

UNIVERSITAT POLITÈCNICA DE VALÈNCIA

FACULTAT DE BELLES ARTS

Apropiación y simulacro en la era de la web 2.0

Tipología 4

Autor: Andreu Porcar Lluch

Tutor: Francisco Javier Claramunt

Cotutor: Ricardo Forriols

Valencia, Septiembre 2015.



UNIVERSITAT
POLITÈCNICA
DE VALÈNCIA



FACULTAT DE BELLES ARTS DE SANT CARLES

MPA
MÀSTER OFICIAL
EN PRODUCCIÓ
ARTÍSTICA

Resumen y palabras clave.

Castellano

Este trabajo es una aproximación a la imagen en el contexto de la Web 2.0. A como el uso cotidiano de internet ha alterado nuestra relación con las imágenes y la información y la influencia que esto tiene en la generación de artistas Post-Internet.

Supone también un acercamiento al simulacro y la hiperrealidad a través de la apropiación, modificación y recontextualización de imágenes encontradas en la red, así como un acercamiento a tendencias visuales surgidas en internet que evidencian los aspectos hiperreales de la estética publicitaria.

Hiperrealidad, simulacro, internet, web 2.0, post-internet.

English

This essay is an approach to the image in the context of Web 2.0.

An approach to how a daily use of the Internet has altered our relationship with images and information, and the influence it has on the generation of Post-Internet artists.

It is also an approach to simulation and hyperreality through the appropriation, modification and recontextualization of images found on the network, as well as an approach to visual trends emerging on the Internet that show the hyperreal aesthetic aspects of advertising.

Hyperreality, simulation, internet, web 2.0, post-internet.

Agradecimientos

A Mari Reme y Edu haber compartido tanto este año.

A Irene y Guille por apoyarme siempre.

A mis tutores por su paciencia.

Índice

1. INTRODUCCIÓN.....	7
1.1 Objetivos.....	8
1.2 Metodología.....	9
1.2.1 Metodología práctica.....	9
1.2.2 Metodología teórica.....	10
2.CONCEPTUALIZACIÓN Y CONTECTUALIZACIÓN.....	11
2.1 Sobre las imágenes.....	11
2.1.1 La hiperrealidad y el simulacro.....	11
2.1.2 Intercambio Real/virtual.....	12
2.2 Apropiación y ready-made.....	13
2.3 Variabilidad de valores/funciones de la imagen/objeto.....	14
2.3.1 Apropiación como herramienta básica en internet.....	15
2.3.2 La democratización de la imagen.....	16
2.4 Internet como elemento cotidiano.....	17
2.5 Internet como generador de un imaginario.....	18
2.5.1 Internet Surf Clubs.....	19
2.5.2 Tumblr.....	20
2.5.3 Tendencias visuales en la red.....	21
2.5.3.1 Vaporwave.....	22
2.5.3.2 Health Goth y Sport Aesthetics como ejemplos de la estética del simulacro.....	23
2.5.3.3 Asimilación de lo publicitario. La puesta al límite de la estética capitalista: aceleracionismo.....	25
2.5.3.3.1 Aceleracionismo.....	26
2.5.3.3.2 El deseo y el objeto de consumo	27
2.6 Referentes artísticos:.....	27
2.6.1 Net art como precedente.....	28
2.6.1.1 La desmaterialización de la obra artística.....	28

2.6.1.2 Internet como campo de juego.....	30
2.6.1.3 La ironía y el humor como elemento inherente...	30
2.6.2 Post-internet.....	31
2.6.2.1 El término Post-Internet.....	32
2.6.2.2 La rematerialización de la obra y la objetualización de internet.....	33
2.6.2.3 La obra como objeto publicitario, la galería como plató (importancia de la imagen inmaterial de la obra sobre el objeto).....	33
2.6.2.4 El trabajo del artista como “presencia en la red performada”	38
2.6.2.5 Imaginario Post-Internet.Temáticas y conceptos.	40
3. PRODUCCIÓN ARTÍSTICA.....	45
4. CONCLUSIONES.....	62
5. BIBLIOGRAFÍA.....	63
6. ÍNDICE DE FIGURAS.....	65

1. INTRODUCCIÓN

El presente trabajo recoge y documenta la práctica artística llevada a cabo durante el curso 2014/2015 en el Máster en Producción Artística. Se trata de un trabajo de doble perfil, una parte práctica, que consiste en la producción, la experiencia expositiva y la documentación de la obra realizada durante el curso; y, por otra parte, una reflexión teórica, recogida en esta memoria, acerca del contexto cultural y artístico en el que se inscribe la producción artística presentada.

La memoria se distribuye en cinco partes que se subdividen a su vez en distintas partes más pequeñas:

En la presente introducción se recogen las motivaciones personales, así como los objetivos y la metodología empleados para la realización del trabajo.

El segundo apartado, la Conceptualización y Contextualización, recoge los aspectos teóricos vinculados a la producción realizada. Se distribuye en siete sub-apartados, de los cuales los seis primeros recogen una contextualización general entorno a la realidad cultural y tecnológica en la que se inscribe el trabajo.

De forma más concreta, estos seis sub-apartados tratan, en orden, los siguientes temas: la rapidez del flujo de información generado por las nuevas tecnologías, la suplantación de la realidad por la imagen hiperreal, una breve contextualización entorno a la apropiación en la actualidad, la variabilidad del valor de una imagen en el contexto de internet, la presencia de internet como un elemento inseparable de nuestra cotidianidad y la capacidad de internet para generar sus propias sinergias culturales.

El séptimo sub-apartado contextualiza una serie de referentes artísticos vinculados a los inicios del Net Art y la evolución del arte en el contexto de internet hasta la generación de artistas Post-Internet.

El tercer apartado recoge la documentación referente a la producción artística realizada, contextualiza brevemente las

distintas series, los procesos de trabajo seguidos, las experiencias expositivas y el proceso de difusión online de la obra.

El cuarto apartado recoge las conclusiones del trabajo, analiza la consecución de objetivos y sienta las bases para la futura producción.

Y el último de los apartados recoge la bibliografía empleada para la realización de la memoria.

La motivación para la realización de la obra que aquí se recoge y del trabajo en su conjunto, parte de la cotidianidad. Parte del uso cotidiano de internet como herramienta básica para cualquier tipo de documentación, trabajo, gestión o esparcimiento y procrastinación. Parte de la influencia inevitable de las imágenes consumidas a través de la pantalla del ordenador y el teléfono móvil en esa cotidianidad. Y parte del análisis de gustos y preferencias respecto a esas imágenes, a priori accidentales, pero que con el tiempo revelan determinados elementos recurrentes que sirven para adivinar parte de las preocupaciones y ansiedades generadas por los medios y nuestros modos de vida actuales.

1.1 Objetivos

1.1.1 Objetivos generales

1. - Analizar cómo internet ha alterado la forma de trabajar de los artistas y su relación con la imagen.
2. - Realizar una memoria escrita a modo de reflexión para analizar el contexto que ha propiciado esta alteración.
- 3.- Realizar un conjunto de obras coherente que refleje los conceptos comprendidos en este trabajo y analizar los artistas y corrientes de las que parte mi obra.
4. – Sentar las bases para la futura producción de obra a partir de los conceptos aquí recogidos.

1.1.2 Objetivos concretos

De la producción artística:

1. - Traducir el caos de imágenes en internet a obras objetuales.
2. - Producir un conjunto de obras que sean igualmente asimilables en el contexto del mercado del arte y de internet.

De la reflexión teórica:

1. – Comprender mejor la producción realizada mediante las herramientas conceptuales aquí adquiridas para poder abordar futuros proyectos con mayor concreción.

1.2 Metodología

1.2.1 Metodología práctica

A nivel práctico, la metodología empleada parte siempre de la recolección de imágenes durante el uso cotidiano de internet, creando un archivo que, por una parte ayuda a visualizar el nexo común que existe entre las imágenes recopiladas y poder descifrar aquellos elementos que nos llaman la atención sobre aquellas imágenes y, por otra parte, sirven como recortes para la posterior creación de collages digitales y otro tipo de piezas partiendo de las imágenes apropiadas.

De esta recolección surgen las piezas en combinación con otros materiales como la madera. Las piezas se instalan en el espacio teniendo en cuenta sus características arquitectónicas y aprovechándolas para generar versiones específicas de la obra en relación al espacio. Con el proceso posterior de documentación y puesta en circulación de la documentación en internet se completa el proceso. Se trata de un proceso de ida y vuelta constante entre el mundo virtual y el físico, donde las dos realidades se retroalimentan.

1.2.2 Metodología teórica

A nivel teórico, la metodología ha consistido principalmente en una búsqueda de textos en internet. Al tratarse artistas y conceptos muy recientes (de los últimos 5 años, principalmente) se trata por lo general de textos cortos y en formato digital, salvo contadas excepciones en las que se ha encontrado textos de mayor envergadura como el libro “Post-Internet” de Gene McHugh. Los textos provienen principalmente de catálogos y notas de prensa de exposiciones recientes, pero también de revistas digitales especializadas en los nuevos medios y sus implicaciones conceptuales.

Prácticamente la totalidad de los textos utilizados se encontraron en inglés, ya que en España se han realizado pocos escritos al respecto.

A parte de estas fuentes, también se han utilizado fuentes directas. Ha habido ocasión de hablar con comisarios y artistas interesados en el tema, tanto físicamente – con ocasión de ARCO o la inauguración de la exposición Nicely Offensive en la galería Ponce+Robles- como por vía digital.

Por otra parte, también ha servido de base teórica varios textos y conceptos estudiados en la asignatura Claves del discurso artístico contemporáneo, como Zygmunt Bauman o Jean Baudrillard.

2. CONCEPTUALIZACIÓN Y CONTEXTUALIZACIÓN

“Por otra parte, cualquier esperanza de que Internet facilitara las cosas, para reducir la ansiedad de mi existencia, simplemente se esfumó -fracasó - y fue sólo otra cosa que soportar. Lo que queremos decir cuando decimos "Internet" no se convirtió en una cosa con la que escapar del mundo, sino más bien el mundo del que uno trata de escapar... Se convirtió en el lugar donde se llevan a cabo negocios, y se pagan las facturas. Se convirtió en el lugar donde las personas te rastrean.”¹

2.1 Sobre las imágenes

2.1.1 La hiperrealidad y el simulacro



Fig. 1 Fotografía de Stock.

