

UNIVERSITAT POLITÈCNICA DE VALÈNCIA



UNIVERSITAT
POLITÈCNICA
DE VALÈNCIA



TRABAJO FINAL DE MÁSTER ***Máster Oficial Interuniversitario en Gestión Cultural***

TÍTULO:

Arte Digital: Galerías virtuales y
las nuevas formas de exposición

Dirigido por: Joan Ignaci Aliaga Morell

Presentado por: Eleonora Foti Mangriñan

CURSO 2º Máster

A mi tutor, profesores y resto del personal administrativo del máster, por ayudarme, y orientarme a lo largo de todo el máster y durante la redacción del trabajo final.

A todos mis compañeros del máster, con los que he compartido ideas, debates y muchos momentos, que me han ayudado a crecer personal y profesionalmente.

A todos mis amigos, sobretodo a mis amigas Ana y Ada, por apoyarme durante las dudas y los momentos bajos a lo largo de la producción de este trabajo.

A mi familia, mis padres y mi hermana por animarme con este proyecto.

A Miguel, por estar a mi lado todo el tiempo y apoyarme a lo largo del proceso.

Resumen

La llegada de las nuevas tecnologías también han afectado al mundo artístico. Desde su aparición, el arte digital se ha visto condicionado a la hora de exponer sus obras en un medio no adaptado. A través del recorrido histórico de los movimientos artísticos que forman parte del arte digital, y comparando las formas de exposición existentes conseguimos identificar las características de un espacio expositivo apto para la exhibición de obra digital. El propósito principal de este trabajo de investigación, es asentar las bases para la creación de una plataforma virtual adecuada para la exhibición de la obra artística digital.

Palabras clave

Arte digital, espacio expositivo, virtual, galería

STATEMENT

The advent of new technologies has also affected the artistic world. Since its origins, digital art has been conditioned to the exhibition of its works in a non-adaptive environment. Through the historical background of the artistic movements that are part of the digital approach and comparing the existing forms of exposure, we are able to identify the main characteristics of a suitable environment for the exhibition of digital works. Accordingly, the main purpose of this project is to lay the theoretical foundations for the creation of a suitable virtual platform for the exhibition of the digital artistic work.

KEY WORDS

Digital art, space exhibition, virtual, gallery

Índice

1.- OBJETIVO.....	5
2.- METODOLOGÍA.....	7
3.- INTRODUCCIÓN.....	10
4.- PUNTO DE VISTA SOCIOLÓGICO. PIERRE LEVY: CIBERCULTURAS.....	12
5.- ARTE DIGITAL	16
5.1.- PRIMEROS AÑOS	18
5.2.- NET.ART.....	22
5.3.- LOS MOVIMIENTOS ARTÍSTICOS CONTEMPORÁNEOS.....	29
5.3.1.- Redes sociales y el nuevo creador	30
5.3.2.- Glitch Art.....	33
5.3.3.- Vaporwave y Seapunk.....	37
5.3.4.- Health goth y Sport Asthetics	41
5.3.5.- Post Internet	44
6.- FORMAS DE EXPOSICIÓN.....	47
6.1.- LAS VISITAS DIGITALES.....	50
6.2.- PLATAFORMAS EXPOSITIVAS EN LA RED.....	59
6.2.1.- Páginas de artista.....	62
6.2.2.- Second Life.....	64
6.2.4.- Galerías virtuales contemporáneas: MOVA e Internet Moon Gallery.....	68
6.2.- LOS MEDIOS TECNOLÓGICOS EN EL ESPACIO EXPOSITIVO.....	75
7.- CREACIÓN DE UN ESPACIO VIRTUAL.....	80
7.1.- LA ENCUESTA COMO MÉTODO DE IDENTIFICACIÓN DE NECESIDADES.....	82
7.2.- ANÁLISIS ESTREATÉGICO DEL SECTOR.....	92
7.2.1.- Análisis del entorno.....	94
7.2.2.- Factores claves del éxito.....	98
7.3.- DESARROLLO DE LA ACTIVIDAD.....	101
CONCLUSIONES.....	104
BIBLIOGRAFÍA.....	106
ANEXOS.....	112
• ANEXO I: Encuesta completa.....	112
• ANEXO II: Entrevista a Manuel Minch.....	117

1.- OBJETIVO

El siguiente trabajo de investigación surge a partir de la motivación personal y la necesidad de conocer sobre el arte digital, siendo el principal punto de interés las formas de exposición y exhibición de las obras que se encasillan en este ámbito.

Después de realizar algunos trabajos e investigaciones personales en referencia a este movimiento artístico, encontramos la necesidad de realizar una exploración más profunda sobre los aspectos que rodean al denominado arte digital. Así pues, iniciamos una indagación sobre sus antecedentes, los movimientos a partir de esta forma de creación, los artistas pertenecientes a estos movimientos artísticos y las características de este estilo.

Encontramos, en primera instancia, que existen muchos prejuicios en cuanto al arte digital: el hecho de que el proceso de la creación de la obra se realice en un medio inmaterial o que el papel que juega el artista ya no sea el de genio creador único, son los dos aspectos que más estigmatizan al arte digital.

Otro de los problemas que rodean al el arte digital y a los artistas pertenecientes a este movimiento, es la dificultad con el que los creadores encuentran a la hora de exhibir su obra. ¿Cómo deberían plantear su muestra? ¿Tendrían que ceñirse a los estándares de una exposición tradicional? ¿Que sacrificios conlleva el trasladar al medio físico una obra digital?

Para averiguar todas estas cuestiones e iniciar este trabajo, nos hacemos las siguientes preguntas de investigación:

¿Que queremos conseguir mediante este trabajo de investigación?

Mediante esta recerca, queremos encontrar y crear una plataforma adecuada para que los artistas que trabajen en el ámbito del arte digital, tengan un buen lugar de exposición de su obra adecuado a su planteamiento.

¿Cómo lo queremos hacer?

Queremos llevar a cabo este proyecto, haciendo uso de las herramientas tecnológicas adecuadas (web y aplicaciones), desarrollando una plataforma digital de exposición.

¿Porqué es necesario?

Creemos que esta plataforma es necesaria para los artistas, ya que muchas veces su trabajo queda desvalorizado o pierde parte de su significado por el hecho de tener que trasladar su obra a un medio que no es el adecuado.

Así pues, con este trabajo esperamos conseguir los siguientes objetivos:

- Realizar un recorrido a través de los movimientos artísticos pertenecientes al ámbito del arte digital, para identificar las propiedades y necesidades de los artistas de estos movimientos.
- Analizar las características de un espacio expositivo que albergue obras de arte digital.
- Plantear una plataforma o lugar albergado en la web o el plano digital, donde se pueda exponer obra digital.

