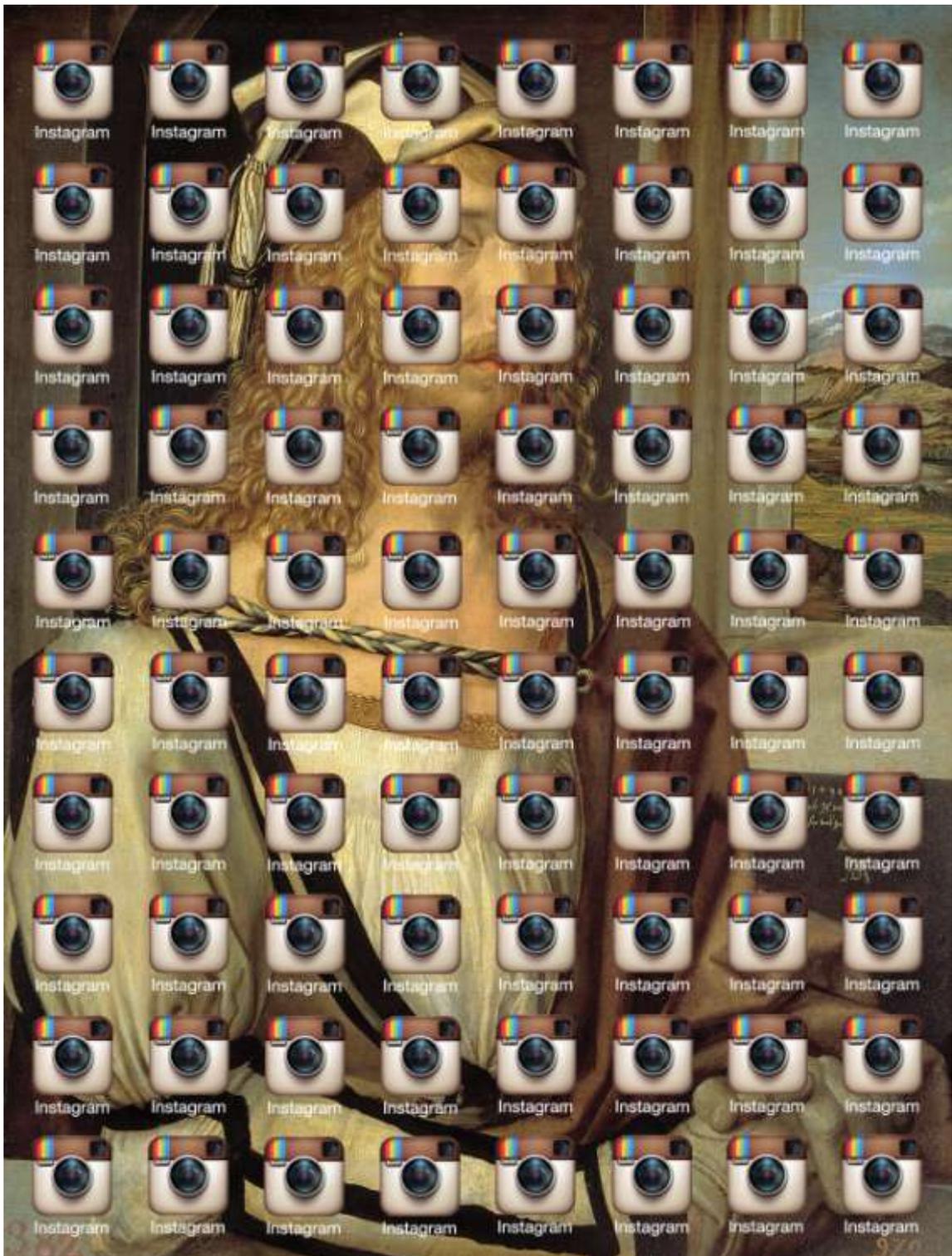
Detalle OBRA 5, Smartpaint, Mariana de Austria (fragmento), Velázquez, 2014



OBRA 5

Smartpaint, Mariana de Austria (fragmento), Velázquez, 2014

Impresión digital sobre papel 100% algodón, 200 x 270 cm



OBRA 6

Smartpaint, Autorretrato, Durero, 2014

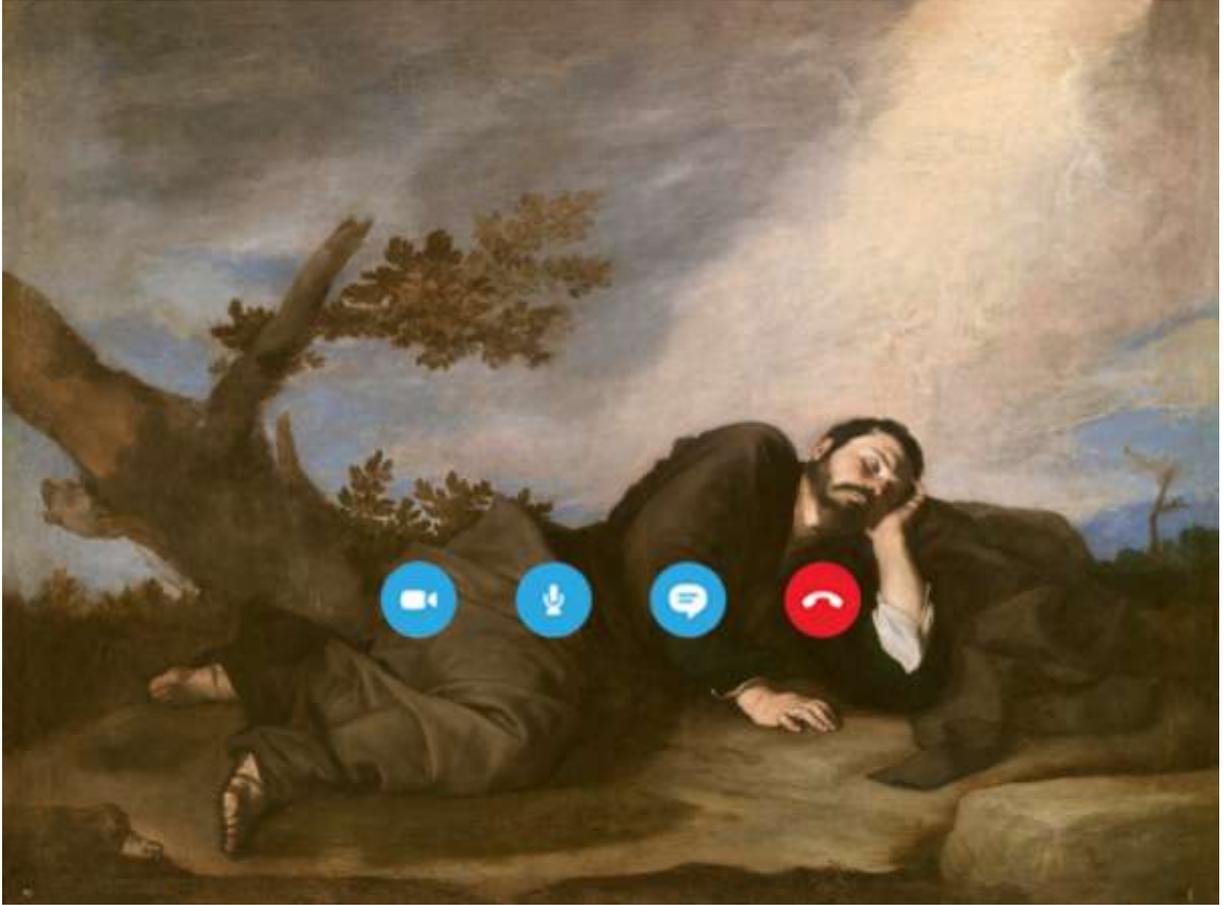
Impresión digital sobre papel 100% algodón, 80 x 60 cm



OBRA 7

Smartpaint, Cardenal, Rafael, 2014

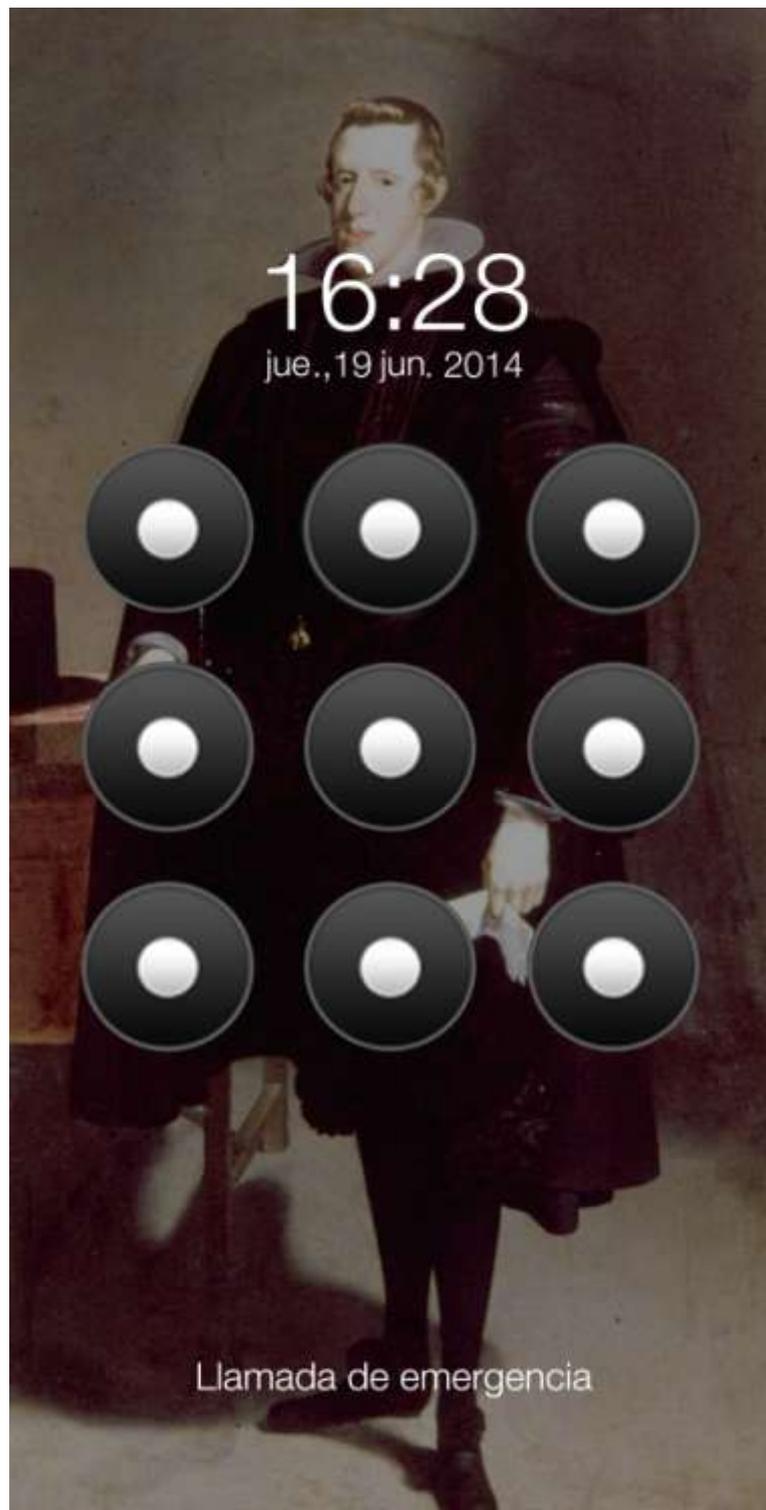
Impresión digital sobre papel 100% algodón, 80 x 50 cm