¹ McHUGH, G. *Post Internet*, p. 5

Cada vez más las imágenes publicitarias, la fotografía de stock y, en general, las imágenes alteradas digitalmente para modificar la realidad de manera, a priori, no visible se confunden más en el conjunto de imágenes que nutre los medios. Estas imágenes representan una realidad alterada e idealizada del mundo, que pretende, mediante la estudiada perfección y la asepsia, la referencia genérica a aquellos elementos que representan. Timur Si-Qin, en su ensayo sobre fotografía de stock titulado *Stock Photography as Evolutionary Attractor* bromea al respecto: “El hombre vestido profesionalmente de mediana edad con una sonrisa leve pero confiada le venderá servicios de inversión, mientras que los sonrientes niños adorables que acaban de armar un lío con el golden retriever le venderán detergente o seguros de vida.”²

La normalización de estas imágenes sucedáneas de la realidad ha conllevado una alteración de nuestra percepción: las imágenes han acabado por desbancar aquello que pretendían representar, nuestra idea de la realidad es sustituida ahora por su equivalente hiperreal y las imágenes, en cuanto más fieles a la realidad o por el contrario más ficcionadas, son percibidas, en general, con normalidad, sin una reflexión que pretenda discernir aquello que es real de aquella representación aséptica de la realidad que acaba suplantándola en su papel de verdad primigenia.

2.1.2 Intercambio Real/Virtual

En la actualidad el intercambio de experiencias y contenidos entre internet y la vida real es continuo. Existe la necesidad – y capacidad- constante de virtualizar las vivencias y aquello que sucede fuera de la red no está completo hasta que es traducido a lenguaje digital, donde la propia virtualización asume el papel de la vivencia, o es percibida como tal, aun siendo únicamente una representación de la misma, pero termina por convertirse en una parte indivisible de la realidad misma.

² SI-QIN, T, *Stock Photography as Evolutionary Attractor*.

En este contexto 2.0 de virtualización constante, las Redes Sociales, como ejemplo de escenario para la virtualización, acaban por crear un modelo a escala 1.1 de las vivencias de los usuarios, donde todo lo sucedido en la vida real tiene su réplica virtual, llegándose incluso a invertir los papeles y creándose sucesos en la vida real que surgen a partir de experiencias en la red.

2.2 Apropiación y ready-made

A principios del Siglo XX, el gesto de Duchamp de disponer un urinario en el espacio de la galería y darle la consideración de arte abría un nuevo camino de posibilidades en la producción artística. Si bien este gesto podía ser visto como rompedor y desafiante hacia el poder de la galería, posteriormente se ha considerado que este gesto no hizo sino afianzar su poder. Con este gesto la galería extendía su autoridad ya no solo a decidir que obras de arte eran merecedoras de ser expuestas, sino para decidir –junto con los artistas- que objetos debían ser considerados como arte.

Posteriormente, entre las décadas de los ochenta y noventa, una nueva generación de artistas extendió los límites de la apropiación al utilizar todo tipo de imágenes y réplicas de obra de otros artistas de manera más literal, en muchos casos sin ningún tipo de modificación formal.

Actualmente la apropiación no supone ya una ruptura, sino un proceso para trasladar una realidad a un nuevo contexto y permitir visualizarla desde una nueva perspectiva. En el contexto de la web 2.0 es habitual el uso libre de imágenes creadas por terceros, su redistribución o modificación, generalmente, sin ningún tipo de restricciones; esto ha tenido cierta influencia en los artistas de la generación Post-Internet, que, habituados a este tipo de uso de la imagen hacen un uso libre de las imágenes que consumen a diario en la red, como una manera de traducir su cotidianidad virtual a sus obras, sin necesidad de que el hecho de la apropiación suponga un gesto desafiante.

Existe cierta mimesis entre la parte de internet que consumen esos artistas y la parte del mundo del arte que ocupan:

internet refleja, documenta, esa parte del mundo del arte, y este, a su vez, toma internet como referente para sus creaciones: el arte se apropia del contenido de la red para generar obras en la vida real e internet se apropia del arte en la vida real como parte de su contenido, existiendo una retroalimentación constante.



Fig. 2 Jaakko Pallasvuo

Sobre la relación que se establece entre internet, los artistas de esta generación y el mundo del arte, el crítico Pau Waelder apunta:

“Ciertamente, los artistas agrupados bajo este término parten de un conocimiento más directo tanto de las estrategias de difusión de Internet, como del mercado del arte, lo cual se traduce en unas obras que buscan trasladar unos contenidos con los que están familiarizados (como nativos digitales) a un contexto en el que todo objeto es percibido como obra de arte.”³

2.3. Variabilidad de valores de la imagen/objeto

Es bien sabido que las imágenes y objetos no tienen un valor o función fija e invariable, sino que su función puede cambiar según el contexto en el que se inscriba o incluso en función de quien vea o utilice esa imagen u objeto. Dependiendo de esto, pueden jugar papeles y servir para fines muy distintos.

³ WAELDER, P, Arte Post-Internet o la estética relacional 2.0.

Teniendo en cuenta esto, una imagen u objeto sin motivación artística puede convertirse en arte mediante una recontextualización o reutilización; del mismo modo que puede ocurrir el proceso contrario: la imagen de una obra artística –o la propia obra artística- puede entrar en un contexto donde no sea entendida como tal; “un objeto artístico muta y decora fondos de escritorio o llega a una audiencia que no lo utiliza ni lo recibe de un modo artístico.”⁴

En internet estos procesos de recontextualización ocurren de manera constante, ya que el intercambio de imágenes es mayor y estas son habitualmente modificadas por los usuarios. Además, un determinado contexto puede evidenciar aspectos de una imagen que era invisibles en su contexto original.

2.3.1 Apropiación como herramienta básica para la diseminación de imágenes en internet.

En el contexto de la Red 2.0 es prácticamente inevitable que una imagen, una vez ha sido introducida en la red, sea reproducida o modificada por el resto de usuarios a su antojo. Es una práctica habitual la modificación de imágenes extraídas de la red para utilizarlas a modo de chistes visuales, bromas, comentarios políticos, difusión de eventos, curiosidades e incluso con fines artísticos.

Un ejemplo evidente de cómo esta modificación de imágenes encontradas en internet para su posterior puesta en circulación en la propia red son los “memes”. Gene McHugh cuenta sobre los memes:

“Meme es un término acuñado por Richard Dawkins en su libro de 1976 *The Selfish Gene* para referirse a unidades de información cultural que actúan como genes – replicándose esparciéndose y mutando en respuesta a las demandas selectivas de la cultura en la cual se desenvuelven. Muchas cosas funcionan como memes –

⁴ FERÉSTEC, *Nosotros*.

eslóganes políticos, diálogos de películas, perspectivas filosóficas emergentes, avances tecnológicos, marcas publicitarias, tendencias de moda, videos virales de YouTube, la idea de meme en si mismo, y la lista continúa. Lo que importa es que es una idea que tiene el poder de replicarse a si misma de una mente a otra y a otra y mantenerse a si misma en el tiempo.⁵



Fig. 3 Un meme humorístico.

Aunque el término es así de amplio y puede referirse a gran cantidad de cosas, generalmente es aplicado a imágenes en el contexto de internet. En general, un usuario toma una imagen que le resulta llamativa, ya sea por resultar graciosa, directa, impactante o tener la capacidad de comunicar una idea de manera clara y la modifica, generalmente, añadiéndole texto modo de comentario de la propia imagen, para luego compartirla en la red. Un segundo usuario puede tomar la imagen ya modificada y añadirle modificaciones o crear nuevas versiones. Y así múltiples veces hasta el agotamiento de la imagen.

2.3.2 La democratización de la imagen

⁵ McHUGH, G. *Op. Cit.*

El caso de los memes es uno de los muchos ejemplos de cómo la comunicación y la producción –y reproducción- de imágenes se ha extendido en los últimos tiempos a individuos que en otro contexto histórico no hubiesen tenido acceso a la creación y manipulación de imágenes. Si los grandes medios de comunicación tradicionales habían permitido el acceso generalizado a las imágenes, los ordenadores personales e internet han permitido en las últimas décadas el acceso generalizado a su creación, modificación y distribución.

A diferencia de la televisión y otros medios tradicionales donde las imágenes que se distribuían estaban creadas por profesionales de la imagen, en el contexto actual de internet el uso de la imagen se extiende a individuos sin necesidad de una formación específica “(...) la paradoja de la cultura democrática donde todos los medios son accesibles, pero, debido a que todos los medios son accesibles, todo se iguala en un valor cero – como cincuenta marcas de champú casi idénticas en un supermercado.”⁶

2.4 Internet como elemento cotidiano

Durante los primeros años del Siglo XXI, con la aparición de la llamada Web 2.0⁷ y, en general, con la aparición de mayores opciones de interactividad en la red, se empieza a hablar de una nueva fase en internet claramente diferenciada de la red de los años 90. Una nueva fase donde el usuario medio, hasta entonces un simple consumidor, adopta un papel más activo y se convirtiera también en emisor de información.

Actualmente, el acceso a la red mediante un ordenador supone solo una pequeña parte del consumo total de internet, ya que su uso se ha extendido todo tipo de dispositivos que nos permiten estar en conexión constante sin importar el lugar donde nos encontremos.

⁶ McHUGH, G. *Op. Cit.*

⁷ Modelo web basado en la participación abierta, la colectividad y las redes sociales.

La consolidación de las posibilidades de conectividad que conllevan la Web 2.0 y los nuevos dispositivos nos sitúa en un nuevo contexto tanto en lo social como en lo cultural. Un campo donde la web deja de ser un elemento tecnológico al margen de la vida cotidiana para convertirse en parte fundamental de ella.

En este contexto en el que internet es más una banalidad, completamente integrada en nuestro quehacer diario, más que una novedad, el arte en torno a la red se refiere “más al flujo de datos y los procesos de representación de los mismos, a los sistemas de control, a su vinculación directa con el mundo real, etc. Y no al *net art* como “website specific” de los años 90. La mirada hacia la red ha cambiado desde que ya no es un tema “externo” a nosotros, sino que la web se ha disuelto en nuestra vida cotidiana.”⁸

2.5 Internet como generador de un imaginario

Desde sus inicios Internet ha alterado el modo en el que se comparte y se visualiza la información. La accesibilidad abierta a todo tipo de contenidos ha generado un gran tráfico de información que ha favorecido la inmediatez, el cambio de valor de aquello que se comparte y ha generado gran cantidad de “ruido”; se ha desjerarquizado –hasta cierto punto- el acceso a los contenidos y esto ha cambiado la lectura de las imágenes, que han visto alteradas sus connotaciones al verse sumergidas en nuevos contextos.

Este contexto se ha radicalizado más todavía con el auge de las redes sociales y los teléfonos inteligentes; forman cada vez más parte de un día a día donde todos los consumidores son a la vez generadores de contenidos, que se muestran indistintamente en la red.

Gene McHugh apunta sobre esto:

⁸ CERBARINI, M, Et. Al., *Radiografía del Net Art latino. Vitalidad creativa en riesgo de extinción.*

“La cultura democrática de Internet (blogs, YouTube, Wikipedia, etc.) es cada vez más parte de la vida diaria. Si alguien quiere que se oiga su voz, puede hacerlo con apenas dos clics. En cualquier caso, ya que esta cultura democrática crea diariamente más contenidos disponibles instantáneamente de los que uno puede consumir durante una vida, emerge una tensión en la que cada una de las unidades individuales que forman el medio se convierte en ruido. En este escenario, tanto Proust como la pornografía se aplanan en un valor cercano a cero - cada uno es sólo una gota de agua en un océano continuamente en expansión.”⁹

Teniendo en cuenta lo mencionado, no es de extrañar que, como sucediera con otros medios con anterioridad, Internet haya generado sus propios formatos, dinámicas de comunicación y finalmente su propio contenido cultural o dinámicas artísticas específicas.