2.- METODOLOGÍA

La estructura de este trabajo se divide en dos partes. La primera se centra en el desarrollo teórico del Arte Digital, sus antecedentes y nuevos movimientos en la red, su desarrollo en el medio digital y Internet, así como las formas de exposición de este medio comparado con las formas tradicionales de exposición.

La segunda parte la consideramos mas práctica, ya que la desarrollamos a partir de encuestas y entrevistas a artistas y agentes especializados en este ámbito, para finalmente desarrollar una idea de plataforma de exposición de Arte Digital.

A nivel teórico, la metodología empleada ha consistido en una búsqueda de textos en los que se habla de los términos y palabras clave empleadas en este trabajo, para después realizar un desglose de conceptos relacionados con el movimiento artístico del arte digital. Se han empleado desde textos en libros, textos alojados en internet, trabajos académicos, incluso materiales audiovisuales para formar nuestra teoría e investigación.

Al tratarse de un concepto artístico bastante reciente, los textos encontrados son cortos, en otros idiomas, o publicados en otros medios que no son libros: notas de prensa de exposiciones, catálogos, revistas digitales, paginas web de galerías y museos, entrevistas, o vídeos explicativos y diverso material gráfico.

Para este trabajo hemos tenido en cuenta como libro principal *Arte Digital* de Wolf Lieser, como manual sobre el surgimiento del arte digital, sus antecedentes, espacios de trabajo, artistas que trabajan en este ámbito, para crear el contexto a través del recorrido desde sus inicios.

Por otro lado, hemos consultado los libros del sociólogo Pierre Levy *Ciberculturas y Que es lo virtual*, para hablar de los temas relacionados con el espacio virtual y la inteligencia colectiva desde una perspectiva sociológica.

Otros textos que nos han sido de mucha utilidad, han sido algunos textos sacados de revistas especializadas en nuevas tecnologías, o trabajos de final de grado y final de máster de alumnos de la facultad de Bellas Artes de Valencia que investigaban sobre temas cercanos. Sobre todo el trabajo de Andreu Porcar, *Apropiación y simulacro en la era de la web 2.0*, en el que nos hemos basado para seguir algunos de los conceptos clave.

Nos hemos servido de otros textos que nos han ayudado con la base teórica y con algunos de los conceptos clave, por ejemplo la compilación de textos recogidos en el libro de Simón Marchán: *Real/Virtual en la estética y la teoría de las artes*; o el trabajo de Elena Robles: *Estudios estéticos sobre la plataforma web Tumblr: construcción de la identidad a través de la creación colectiva*. Donde se explican conceptos y teoría sobre los movimientos artísticos surgidos a través de las plataformas de Internet, así como de conceptos como la función del artista y la obra acabada no por el creador sino por los usuarios, y su interacción con ella.

Más adelante, hablamos sobre los movimientos artísticos visuales que tienen su nacimiento en el espacio virtual. Hablamos de como gracias a la cultura del remix, se despierta en el usuario un sentimiento creador, y toma las riendas de la producción de obra para el espacio digital, y hablamos de como de esta forma aparece el usuario *prosumidor*, una nueva figura en el ámbito de la creación que explicaremos en el desarrollo de nuestro trabajo.

Para el desarrollo de la segunda parte, y antes de poder realizar encuestas y entrevistas, primero hemos tenido que considerar y investigar todas las anteriores partes teóricas sobre el Arte Digital, su surgimiento como movimiento artístico, los

movimientos surgidos a través de la experimentación con las nuevas tecnologías y las redes sociales.

Una vez desarrollados todos los conceptos teóricos, formulamos una encuesta utilizando la herramienta de *Google Formularios*, la cual nos permite ver a tiempo real, de forma ordenada y con gráficos, todas las respuestas de la gente que realiza la encuesta. Esta nos sirvió para plantear las bases del objeto práctico que íbamos a desarrollar: la creación de un espacio expositivo albergado en el mundo virtual, para la correcta exhibición del arte digital.

Una vez recogidos y analizados los datos que nos proporcionó la encuesta, nos centramos en la creación del espacio expositivo. Mediante un análisis estratégico del sector, realizando un DAFO, PEST, planteando objetivos, misión, valores, analizando el entorno competitivo, el usuario y demás características de nuestra plataforma, conseguimos asentar las características que tendrá nuestro espacio.

3.- INTRODUCCIÓN

Así como el modernismo del siglo XX ha sido definido por su relación entre artesanía y tecnología emergente, podemos decir que la característica que define a la cultura contemporánea, a las nuevas prácticas artísticas y a la sociedad cotidiana actual, es la omnipresencia de internet.

Internet y la web 2.0, implican una interactividad virtual entre las personas, produce un despertar de intenciones y de conocimiento, pero a la misma vez y dado al inmenso abanico de posibilidades que este mundo brinda, produce una serie de interferencias, contradicciones, ruido, que en ocasiones puede resultar excesivo. Internet genera sensaciones de cercanía, empatía, comprensión, confusión, discusión... y crea un mundo que los usuarios llegan a considerar como la vida real.

Por otro lado nos encontramos que el espacio virtual despierta en los usuarios de las redes sociales, un sentimiento participativo, colaborativo y creador de contenido. En redes como Tumblr, se hace evidente esto que hemos mencionado, y sobre todo nos damos cuenta de que estos usuarios toman, o se dedican a crear, imágenes y contenidos artísticos sin ser creadores (refiriéndonos al tema tal y como conocemos la figura del genio creador de forma tradicional).

El rápido desarrollo tecnológico y la aparición de este medio, ha abierto la puerta a nuevas prácticas vinculadas al espacio virtual. En sus inicios, Internet era un medio utilizado solo por profesionales y usuarios especializados, con conocimientos de informática y programación. Hoy en día, se ha vuelto un elemento cotidiano, que recoge varios ámbitos de nuestra vida diaria, la cual se encuentra a caballo entre el espacio físico real y el virtual. Además, el auge de las redes sociales ha propiciado el cambio de este mundo especializado, a la aparición de un mundo *mainstream* extendido a todo el conjunto de la sociedad y usado por todos.

Internet ha servido como estímulo para que las entidades artísticas (museos, galerías y los propios artistas) expongan sus obras de forma online e incrementen de esta manera la cantidad de público que accede a estas obras. Esto se traduce en un mayor número de personas que visitan las exposiciones alrededor del mundo. Cada vez podemos encontrar mas museos y galerías convencionales en este ámbito, la red se ha vuelto el muro expositivo y cualquier persona con acceso a Internet puede disfrutar de estas visitas desde cualquier lugar, convertirse en crítico o incluso en comprador de arte.¹

1 SUBIRATS, Roger. Galerías virtuales de arte online

4.- PUNTO DE VISTA SOCIOLÓGICO. PIERRE LEVY: CIBERCULTURAS

Pierre Levy es un profesor, escritor y filósofo centrado en los ámbitos de investigación relacionados con el concepto de la inteligencia colectiva, las implicaciones del ciberespacio y la comunicación digital.