OBRA 8

Smartpaint, El sueño de Jacob, Ribera, 2014

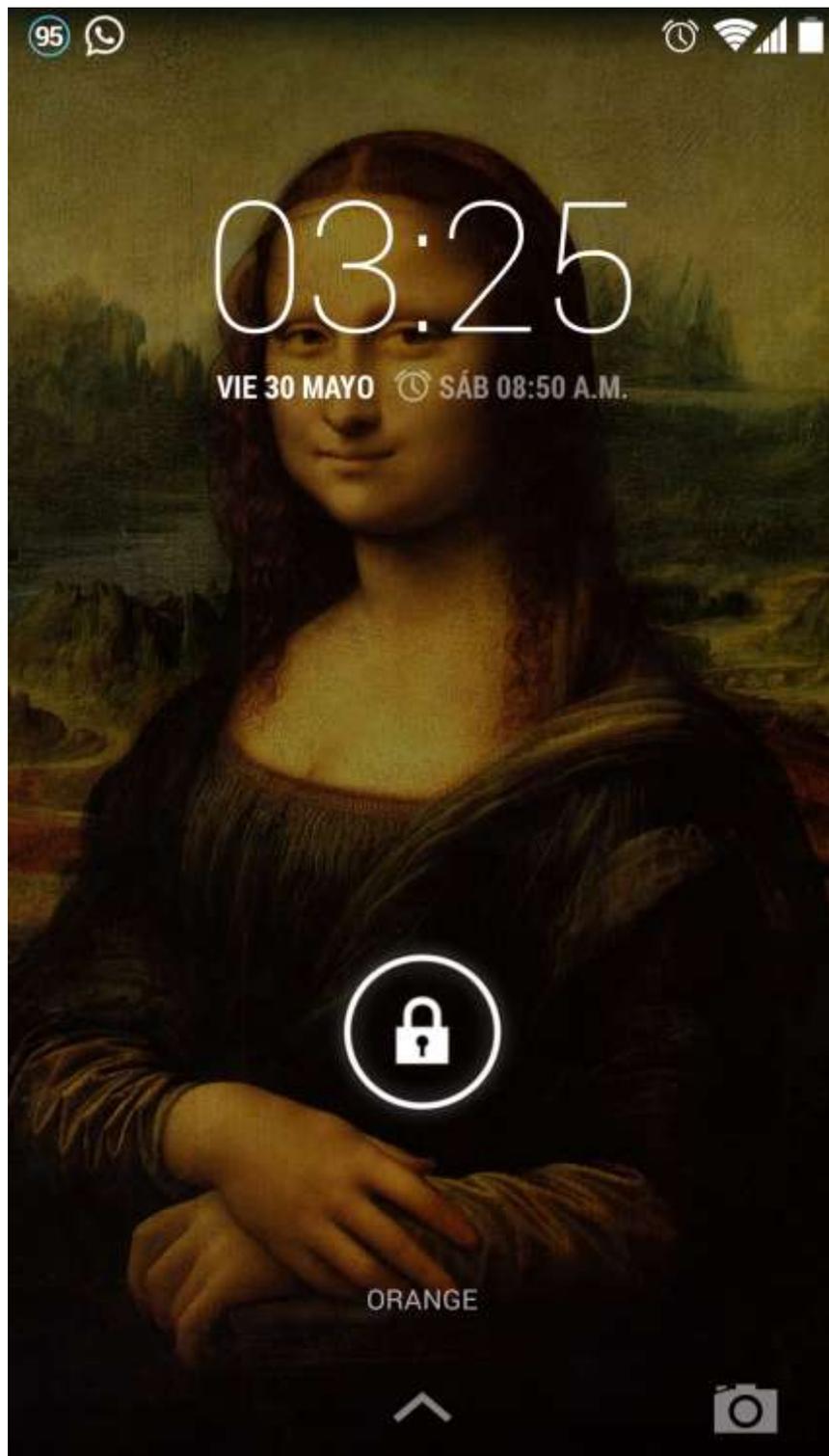
Impresión digital sobre papel 100% algodón, 60 x 80 cm



OBRA 9

Smartpaint, Felipe IV, Velázquez, 2014

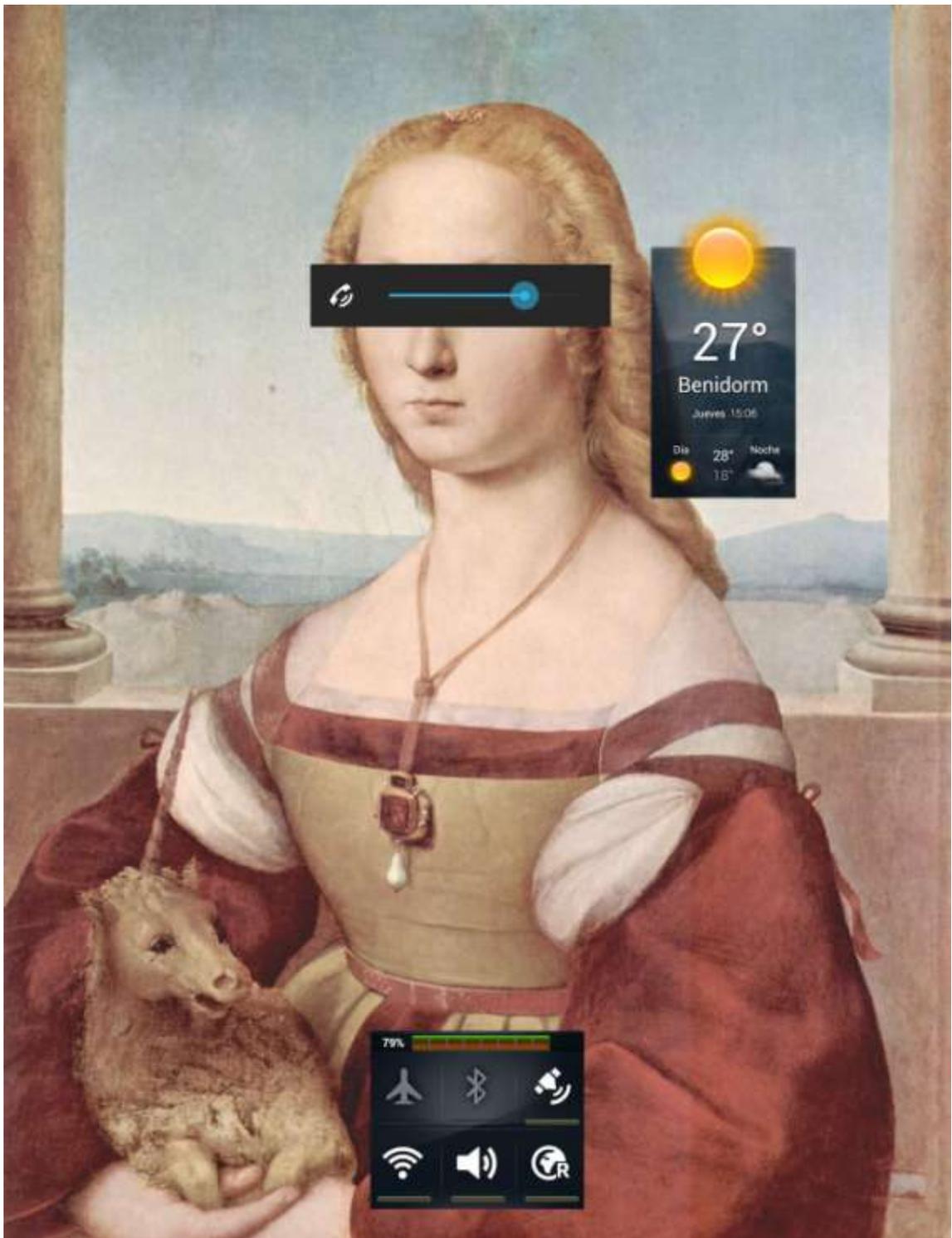
Impresión digital sobre papel 100% algodón, 100 x 50 cm



OBRA 10

Smartpaint, Gioconda. Leonardo, 2014

Impresión digital sobre papel 100% algodón, 33 x 18 cm



OBRA 11

Smartpaint, Dama del unicornio, Rafael, 2014

Impresión digital sobre papel 100% algodón, 44 x 33 cm



OBRA 12

Smartpaint, El caballero de la mano en el pecho, El Greco, 2014

Impresión digital en papel 100% algodón, 57 x 44 cm



OBRA 13

Smartpaint, Joven tocando el laúd, Caravaggio, 2014

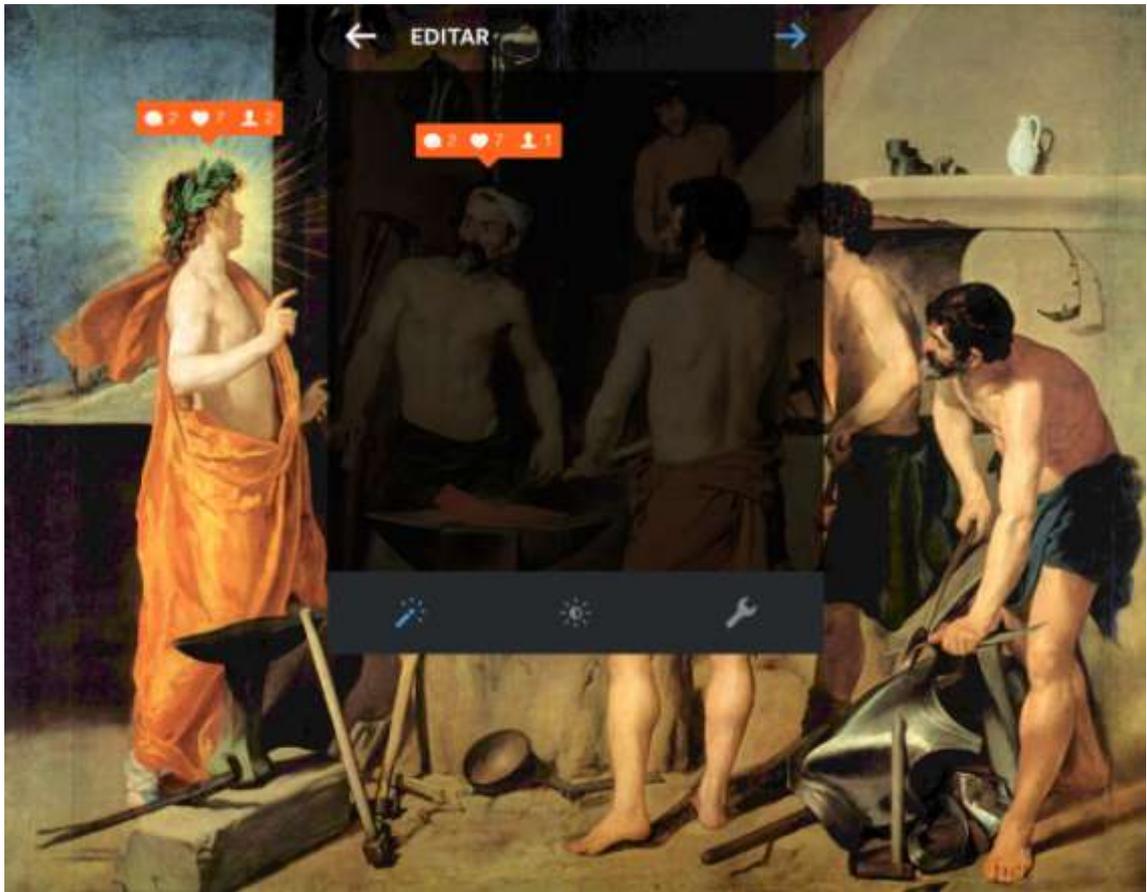
Impresión digital en papel 100% algodón, 40 x 50 cm