2.5.1 Internet Surfing Clubs



Fig. 4 Vista de la página *Nasty Nets*, uno de los primeros “Internet Surfing Clubs”

Cabe destacar como precedente directo de las dinámicas artísticas que actualmente acontecen en Internet los llamados “Internet Surfing Clubs” o Clubs de Surf de Internet. Surgidos en el contexto de las primeras redes sociales y con el uso generalizado de los

⁹ McHUGH, G. *Op. Cit.*

blogs personales¹⁰, estos clubs eran agrupaciones de artistas que diariamente compartían contenidos en páginas webs con una estructura de blog: los contenidos nuevos se iban acumulando e iban desplazando progresivamente a los viejos en una estructura vertical. En estas páginas podía verse una amalgama de imágenes del trabajo de estos artistas junto con otras imágenes artísticas y todo tipo de “basura” encontrada durante la navegación por internet.

Al recontextualizar todos estos archivos en un mismo espacio se podía ofrecer una lectura artística (o desde una perspectiva artística) a imágenes que no habían sido pensadas para tal fin; cosa que, por una parte, establecía un espacio de debate artístico paralelo al de la galería de arte o museo y sentaba las bases para una posterior concepción de la práctica artística mucho más vinculada a una comunicación continuada en la red del trabajo como proceso que a la creación de objetos o imágenes concretas.¹¹ Por otra parte, sentó las bases del trabajo de muchos de los artistas que participaban en estos clubs, que se ha visto influido por las prácticas de apropiación y por la fascinación de cómo internet altera la percepción de las imágenes mediante la constante recontextualización de los contenidos.

2.5.2 Tumblr

De forma similar a los “Internet Surfing Clubs” pero de manera mucho más extendida, Tumblr es una red social que permite compartir contenidos encontrados o generados por uno mismo en páginas personales. Generalmente la estructura de estas páginas consiste en la recopilación estratificada de imágenes que se van acumulando en el proceso diario de recolección.

¹⁰ Alrededor de 2006-2007

¹¹ Ver 2.6.2.4

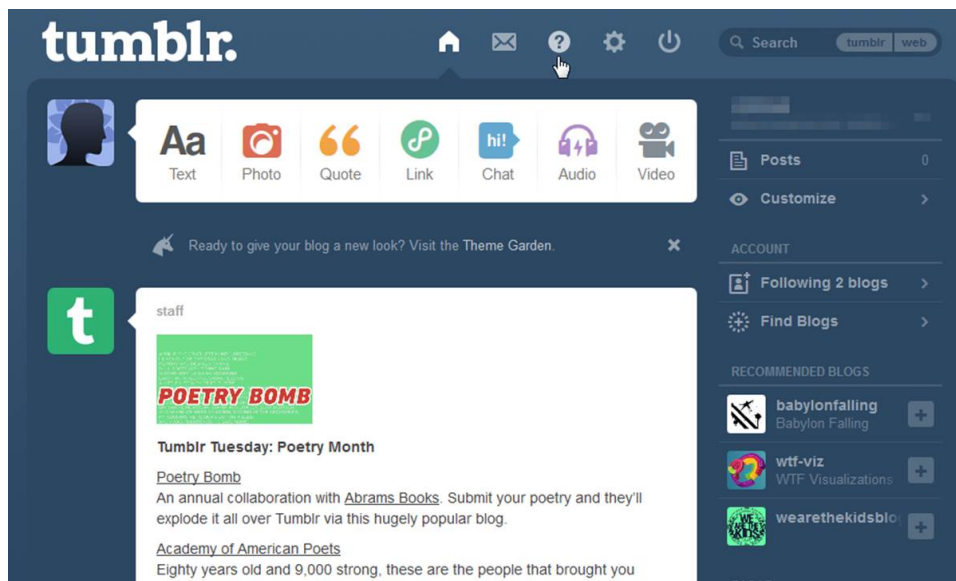


Fig. 5 Interfaz de la plataforma Tumblr

Sin un perfil necesariamente vinculado al arte, en los últimos años han surgido en Tumblr numerosas tendencias visuales consecuencia del choque entre usuarios sin una vocación artística y usuarios artistas o relacionados con el mundo del arte.

Fotogramas de películas, imágenes de gatos, materiales extraños, imágenes de moda, grupos de música, imágenes de arte contemporáneo, anuncios descontextualizados o fotografías de stock forman, entre muchas otras tipologías de imágenes, la amalgama visual de Tumblr, donde las imágenes se mezclan despreocupadamente según el gusto estético de cada usuario.

Este formato ha generado, con el tiempo, una creatividad desbordada por parte de los usuarios, que han terminado por mezclar, modificar o crear sus propias imágenes con tal de subirlas a la red, generando diversas tendencias visuales que se repiten a en muchas de las páginas de Tumblr. Tendencias como el Vaporwave, el Health Goth o el Seapunk, entre muchas otras, son muestras del interés de los usuarios por lo exótico, lo publicitario, el simulacro y por contribuir a aumentar el vocabulario visual de la red sin reclamar una autoría clara o considerar su trabajo como algo artístico, sino como algo pensado para insertarse en la maraña de contenidos de Tumblr.

2.5.3 Tendencias visuales en la red

Dados estos contextos que permiten el tráfico libre y caótico de imágenes y con la accesibilidad como paradigma –por lo que respecta tanto al consumo como a la distribución- los contenidos que alimentan estas redes se han convertido en un elemento fundamental para definir el gusto y las preferencias estéticas de cada vez más usuarios, marcando no solo aquello que ven mientras navegan en internet, sino yendo mucho más allá y determinando cómo consumen fuera de él; cosa que tiene cada vez mayor permeabilidad en el contexto artístico, al igual que ocurriera con la televisión, resulta difícil obviar la miscelánea de imágenes que se consumen a través de estos medios y que estas no tengan cierta influencia en la práctica artística.

El surgimiento de modas y tendencias estéticas en la red como el Vaporwave o el Health Goth es un ejemplo de cómo el tráfico de imágenes mencionado actúa como elemento generador de cultura (o subculturas).

2.5.3.1 Vaporwave



Fig. 6

Imagen *Vaporwave* encontrada en Tumblr.

Tomando como ejemplo el Vaporwave, surgió vinculado a un estilo musical del mismo nombre que consistía en, mediante un proceso de apropiación y remezcla de temas pop y de jazz ligero de la década de los ochenta, crear una música de atmósfera cargada, ralentizada y decadente que diera un contrapunto macabro a la música representativa del capitalismo triunfante de los ochenta. Visualmente, se trataba de dotar a las composiciones musicales de una identidad que contextualizara las canciones.¹²

La imaginería seleccionada para ilustrar la música incluía, entre muchas otras tipologías, esculturas griegas, espacios virtuales generados por ordenador, centros comerciales, pantallas de televisión y ordenador, plantas tropicales –en referencia a lo exótico y a la decoración de grandes almacenes y hoteles de lujo-

¹² Cabe tener en cuenta que el Vaporwave, tanto como estilo musical como tendencia visual, existe esencialmente en la red: la gran mayoría de músicos del género no actúan en directo, sino que su música está pensada exclusivamente para distribuirse online, del mismo modo, las imágenes son visualizadas casi exclusivamente de manera digital.

y, por supuesto, logotipos e imágenes apropiadas de marcas comerciales.

Todos estos elementos se combinan a modo de pastiche, donde se mezclan distintos estilos, texturas, calidades de imagen, para crear imágenes generalmente absurdas, al mismo tiempo que frías pero con una –falsa- pretenciosidad emocional, como el escaparate de una tienda de moda perfectamente confeccionado, que pretende trascender de la simple exposición de objetos para crear un impacto visual en quien lo mira y servir de carta de presentación, pero cuyo único objetivo final es vender.



Fig. 7

Imagen *Vaporwave* encontrada en Tumblr.

El Vaporwave resulta especialmente esclarecedor para entender internet como punto de partida para la creación y como método de distribución y viralización. Y, además, tanto a nivel estético como conceptual tienen cierta influencia en la práctica artística de la generación post-internet.

2.5.3.2 Health Goth y Sport Aesthetics como ejemplos de la estética del simulacro.

Otros ejemplos de lo que redes de intercambio de imágenes como Tumblr han generado son el Health Goth y, en general, lo que se ha llamado “Sport Aesthetics” o estética del deporte.

Health Goth, por su parte, surgió originalmente como una página en Facebook con este mismo nombre, donde sus tres creadores compartían ejemplos, tanto generados por ellos mismos como imágenes encontradas de otros usuarios, de “...ropa deportiva blanca y negra, net art, extremidades biónicas, anuncios de marcas deportivas...”¹³ Esta página surgió para recoger las imágenes que ya circulaban de manera habitual en el contexto de Tumblr entorno al interés del culto al cuerpo, de la fetichización de la ropa, la limpieza, la tecnología para el mejorado del cuerpo o los espacios virtuales, entre otros.

Con el tiempo, y tras ganar popularidad Health Goth dejó de ser una página de Facebook y pasó a utilizarse de manera general como una etiqueta para este tipo de imágenes; se convirtió en una tendencia.



Fig. 8 Imagen de la página de Facebook *Health Goth*

Por otro lado “Sport Aesthetics” es el término que se ha utilizado para designar a las imágenes relativas al deporte, su ropa, la publicidad en torno al mismo y en general a la estetización que a la hora de representar el deporte en los medios. Estas imágenes se comparten de manera habitual en contextos virtuales vinculados al arte, ya que se centran o evidencian aspectos como lo artificial, lo sintético, o la asepsia en las imágenes que presentan una actividad

¹³ WEINSTOCK, T. Health Goth is the latest trend to be spat out by the internet, so what’s the deal?

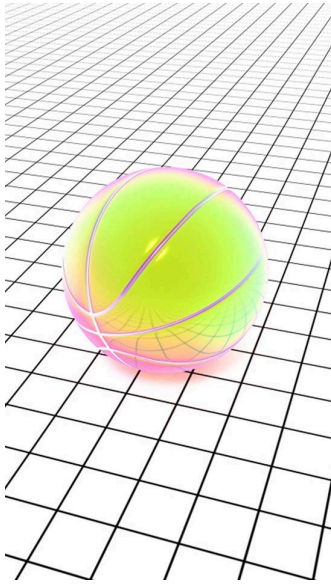


Fig. 9 Imagen vista en el grupo de Facebook “SPORT AESTHETICS: Environment and Object”

que puede ser sucia y dolorosa, pero es presentada de una manera idealizada.

Estas dos tendencias o corrientes, entre muchas otras, sirven de ejemplo para algo que se ha vuelto recurrente en los contextos que hemos mencionado: las redes de intercambio de imágenes ha permitido que usuarios sin, necesariamente, una formación convencional al respecto tengan una consciencia crítica de la imagen y han propiciado dinámicas de recontextualización de imágenes que han evidenciado los aspectos más artificiosos de las imágenes que consumimos a diario.