En su libro *Ciberculturas*, el profesor Pierre Levy, plantea ciertas cuestiones sociológicas y realiza un análisis sobre las implicaciones culturales en la tecnología, mencionando dos elementos clave para su entendimiento: El *Ciberespacio* como nueva red de comunicación en el que se encuentra toda la información así como los usuarios; y la *Cibercultura* como conjunto de técnicas, actitudes, formas de pensar, y valores que se desarrollan en el *Ciberespacio*.

La cultura para Levy no solo está formada por elementos simbólicos, sino que también la forman las técnicas y dispositivos que se usan para ayudar a su crecimiento. "Virtual, se emplea a menudo para significar la irrealidad, la realidad que supone una efectuación material, una presencia tangible"²

Levy divide este libro en tres partes. La primera parte, la dedica al concepto de *Cibercultura*. Se centra en delimitar el campo de este concepto y a su explicación, y le da importancia a las interacciones sociales y culturales que surgen a partir de los nuevos medios tecnológicos.

En este apartado, profundiza en cuatro conceptos relacionados con el espacio virtual y su funcionamiento:

² LÉVY, Pierre. *Ciberculturas*. p25

- *Lo Digital*: Cualquier información o mensaje, puede ser traducido digitalmente y copiarse indefinidamente sin pérdidas de información.³
- La *Desmaterialización* o la *Virtualización*: La grabación digital de imágenes del mundo real en un soporte virtual.⁴
- *Multimedia* o *Unimedia*: El soporte, el vehículo del mensaje. El término «multimedia» tiene el riesgo de inducir a error, pues parece indicar una variedad de soportes o de canales, cuando la tendencia de fondo tiende por el contrario a la interconexión y a la integración.
- La *Realidad Virtual*: la de simulación interactiva, en la cual, el explorador tiene la sensación física de estar inmerso en la situación definida por una base de datos.⁵

La segunda parte del libro la llama *Propuestas*. Aquí desarrolla la teoría sobre la cultura digital. Levy teoriza sobre la nueva cultura digital, que está conformada por elementos simbólicos ligados a dispositivos electrónicos, que contribuyen a la generación del crecimiento del ciberespacio.

Habla en concreto sobre las implicaciones culturales del ciberespacio, lugar donde se inventa un nuevo movimiento social que abarca aspectos múltiples y estratégicos de nuestra cultura, donde se desarrollan nuevos géneros musicales y artísticos, nuevas emociones y cuestionamientos a la filosofía y las políticas.

En este apartado, muestra cómo Internet a diferencia de otros medios de comunicación de masas, no posee el aspecto totalizador y de mensaje único y verdadero, sino que en este lugar, todo tipo de pensamientos y conocimientos tienen cabida.

³ LÉVY, *Ibíd* p27

⁴ LÉVY, *Ibíd.* p41

⁵ LÉVY *Ibíd.* p50

Según Levy, Internet se define como un medio "universal sin totalidad" lo que convierte a este medio en el ciberespacio perfecto para la creación de la inteligencia colectiva donde los usuarios no solamente recopilan información, sino que además, la construyen, comparten, debaten, transforman, y así todos los miembros de este medio, se conectan y forman parte de lo que conforma la sociedad digital.

Para Levy este hecho es positivo, y plantea de forma optimista, que esta es la forma de construir una sociedad participativa, conectada, informada y colaborativa.

Por último, en el tercer bloque del libro llamado *Problemas*, Levy hace frente a los problemas que se plantean alrededor de la sociedad digital: Las luchas de poderes e intereses económicos, mediáticos y políticos; la exclusión o mantenimiento de la diversidad cultural; conflicto de intereses y puntos de vista; o las contra críticas que se han planteado sobre la cibercultura.

En los años 90, Levy ya creía en el potencial de internet como herramienta de perfeccionamiento y aumento de la inteligencia colectiva, decía que ésta no es exclusiva de un grupo social. Hoy en día todo el mundo puede tomar parte en su creación y puede participar en la construcción y organización del saber colectivo. Todo el mundo se vuelve mediador.⁶

La creación colectiva es un término que surge de forma ligada al de inteligencia colectiva y es el rasgo principal del panorama cultural que ofrecen los medios digitales (ordenadores, Internet...) Estos medios son los que marcan la diferencia con respecto a la cultura tradicional, nos permiten construir una cultura global y compartida, en la que "el artista deja de ser el genio creador, romántico, para convertirse en un productor que fabrica herramientas que luego el público puede utilizar para desarrollar sus propias creaciones artríticas"⁷.

6 SOCIOLGIAC. Entrevista a Pierre Lévy. La inteligencia colectiva, nuestra más grande riqueza.

7 CASACUBERTA, David. Creación colectiva: En internet el creador es el público. p36

La creación colectiva, no desvaloriza la figura del artista: la cantidad de material disponible en la red, hace posible que se creen apropiaciones con finalidad de realizar nuevas creaciones colectivas, que no serían posibles sin la principal aportación del creador y la posterior aportación de los miembros de la comunidad virtual.

David Casacuberta menciona en su libro que las nuevas formas creativas nacen a partir de herramientas y plataformas que aloja la red (*Photoshop, Illustrator, Soundcloud...*), "de tal manera que la digitalización permite la apropiación y el reciclaje de todo tipo de materiales culturales para la realización de nuevas composiciones, poniendo en crisis el concepto del mismo autor."⁸

Las nuevas formas de creación no impiden que convivan a la vez con otros modos de creación anteriores o tradicionales. Todas las formas de creación se ven influenciadas y nacen a partir de las corrientes anteriores.

8 CASACUBERTA, *Ibíd.* p42

5.- ARTE DIGITAL

El Arte Digital es una disciplina creativa que comprende el uso de las tecnologías digitales en el proceso, producción o exhibición de una obra.

Muchos asocian este concepto a la desmaterialización de las obras artísticas, puesto a que estas creaciones no están sujetas a un soporte físico material, y las encontramos en el mundo virtual, siendo Internet el lugar preferido donde se desarrollan este tipo de obras. Podemos considerar que una producción digital pasa a considerarse arte, cuando en el proceso o para su creación se utilizan las posibilidades que ofrece el ordenador o de internet obteniendo unos resultados que no serían posibles si se utilizaran otros medios.⁹

Una de las características del arte digital es la interactividad, aunque no todas las obras han de serlo por definición. Esto favorece a la interacción del receptor, implica su participación hasta obtener algún tipo de reacción por parte de la obra en cuestión.