OBRA 14

Smartpaint, Inocencio X, Velázquez, 2014

Impresión digital en papel 100% algodón montado sobre foam, 98 x 100 cm



OBRA 15

Smartpaint, La fragua de Vulcano, Velázquez, 2014

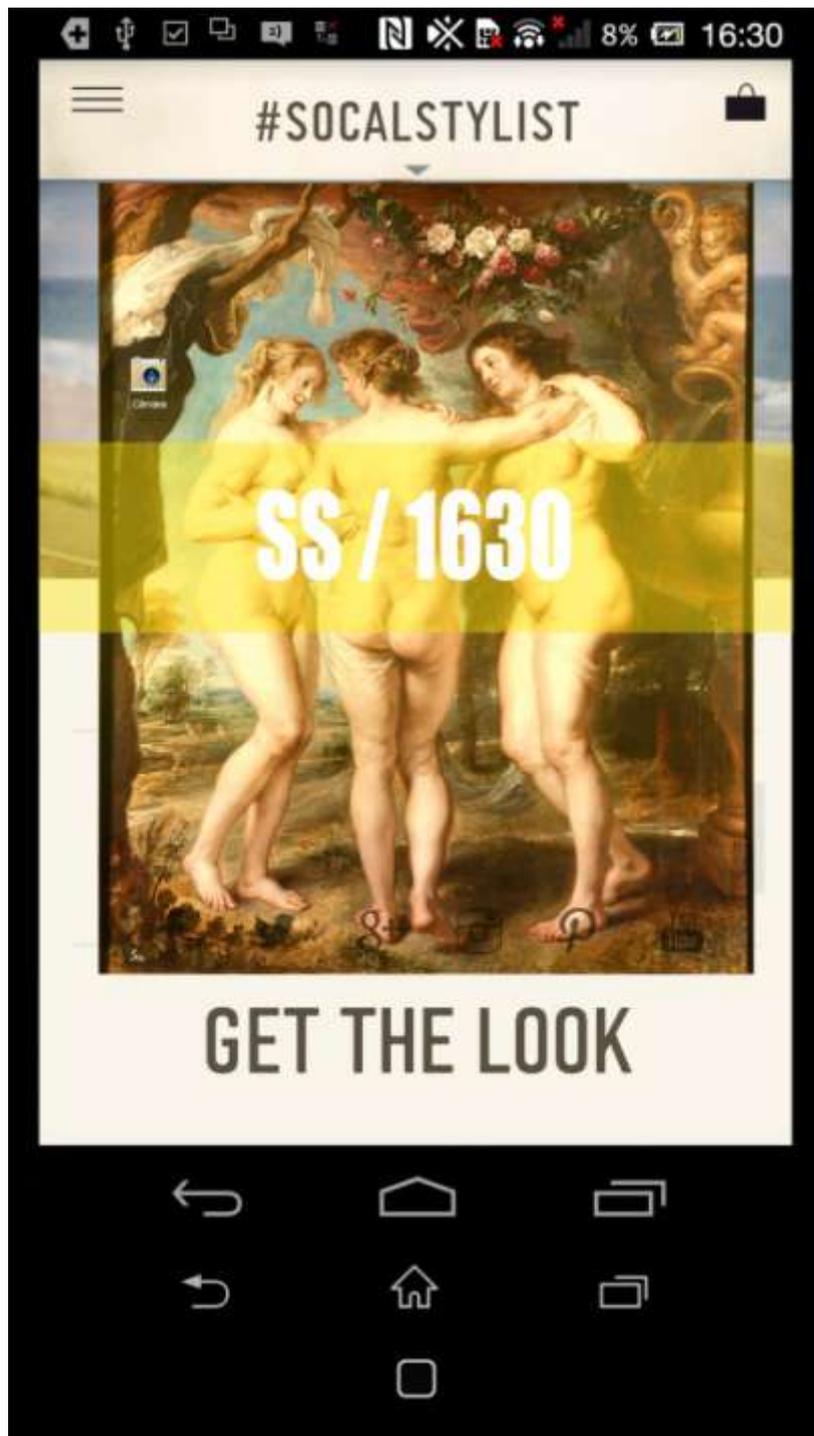
Impresión digital sobre papel 100% algodón, 63 x 81 cm



OBRA 16

Smartpaint, La familia de Felipe IV. Velázquez, 2014

Impresión digital sobre papel 100% algodón, 110 x 188 cm



OBRA 17

Smartpaint, Las tres gracias, Rubens, 2014

Impresión digital sobre papel 100% algodón, 62 x 35 cm



OBRA 18

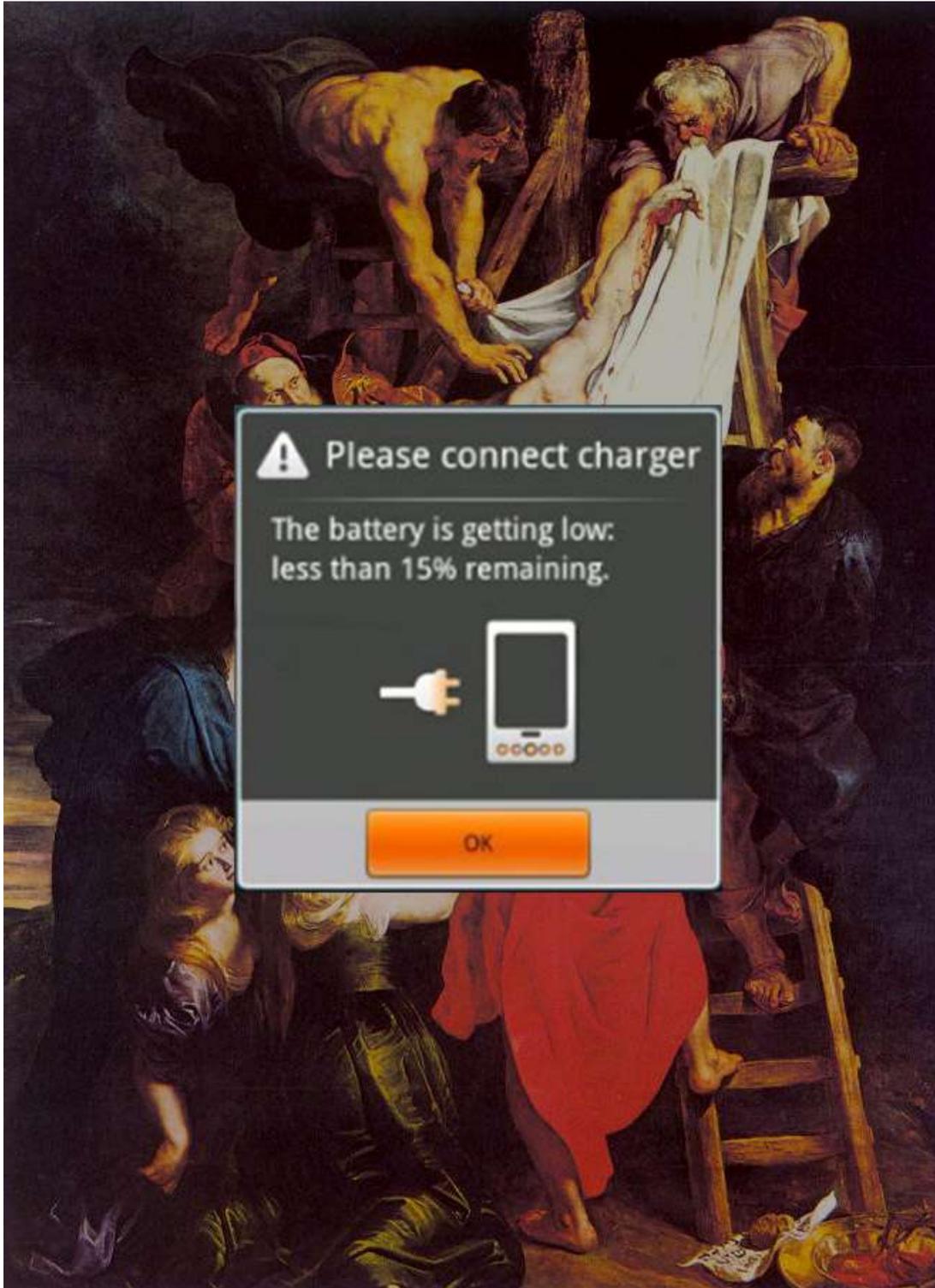
Smartpaint, Descendimiento, Varios artistas, 2014

Impresión digital en papel 100% algodón, políptico, 29 x 165 cm



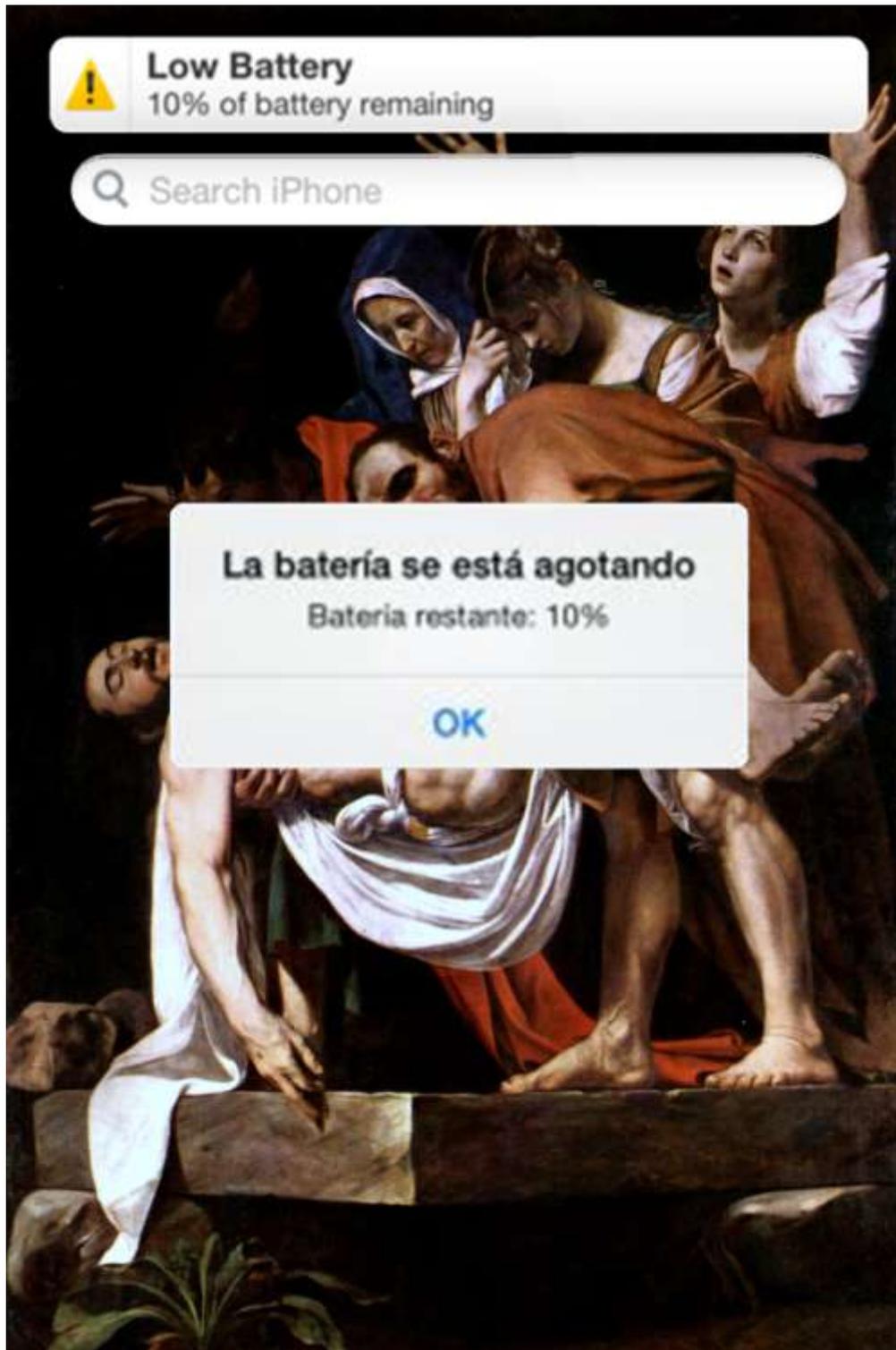
Detalle OBRA 18, Smartpaint, Descendimiento I, Weyden, 2014