2.5.3.3 Asimilación de lo publicitario. La puesta al límite de la estética capitalista.

Si hay algo que comparten Vaporwave y Health Goth, junto con muchas otras tendencias similares surgidas en la red los últimos años es su fijación por la estética del capitalismo, los mecanismos del mercado y, en general, la asimilación de lo publicitario.

Es recurrente el uso de marcas comerciales, su apropiación, yuxtaposición, modificación o mezcla de ellas, tal vez como una celebración irónica del consumo y la publicidad o como una manera de subvertir la imagen de marca al alterarlas o contraponerlas a otras en una misma imagen.



Fig. 10 Imagen encontrada en Tumblr.

Del mismo modo, el uso reiterado de marcas comerciales ha llevado a una cierta “memetización”¹⁴ de estas y llegando incluso a alterar su significado, añadiéndoles un estatus nuevo, distinto al que tenían antes de entrar en el contexto de internet. Por ejemplo, marcas como Fiji o Nike se han convertido, lejos de la popularidad que ya tenían fuera de la red, en elementos recurrentes del imaginario post-internet, llegándose a reproducir sus logotipos en todo tipo de imágenes generadas por usuarios ajenos a la marca.



Fig. 11 Imagen encontrada en Tumblr.

En general, se ha producido una asimilación de la ficción publicitaria y de la estética de las grandes marcas. Los usuarios, con las imágenes que generan o modifican celebran el consumo, expresan sus ambiciones insatisfechos o manifiestan la de contener el deseo consumista frente a la propaganda mercantilista, a la vez que evidencian la artificiosidad de las técnicas publicitarias al situarlas en un nuevo contexto donde el elemento central es la imagen y no el producto a vender.

2.5.3.3.1 Aceleracionismo

¹⁴ De “meme”, ver 2.3.1

Generalmente, los textos en torno a estas imágenes y tendencias han versado sobre si constituían una crítica al capitalismo o, por el contrario, una capitulación hacia él. Si bien es cierto que se encuentran en un punto intermedio entre estas dos posiciones y que tienen gran parte de ambas, habitualmente se las ha vinculado –en especial el Vaporwave- a una corriente filosófica llamada Aceleracionismo.

“El Aceleracionismo es la noción de que la disolución de la civilización forjada por el capitalismo no debe y no puede ser resistida, sino más bien se debe empujar más y más rápido hacia la locura y la fluida violencia anárquica que es su conclusión final, ya sea porque esta es liberadora, porque causa una revolución, o porque la destrucción es la única respuesta lógica.”¹⁵

2.5.3.3.2 El deseo y el objeto de consumo

La proliferación de imágenes de este tipo es consecuencia de la consciencia de los usuarios de cómo funcionan los mecanismos publicitarios y la imagen de marca; no obstante, también son consecuencia y, a su vez alimentan, el deseo de consumo generado por la propia publicidad. Se trata de un círculo vicioso donde el usuario-consumidor, ahora también productor de imágenes, es consciente de los mecanismos de deseo que le generan ansiedad por el consumo, pero es incapaz de escapar de ellos en un círculo de auto-inducción al consumo –ya sea el consumo de productos o simplemente de imágenes-.

La ansiedad que se genera de esto se traduce en el consumo ansioso y desjerarquizado de grandes cantidades de imágenes, las cuales, mediante el *scroll* -un modo de navegación en la que la página web va ofreciendo contenido de manera infinita al desplazarse hacia abajo- se deslizan ante nuestros ojos a un ritmo vertiginoso.

2.6 Referentes artísticos

¹⁵ HARPER, A. Vaporwave and the Pop-Art of the Virtual Plaza.

2.6.1 Net Art como precedente.

Para sentar las bases de mi trabajo en cuanto a referentes artísticos, debemos remontarnos a la primera generación de artistas que basó su trabajo en internet y las posibilidades que las, entonces, nuevas tecnologías permitían y, en concreto, en el Net Art. Esta generación de artistas en red utilizaban el mismo contexto –internet- para la producción y visualización de las obras – el trabajo era autorreferencial porque era creado digitalmente, visualizado digitalmente y comunicado digitalmente.

El Net Art estableció una serie de claves que se han mantenido en las posteriores generaciones –Postinternet- tales como la desmaterialización de la obra artística, la constante autorreferencialidad, la referencia al medio digital (internet) y la adopción de códigos irónicos y humorísticos propios de la red.

2.6.1.1 La desmaterialización de la obra artística.

Para establecer las bases conceptuales del Net Art, la autora Ginger Scott se remonta a los inicios del ready made. Según ella “la disposición del urinario en el espacio de la galería por parte de Duchamp reforzó la autoridad de la institución, utilizando su voz ya existente sin alterarla.”¹⁶ Asimismo, para Scott, el arte conceptual había fracasado en sus pretensiones de desmaterialización de la obra artística, ya que “los artistas en los sesenta y setenta no acabaron de conseguirla, como resto de sus ideas existe una gran cantidad de objetos que pueden ser vistos en las galerías físicas por todo el mundo en forma de tarjetas de referencia, documentos escritos a máquina, fotografías u objetos escultóricos.”¹⁷

¹⁶ SCOTT, G. Duchamp’s Ideal Children: Internet Art, the Avant-Garde and the Readymade.

¹⁷ *Ibíd.*

“En el caso del arte basado en internet, las líneas entre el uso diario y la expresión artística son más borrosas y hace que estas obras sean más difíciles de reconocer y analizar.”¹⁸

Los artistas online/digitales/en red están, quizás, consiguiendo lo que los conceptuales no pudieron debido a la falta de tecnología. El artista Vuk Cosic describe los artistas digitales de hoy como “...“Los hijos ideales de Duchamp” ya que el arte digital y online encarna con éxito la desmaterialización, la apropiación, lo efímero y la incapacidad de ser archivado a través los métodos existentes.”¹⁹

Partiendo de estas bases, el Net Art de los noventa adoptaba una actitud crítica hacia las estructuras tradicionales del mundo del arte que se reflejaba en los escritos de los artistas pioneros, desde el manifiesto *Introduction to net.art* (1994-1999), de Natalie Bookchin y Alexei Shulgin (1999), al rechazo manifestado por Vuk Čosić hacia el espacio de la galería de arte, donde el net art «se muestra en una probeta»; esto es, el rechazo a la asepsia del espacio expositivo convencional a favor de las connotaciones de un contexto como internet.

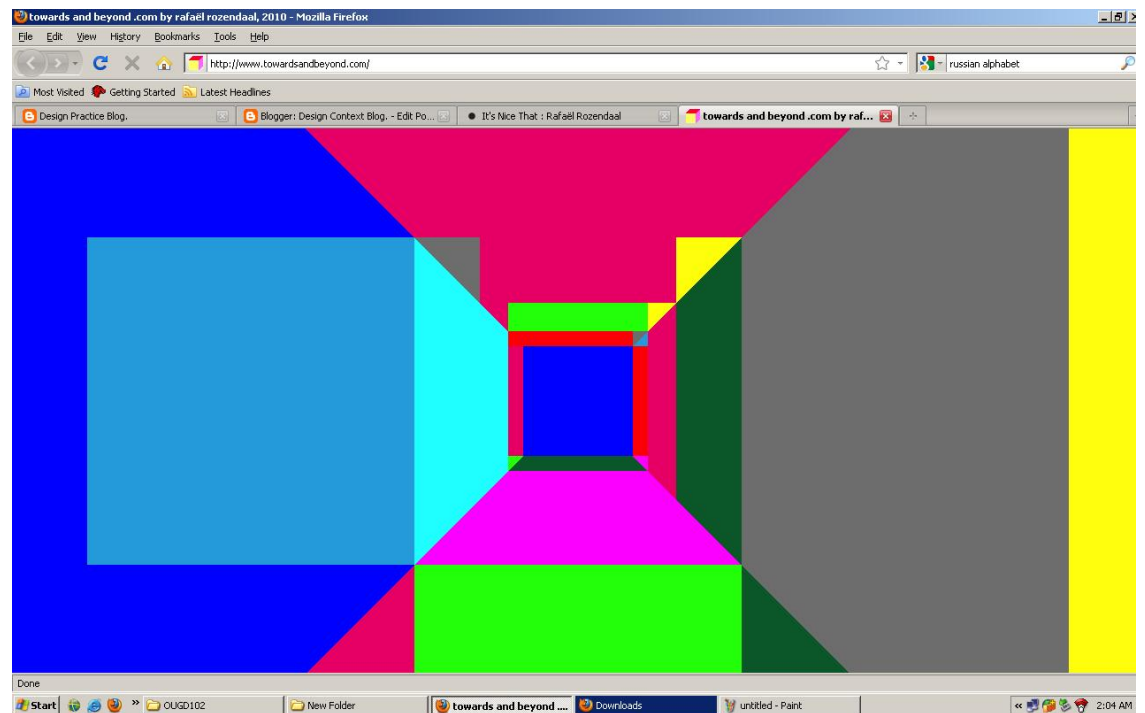


Fig. 12 Rafael Rozendaal, *Towards and Beyond*, 2010. Sitio web interactivo.

¹⁸ *Ibíd.*

¹⁹ *Ibíd.*

2.6.1.2 Internet como campo de juego

Dada la aparición de internet y la rápida proliferación de los ordenadores personales desde mediados de los noventa se abrió la puerta a nuevas prácticas vinculadas al espacio virtual y no al espacio físico convencional. En el contexto de esta década, internet, lejos de estar extendido a todos los ámbitos de lo cotidiano como a día de hoy –al menos en occidente-, era un medio principalmente utilizado por usuarios especializados, con conocimientos de informática y programación.

2.6.1.3 La ironía y el humor como elemento inherente

Como hemos señalado, la autorreferencialidad y la apropiación son algunas de las características recurrentes del Net Art, lo que ha propiciado que algunos de los rasgos cotidianos de internet hayan marcado el tono general de las obras y las hayan dotado, en muchos casos, de un lenguaje despreocupado e incluso humorístico.

A menudo, las obras de Net Art y las de la posterior generación Post-Internet adoptan los códigos propios de la red, ya que los artistas, al ser nativos digitales, los perciben como algo natural y completamente interiorizado. Memes, chistes, referencias a la interfaz –al software-, capturas de Google Maps, y todo tipo de imágenes apropiadas son algunos ejemplos de cómo los artistas trasladan la actitud burlona de la red a su trabajo.



Fig. 13 Cristina Garrido, de la serie *"They are this or they may be others"*, 2015.

2.6.2 Post-internet

En el contexto actual donde internet se ha convertido en un elemento cotidiano que abarca todos los ámbitos de la vida diaria, gran parte de nuestra actividad fluctúa entre el espacio físico e internet. El auge de las redes sociales y la profesionalización del diseño web ha propiciado el cambio de un mundo marginal de "nerds" y especialistas tecnológicos a un mundo "mainstream" donde el acceso a la red se ha extendido –aunque de manera irregular- al conjunto de la sociedad.