⁹ WOLF, Lieser. Arte digital, p13



Ilustración 1: Boredomresearch, *Wish*, 2006 (Captura de pantalla)

Como por ejemplo la obra de Net.art *Wish*, en la que se simula un árbol de los deseos de la mitología oriental, donde cada internauta puede teclear su propio deseo y ver como se une al resto de deseos escritos por otros usuarios enganchados al árbol. Los internautas se animan a dejar un mensaje escrito y así dejan atrás un lado de ellos mismos, haciendo que el árbol florezca con mensajes de amor, temores y sueños, uniendo la sensibilidad estética y la interactividad imaginativa con mensajes triviales, que al fin y al cabo resumen la expresión poética de una humanidad compartida.

5.1.- PRIMEROS AÑOS

“-¿Puede hacer que la máquina firme con mi trazo?

-Sí, podría hacerlo, si usted me dijera exactamente cuál es su trazo.

En este diálogo entre artista e ingeniero se encontraba (...)

el gran secreto, su grandiosidad.

El artista inmediatamente se había sentido amenazado.”¹⁰

(Conversación entre Georg Nees y un estudiante de la academia de Arte de Stuttgart, 1965)

El desarrollo del ordenador en la década de 1940, solo se destinó la investigación y su mejora, a solucionar de forma rápida y fiable experimentos científicos y matemáticos. No se planteó ni por casualidad que este nuevo medio se pudiera utilizar con fines artísticos.

A principios de la década de 1960 se empezaron a crear los primeros gráficos por ordenador pero seguía siendo sin unos fines artísticos, simplemente se materializaba la curiosidad de unos científicos por saber cuales eran los límites de la máquina.

Dos matemáticos (Georg Nees y Frieder Nake), que independientemente durante los años 1964 y 1965 habían empezado a experimentar con las posibilidades estéticas que podían ofrecer los ordenadores, realizaron las primeras exposiciones de dibujos realizados por ordenador, abriendo así la veda para llevar a cabo un desarrollo en el arte contemporáneo cambiando el concepto de la estética y en la cultura posterior al postmodernismo, al igual que lo hizo la fotografía en el siglo XX.¹¹

10 WOLF, *Ibíd* p48

11 WOLF, *Ibíd* p13

En una de las presentaciones que realizó Georg Nees demostrando como un ordenador podía llegar a realizar dibujos, un estudiante de la Academia de Arte tomó la palabra y le preguntó si el ordenador sería capaz de realizar su mismo trazo para realizar un dibujo. Después de reflexionar, Nees le respondió que sí que podría realizarlo si a la máquina se le introducía el patrón de su trazo. En ese mismo instante, el ordenador apareció en escena como una nueva figura de artista, y era de esperar que el artista tradicional se sintiera amenazado por este nuevo medio, por su rapidez y su perfección.

A la misma vez que surgió el nuevo papel que podía tomar el ordenador para el desarrollo creativo, surgió el rechazo de esta tecnología. El artista se había sentido amenazado, tenía que resistir de alguna forma, ya que el arte se centra en lo creativo, y lo creativo debía prevalecer sobre lo programable.¹² Así, los artistas que seguían la tradición académica empezaron a referirse de forma despectiva como Arte Artificial, al arte hecho con ordenadores.

Sin embargo, como todas las vanguardias, exigieron de valor y energía a los creadores que sí confiaban en las posibilidades que ofrecían los nuevos medios de creación. Gracias a esos pioneros y al esfuerzo que pusieron en seguir investigando en este medio, a partir de ese momento las galerías de arte añadieron a su programación regular exhibiciones de Arte Digital, y durante los siguientes años dieron lugar exposiciones colectivas dedicadas al arte hecho por ordenador y simposios en muchas partes del mundo, siendo Alemania, Japón o Estados Unidos, los lugares donde se le dedicó mas tiempo de desarrollo e investigación.

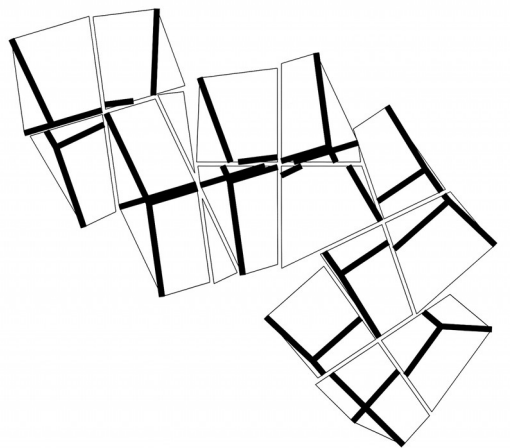
No fue hasta la década de 1970 cuando los artistas empezaron a reconocer las posibilidades que el ordenador ofrecía como herramienta de creación artística. Pero en una época donde las drogas y el arte psicodélico estaba de moda, utilizar una herramienta capitalista, desacreditaba a cualquier artista que empezara a usar el

12 WOLF, *Ibíd* p48

ordenador como medio para crear sus obras. Se seguía estigmatizando a este movimiento.

Durante 1980, se llevaron a cabo las mejoras de los ordenadores en cuanto a la accesibilidad a la población o el desarrollo de interfaces de diseño y animación. Ya en la década de 1990, se llevó a cabo la transición definitiva hacia el Arte Digital.

Seguían persistiendo los prejuicios ante una ejecución de la obra artística que se alejaba de la tradición establecida, surgió un nuevo medio que cambiaría esta percepción poco a poco.



Manfred Mohr

Ilustración 2: Manfred Mohr, *P-375-CZ*, 1984, Plotting, Tinta sobre papel, 60x60 cm

La aparición de la *World Wide Web*, actualmente denominada Internet, supuso una revolución en todos los ámbitos, como también en los aspectos relacionados con la comunicación del arte. Los artistas sacaron provecho de todas las posibilidades que brindaba la web y se realizaron numerosas propuestas artísticas que se adaptaron exclusivamente a este medio. Los artistas se adaptaron rápidamente a este ámbito analizando sus posibilidades, debilidades y características.

Ya en el nuevo siglo, con el cambio de milenio y el surgimiento de nuevos mecanismos tecnológicos, han hecho que el arte digital se haya consolidado en el mercado artístico, haciendo que numerosos museos como el *Whitney Museum of American Art*, y otras muchas instituciones designen a directores especializados para atender los nuevos medios y realizar una buena divulgación ante el público y el resto del mundo artístico.¹³

13 WOLF, *Ibíd* p42

5.2.- NET.ART

El Net.Art forma parte de los Media Art y es definido como el “arte contemporáneo que utiliza las nuevas tecnologías de la comunicación”¹⁴.