Impresión digital en papel 100% algodón, 20 x 25 cm



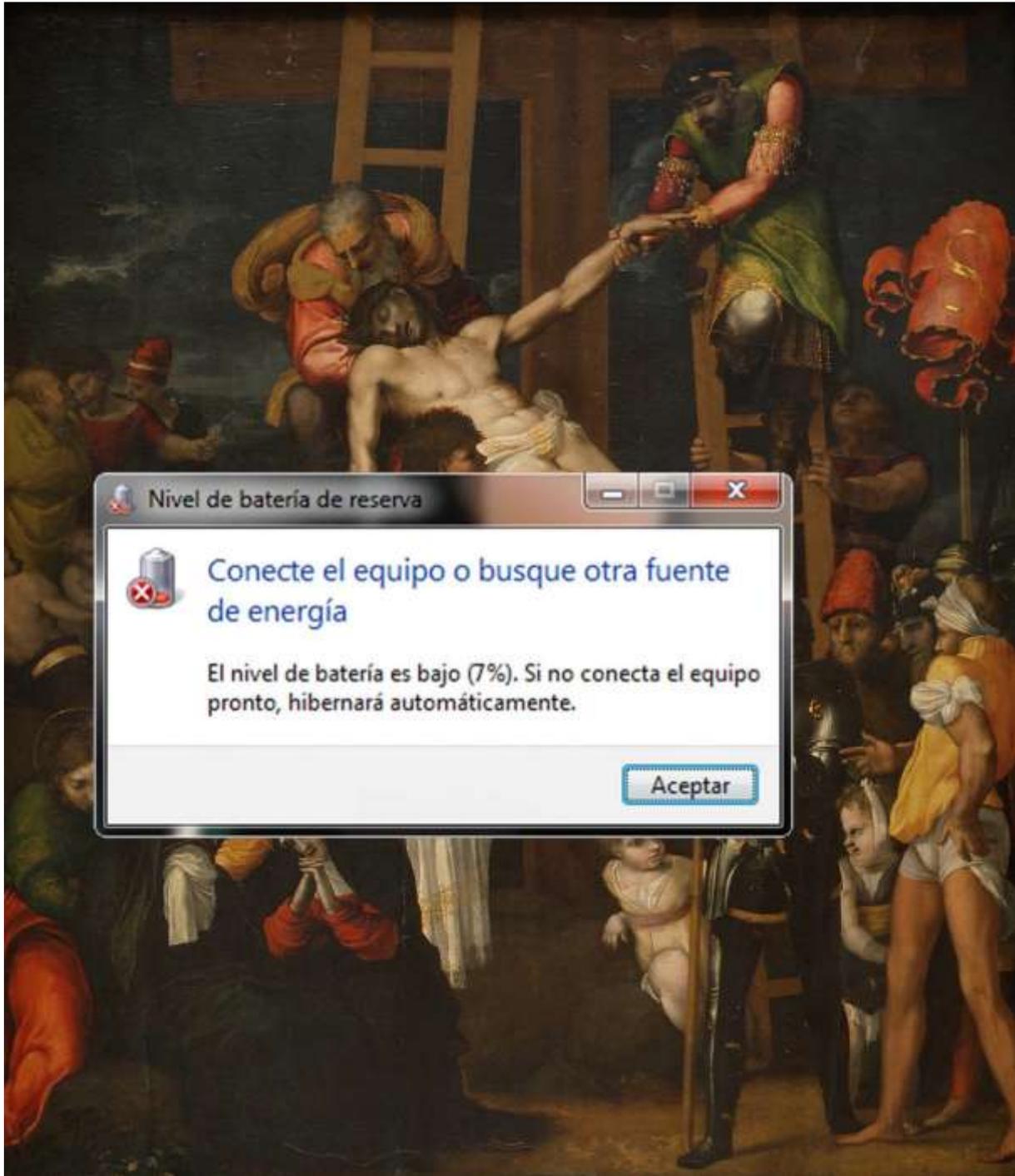
Detalle OBRA 18, Smartpaint, Descendimiento II. Rubens, 2014

Impresión digital en papel 100% algodón, 22 x 18 cm



Detalle OBRA 18, Smartpaint, Descendimiento III, Caravaggio, 2014

Impresión digital en papel 100% algodón, 29 x 20 cm



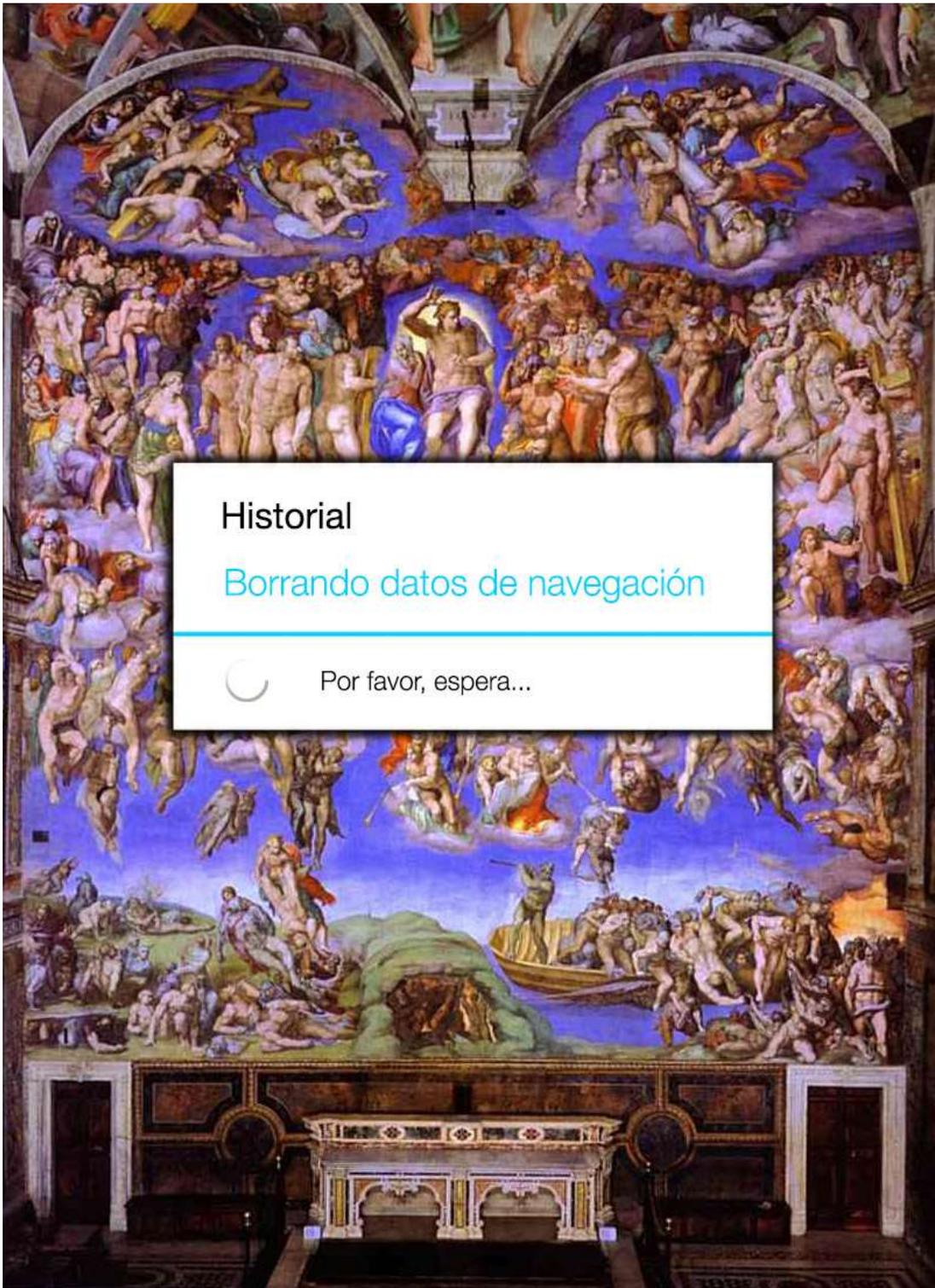
Detalle OBRA 18, Smartpaint, Descendimiento IV, Machuca, 2014

Impresión digital en papel 100% algodón, 22 x 20 cm



Detalle OBRA 18, Smartpaint, Descendimiento V, Ribera, 2014

Impresión digital en papel 100% algodón, 18 x 22 cm



Historial

Borrando datos de navegación



Por favor, espera...

OBRA 19

Smartpaint, El Juicio Final, Miguel Ángel, 2014

Animación digital en loop, reproducir en dispositivo móvil electrónico²¹⁹

²¹⁹ http://static.wixstatic.com/media/1c9189_5c196940f19c4c50ad2972a49b3ce80a.gif_srz_p_802_1083_85_22_0.50_1.20_0.00_gif_srz

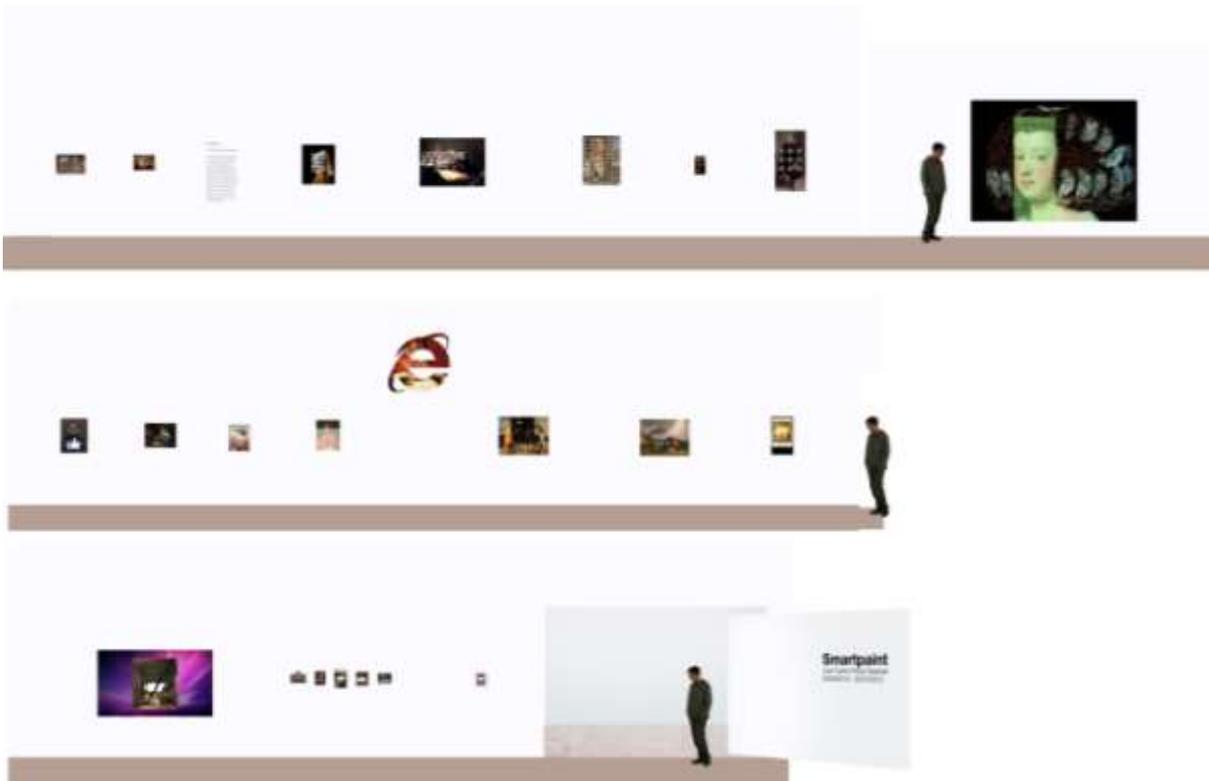


a. Exposición



Con las obras presentadas en este documento hemos realizado una simulación del montaje expositivo en la sala Josep Renau en la Facultad de Bellas Artes de San Carlos en la Universitat Politècnica de València.

Detallamos a continuación la distribución en las 3 paredes y el módulo móvil con las 19 obras y un texto explicativo que se realizaría para la ocasión.



b. Obra en Evolución

A partir de las diferentes soluciones que se han ido empleando en el total de pruebas que se han realizado hasta seleccionar estas 19 obras, se ha barajado la posibilidad de generar la obra a partir de la suma de diferentes capas de papel y/o acetato. Pensamos que estas soluciones pueden generar una nueva serie de trabajos y consideramos de interés mostrarles el esquema de una de las primeras piezas que conformarían esta nueva línea de trabajo.



OBRA 20

Smartpaint, Cristóbal Colón, Desconocido, 2014

Impresión digital en acetato y papel 100% algodón, 65 x 50 cm

CONCLUSIONES

En la investigación que hemos realizado acerca del cuadro como dispositivo móvil ha sido fundamental la aportación de contenido de las asignaturas cursadas en el Máster de Producción Artística en el curso 2013/14, fundamentalmente de “Arte Participativo. Creación Compartida en la Era de la Web 2.0”, “Claves del Discurso Artístico Contemporáneo”, “Comportamientos del Arte Ante Un Nuevo Cambio de Paradigma”, “La Ciudad y el Miedo”, “Razones de la Sinrazón: las Crisis de la Modernidad”, “Retóricas del Fin de la Pintura. Teoría y Práctica del Último Cuadro” y “Tecnología y Espacio Público en las Ciudades Híbridas”, así como por las aportaciones y la guía de los tutores José Antonio Barreiro Díez y Marina Pastor Aguilar.

Del análisis realizado concluimos que ambos dispositivos han sido inventados por la necesidad de funcionar como objeto autónomo con libre movimiento y una serie de características añadidas por la publicidad que ha propiciado su comercialización. Estas características a las que nos referimos son la salvación religiosa o de la soledad, informativos, comunicativas y de enaltecimiento del estatus económico social, además de su carácter de entretenimiento, no siendo su función principal pero sí muy desarrollada (cabe recordar el motivo del nacimiento de las ferias de arte o las aplicaciones de juegos con éxito en los dispositivos electrónicos). Estas características “divinas” las hemos relacionado con los mitos en un guiño a la ilustración, hablando de la obsolescencia de las creencias, religiones y sistemas económicos, así como de los propios dispositivos. Además de los mitos de la globalización y sus efectos secundarios como la descentralización, el cifrado de datos y la vulneración de derechos humanos. En ambos elementos estudiados vemos cómo está popularizado el acercamiento y consumo gracias a la democratización de internet que ha aportado grandes avances a la vez que nuevas necesidades.