En este sentido, hay una diferencia notable al contexto en el que trabajaban los primeros artistas de Net Art, donde internet era una comunidad relativamente reducida en la que existía poca permeabilidad entre el mundo físico y el virtual.

Gene McHugh describe este cambio de paradigma en la red y diferencia entre los inicios de internet y el momento actual, que denomina de “Post-Internet” para enfatizar esta transformación.

2.6.2.1 Sobre el término Post-Internet

En general, el término Post-Internet, lejos de ser una etiqueta historicista para designar a un determinado grupo de artistas, trata de describir una cierta sensibilidad o consciencia de la vida en red que es inherente a muchos de los artistas –y a la práctica totalidad de aquellos tras la aparición de internet- y como esta consciencia se traduce en el trabajo de ellos y en la manera de comunicar sus obras.

Hacia 2007, Marisa Olson utilizó por primera vez el término Post-Internet con tal de definir su trabajo. Para ella, este concepto se refería a la influencia directa que internet tenía sobre su obra, ya que, literalmente, después de utilizar internet la artista creaba sus piezas bajo la influencia de los contenidos que había visto.

Otra acepción común para el término es Post-Internet como condición cultural donde internet ya no es visto como una novedad, sino como algo cotidiano y banal.

Y en términos de mercado, aquel arte de internet que se adapta a las convenciones del espacio físico, de la galería de arte – el cubo blanco- y que en este sentido marca una ruptura con el Net Art, que negaba este espacio.

“En cualquiera de los casos “la concepción de Post-Internet no se refiere a un tiempo “después” de internet, sino más bien a una “estado de ánimo” [consciente de] internet [...]. En el contexto de la práctica artística, la categoría de Post-Internet describe un objeto artístico creado conscientemente de las redes dentro de las que existe, desde la concepción, la producción, la diseminación, hasta la recepción.”²⁰

²⁰ Ullens Center For Contemporary Art Beijing, *Art Post-Internet* [Catálogo].

2.6.2.2 La rematerialización de la obra y la objetualización de internet

La generación actual de artistas de internet se diferencia de la primera generación de artistas de Net Art en su postura frente al mercado y al mundo del arte. La primera generación negaba el espacio de la galería y el mercado como medio de legitimación y lo combatía mediante la desmaterialización y accesibilidad abierta de la obra. Aunque si que ha habido una cierta asimilación del Net Art por parte del mercado y se ha llegado a comercializar y a crear diversos métodos para su venta, es cierto que se trata de casos minoritarios y que es difícil para el mercado asimilar estas piezas.

La generación actual ha mantenido en su trabajo algunas de las características del Net Art al ser creado en numerosas ocasiones mediante procesos digitales o con una referencia digital, mostrarse habitualmente en web, mantener la referencialidad constante a internet -en este caso por la propia condición cotidiana del medio y por su calado en el subconsciente de quienes lo consumen- ; pero, por el contrario, ha variado su postura en cuanto a la concepción de las piezas, que funcionan mucho más como objetos o experiencias artísticas tangibles que las de sus predecesores y que se reapropian del cubo blanco como “plató” para la puesta en escena del arte.

“El “retorno al objeto” es una constante en los artistas que incorporan las tecnologías digitales a su trabajo y quieren formar parte del sistema de mercado del arte: elementos extraídos de la web (memes, imágenes encontradas, animaciones en 3D, vídeos) y referencias a la propia interfaz del software más popular dan forma a collages e instalaciones.”²¹

2.6.2.3 La Imagen-Objeto. La obra como objeto publicitario, la galería como plató (importancia de la imagen inmaterial de la obra sobre el objeto)

²¹ WAELDER, P. *Op. Cit.*

Si bien anteriormente comentábamos que se ha producido en los últimos años una rematerialización de los trabajos digitales y vinculados a internet, cabe matizar que esta vuelta al objeto no supone una negación de las prácticas en red y de la obra concebida como elemento –hasta cierto punto- inmaterial. Una característica Post-Internet y consecuencia de del trabajo consciente con las redes es la alteración de la relación entre la obra y la documentación de la obra.

La necesidad de contar con una página web para difundir el trabajo artístico –en principio- como referencia para comisarios, coleccionistas, críticos y la audiencia general ha alterado progresivamente la consideración de la documentación de la obra artística. La línea, antes clara, entre la obra en si y la documentación de la misma ha ido desvaneciéndose progresivamente, y el trabajo es difundido principalmente a partir de la documentación del mismo, llegando a sustituir a la propia obra.

Como consecuencia de esta necesidad de difusión en web, la forma en que los artistas piensan en su obra se ha visto alterada y está mucho más condicionada por cómo la imagen digital derivada de la obra se va a ver en el contexto virtual que en como funciona en el espacio físico.

Esta distorsión de la relación obra-documentación se hace aún más evidente cuando los artistas juegan específicamente con ella. Artie Vierkant es un caso especialmente ilustrativo de esta tendencia. Su serie *Image Objects* analiza la relación entre el objeto físico y su versión digitalizada: las piezas consisten en imágenes digitales generalmente abstractas que son impresas e instaladas en el espacio físico; la documentación derivada – fotografías de las obras en el cubo blanco- son alteradas digitalmente, añadiendo colores o pinceladas digitales, de modo que esta documentación constituye una nueva obra que no representa directamente el objeto físico, sino que pone en evidencia la relación y el espacio entre los dos.

Vierkant cuenta sobre esta serie:

“La estrategia empleada por mí y otros hacia esta relación física ha sido la creación de proyectos que se mueven sin problemas de

representación física a la representación en internet, ya sea cambiando para cada contexto, construido con la intención de universalidad, o creados con una irreverencia deliberada para cualquier tipo de transmisión . En cualquier caso, la representación a través de la imagen, rigurosamente controlada y editada para el ángulo de visión y condiciones ideales, casi siempre se convierte en el foco central. Es una constelación de citas formales y estéticas, auto-consciente de su contexto artístico y construida para ser compartida y citada. Se convierte en la imagen-objeto en si misma.”²²

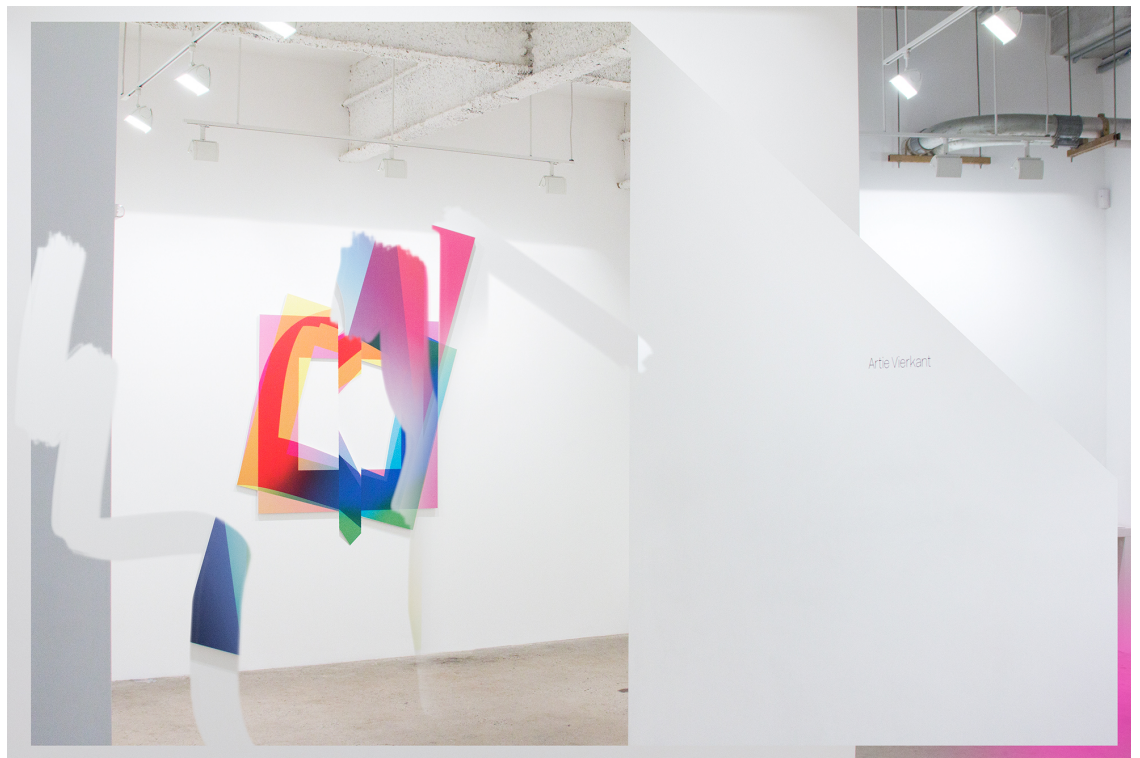


Fig. 14 Artie Vierkant, *Image Objects*, 2011.

De manera no tan explícita como Vierkant, la obra de Rachel de Joode evidencia también esta relación entre la documentación y el objeto físico de un modo ilusionista, engañoso. Sus piezas consisten en esculturas digitales de aspecto volumétrico que muestran combinaciones de materiales básicos en la escultura convencional –escayola, barro- combinados con imágenes digitales de piel humana. El engaño recae en que estas esculturas son realmente impresiones planas de imágenes digitales sobre pedestal, que, al ser documentadas, adoptan un aspecto volumétrico y ofrecen una percepción alterada de lo que en realidad

²² VIERKANT, A. *The Image Object Post-Internet*.

son, llegando incluso a emplear pedestales planos que fingen ser volumétricos, creando un engaño que se rompe cuando se abandona la vista frontal de la pieza.



Fig. 15 Rachel de Joode, *Allotrope*, 2014 (Vista Frontal)



Fig. 16 Rachel de Joode, *Various Qualities To Orbit The Mysterious Core*, 2013 (Vista lateral)

Similar a de Joode es el caso de Katja Novitskova, cuyas esculturas muestran imágenes digitales (generalmente de animales) recortadas sobre pop-ups publicitarios que se distribuyen erguidos por el espacio expositivo, creando la sensación de estar viendo un colatge digital de un espacio expositivo junto con una imagen apropiada de internet, cuando lo que realmente se está viendo es la documentación de una pieza que existe físicamente en el espacio.



Fig. 17 Katja Novitskova, *Approximation II*, 2012.

Para el crítico Brian Droitcour las obras post-internet son aquellas que, como objetos, son concebidas para su posterior documentación y visionado online; son obras que parten de internet pero que son especialmente familiares con la galería como medio y entorno para el arte, así como con las convenciones de la presentación promocional de contenidos en la web.

2.6.2.4 El trabajo del artista como “presencia en la red performada”

En general, a parte de los casos concretos en que los artistas evidencian deliberadamente la nueva relación establecida entre obra-documentación, existe entre los artistas de esta generación una consciencia especial de la documentación digital como parte fundamental de la obra.

Llegados a este punto, a pesar de estar creando objetos, se ha descrito la obra de estos artistas como una “performance en curso”, donde se hace hincapié en la difusión/comunicación de la obra como un proceso continuo: el hilo conductor de la obra.