El nombre de Net.Art surgió de un mensaje enviado recibido por el artista Vuk Cosic. En diciembre de 1995 recibió un mensaje enviado por un anónimo, en el que debido a la incompatibilidad del software, el texto redactado era ilegible. De toda esta serie de números y símbolos aleatorios, solo se distinguía como texto legible “Net.Art”.

Mas tarde el texto pudeo ser descifrado. Así pues se descubrió que el texto original del mensaje se podía leer lo siguiente: “All this becomes possible only with the emergence of the Net. Art as a notion becomes obsolete...” Aunque este error, ya había sido aceptado como nombre del nuevo movimiento artístico.

[...] J8~g#|\;Net. Art{-^s1 [...]

Ilustración 3: Fragmento del mensaje codificado que dió nombre al movimiento

El Net.Art, como los movimientos anteriores de vanguardia, pone en cuestionamiento el papel del autor, la condición de mercancía del arte y el carácter único de la obra artística.

14 Mark Tribe, 1996.

Este movimiento utiliza la red como espacio expositivo a la vez que de creación, y explota las posibilidades de interactividad y comunicación con el usuario. El Net.Art funciona solo dentro de la web, fuera de ella pierde todo sentido y significado. Es el área menos convencional del arte digital, ya que aglomera todas las obras de arte digital que se encuentran alojadas exclusivamente en la red, que fueron concebidas y creadas para ello.

Con diferencia del arte conceptual, donde la descripción de la obra, la narración o el documento que prueba la existencia del hecho o del objeto pueden reemplazar a este, el Net.Art requiere de la experiencia online de la imagen-tiempo, experiencia esencial para asimilar la obra.

La experiencia perceptiva del Net.Art, es la del internauta que de forma participativa, ha de navegar a través de las indicaciones o elementos que nos plantea el artista (enlaces, imágenes linkeadas...), y ha de cumplir la misión de navegar entre ellas por el ciberespacio, teniendo una particular experiencia del tiempo: no importará en qué momento se realice este recorrido online ni cuanto tiempo pase, las imágenes que se muestran en la pantalla nunca sufrirán las alteraciones del paso del tiempo. Tendrán siempre el mismo aspecto ahora que dentro de 100 años, no se deteriorarán. No les ocurrirá como a las imágenes pictóricas físicas en las que podemos apreciar el paso del tiempo en la pintura o los soportes, (como por ejemplo, no concebimos una pintura del *Quattrocento* sin las grietas características que la propia pintura genera con el paso del tiempo).

Los recursos utilizados por el Net.Art son los mismos que los que utiliza la web 2.0: colaboración, conectividad (hiperenlaces mediante los que el artista nos puede derivar a otros sitios de la red, sitios que enlazan su discurso artístico con imágenes, textos o webs ya existentes y que las hace partícipes de su discurso), interactividad (el usuario puede elegir qué enlaces clicar para moverse por las redes), colaboración entre el artista-espectador (la interacción e intervención del espectador contribuye a la creación de la obra y sin esta interacción no existiría la obra artística) y la

fragilidad de la identidad (el cuestionamiento de la autoría de la obra, del artista y del internauta).

Las obras de Net.Art se caracterizan por su capacidad de riesgo e innovación y por su interés en explorar los límites éticos, políticos y tecnológicos de la red. Este movimiento utiliza el espacio virtual, la red, como espacio expositivo y como medio de creación. Explora las posibilidades de la red de comunicación entre los usuarios y la capacidad de crear contenidos a partir de páginas que enlazan con otras páginas, textos, imágenes o sonidos.

Tomemos como ejemplo la página web de Net.Art www.mouchette.org . Esta página recrea aparentemente la página web de una adolescente de 13 años, marcada por una estética basada en los problemas que una persona joven podría tener: la sexualidad, el cansancio por la vida, el rechazo de los padres...todo esto mezclado con detalles que provocan desasosiego en el espectador: moscas que revolotean por la pantalla sobre las que podemos pinchar y que nos redirigen a otras páginas; gemidos y quejas de la supuesta chica; el cambio constante de la identidad de la adolescente, puesto que cada vez que se recarga la página el lugar en el que vive la chica y su foto han cambiado; partes de la web en las que podemos hacer clic y nos redirigen a páginas completamente diferentes que tratan los temas antes mencionados, y que a su vez estos nuevos enlaces nos redirigen a otras páginas web.

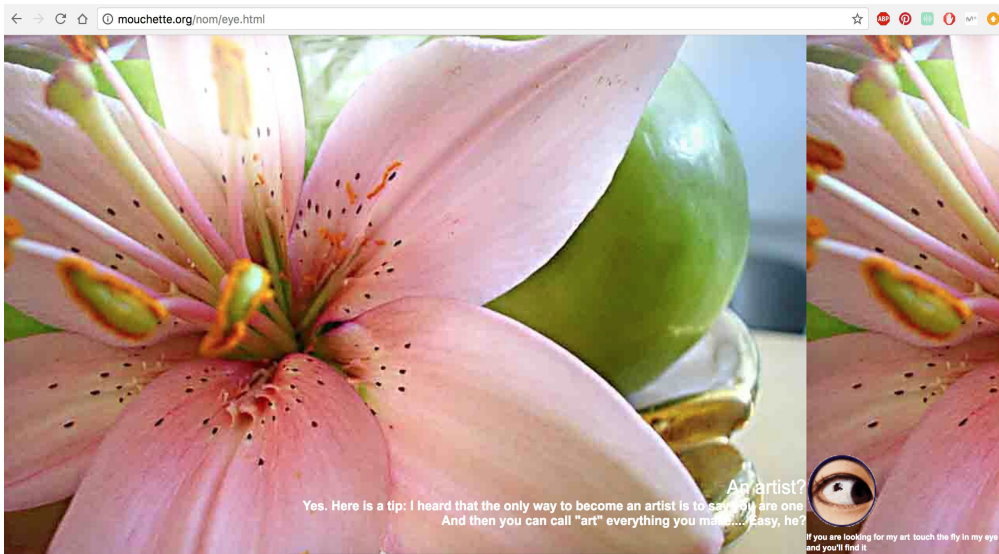


Ilustración 4: Anónimo, *Mouchette*. 1996 (Captura de pantalla)