En la búsqueda de nuevas soluciones en la práctica pictórica, observamos que el cuadro efectivamente continúa presente en los circuitos artísticos pese a la introducción de nuevos medios y lenguajes con nuevas cualidades que, durante ciertos períodos, han devaluado el cuadro como medio tradicional, por lo que muchos artistas han encontrado fórmulas para replantear las cuestiones desde un metalenguaje y mantener vivo y fluctuante el concepto cuadro, si bien cabe mencionar que la fotografía y nuevos medios tecnológicos funcionan positivamente como un cuadro ya que presentan cuestiones de su definición como el marco o su lugar en la pared. En un artículo reciente de la revista *art.es* sobre el arte digital vemos como ambos dispositivos móviles se unen, un artículo en el que se da una visión puramente decorativa del arte “*creando sus propias listas de reproducción [...] lo que podría convertirse en el Spotify del arte digital*”²²⁰ y además destaca el comentario del creador de la plataforma acerca del concepto de propiedad en el arte digital “*se está quedando anticuado*”²²¹ ofreciendo la compra de un conjunto de obras con una reproducción que las alterna. De la misma manera, podemos afirmar que el dispositivo móvil funciona como cuadro en la actualidad, bien sea como herramienta de producción o soporte de reproducción de la obra de arte. Prueba de este interés actual es la exposición Big Bang Data en el CCCB de Barcelona, coincidente con el período del máster y muy relacionada con los temas que hemos estudiado.

Pese a la reciente incorporación de los dispositivos móviles a la vida cotidiana, hemos encontrado una amplia bibliografía que nos ha permitido estudiar el fenómeno sociológico generado por ellos, así como otros temas transversales que hemos ido recogiendo, como el

²²⁰ WAELDER, P., *StillReel, arte en “streaming” para la era del acceso*, Revista *art.es*, nº 60, Madrid, mayo 2014, p. 68

²²¹ ARCY-FOX, N, en WAELDER, P., *Óp. Cit.*, p. 68

control y la vigilancia o la obsolescencia. En relación a esta última, podemos afirmar que el cuadro y el dispositivo móvil electrónico no desaparecen, pues el primero aún tiene muchas vías abiertas para continuar existiendo y mutando, y el segundo está en pleno crecimiento. Por tanto establecemos que ambos dispositivos tienen la posibilidad de comunicar y establecer redes de saber/poder. Gracias, o pese, a la aceleración de producción y consumo, nuevas generaciones de estos dispositivos continuamente van suplantando a los modelos anteriores. Como hemos indicado, esta época es acumulativa tal como indica Juan Antonio Ramírez, lo que significa que pasado y presente están en constante diálogo y prueba de ello es la hibridación de la cultura visual tal como hemos señalado a partir de los textos de Néstor García Canclini. Una globalización que nos puede condenar a un modelo único homogéneo debido a la simplificación y estandarización, como ya hemos observado en los dispositivos móviles electrónicos, así como en la constante autorreferencia que se produce en la obra de un artista cuando el mercado le requiere el mismo tipo de producto respondiendo a una repetición y redundancia para un rápido reconocimiento del artista. Mercado que socialmente ejerce el poder a partir de la seducción al deseo de consumo tanto físico como digital de la imagen o de objetos, por lo que se ejerce una organización desde la distancia, y de ello extraemos que precisamos de un alejamiento necesario tanto para la sociedad de control, como para las relaciones personales.

Hemos expuesto que la pantalla se ha convertido en parte de la vida social y se ha hecho habitable, posibilitando la inmediatez y ubicuidad que la sociedad requería. Frente a la distancia virtual que genera, muchos artistas estamos trabajando con la “analogización” o materialización de contenido digital, bien para evitar la desaparición del objeto físico, bien para hacer abarcables la gran cantidad de información que diariamente se comparte virtualmente fruto de la autoexhibición a la que nos ha llevado el sistema y las redes sociales. Una autoexhibición de la intimidad y la privacidad que podemos relacionar con la exhibición de los miedos y motivaciones que mueven a los artistas a trabajar en sus obras para posteriormente exponerlas y difundirlas tanto física como digitalmente, siendo las redes sociales y diferentes plataformas en internet lugares ideales para la exhibición de éstas, posibilitando su conocimiento en todos los puntos del planeta con acceso a internet. Hecho que ayuda a la popularización de la obra de arte y a su posible banalización sirviendo incluso de fondo de pantalla de los dispositivos móviles o compartida en las redes sociales junto al resto de fotografías personales. El consumo de la imagen va ligado inevitablemente como ya hemos reflexionado acerca de la obsolescencia y la aceleración en el “pop” a partir de los textos de Simón Marchán, que debido al bombardeo de imágenes al que estamos enfrentados, las consumimos aceleradamente. Aceleración que como Virilio y otros autores exponen conducen a la ubicuidad, inmediatez e interactividad, aspectos que el cuadro principalmente no posee y que hemos tratado de incluir en la creación de las obras de este proyecto generando imágenes digitales que son expuestas en redes digitales por lo que el espacio físico no es un problema en su exposición, así como físicamente en papel reduciendo costes de almacenaje, transporte y conservación. El aspecto de la interactividad lo hemos trabajado a partir de una participación activa del espectador en la creación de la obra en el caso de #SharedDish o un simulacro de interactividad en las obras de Smartpaint, en las que el espectador es frustrado en su deseo de activación. Destacamos que al incluir texto y encastres en las imágenes que hemos generado, consideramos que incitamos al espectador a realizar una segunda lectura de la obra relacionando sendos iconos y generando un consumo visual no acelerado.

Otro aspecto que hemos reflexionado ha sido la objetualidad del cuadro y su desvirtualización, como hemos destacado de la acepción del diccionario, cuadro es un “lienzo, lámina, etc.” y las obras que hemos realizado entran dentro de esta descripción. Al igual que muchos artistas han trabajado de una manera autorreferencial sobre la pintura y el cuadro, nosotros hemos elaborado una investigación de esta cualidad a partir de la fusión de tradición y contemporaneidad en un diálogo generado por la yuxtaposición de elementos de distintas naturalezas, fruto de asociaciones aparentemente cabales, para mantener la esencia del cuadro desde un soporte externo y digitalizado que participa de un simulacro de funcionalidad e interactividad. Posición que está ligada a la reflexión de Paul Virilio en cuanto no podemos renunciar a la tecnología pero ésta hace que al inventarse un avance desaparezca su sucesor (la escalera por el ascensor como ejemplo) que en el ámbito social estamos presenciando cómo sucede esta pérdida de las relaciones por las conexiones como hemos extraído de Zygmunt Bauman, pero en el ámbito artístico, no hemos perdido el cuadro por la fotografía, vídeo o la obra digital, sino que éste ha aglutinado los diferentes medios en su amplio abanico de posibilidades y coexiste con ellos. El dilema y ambivalencia de soluciones posibles sirven para generar nuevos planteamientos y continuar ampliándolo en futuras investigaciones, ya que la investigación que hemos realizado la dejamos abierta.

La proyección del proyecto expositivo nos ha ayudado a definir los tamaños de las piezas finales así como el conjunto de obras que incluiríamos, de las que hemos descartado primeras aproximaciones y bocetos. Consideramos que la exposición del proyecto *Smartpaint* en la sala de exposiciones Josep Renau de la Facultad de Bellas Artes sería una localización ideal para estas obras, ya que el público que la visita es nuestro público objetivo, así como las dimensiones de la sala y su ubicación son las propicias para estas imágenes que combinan tradición técnica e innovaciones tecnológicas.

Por último queremos destacar que el trabajo permanece abierto en varios sentidos. Por una parte los temas, como ya hemos destacado las cuestiones de la vinculación entre ecología y tecnología, o la de la catalogación de los nuevos ciudadanos como consumidores, e incluso los imaginarios colectivos, que no podíamos evitar mencionar, se conforman como contenidos que serán abiertos en una posterior investigación. Por otra parte, hemos iniciado una nueva fase en lo que se refiere a la producción artística y a la realización de obra desde un nuevo proceso creativo en el que conjugamos la investigación conceptual con la experimentación correspondiente. Ese proceso no habría sido posible sin la realización de este trabajo.

ÍNDICE DE IMÁGENES

- Fig. 1
JUAN CARLOS ROSA CASASOLA, Boceto de Smartpaint, Adán y Eva, Durero, 2014, Collage digital
- Fig. 2
ANÓNIMO, Retrato de Jean II le Bon, ca. 1350.
<http://www.louvre.fr/oeuvre-notices/jean-ii-le-bon-roi-de-france-1319-1364> [05/03/14]
- Fig. 3
CORNELIS NORBERTUS GIJSBRECHTS, Trompe l'oeil. Reverso de un cuadro enmarcado, 1672.
<http://www.smk.dk/en/explore-the-art/search-smk/#/detail/KMS1989> [05/03/14]
- Fig. 4
iPhone 3 y Samsung Galaxy S, 2012
<http://www.businessinsider.com/apple-wants-samsungs-lawyers-punished-for-leaking-barred-evidence-to-the-media-2012-8> [20/10/13]
- Fig. 5
Plano de prision panóptica
UC 119, f. 120. UCL Special Collections, imagen capturada de UCL Creative Media Services.
<http://blogs.ucl.ac.uk/transcribe-bentham/2013/12/18/new-material-to-transcribe-panopticon/> [01/07/14]
- Fig. 6
DAVID HOCKNEY, Yosemite I, 16 oct 2011
Dibujo realizado con iPad
http://bits.blogs.nytimes.com/2014/01/10/the-ipad-is-an-artists-canvas-for-david-hockney/?_php=true&_type=blogs&_r=0 [13/02/14]
- Fig. 7
Una prueba de jefe de servicio de telefonía móvil
Southwestern Bell, St. Louis, 1946
AT&T Archives and History Center
<http://odellconnie.blogspot.com.es/2012/09/the-foundations-of-mobile-and-cellular.html> [24/06/14]
- Fig. 8
Galería 3D de Virtualgallery.com
<https://www.virtualgallery.com/press> [05/07/14]
- Fig. 9
Vertedero tecnológico en Nigeria.
www.greenpeace.org [08/06/14]
- Fig. 10
JUAN ANTONIO RAMÍREZ, Proceso de producción ideológica en Historia del Arte Medios de masas e Historia del Arte, Madrid, Cátedra, 1988, p. 282
- Fig. 11
Fotograma de 15 Million Merits. Black Mirror, 2011
<http://elmeollostudio.wordpress.com/> [15/07/14]
- Fig. 12
JUAN CARLOS ROSA CASASOLA, Boceto de Smartpaint, La Virgen de las cuevas, Zurbarán, 2014, Collage digital
- Fig. 13
JUAN CARLOS ROSA CASASOLA, Boceto de Smartpaint, Asunción de la Virgen, Tiziano, 2014 Collage digital
- Fig. 14
CHRISTOPHER BAKER, Murmur study, 2009
Dimensiones variables, instalación, 20 impresoras y papel
www.christopherbaker.net [30/12/13]
- Fig. 15
CHRISTOPHER BAKER Hello World! o How I learned to stop listening and love the noise, 2008
Videoinstalación multicanal, dimensiones variables
www.bigbangdata.cccb.org [05/06/14]
- Fig. 16
CANDICE BREITZ, Queen (a portrait of Madonna), 2005
videoinstalación en 30 canales, 73:30 min
www.candicebreitz.com [03/01/14]
- Fig. 17
ERIK KESSELS 24 horas en fotos, 2011
Fotografías en papel fotográfico, dimensiones variables
Fotografía propia en la exposición Big Bang Data, CCCB, Barcelona, 2014, tomada el 04/06/14
- Fig. 18
NASTYA PTICHECK Emoji-Nation Parte 2
Collage digital
www.behance.net/fefe [29/05/14]
- Fig. 19
JUAN CARLOS ROSA CASASOLA Capturas de pantalla de los teléfonos iPhone de I.P. y N.L., 12/06/14