Esto es lo que McHugh ha llamado “la presencia en la red performada”: el trabajo del artista ya no se limita a la creación de sucesivas obras, sino que tiene más que ver con la manera en que se exhibe en la red, el modo en el que comunica su obra de forma continua, como un proceso de presencia continuada en las redes. En este contexto se entiende la pérdida de importancia de la obra únicamente como objeto, mientras que la importancia recae en el conjunto del objeto físico, con su documentación y su presencia en la red: juntos componen la obra completa.

 **Katja Novitskova**
22 de julio · 

nvr too late

[Ver traducción](#)



259 Me gusta 10 comentarios

 [Me gusta](#)  [Comentar](#)  [Compartir](#)

Fig. 18 Katja Novitskova, Imagen modificada de una de sus obras encontrada en su muro de Facebook.

Para entender este tipo de práctica, podemos tomar como base dos ideas: la primera es que, frente a la constante avalancha de imágenes (artísticas o no), cualquier obra –individualmente- va a ser irrelevante frente a la inmensidad de imágenes y obras que ya existen y que va en aumento cada segundo; mientras que la presencia continuada en las redes –con el *feedback* que puede conllevar el compartir contenido en las redes, donde puede ser de nuevo compartido, comentado, todo ello de modo accesible- dota a las piezas individuales de un contexto, y en definitiva, las capacita para su lectura como conjunto. Este hilo conductor de “presencia en la red performada”, donde, no solo se muestran las obras, sino que también se visibiliza el trabajo “en estudio”, el proceso, los referentes y, en definitiva, el proceso vital del artista como creador al mismo nivel que su obra.

La otra idea que McHugh destaca para entender este proceso, es la experiencia de los anteriormente citados “Internet Surfing Clubs”, de los que muchos de los artistas de esta generación participan o han participado. Como ya hemos comentado, estas páginas gestionadas colectivamente diversos artistas muestran de forma periódica y acumulativa series de imágenes, artísticas o no, que son añadidas por los distintos usuarios con tal de situar imágenes –encontradas- de distintos ámbitos en un contexto artístico y ofrecer posibles relecturas.

2.6.2.5 Imaginario Post-Internet. Temáticas y conceptos.

Es una constante en la generación de artistas Post-internet, nativos digitales, la incorporación de temáticas y preocupaciones derivadas del uso continuado de la red y sus contenidos a su trabajo artístico. Viendo el trabajo de estos artistas encontramos ciertas temáticas que son recurrentes y que emanan, precisamente, del uso de internet.

Sin duda, una de las principales preocupaciones es la relación que se establece entre la realidad-virtualidad: la realidad física frente al mundo digital y la constante retroalimentación de estas dos. Esto se traduce al trabajo de los artistas de diversas formas: la experimentación con la relación obra-documentación – que hemos visto anteriormente- es una de ellas; otra de las formas deriva directamente del proceso de producción material de las obras y es la traducción de la información digital, de las imágenes digitales –inmateriales-, a objetos físicos.

El artista Jaakoo Pallasvuola comenta a propósito de traducción a objeto físico:

“Me resulta interesante cuando artistas que habitan el espacio online sin esfuerzo ponen su esfuerzo en manufacturar “unicidad en la vida real”. Extrañamente, esto ocurre habitualmente mediante un proceso de impresión. Contenidos digitales efímeros y flexibles son reducidos a impresiones, impresiones sobre lienzo, moldes en resina, impresiones sobre cojines y así sucesivamente. Esto son trofeos. Existen para mercantilizar, para dar estructura física,

duración, historia. Tal vez para reclamar algún aura para sí mismos.”²³

Otra de las fijaciones de los artistas de esta generación son las nuevas posibilidades de percepción del mundo que ofrecen las tecnologías actuales. Google Maps, Street View, viajar sin moverse del sitio, el constante cambio de escala en nuestra visión del mundo que permiten estas herramientas o el acceso inmediato a la información desde cualquier parte.



Fig. 19 Marian Garrido. *En los mundos desaparecidos fue posible perderse en el éxtasis...*, 2015.

De estas nuevas posibilidades de percepción, así como de comunicación e interacción des-localizada geográficamente parten también los temas derivados de la globalización y la post-culturalidad. Ningún contexto había favorecido tanto el contacto entre culturas, la occidentalización y la apropiación cultural tanto como internet.

La obra de Cristina Garrido, aborda la globalización y estandarización de las soluciones formales en el arte contemporáneo a partir del análisis de la documentación de exposiciones en páginas web como Contemporary Art Daily.

²³ PALLASVUO, J. Archaic Rendering.



Fig. 20 Cristina Garrido, *Just what is it that makes today's exhibitions so different, so appealing?*, 2015.

La hiperrealidad es otra de las problemáticas que estos artistas abordan frecuentemente en su trabajo. La capacidad de generar digitalmente imágenes de apariencia real, la ficción publicitaria, el cuidado de la imagen personal en las redes sociales o la fotografía de stock como paradigma de la imagen hiperreal. También existe, en esta línea, un especial interés por la imaginería referente al cuidado del cuerpo, la cirugía, la modificación del cuerpo y, en definitiva, al cuerpo post-humano.

El trabajo de Timur Si-Qin se sirve de formatos publicitarios y la fotografía de stock para crear escenografías propias de ferias comerciales, congresos o escaparatismo, creando una imagen de marca, para analizar los mecanismos del consumo y el deseo.



Fig. 21 Timur Si-Qin,
*Premier Machinic
Funerary: Prologue*,
2014.

Por último, uno de los temas recurrentes y que más se ha mantenido a lo largo de la historia es el arte –o el mundo del arte-. La autorreferencialidad es uno de los guiños más frecuentes en el trabajo de estos artistas, su conocimiento del mercado, de la Historia del Arte y el acceso a la documentación de otras obras permite todo tipo de citas y referencias tanto en lo formal como en lo conceptual.

La pieza *How to...* de Jaakko Pallasvuo es un video monocanal en el que, mediante capturas de pantalla, imágenes de exposiciones y todo tipo de material apropiado de la red muestra, a modo de tutorial online como “triunfar” en el mercado del arte.



Fig. 22 Jaakko Pallasvuo, fotograma de la serie *How to...*, 2011.

En general, vemos también como las temáticas y preocupaciones que los artistas de esta generación trasladan a sus obras son similares, o incluso las mismas, que veíamos en fenómenos de internet como el Vaporwave o el Health Goth, ya bien sea por el conocimiento de los artistas de estas tendencias – incluso su participación en las mismas- o porque derivan del mismo contexto cultural y tecnológico.

Como hemos visto, a pesar diversidad de temas que surgen bajo el manto Post-Internet, el catalizador de todos los artistas arropados bajo éste término es el interés por la distribución, la circulación y la explotación de la información en línea.

3. PRODUCCIÓN ARTÍSTICA

En general, en mi trabajo, el punto de partida es un archivo de imágenes apropiadas. Este archivo se va construyendo mediante una rutina de recopilación durante el uso cotidiano de internet. Se trata de recoger todo aquello que se consume diariamente, principalmente fotografías de stock, imágenes publicitarias, emoticonos, memes y la obra de otros artistas.

Este archivo es la base para trasladar las experiencias visuales y todo el imaginario post-internet a las piezas que se realizan posteriormente.

Para este trabajo presento distintas series de obras que refleja varias formas de concretar las piezas y de traducir el archivo de imágenes.

La primera serie, formada por obras de madera combinada con impresiones digitales, parte de mi trabajo anterior, que consistía en construcciones sencillas en madera, a modo de presentaciones minimal del material, combinadas con imágenes de stock de productos industriales. En este caso, consiste en piezas de madera troquelada, la madera cruda se convierte en algo kistch y naif mediante los agujeros que la convierten en una especie “queso”, en adición a las imágenes, que muestran combinaciones de iconos absurdas, sugieren una actitud despreocupada, burlona.



Fig. 23-24 Andreu Porcar, *OKAY*, 2015. Madera e impresión digital. 100x30x30 cm.



Fig. 25-26 Andreu Porcar, *v / c*, 2015. Madera e impresión digital. 29,5x23x3,5 cm.



Fig. 27 Andreu Porcar, *Si estaba loco por ti*, 2015. Madera e impresión digital. 60x40x3,5 cm.

Otra serie, de “pinturas digitales” en este caso, parte de la recogida documentación de la obra de otros artistas la plataforma online Pinterest. Estas obras, son agrupaciones caóticas de sucesivas capas de imágenes sobre las que se va borrando o pintando las distintas capas con los pinceles virtuales. Estos trabajos muestran las confluencias cromáticas accidentales de imágenes recogidas durante un proceso de varios meses.



Fig. 28 Andreu Porcar, (.jpg), 2015. Impresión digital. 120x80cm.



Fig. 29 Andreu Porcar, (.jpg), 2015. Impresión digital. 90x60cm.

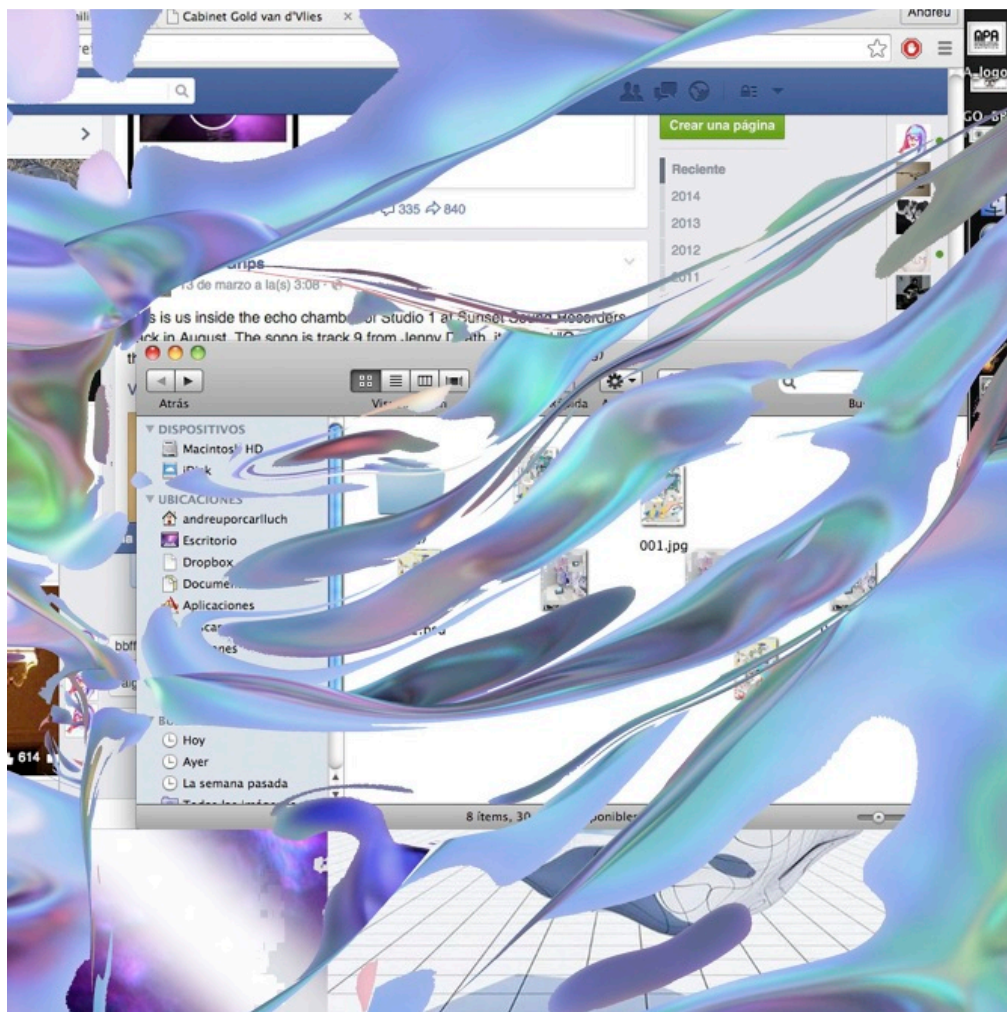


Fig. 30 Andreu Porcar, (*.jpg*), 2015. Impresión digital. 30x30cm.