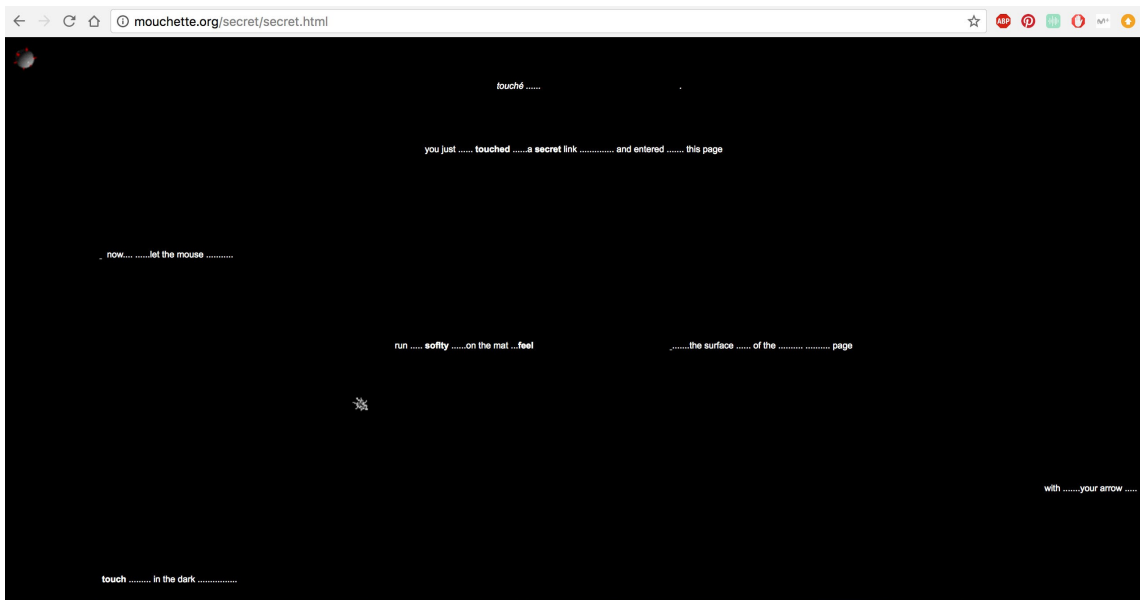


Ilustración 5: Anónimo, *Mouchette*. 1996 (Captura de pantalla)

Este tipo de página es un claro ejemplo de las características que cumplen las obras de Net.Art. Nos hace partícipes con la interacción de los enlaces y sentimos esa conexión y sentimiento de colaboración con el artista.

Como en la obra del artista Alexei Shulgin, *Form Art*, en la que utiliza los típicos botones y cajas de texto de las primeras páginas HTML para crear composiciones monocromáticas, convirtiéndolos en elementos estéticos. A la misma vez, invita a otros artistas a participar en un concurso de corta duración, convirtiendo su obra artística en un concurso donde se presentaban otras obras de arte, haciendo partícipe al usuario de este cambio, que resultó la obra final.

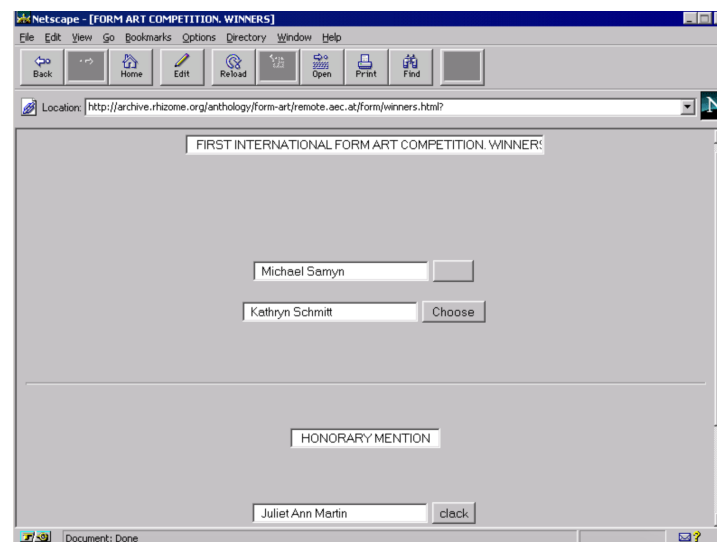
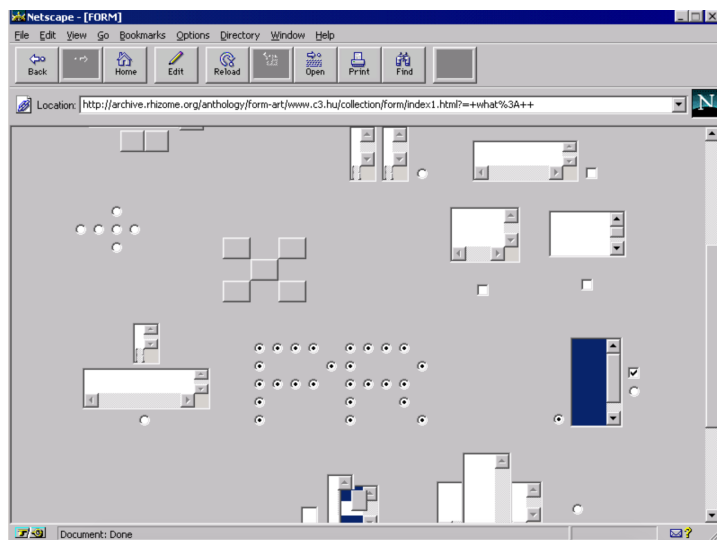
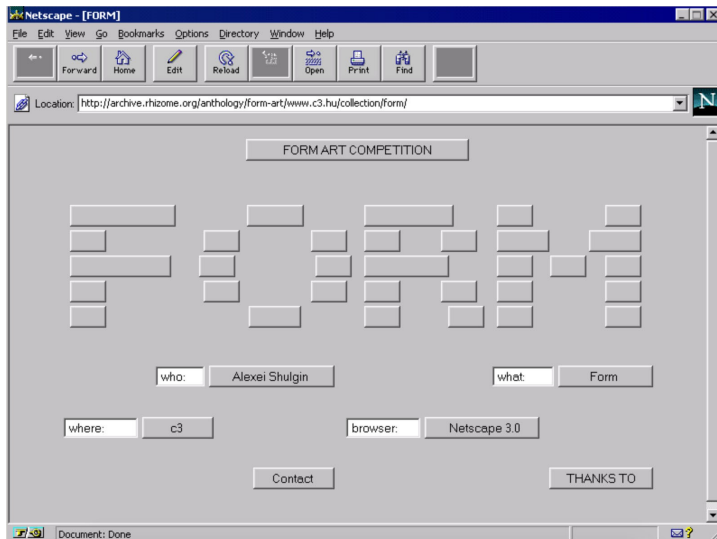


Ilustración 6: Alexei Shulgin, *Art Form*. 1997 (Captura de pantalla)

Con el Net.Art se consigue lo que algunos llamaron como el proceso de comunicación directa. Los artistas comprendieron que este nuevo medio (*World Wide Web*) no cumplía una función jerárquica, sino que se planeaba como un sistema abierto en el que se podían llegar a introducir nuevos planteamientos y otros puntos de vista con respecto al arte.