BIBLIOGRAFÍA

- AGABEM, G., *¿Qué es un dispositivo?* <http://ayp.unia.es/r08/IMG/pdf/agamben-dispositivo.pdf>
- AGUIAR, G., *Los objetos inmateriales en las redes sociales digitales*, Universidad Politécnica de Valencia, Valencia, 2012
- AZÚA, F. *Diccionario de las artes*, Barcelona, Planeta, 1995
- BALLÓ, J. "A través de las pantallas" en *Culturals*, Barcelona, La Vanguardia, 18 enero 2012
- BAUDRILLARD, J., *El juego del antagonismo mundial o la agonía del poder*, Madrid, Círculo de Bellas Artes, 2006
- BAUMAN, Z., *Amor líquido. Fuera y dentro de la caja de herramientas*, Madrid, Fondo de Cultura Económica, 2005
- BAUMAN, Z., *Tiempos líquidos*, Barcelona, Tusquets, 2007
- BAUMAN, Z. y GAMPER, D., *Múltiples culturas, una sola humanidad*, Barcelona, CCCB, 2008
- BAUMAN, Z. y LINCH, D., *Vigilancia Líquida*, Barcelona, Paidós, 2013
- BECK, U., "Teoría de la sociedad del riesgo" en BERIAIN, J., *Las consecuencias perversas de la modernidad*, Barcelona, Anthropos, 1996
- BENGOECHEA, L., *Packfood*, Universidad Politécnica de Valencia, Valencia, 2012
- BROOKER, C. <http://www.channel4.com/programmes/black-mirror/articles/all/charlie-brooker-interview>
- BRUN, J., "Redes Culturales. Claves para sobrevivir en la globalización", en *Cultura y desarrollo*, Madrid, Agencia Española de Cooperación Internacional para el Desarrollo, 2008
- CAIN MILLER, C., "El iPad como un lienzo", The New York Times, 13 enero 2014 http://bits.blogs.nytimes.com/2014/01/10/the-ipad-is-an-artists-canvas-for-david-hockney/?_php=true&_type=blogs&_r=0
- CALABRESE, O., *La era neobarroca*, Madrid, Cátedra, 1994
- CANCLINI, N., *Culturas híbridas, Estrategias para entrar y salir de la modernidad*, México, Grijalbo, 1990
- CANCLINI, N., *La globalización ¿productora de culturas híbridas?*, Actas del III Congreso Latinoamericano de la Asociación Internacional para el Estudio de la Música Popular, Bogotá, 2000
- CARBAJO, A., www.applesfera.com/curiosidades/david-hockney-atrapando-el-momento-a-traves-de-un-medio-tan-atipico-como-el-ipad
- CIFRIÁN, C., *Autorretrato mutuo*, Universidad Politécnica de Valencia, Valencia, 2007
- CORBIÈRE, E., *El mito de la globalización capitalista*, e-libro.net, 2002
- CORTÉS, J. M., *La ciudad cautiva. Control y vigilancia en el espacio urbano*, Madrid, Akal, 2010
- CORTÉS, J. M., "Orden espacial y control corporal", en AA.VV., *El sexo de la ciudad*, Valencia, Tirant Humanidades, 2012.
- DANNORITZER, C., Documental *Comprar, tirar, comprar*, RTVE, 2010
- DANTO, A. C., *Beyond the Brillo Box: The Visual Arts in Post-Historical Perspective*, University of California Press, 1998
- DE VICENTE, A. *El arte en la postmodernidad. Todo vale*, Barcelona, Ediciones del Drac, 1989
- DELEUZE, G., *Post-scriptum sobre las sociedades de control, Conversaciones 1972-1990*, Valencia, Pre-textos, 1999
- Diccionario Real Academia Española, www.rae.es
- DONALDSON, D., *Nanotech-enhanced 'smart paint' promises to detect structural damage*, www.engadget.com/2012/01/30/nanotech-enhanced-smart-paint-promises-to-detect-structural-da/
- EDO, I., *Aproximación ética y legal a las redes sociales*, Universidad Politécnica de Valencia, Valencia, 2010
- ESCOBAR, T. "La irrepitible aparición de la distancia (una defensa política del aura)", en AA.VV., *Arte y Política*, Santiago de Chile, Consejo Nacional de la Cultura y las Artes, 2005

- ESTELA, F., *El individuo en la pantalla*, Universidad Politécnica de Valencia, Valencia, 2013
- ESTUPIÑÁN, F., "Mitos sobre la globalización y las nuevas tecnologías de la comunicación", *Revista Latina de Comunicación Social*, 38, 2001 www.uvl.es/publicaciones/latina/2001/latina38feb/129estupinan.htm
- FAROCKI, H., *Desconfiar de las imágenes*, Buenos Aires, Caja Negra editorial, 2013,
- FERNANDEZ, J. M., "Tipos de dispositivos móviles", *Versión: 2.0*, Septiembre, 2006 http://leo.ugr.es/J2ME/INTRO/intro_4.htm [15/05/14]
- FURLANO, P., "Una relación silenciosa: Telefonía móvil y sociedad de control", *Avatares de la comunicación y la cultura* nº2, Buenos Aires, 2011
- GALASSI, P., *Andreas Gursky*, Nueva York, The Museum of Modern Art, 2001
- GÁLLEGO, J. *El cuadro dentro del cuadro*, Madrid, Cátedra, 1978
- GARCÍA MORALES, F., "Los mitos de la globalización", *Revista digital Globalización*, 04 diciembre 2006, rcci.net/globalizacion/fg044.htm
- GARCÍA FANLO, L., "¿Qué es un dispositivo?: Foucault, Deleuze, Agamben", en *Revista de Filosofía A Parte Rei* nº74, Marzo 2011
- GIRALDA, S., *Pintura interfaz*, Universidad Complutense de Madrid, Madrid, 2011
- GOLEC, M. J., *The Brillo Box Archive: Aesthetics, Design, and Art*. Brandeis University Press, Dartmouth 2008
- GREENBERG, C., "La crisis de la pintura de caballete", en *Arte y cultura. Ensayos críticos*, Barcelona, Paidós, 2002, Publicado originalmente en *Partisan Review* nº15, abril de 1948.
- HAN, B., *La sociedad de la transparencia*, Herder, Barcelona, 2013
- HERNÁNDEZ NAVARRO, M. A., "El arte contemporáneo entre la experiencia, lo antvisual y lo siniestro", Madrid, *Revista de Occidente*, 2006
- HONNEF, K., *Pop Art*, Colonia, Taschen, 2004
- HORKHEIMER, M., y ADORNO, T., "Concepto de Ilustración", en *La dialéctica de la Ilustración*, Madrid, Trotta, 1994
- JULVE, J., *Lo íntimo en la red*, Universidad Politécnica de Valencia, Valencia, 2013
- KANT, I., "Respuesta a la pregunta: ¿qué es Ilustración?" en MAESTRE, A., *¿Qué es Ilustración?*, Madrid, 2007
- LEWIS, B., *Documental, Art Safari*, Wim Delvoye, 2005
- LOZANO, D., *Intervenir desde la pintura*, Universidad Politécnica de Valencia, Valencia, 2012
- LYOTARD, J. F., *La posmodernidad (explicada a los niños)*, Barcelona, Gedisa, 1999
- MARCHÁN, S., *Del arte objetual al arte de concepto*, Madrid, Akal, 1986
- MARTOS, E., *Análisis sobre las nuevas formas de comunicación a través de las comunidades virtuales o redes sociales*. Universidad Politécnica de Valencia, Gandía 2010
- MARTOS, E., *Metáforas de la globalización*, Universidad Politécnica de Valencia, Valencia, 2011
- MELOT, M., *Breve historia de la imagen*, Madrid, Siruela, 2010
- MENDELSSOHN, M., "Acerca de la pregunta: ¿a qué se llama ilustrar?" en MAESTRE, A., *¿Qué es Ilustración?*, Madrid, 2007
- MIERZOEFF, N., *Una introducción a la cultura visual*, Barcelona, Paidós, 2003
- Ministerio de educación, "Sobre el uso del documental Comprar, tirar, comprar", www.docentes.leer.es/files/2012/06/eso4_cs_his_al_usodocumental_albaambros_ramonbreu.pdf [01/06/14]
- MORIN, E., *Pensar la complejidad*, Valencia, Universitat de València, 2010

MOROZOV, E., "How the Net aids dictatorships", TED, julio 2009, www.ted.com/talks/evgeny_morozov_is_the_internet_what_orwell_feared

Pantalla Global. CCCB Barcelona, 2012 www.bigbangdata.cccb.org

PORES, T., *La Imposición de la vida pública Moderna. Ciudad de muros*, Barcelona, Gedisa, 2007

RAMÍREZ, J.A. *Medios de masas e historia del arte*, Madrid, Cátedra, 1988

RODRIGUEZ, C. "Ya no nos sentimos satisfechos ante una imagen convencional: hoy en día buscamos la transformación", en *Espacio Fundación Telefónica*, octubre 2013, www.espacio.fundaciontelefonica.com/2013/10/22/ya-no-nos-sentimos-satisfechos-ante-una-imagen-convencional-hoy-en-dia-buscamos-la-transformacion

SANTONJA, S., *Video Collage Mediático*, Universitat Politècnica de València, 2012

SCHILLER, J. C. F., *Cartas sobre la educación estética del hombre*, Madrid, Aguilar, 1969

SEBRELI, J. J., "Mito y realidad de la globalización", en *Diario Perfil*, Buenos Aires, 22/04/2007 <http://www.perfil.com/cultura/Mito-y-realidad-de-la-globalizacion-20070422-0003.html> [25/06/14]

SEÑOR, E., *Autorretrato mutuo*, Universidad Politécnica de Valencia, Valencia, 2007

SIBILIA, P. *La intimidad como espectáculo*. Buenos Aires, Foe, 2008

SOLAZ, L., "Cine posmoderno", en www.encadenados.org, 2008 [06/06/14]

SONTAG, S. "On photography" en *Farrar*, Nueva York, Straus & Giroux, 1977

SONTAG, S.. "Imágenes de la infamia", *El País*, mayo, 2004

STOICHITA, V. *La invención del cuadro*, Barcelona, ediciones del serbal, 2000

VIRILIO, P. *El Cibermundo. La política de lo peor*, Madrid, Cátedra, 1997

WAELDER, P., "StillReel, arte en streaming para la era del acceso", *Revista art.es*, nº 60, Madrid, mayo 2014

WEDEWER, R. *El concepto de cuadro*, Barcelona, Labor, 1973

ZAFRA, R. *Un cuarto propio conectado*, Madrid, Fórcola, 2010

WEB

www.apple.com [10/03/14]

www.artacabrini.over-blog.com/pages/LART_ET_LOBJET_LA_SOCIETE_DE_CONSOMMATION-8626704.html

www.arte.laguia2000.com/escultura/supermarket-lady-duane-hanson

www.bbc.co.uk/news/entertainment-arts-15756616

www.bdigital.unal.edu.co/793/10/264_-_9_Capi_8.pdf

www.behance.net/feffe

www.bits.blogs.nytimes.com/2014/01/10/the-ipad-is-an-artists-canvas-for-david-hockney/?_php=true&_type=blogs&_r=0

www.blogs.ucl.ac.uk/transcribe-bentham/2013/12/18/new-material-to-transcribe-panopticon/

www.businessinsider.com/apple-wants-samsungs-lawyers-punished-for-leaking-barred-evidence-to-the-media-2012-8

www.candicebreitz.net

www.christopherbaker.net

www.clg.henriwallon.hida.chez.com/spip.php?article6

www.damienhirst.com

www.dazeddigital.com/artsandculture/article/19457/1/emoji-nation-nastya-nudnik-famous-artworks-update

www.elmeollostudio.wordpress.com

www.elmundo.es/cultura/arteXXI/simeon/criticasaiz.html

www.elmundo.es/elmundo/2013/05/01/internacional/1367394044.html

www.elpais.com/elpais/2014/04/23/eps/1398283135_538129.html

www.europapress.es/portaltic/socialmedia/noticia-asi-era-the-facebook-2004-asi-facebook-2014-20140204093836.html

www.felixrios.com

www.greenpeace.org

www.greenpeace.org/mexico/es/Campanas/Toxicos/Electronicos

www.guggenheim-bilbao.es

www.hockney.guggenheim-bilbao.es

www.julianopie.com

www.latinartmuseum.com/gonzales_torres.htm

www.ludwigforum.de/sammlung/hauptwerke/hanson.html

www.movilonia.com/reportajes/pinturas-emoticonos/

www.musac.es

www.museoreinasofia.es

www.odellconnie.blogspot.com.es/2012/09/the-foundations-of-mobile-and-cellular.html

www.pilaralbarracin.com

www.razon.mx/spip.php?article94758

www.saatchigallery.com

www.saatchigallery.com/artists/christopher_baker.htm

www.soliman-lopez.com

www.tate.org.uk/context-comment/articles/you-can-kiss-lichtenstein-you-cant-kiss-us-0

www.ted.com/talks/lang/es/chris_jordan_pictures_some_shocking_stats.html

www.theguardian.com/artanddesign/video/2012/apr/16/damien-hirst-tate-modern-exhibition-tour-video

www.trendhunter.com/trends/integrated-paintings

www.ub.edu/imarte/es/investigaciones/estudios-teoricos/eloi-puig/la-autoreferencialidad-en-el-arte-el-metalenguaje-en-los-medios-digitales

www.virtualgallery.com/press

www.wired.com/2014/04/emoji-classic-art/#slide-id-653911

www.yatzer.com/emoji-nation-nastya-ptichek

ANEXOS I Y II

Anexo I



#SharedDish

¿Estás pensando en tomar una foto y colgarla en las redes sociales?