Una tercera serie de obras, realizadas utilizando Microsoft Word, es una traducción más literal del archivo de imágenes. Se trata de agrupaciones rápidas realizadas con Word, donde se deja en gran parte al azar la disposición de los elementos, como una forma de mostrar el archivo de manera similar a como se encuentran las imágenes mezcladas en la red, pero en un contexto más limpio. Se realizó la serie con este programa debido a las limitaciones que ofrecía, únicamente se podían redimensionar las imágenes, superponer una par de capas y distribuir aproximadamente las imágenes en un único formato A4.

Fig. 31 Andreu Porcar, *Render.jpg*, 2014, Impresión digital. 29,7x21cm.



Fig. 32 Andreu Porcar, *Visitante*, 2014, Impresión digital. 29,7x21cm.





Fig. 33 Andreu Porcar, *Madeira2*, 2014, Impresión digital. 29,7x21cm.

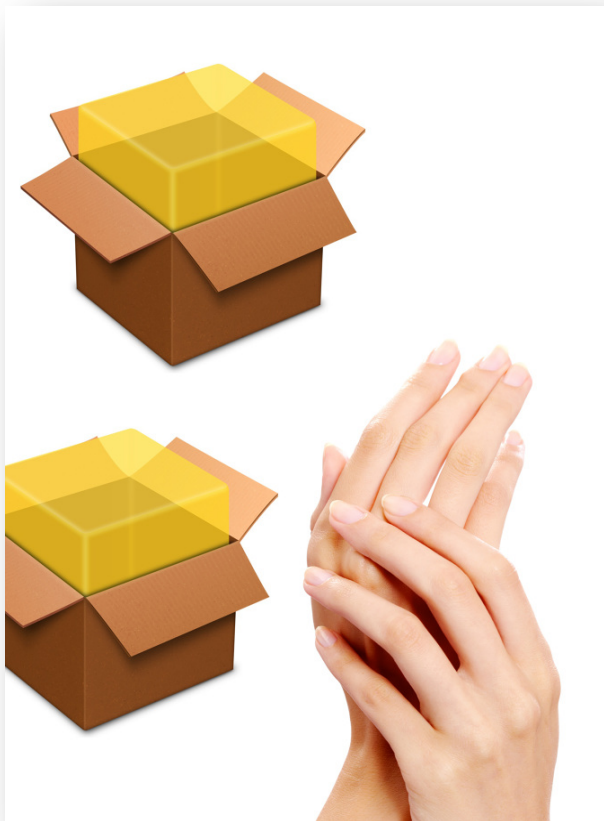


Fig. 34 Andreu Porcar, *Unbox*, 2014, Impresión digital. 29,7x21cm.



Fig. 35 Andreu Porcar, *srslysrly (Judds)*, Impresión digital. 29,7x21cm.

Además de estas series, también se realizaron proyectos expositivos conjuntamente con Eduardo Peral y Mari Reme Silvestre. Se trataba de combinar la obra de los tres para crear un conjunto que abarcara la temática general de la imagen en internet de una manera más amplia. Crear una instalación donde se mostraran las piezas como fragmentos de una totalidad mayor, sin indicar la autoría de cada una de las obras, como imágenes en una página de Tumblr, que se yuxtaponen sin autoría clara y crean un conjunto misceláneo.

El trabajo de Eduardo Peral consiste en la creación de pinturas abstractas gestuales sobre metacrilato, pero que, a pesar de su gestualidad, se trata de pinceladas perfectamente controladas. Las pinceladas se retuercen de manera artificiosa como las pinceladas de un anuncio de cosmética, sumando la

frialidad del metacrilato, que le confiere un aspecto publicitario, al tiempo que les da apariencia de imagen digital, cuando se trata de pintura.

Los trabajos de Mari Reme Silvestre muestran distintas soluciones para traducir, mediante resinas, geles y todo tipo de materiales translucidos, industriales o utensilios deportivos, la estética de las imágenes referentes a lo deportivo, las cosmética y el cuidado del cuerpo que circulan por la red. Se trata de objetos atractivos visualmente, que excitan el tacto a través de la mirada y que transfieren una sensualidad aséptica, post-humana.



Fig. 36 *Quiero que grites y me digas yes, que ambos disfrutemos de mi American Express*, 2015. Vista de la instalación. Proyecto colaborativo con Eduardo Peral y Mari Reme Silvestre.

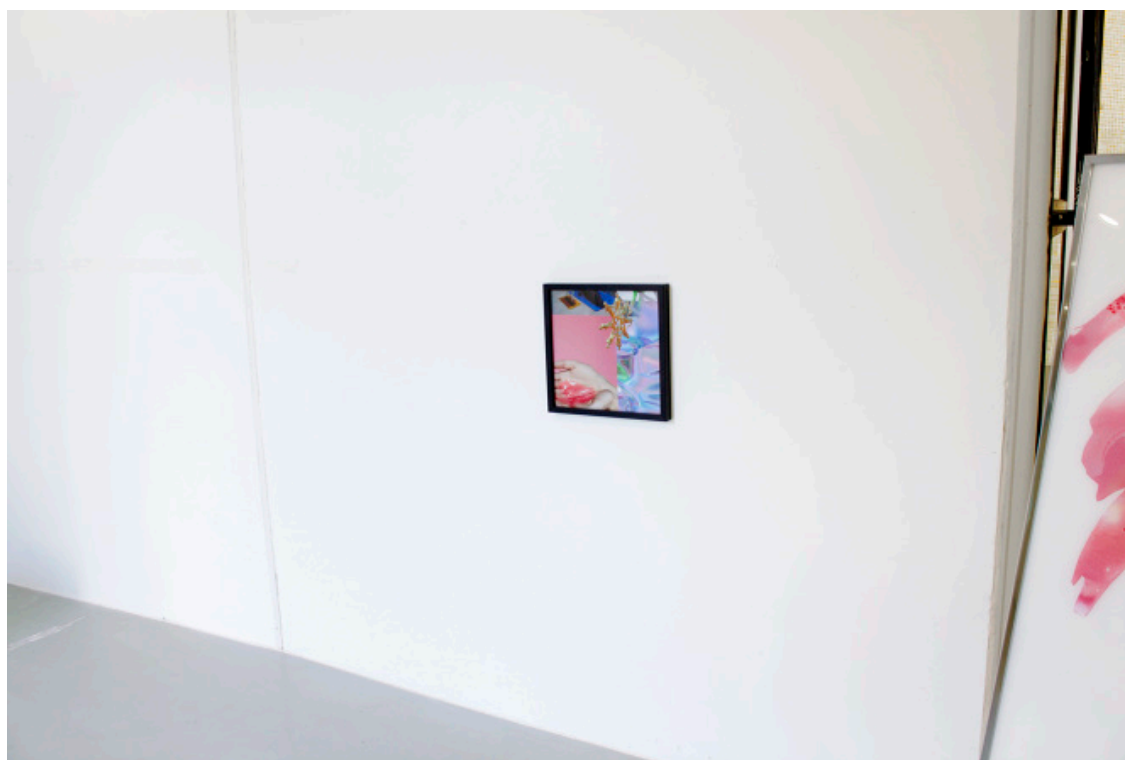


Fig. 37-38 *Quiero que grites y me digas yes, que ambos disfrutemos de mi American Express*, 2015. Vista de la instalación. Proyecto colaborativo con Eduardo Peral y Mari Reme Silvestre.

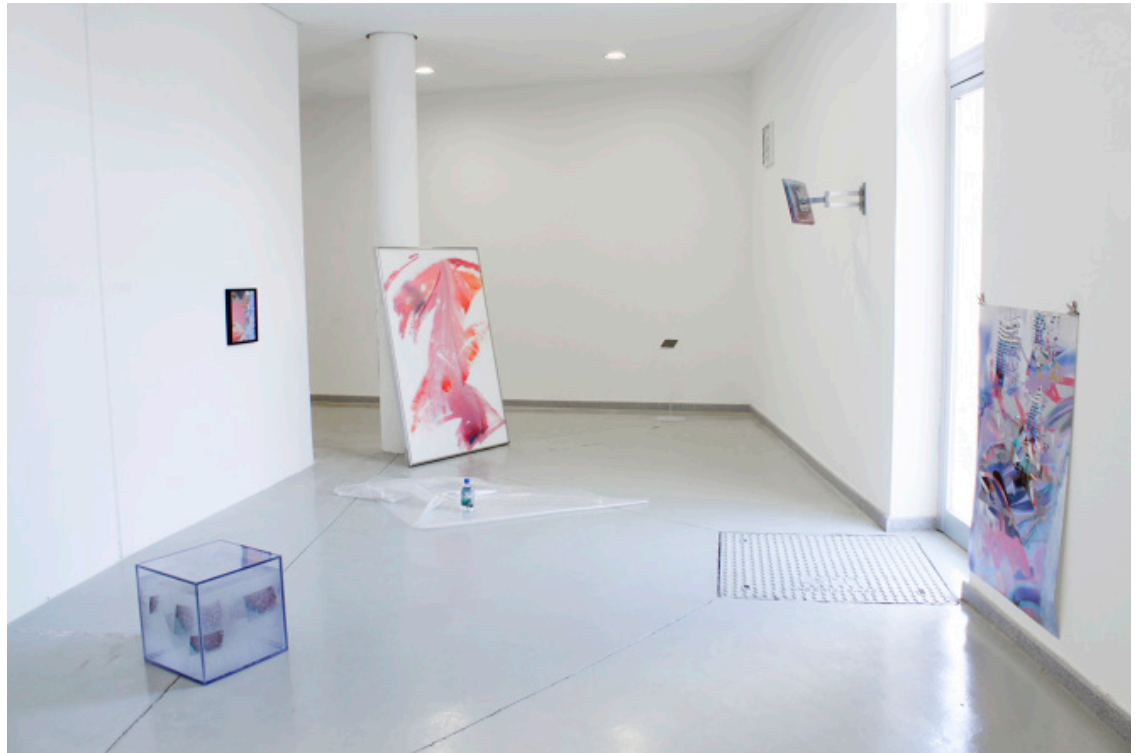


Fig. 39-40 *Quiero que grites y me digas yes, que ambos disfrutemos de mi American Express*, 2015. Vista de la instalación. Proyecto colaborativo con Eduardo Peral y Mari Reme Silvestre.