Se abría ante ellos la posibilidad de que sus obras no pasaran a través de los legitimadores del arte tradicionales (galerías, críticos, museos) para poder llegar al público, sino que eran los propios miembros de la comunidad web, el propio público, son los encargados de generar e intercambiar estas nuevas producciones convirtiéndose en legitimadores en primera instancia¹⁵.

Aunque esto planteaba también que la adquisición de estas obras por parte de un coleccionista, la posesión ortodoxa de la obra, no podía entenderse igual que se había hecho hasta ahora. Con la compra de este tipo de obras, se adquiría un trabajo con una entidad conceptual, no física, y que está en muchos de los casos a disposición de todos los usuarios de la red.¹⁶ Con este planteamiento se volvía a recuperar la forma en la que se adquirían, por ejemplo, las obras de Arte Conceptual.

15 MARCHÁN, Simón. Real/Virtual en la estética y la teoría de las artes. p209

16 WOLF, Lieser. Arte digital, p132

5.3.- LOS MOVIMIENTOS ARTÍSTICOS CONTEMPORÁNEOS

El tráfico libre y caótico de las imágenes, los contenidos de los que se alimentan las redes sociales, se han convertido en un elemento fundamental para delimitar y determinar que es aquello que consumen los usuarios de Internet, sus gustos y preferencias. Existe cierta mímesis entre la parte de Internet que consumen los artistas de arte digital contemporáneo y la parte del mundo que ocupan.

Internet refleja y documenta una parte del mundo y a la la vez, el nuevo artista 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 de esta forma una retroalimentación constante.

El surgimiento de nuevas modas y tendencias estéticas en la red como los movimientos como el *Vaporwave*, *Seapunk*, *Health Goth*, *Sports Aesthetics* o el *Postinternet*, son un ejemplo de como este proceso actúa como elemento generador incluso de nuevas culturas y subculturas.¹⁷

17 PORCAR LLUCH, Andreu. Apropiación y simulacro en la era de la web 2.0. p22

5.3.1.- Redes sociales y el nuevo creador

La forma en la que compartimos y vemos la información almacenada en Internet, ha cambiado. La accesibilidad abierta a todo tipo de contenidos y la inmediatez con la que se comparte, hace que se de otro valor a aquello que se comparte (des o revalorizandolo), ya que los contenidos y las imágenes se ven alterados dependiendo del contexto en el que se encuentren, cambiando así su lectura.

Internet es un espacio de producciones sociales donde se dan encuentros colectivos y se comparten intereses comunes con posibilidades de creación personales a intercambiar con los demás usuarios en red.

Este contexto se hace más evidente con el auge de las redes sociales y el cada vez más fácil acceso a ellas. Forman parte del día a día, donde los propios consumidores son a la vez generadores de contenido, un contenido que muestran indistintamente en la red.¹⁸ No es de extrañar que estas plataformas, hayan creado su propio lenguaje. Sus propias dinámicas de comunicación, formatos, contenidos culturales e incluso formas artísticas.

Nos referimos a las redes sociales como plataformas que forman parte de la web 2.0. En este nuevo formato de la web se crea un espacio de retroalimentación, de participación, interactividad y colaboración entre usuarios. Este hecho insta a la creación de nuevos contenidos que se comparten entre los internautas.

En este contexto 2.0 de virtualización constante, las redes sociales acaban por crear un modelo a escala 1.1 de las vivencias de los usuarios, donde todo lo sucedido en

18 PORCAR LLUCH, p18

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.¹⁹

Encontraremos que el nuevo objeto de estudio sobre el comportamiento social se ve reflejado en las redes sociales. Como ya hemos comentado, un análisis de las redes sociales nos ayudarán a definir un nuevo comportamiento social.

Como hemos mencionado anteriormente, en la web 2.0 se crea una interacción directa de los usuarios con los contenidos, así la línea entre productores de contenido y los consumidores, se vuelve difusa, poco delimitada y muchas veces converge en la figura de un mismo agente: un nuevo agente al que se le llama usuario *prosumidor*.

La red social *Tumblr*, la red social de las imágenes por excelencia, ha llegado incluso a personalizar e introducir nuevas terminologías, palabras, elementos lingüísticos y visuales que son originadas y difundidas por los propios usuarios. *Tumblr* es una red social que permite compartir contenidos generados por uno mismo o contenidos encontrados en la red, las imágenes se van acumulando en un proceso diario de recolección hecho por el usuario. Interviniendo en la red social, se completa la función de ésta con su uso diario.²⁰

Sin el usuario tener un perfil vinculado al arte, la mayoría de contenidos que se generan en esta plataforma, son grupos de imágenes relacionadas con el mundo artístico (fotogramas de películas, portadas de discos de música, ilustraciones, cuadros clásicos, fotografías...) unidos, y de esta forma descontextualizados junto con otros tipos de imágenes (anuncios de marcas, fotos de animales, memes...) Imágenes que se mezclan despreocupadamente según el perfil y el gusto estético de cada usuario.

19 PORCAR LLUCH. *Ibíd.* p12

20 ROBLES, Elena. Estudios estéticos sobre la plataforma web Tumblr. p14

El método de creación de contenido, la forma de utilización del usuario en Tumblr es la propia del usuario *prosumidor*: apropiación, creación e interacción con las imágenes que habitan esta red social. Es una plataforma creada como herramienta para el público, pero es el mismo usuario el que le da la forma total.

A raíz de esta forma de proceder, se ha generado una creatividad desbordada por parte de los usuarios que se dedican a crear sus propias imágenes, o a modificar las existentes con el fin de subirlas a la red, generando tendencias visuales con aspectos comunes, que se repiten a lo largo de las redes sociales y el resto de la red, dando lugar a tendencias estéticas en la red. Movimientos como el *Glitch Art*, *Vaporwave*, *Seapunk*, *Health Goth*, *Sports Aesthetics* o el *Post Internet*, entre muchos otros. Imágenes que tienen que ver con las nuevas tecnologías, las subculturas y sus propios lenguajes, que son creadas con fin de aumentar el vocabulario visual de la red, sin importar la autoría, solo pensando en insertarse en la catarata de contenidos de *Tumblr*.

5.3.2.- Glitch Art

Un *glitch* es un fallo, un pequeño error encontrado en los programas digitales, en los *software*, en los videojuegos, sonidos, vídeos etc. Un pulso electromagnético de reajuste que tan solo dura un segundo.

De este pequeño microestallido, surge todo un movimiento estético y visual. El *Glitch Art* se define como la práctica de usar los errores analógicos y digitales con fines estéticos, ya sea manipulando los dispositivos electrónicos o corrompiendo los datos digitales de los archivos.