¡Mejor haz un video y participa en el proyecto de arte colaborativo! Grábate posando como lo harías para la fotografía, pero es todo un reto aguantar más de un minuto. ¡Consiguelo!

¡Participa siguiendo estos 3 sencillos pasos!

PASO 1 – ¡graba!



¿Conseguirás aguantar más de un minuto sin moverte?

Recuerda que tienes derechos de imagen y tú eres quien decides que aparezca tu rostro o los de quienes te acompañan en internet.

PASO 2 – ¡comparte!



¡Sube tu video a YouTube con el hashtag #SharedDish o envíalo por email a sharedish@gmail.com!

Los videos enviados a la dirección de correo irán al canal oficial de YouTube.

PASO 3 – ¡repite!

Se creativo. ¡Ponla con otro plato!

Videos recientes



El proyecto #SharedDish surge a causa del fenómeno social generado por el acto de fotografiar cotidianamente platos de comida con el fin de compartirlas en las redes sociales. Cabe destacar que el hashtag #comiendo fue uno de los tres más utilizados en 2013, lo que supone un elevadísimo número de repeticiones de este acto por los hispanohablantes. En la mayor parte de estas fotografías se omite a los comensales, primando la comida, o por el contrario, se fotografían los rostros y se difunden por la red sin ningún control de los derechos de imagen.

#Sharedish tiene la premisa de ser un proyecto de arte colaborativo en el que emisor y receptor intercambian sus roles. Además se propone un uso diferente de los dispositivos móviles y el contenido publicado en las redes sociales por sus usuarios, invitándoles a participar recreando el proceso de compartir una fotografía comiendo en internet y enfrentarse al dilema de fotografiar los rostros o evitarlos. Para ello se ha generado una plataforma web en la que se exponen los argumentos, se explican los pasos a seguir si se desea colaborar y se exponen los vídeos resultantes.

La acción consiste en grabar con un teléfono móvil o *tablet* una pose estática de un minuto aproximadamente y publicarla en Internet. La única pauta que se ha de seguir para colaborar es tratar de captar lo que sucede mientras se toma la fotografía y se publica en internet. Con ello se pretende evidenciar la presencia de los dispositivos móviles en el tiempo de la comida y ser conscientes de que somos los actores y directores de nuestra vida digital. Como hemos expuesto anteriormente, los hechos están concebidos para ser fotografiados, pues de otra manera no tendríamos constancia de que han sucedido.

El vídeo resultante en principio no ha de tener narratividad, se busca una pose estática con un plano fijo para que llegue a saturar al espectador (tanto en la grabación de la pieza como en el visionado). Una mirada irónica a las fotografías de las redes sociales, denunciando lo absurdo que resulta posar estático para un vídeo. Mas las interpretaciones son libres y nos encontraremos con diferentes propuestas. Se pretende con esta acción desacralizar el arte, evidenciar la crisis de la visualidad y una democratización del discurso artístico invadiendo el terreno de lo común y cotidiano. Al tratarse de un proyecto colaborativo con un público no sólo especializado en cuestiones visuales, sino también entre los usuarios de las redes sociales, se defiende que todo el mundo tiene la capacidad de hacerlo y reflexionar sobre ello siguiendo el pensamiento de Joseph Beuys.

Lo interesante de este proyecto es capturar los sonidos y movimientos que la fotografía no capta. Registrar lo intangible, la respiración del protagonista, el zumbido de los coches, los camareros sirviendo las mesas, aspectos absolutamente intangibles y banales, no productivos, no percibidos en el momento de tomar la fotografía.

Con este cambio de uso de los dispositivos móviles se pretende frenar el distanciamiento digital, por ello hacemos referencia de nuevo a la cita de Bauman *“Los celulares ayudan a estar conectados a los que están a distancia. Los celulares permiten a los que se conectan... mantenerse a distancia.”*

Pero como dice Paul Virilio, “Siempre estamos enfrentados a un fenómeno de colaboración o de resistencia.” Y en este proyecto se busca tanto la participación como el fracaso. El hecho de conocer las instrucciones y decidir no realizarlo nos parece igual de interesante. Evidenciando de esta manera que somos los usuarios de las redes sociales quienes creamos su contenido.

El proyecto #SharedDish tiene un segundo plano. Si el primero es la difusión de la plataforma y la invitación a grabar los vídeos y visionarlos en la página web, el segundo es poder ver la pieza en una sala expositiva.



JUAN CARLOS ROSA CASASOLA, #SharedDish, 2014
Render de montaje. 40 teléfonos móviles + 40 vídeos. Duracion variables. Medidas aproximadas 80 x 120 cm

Para ello se utilizarían dispositivos móviles (teléfonos móviles y tablets de diferentes modelos) que alojarían un vídeo cada uno de ellos. Vídeos que necesitan que el espectador pulse en cada pantalla para reproducirlos. Tanto en la web como en la sala expositiva, si se decide ver solo un vídeo se percibirán los sonidos propios de la escena, pero si se reproducen varios vídeos al mismo tiempo se genera un ambiente que recuerda al tumulto de un bar, un sonido que relacionamos con lo directo y físico, algo que no funciona bien en el mundo virtual.

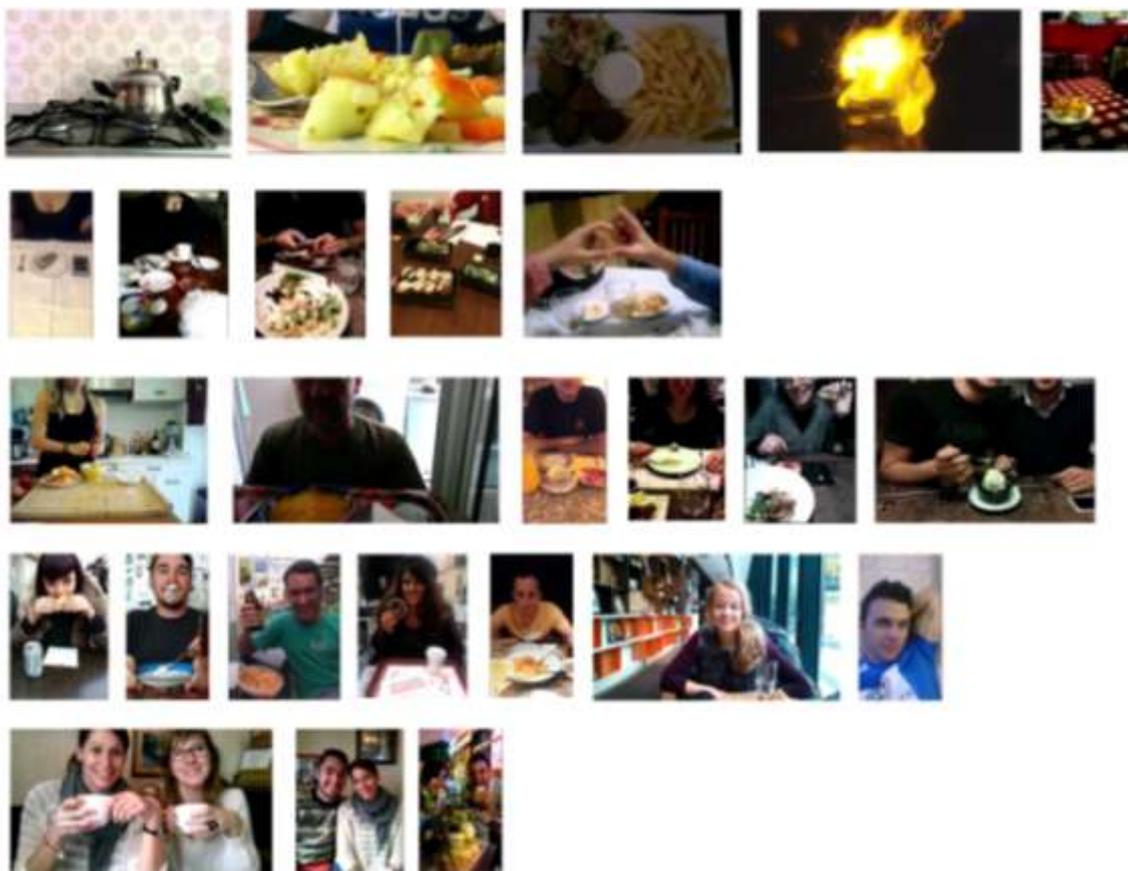
Es relevante en esta pieza la precariedad y cotidianeidad de los recursos utilizados para capturar los vídeos y reproducirlos. Se considera que los dispositivos móviles son centros multimedia con una gran variedad de aplicaciones que comúnmente no se utilizan, y se limita su uso a capturar fotografías y acceder a las redes sociales. Por ello defendemos la utilización de esta tecnología para generar la pieza, utilizando los materiales propios de la comunicación y el acceso a internet.

Los referentes son varios, por una parte son populares en la referencia a las redes sociales Facebook, twitter, instagram y pinterest, y por otra artitas que han trabajado igualmente con aspectos pop como son Richard Hamilton, Andy Warhol, Candice Breitz o Julian Opie.

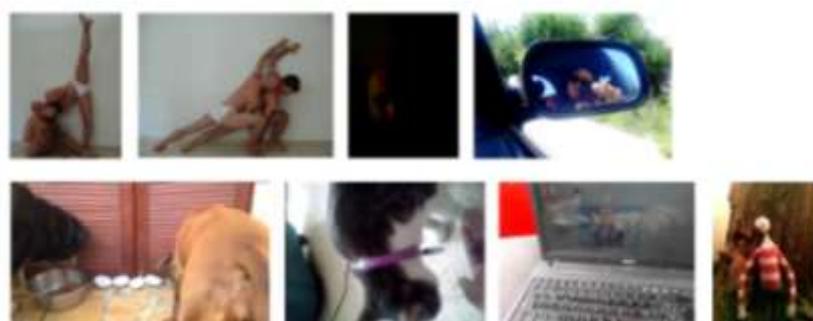
a. Análisis de los vídeos recibidos

A fecha de 25 de junio de 2014 contamos con un total de 34 vídeos que hemos reunido en este documento por categorías para poder analizar la respuesta. De ellos, 26 responden a una fotografía común en las redes sociales, en los que 5 vídeos no muestran ninguna parte del cuerpo. De los 21 vídeos restantes, en 5 de ellos el rostro queda fuera de plano, en 6 se muestra recortado hasta la altura de los ojos y en 10 se muestra completo.

25 vídeos muestran personas, de ellas 19 mantienen la pose estática durante gran parte del vídeo mientras que 6 ejercen una acción.



En los 8 vídeos que han tomado una interpretación más abierta encontramos 4 donde se muestra el cuerpo, 2 que nos muestran animales comiendo y 2 objetos inanimados.



De los 34, solo 6 muestran 2 personas y 2 de ellos son un llamado "selfie" (autorretrato tomado uno mismo con la cámara volteada y/o frente a un espejo). Observamos que en 20

vídeos se puede pensar que se trata de una cafetería o restaurante, apareciendo en 3 de ellos un trabajador o camarero. En 6 de los vídeos el protagonista interactúa con el cámara o personas externas a la acción.

La propuesta era realizar un vídeo de 1 minuto, de los 34 vídeos recibidos, 17 tienen una duración menor de 40 segundos, de los 17 restantes, 3 vídeos cumplen estrictamente el minuto, 4 no superan el minuto 15 segundos y 7 vídeos duran alrededor de 1 minuto 30 segundos.