Fig. 41-42 *Quiero que grites y me digas yes, que ambos disfrutemos de mi American Express*, 2015. Vista de la instalación. Proyecto colaborativo con Eduardo Peral y Mari Reme Silvestre.

Además de las piezas presentadas, también se realizó un proyecto expositivo generado en 3D max como idea para traducir el archivo de imágenes a un modelo expositivo sin objetos-obra, sino de un modo mucho más diseñado, mediante fanzines, revistas, catálogos y pantallas. La instalación se compone de cuatro bancos de diseño minimalista contruidos a medida sobre los cuales se reparten catálogos de las imágenes recopiladas, así como pantallas y marcos digitales que muestran imagen y video. También hay repartidos por la sala altavoces con el sonido de los audiovisuales, así como otros elementos de atrezzo como plantas que le dan un aspecto de sala de espera o oficina, así como un falso exotismo.



Fig. 43 Render del proyecto expositivo.



Fig. 44-45 Render del proyecto expositivo.

4. CONCLUSIONES.

Con la realización de este Trabajo Final de Máster teórico-práctico se ha podido consolidar los conocimientos indispensables para sentar las bases del futuro trabajo de producción a realizar.

Ha sido interesante ver como, en el transcurso del curso y la realización de este trabajo, se ha podido acotar y comprender desde un punto de vista teórico lo que antes eran rutinas cotidianas realizadas sin una reflexión previa y, como consecuencia de esto, abordar la producción de una manera mucho más pensada.

Del mismo modo, este trabajo me ha permitido profundizar en autores que trabajan a nivel teórico la obra de artistas que me interesaban y poder entender mejor el trasfondo conceptual de su obra y, en extensión de mi propia producción.

Otro aspecto a destacar ha sido la oportunidad de trabajar conjuntamente con Mari Reme Silvestre y Eduardo Peral, tomar consciencia de los puntos en común y diferencias de nuestro trabajo y poderlos unificar en proyectos colectivos. Asimismo, este trabajo en común nos ha permitido ser seleccionados para participar en PAM!PAM! 2015 o Intransit, entre otras convocatorias.

Individualmente, y gracias a la producción que aquí presento, también he tenido la oportunidad de participar en el XVII Call de Luis Adelantado.

En general, valoro positivamente la experiencia de este trabajo, ya que me ha permitido responder a las dudas que me han ido surgiendo en el proceso de su realización y ordenar los conocimientos que ya tenía y los que he ido adquiriendo.

Para finalizar, me gustaría destacar este trabajo como el final de una etapa y el inicio de otra: este trabajo es para mí el punto de partida para futuros proyectos que espero poder llevar a convocatorias, residencias y, en general, punto de partida para la profesionalización y el inicio de mi etapa después de la universidad.

5. BIBLIOGRAFÍA.

Anglada, Cristina, *Nicely Offensive*, Ponce+Robles, Madrid, 2015.

Cerbarini, Marina, Et. Al., *Radiografía del Net Art latino. Vitalidad creativa en riesgo de extinción*. Dunken, Ayacucho, 2014.

Feréstec, *Nosotros*, [2015-07-27] Disponible en:
<http://www.nosotros-art.com/artistas/presente-continuo-micro-entrevistas-ii#sthash.TPF3KLF7.dpuf>

Gylling, Isabel, Et. Al., Thoughts on Artwork, Documentation and the Internet. En *Pool*, [Consulta: 2015-07-14] Disponible en:
<<http://pooool.info/thoughts-on-artwork-documentation-ant-the-internet/>>

Harper, Adam, Vaporwave and the Pop-Art of the Virtual Plaza. En: DUMMY [Consulta: 2015-07-26] Disponible en: <
<http://www.dummymag.com/Features/adam-harper-vaporwave>>

McHugh, Gene, *Post Internet*, Brescia, Link Editions, 2011, p. 5

Niehaus, Wyatt, U MAD BRO? Direct Action in the Meme Pool. En: *Pool*, [Consulta: 2015-07-14] Disponible en: <<http://pooool.info/u-mad-bro-direct-action-in-the-meme-pool/>>

Pallasvuo, Jaakko, Archaic Rendering. En: *Pool*, 2011 [Consulta:2015-07-14] Disponible en: <http://pooool.info/archaic-rendering/>

Scott, Ginger, Duchamp's Ideal Children: Internet Art, the Avant-Garde and the Readymade. En: *Pool*, [Consulta:2015-07-14] Disponible en: <<http://pooool.info/duchamps-ideal-children-internet-art-the-avant-garde-and-the-readymade/>>

Si-Qin, Timur, Metamaterialism. En: *Pool*, [Consulta: 2015-07-14] Disponible en: <<http://pooool.info/metamaterialism>>

Si-Qin, Timur, Stock Photography as Evolutionary Attractor, *DIS*, [Consulta: 2015-07-25] Disponible en:
<http://dismagazine.com/issues/42017/stock-photography-as-evolutionary-attractor/#f2>

Ullens Center For Contemporary Art Beijing, *Art Post-Internet* [Catálogo]. Pekín, Ullens Center For Contemporary Art Beijing, 2014.

Vierkant, Artie, *The Image Object Post-Internet*, 2010

Waelder, Pau, Arte Post-Internet o la estética relacional 2.0, En: *Imput*. Madrid, 2015.

Weinstock, Tish, Health Goth is the latest trend to be spat out by the internet, so what's the deal? En: *I-D Vice*. Londres: 2014.

[Consulta: 2015-08-02] Disponible en: <https://i->

[d.vice.com/en_gb/article/health-goth-is-the-latest-trend-to-be-spat-out-by-the-internet-so-whats-the-deal](https://i-d.vice.com/en_gb/article/health-goth-is-the-latest-trend-to-be-spat-out-by-the-internet-so-whats-the-deal)

6. ÍNDICE DE FIGURAS.

Fig. 1 Fotografía de Stock. Pág. 12

Fig. 2 Jaakko Pallasvuo. Pág. 14

Fig. 3 Un meme humorístico. Pág. 7

Fig. 4 Vista de la página *Nasty Nets*, uno de los primeros “Internet Surfing Clubs”. Pág. 20

Fig. 5 Interfaz de la plataforma Tumblr. Pág. 22

Fig. 6 Imagen *Vaporwave* encontrada en Tumblr. Pág. 23

Fig. 7 Imagen *Vaporwave* encontrada en Tumblr. Pág. 24

Fig. 8 Imagen de la página de Facebook *Health Goth*. Pág. 25

Fig. 9 Imagen vista en el grupo de Facebook “SPORT AESTHETICS: Environment and Object” Pág. 26

Fig. 10 Imagen encontrada en Tumblr. Pág. 26

Fig. 11 Imagen encontrada en Tumblr. Pág. 27

Fig. 12 Rafael Rozendaal, *Towards and Beyond*, 2010. Sitio web interactivo. Pág. 30

Fig. 13 Cristina Garrido, de la serie “*They are this or they may be others*, 2015. Pág. 32

Fig. 14 Artie Vierkant, *Image Objects*, 2011. Pág. 36

Fig. 15 Rachel de Joode, *Allotrope*, 2014 (Vista Frontal). Pág. 37

Fig. 16 Rachel de Joode, *Various Qualities To Orbit The Mysterious Core*, 2013 (Vista lateral) Pág. 37

Fig. 17 Katja Novitskova, *Approximation II*, 2012. Pág. 38

Fig. 18 Katja Novitskova, Imagen modificada de una de sus obras encontrada en su muro de Facebook. Pág. 40

Fig. 19 Marian Garrido. *En los mundos desaparecidos fue posible perderse en el éxtasis...*, 2015. Pág. 42

Fig. 20 Cristina Garrido, *Just what is it that makes today’s exhibitions so different, so appealing?*, 2015. Pág. 43

Fig. 21 Timur Si-Qin, *Premier Machinic Funerary: Prologue*, 2014. Pág. 44

Fig. 22 Jaakko Pallasvuo, fotograma de la serie *How to...*, 2011. Pág. 45

Fig. 23-24 Andreu Porcar, *OKAY*, 2015. Madera e impresión digital. 100x30x30 cm. Pág. 47

- Fig. 25-26** Andreu Porcar, *v / c*, 2015. Madera e impresión digital. 29,5x23x3,5 cm. Pág. 48
- Fig. 27** Andreu Porcar, *Si estaba loco por ti*, 2015. Madera e impresión digital. 60x 40x3,5 cm. Pág. 49
- Fig. 28** Andreu Porcar, (*.jpg*), 2015. Impresión digital. 120x80cm. Pág. 50
- Fig. 29** Andreu Porcar, (*.jpg*), 2015. Impresión digital. 90x60cm. Pág. 51
- Fig. 30** Andreu Porcar, (*.jpg*), 2015. Impresión digital. 30x30cm. Pág. 52
- Fig. 31** Andreu Porcar, *Render.jpg*, 2014, Impresión digital. 29,7x21cm. Pág. 53
- Fig. 32** Andreu Porcar, *Visitante*, 2014, Impresión digital. 29,7x21cm. Pág. 53
- Fig. 33** Andreu Porcar, *Madeira2*, 2014, Impresión digital. 29,7x21cm. Pág. 54
- Fig. 34** Andreu Porcar, *Unbox*, 2014, Impresión digital. 29,7x21cm. Pág. 54
- Fig. 35** Andreu Porcar, *srslysrsly (Judds)*, Impresión digital. 29,7x21cm. Pág. 55
- Fig. 36** *Quiero que grites y me digas yes, que ambos disfrutemos de mi American Express*, 2015. Vista de la instalación. Proyecto colaborativo con Eduardo Peral y Mari Reme Silvestre. Pág. 57
- Fig. 37-38** *Quiero que grites y me digas yes, que ambos disfrutemos de mi American Express*, 2015. Vista de la instalación. Proyecto colaborativo con Eduardo Peral y Mari Reme Silvestre. Pág. 58
- Fig. 39-40** *Quiero que grites y me digas yes, que ambos disfrutemos de mi American Express*, 2015. Vista de la instalación. Proyecto colaborativo con Eduardo Peral y Mari Reme Silvestre. Pág. 59
- Fig. 41-42** *Quiero que grites y me digas yes, que ambos disfrutemos de mi American Express*, 2015. Vista de la instalación. Proyecto colaborativo con Eduardo Peral y Mari Reme Silvestre. Pág. 60
- Fig. 43** Render del proyecto expositivo. Pág. 61
- Fig. 44-45** Render del proyecto expositivo. Pág. 62