Simulación en iPad
JUAN CARLOS ROSA CASASOLA, #SharedDish XXI, 2014
00:01:02. iPad, 20 x 13,5 cm

b. Conclusiones

Podemos extraer una serie de conclusiones a partir de la respuesta recibida:

- Mientras se toma la fotografía para las redes sociales no es frecuente interactuar con el resto de comensales, más allá del que toma el rol de fotógrafo.
- En 22 vídeos se ha decidido no mostrar el rostro o partes del cuerpo para evitar dar claves de la identidad del protagonista o del cámara. Por lo que en dos tercios del conjunto se ha apostado por preservar los derechos de imagen sobre el rostro.
- La participación ha sido muy baja, ya que ha tenido una difusión en Facebook, Twitter, Pinterest y Whatsapp con un total de cerca de 1500 contactos. Por las respuestas que se han recibido, muchos de ellos se han negado a grabar un vídeo con esta temática y otros han mostrado interés pero finalmente no se ha obtenido respuesta.
- Se ha abierto una vía creativa que relaciona al cuadro y los dispositivos móviles. El dispositivo móvil funciona aquí como herramienta creadora y reproductora. La referencia al cuadro viene dada por el marco del propio dispositivo y su disposición en la pared recuerda a la tradicional del objeto, hecho que hemos analizado y conectado con los cuadros digitales de Julian Opie.

Anexo II

El proyecto #BestSeller parte de una premisa: "Si reducimos los presupuestos en cultura y educación pública, junto con el auge del libro electrónico, ¿qué llenará nuestras estanterías? Ropa"²²². Por ello se reflexiona acerca del lugar de la cultura en el terreno del espacio público y privado y se cuestiona la instrumentalización y la relación rentabilidad/solidaridad. En las piezas que forman la serie encontramos conceptos comunes con el trabajo que hemos expuesto anteriormente: el control del deseo de consumo, algunos efectos negativos de la globalización, la obsolescencia y la relación público-privado-íntimo. A los que se profundiza en las reflexiones sobre el consumo, la acumulación y la estandarización.

Se crea por una parte un parangón entre los espacios del saber y los comerciales. Bibliotecas y boutiques poseen el producto catalogado, ordenado, con una disposición característica y renovada continuamente. Las empresas del sector de la moda tienen en la actualidad un modelo de negocio que les permite generar grandes beneficios a un ritmo constante, cosa que en el sector del conocimiento no ocurre, dado que se están privatizando y externalizando competencias públicas tanto en cultura como en educación. Nos preguntamos por qué se invierte más dinero en moda – tanto a pequeña como a gran escala – que en educación y cultura.

Por otra parte se trata de incidir en cuestiones de publicación de contenido en las redes sociales de internet, siendo el mismo título de la serie un hashtag (#) y al mismo tiempo una referencia a los productos "mejor vendidos" o best seller sin contenido creados para el mercado, tanto en moda, arte o literatura. Si nuestro pensamiento está condicionado por el contenido de los libros, nuestra imagen pública lo es por la ropa, aunque los espacios destinados a ésta son ocultados en la mayoría de hogares y redes sociales, ya que no se ha convertido aún en fenómeno global la publicación de estos armarios. No se llega a plantear mostrar estos sistemas de almacenaje saturados de objetos de consumo ya que son considerados algo íntimo, privado, siendo a su vez el elemento más público que siempre portamos.

El abaratamiento constante de los procesos de producción y consumo está poniendo en trance derechos humanos laborales y ecológicos. Basta recordar el accidente que el pasado año 2013 del derrumbe de la fábrica textil en Bangladesh, con cientos de muertos y heridos en el que se vieron relacionadas empresas internacionales de nuestro país. Cabe destacar que Bangladesh es el país del mundo con los costes más baratos de producción en la industria de la ropa²²³, por lo que condensa la producción de empresas de todo el mundo.

a. Desarrollo técnico

La serie #BestSeller es interdisciplinar y reúne trabajos bajo un mismo planteamiento común pero con matices cambiantes según el discurso propio de cada pieza. Nos encontramos con un conjunto de pinturas y dibujos que representan acumulaciones de prendas de vestir plegada o colgada, por otra parte unas acumulaciones de ropa en baldas de madera, fotografías de sistemas de almacenaje respondiendo a una lógica comercial e instalaciones en bibliotecas públicas. Parte de estas piezas tienen un carácter efímero, por lo que la fotografía documental puede formar parte de una exposición.

²²² Reflexión propia. Juan Carlos Rosa Casasola, 2013

²²³ <http://www.elmundo.es/elmundo/2013/05/01/internacional/1367394044.html> [04/07/14]

En una fase futura del proyecto se prevén cuatro campos de actuación:

- a. Realizar una serie de piezas de acumulación de ropa producida en Bangladesh, comprada en varias empresas internacionales con la intención de ser devueltas en el plazo habilitado. En la exposición se mostraría la fotografía de cada obra y los tickets de compra y devolución del producto.
- b. Crear un proyecto de fotografía en el que se muestren diferentes armarios en diversos puntos del planeta respondiendo a las mismas condiciones de luz y composición de los elementos.
- c. Proponer como exposición el alquiler de la sala del espacio de arte o cultura para la puesta en funcionamiento de un bazar multiproducto.
- d. Generar una serie de dibujos y pinturas de ropa acumulada a partir de fotografías tomadas del interior de los espacios comerciales, escaparates o redes sociales.

b. Obra destacada

La serie de obras de la serie #BestSeller ha tenido muy buena acogida en certámenes y exposiciones durante el período del Máster de Producción Artística en el curso 2013/14, por ello les vamos a exponer solamente las piezas que han sido seleccionadas y premiadas.

En la muestra de Artes Visuales y Multimedia PAM! II (2014) realizada en la Facultad de Bellas Artes, de la Universitat Politècnica de València fue presentada la instalación #BestSeller #Oferta en la Biblioteca de la Facultad, obteniendo una Mención por parte del Comité de Expertos. Consiste en una retirada de todos los libros de la sección Historia del Arte en una de las estanterías, siendo la más visible desde el exterior de la Biblioteca, simulando un espacio comercial con iluminación y paneles fluorescentes, sobre los que se dispusieron bolsos y calzado femenino. Marcando la falta de artistas de sexo femenino en la Historia del Arte y una banalización del mismo al convertirlo en un objeto comercial. Así mismo, gracias a la cristalera, se generaba una situación en la que los mismos estudiantes podían ser consumidos por el espectador.



JUAN CARLOS ROSA CASASOLA, #BestSeller #Oferta, 2014
Instalación en la Biblioteca de la Facultad de Bellas Artes, Universitat Politècnica de València
Retirada de libros reemplazados por calzado, bolsos, espejo, luces, papel fluorescente

La instalación estaba acompañada por un conjunto de fotografías de sistemas de almacenaje de hogares con ropa, calzado y otros elementos ordenados bajo una lógica comercial.



JUAN CARLOS ROSA CASASOLA, #BestSeller #SharedShelves, 2014
Fotografía digital realizada con teléfono móvil impresa en papel A3, 24 x 18 cm

En la misma facultad en la exposición T4 en noviembre de 2013 fue mostrada por primera vez una de las piezas de #BestSeller #HorrorVacui junto a tres de las piezas *Smartpaint*.



JUAN CARLOS ROSA CASASOLA, #BestSeller #HorrorVacui, 2013
Ropa apilada y 5 estantes de madera lacada, 200 x 60 x 26 cm

En la octava edición del Certamen Mulier Mulieris (2014) del Museo Universidad de Alicante en San Vicente (Alicante) fue seleccionada la misma pieza expuesta anteriormente. Este certamen funciona a nivel internacional y se centra en visibilizar la identidad femenina y abordando diversos conceptos en torno al género. La obra fue reseñada a modo fotográfico por Francisco Sarabia Marchirán en el diario información.

<http://www.diarioinformacion.com/cultura/2014/03/23/sera-primavera/1482884.html>



Vista de la exposición Mulier Mulieris en el Museo Universidad de Alicante
JUAN CARLOS ROSA CASASOLA, #BestSeller #HorrorVacui, 2013
Ropa apilada y 5 estantes de madera lacada, 200 x 60 x 26 cm

Una de las piezas gráficas de la serie fue seleccionada para formar parte de la exposición del Premio Senyera 2013 en la Galería del Tossal de Valencia en su edición de pintura. Actualmente el dibujo forma parte de una colección privada.



JUAN CARLOS ROSA CASASOLA, #BestSeller XII, 2013
Rotuladores, marcadores fluorescentes y lápices de color sobre papel A4, 103 x 254 cm

En el VI Premio Internacional de Arte Bienal Fundación María José Jove de A Coruña (2014) fue preseleccionada una de las piezas de #BestSeller #HorrorVacui (2013).



JUAN CARLOS ROSA CASASOLA, #BestSeller #HorrorVacui, 2013
Ropa apilada y 5 estantes de madera lacada, 200 x 60 x 26 cm

En la exposición colectiva comisariada por Amparo Galbis con el título *De Redes y Recursos* (2014) que tuvo lugar en la Casa de Cultura de Xirivella (Valencia) con la intención es mostrar diversos lenguajes y recursos en la creación pictórica, se expuso la pieza #BestSeller III.



JUAN CARLOS ROSA CASASOLA, #BestSeller III, 2013
Rotuladores, marcadores fluorescentes, acrílico, óleo y transferencia sobre lienzo y madera,
Tríptico, 100 x 50, 181 x 195, 131 x 55 cm

En la edición 2014 de Art Dating organizada por la Facultad de Bellas Artes de la UPV y la asociación de artistas AVVAC, se hizo una reseña sobre los trabajos más interesantes mostrados en el showroom por el crítico Álvaro de los Ángeles incluyendo una fotografía de una de las pinturas de la serie #BestSeller. www.makma.net/art-dating2-mi-seleccion-i/



JUAN CARLOS ROSA CASASOLA, #BestSeller XXII, 2014
Acrílico, spray e impresión digital en papel sobre lienzo, 100 x 81 cm

Destacamos finalmente la exposición individual *Horror Vacui* comisariada por Marisol Salanova que desde el 7 de agosto al 14 de septiembre tiene lugar en la Fundación Frax del Albir (Alicante) de la cual adjuntamos una simulación de dos de las piezas y el texto de la comisaría que incluiremos en el tríptico y la nota de prensa.



JUAN CARLOS ROSA CASASOLA, #BestSeller, 2014
Multipágina instalado en esquina, variables según espacio, en fotografía 360 x 27 cm

HORROR VACUI, por Marisol Salanova, Valencia, 2014

Organigrama de almacenaje,

Acumular compulsivamente objetos es resultado del consumismo en una sociedad de juventud nómada que estudia y trabaja en distintos lugares teniendo que liar sus bártulos con frecuencia. El amontonamiento de pertenencias se convierte en un lastre y la selección de objetos que nos acompañará en nuestro viaje no es fácil. Lo único que claramente siempre hemos de escoger es ropa, ligera, útil e imprescindible. Ante el transporte apresurado y precario dejamos atrás prendas que regalamos o incluso abandonamos en aeropuertos donde el límite de peso obliga al vaciado imprevisto de una maleta que después volverá a ser inspeccionada y precintada con fino papel de plástico. Se trata de una cáscara que envuelve nuestros recuerdos, la ropa arrugada y revuelta que, una vez reubicada, doblaremos y ordenaremos mecánicamente, sin pensar demasiado pero con toda una carga conceptual detrás, provocando una alineación de gamas cromáticas y sugerentes texturas que el artista Juan Carlos Rosa Casasola traslada al ámbito expositivo. El bucle de mudanzas en el que él mismo se ha visto sumido le lleva a reflexionar sobre el almacenaje, la transitoriedad y el reciclaje, subyaciendo la idea de dar una nueva vida a un objeto con el que ya hemos tenido nuestra historia, dejarlo ir y quizás formar parte del paisaje vital de otra persona. Como cuando un libro viaja a manos de un nuevo lector, la ropa aquí simboliza el flujo de un ciclo y un cambio de paradigma hacia consumir menos y compartir más, dotando de un valor trascendental al objeto sin dejar de lado el componente estético. Con un atractivo despliegue de colores en cuidada armonía, el artista plantea su propio organigrama de almacenaje a partir de prendas suyas, prestadas, donadas, de segunda mano, de personas con diversas profesiones, edades, orígenes y estilos. El impacto visual de su obra interviniendo el hall de La Fundación Frax con dibujos, fotografías y esculturas insta a revisar la noción aristotélica de que la naturaleza aborrezca el vacío.



JUAN CARLOS ROSA CASASOLA, #BestSeller, 2014
Instalación, ropa, simulación de montaje en el exterior de la Fundación Frax, el Albir
Exposición Horror Vacui, agosto - septiembre 2014