El término del *Glitch* se asoció primero a la música experimental realizada en los 90 que incluía ruidos electrónicos. Más tarde, este estilo pasó a incluirse en formato audiovisual con los *VJs* (Visual DJ) donde los sonidos estaban acompañados de imágenes con distorsiones.

El triunfo de la distorsión, del desorden sobre lo armónico, son los pilares sobre los que se asienta el *Glitch Art*. Pero todo este desorden no ha de implicar fealdad, con el *glitch* se llega a crear un efecto estético que reflexiona sobre el error en la perfección del mundo de la máquina.

El *Glitch Art*, está cargado con una estética: colores arco iris muy saturados, imágenes cortadas, flujo de vídeo pixelado... Pero a pesar de que estos fallos se encuentran por toda la imagen, no nos provocan impaciencia o molestia.

El arte del *glitch*, de la interferencia, se consigue ya sea capturando el momento en el que ocurre el fallo de una imagen, o bien con medios de edición manipulando las imágenes para inducir un fallo. Existen varios procedimientos para hacer que estos fallos ocurran al antojo del artista:

- Uso de tecnología analógica con mal funcionamiento.
- *Data Bending y Datamoshing*: Implica la manipulación o la ruptura de los datos en un archivo de imagen. La manipulación de los archivos de datos, abriendo el archivo deseado en un programa diseñado para abrir otro tipo de archivos, y modificando el código fuente.

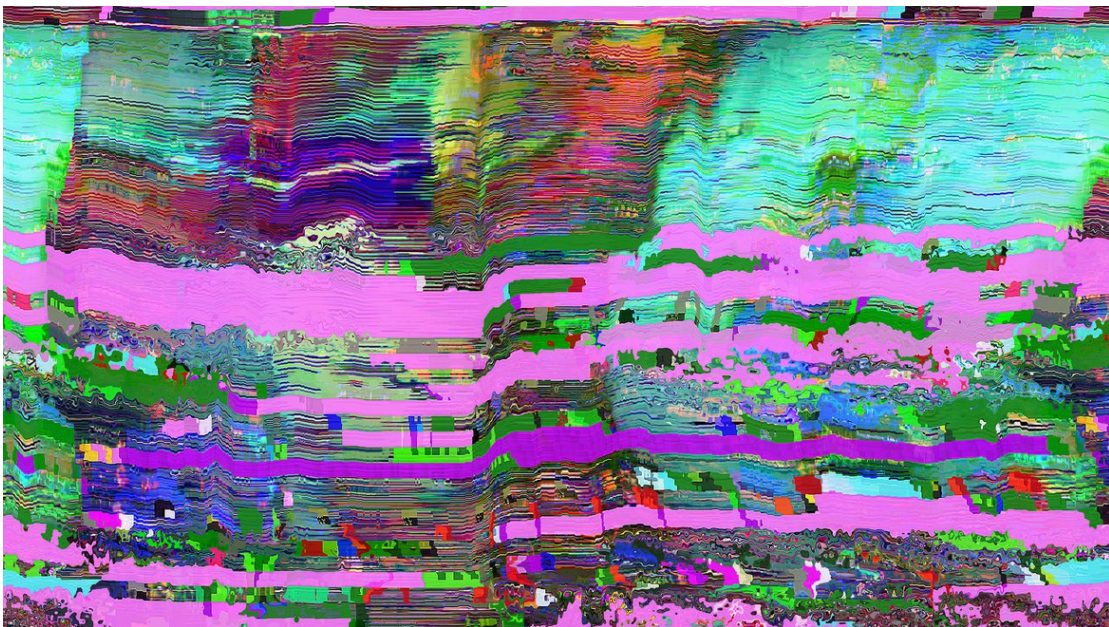


Ilustración 7: Mathieu St-Pierre, *Melting Ice Cream series*. 2012

- *Circuit Bending*: Consiste en la manipulación de la máquina de forma interna, de su cableado y circuitos, con el fin de lograr nuevos efectos visuales de distorsión en la imagen.
- *Glitching* del moldeado 3D: Ha implicado un nuevo modelo de arte glitch, que consiste en la corrupción de los códigos de los programas de animación 3D.



Ilustración 8: Mark Klink (srcXor), *3D Glitches*. 2014

El Glitch Art abre algunas cuestiones sobre las nuevas tecnologías y la influencia en las relaciones personales. ¿Cuánto controlamos nuestra tecnología, y cuánto nos controla? ¿Puede la tecnología trascender la imperfección adjunta a sus creadores

humanos? ¿Qué ocurre si podemos recuperar los "errores" en nuestros ordenadores, teléfonos y cámaras y reutilizarlos como herramientas?

La esencia del *Glitch Art* es bastante simple: los seres humanos se someten a la tecnología y ejercen control sobre ella en mayor o menor medida, para producir una obra de arte que es un producto resultante tanto de la intención del creador, como de los caprichos del dispositivo. Los conflictos entre lo controlado y lo imprevisible, la destrucción y regeneración, el caos tecnológico frente al equilibrio humano, son los temas adjuntos y más tratados en este movimiento.

5.3.3- Vaporwave y Seapunk

El *Vaporwave* surgió en 2010 y se vincula al estilo musical que lleva el mismo nombre. El método de creación de este tipo de música consistía en un proceso de apropiación de fragmentos musicales de *samplers* de temas pop, jazz o música ambiental suave de la década de los 80 y 90, y de su posterior remezcla y edición, ralentizando la música o dándole un aspecto decadente como contraste a la música realizada en los 80.

Como movimiento visual, la imaginería asociada al *Vaporwave* incluye un remix de varios elementos o formas artísticas junto con elementos visuales de las primeras webs de la red: iconografía en referencia a lo exótico, *Glitch Art*, esculturas renacentistas, diseño web de los 90, *renders* creados por ordenador, decoración de grandes almacenes y hoteles de lujo, imágenes de marcas comerciales, grabaciones con marcas de las bandas magnéticas de los VHS y estética *Cyberpunk*. El uso de caracteres japoneses y otros sistemas de escritura no occidentales también son prominentes en este movimiento.

Todos estos elementos mencionados, se combinan con las imágenes a modo de *pastiche*, donde se mezclan texturas, calidades de imagen, colores... creando imágenes absurdas, frías con una falsa preciosidad emocional, con las que se pretende una simple exposición de elementos para crear un impacto visual en el espectador.



Ilustración 9: Zanecoco, *Vaporwave background*

Aunque una buena parte del *Vaporwave* se centra en la nostalgia de los años 80 y 90, simplemente intenta crear un aspecto hipnótico suave, un tono idílico emocional. Por otro lado tenemos su fin: la gran parte de este movimiento y su estética persiguen la crítica al estilo Warhol de la sociedad consumista a través de una separación de los productos y su comercialización.

El *Vaporwave* en sus dos vertientes existe esencialmente en la red. Las canciones generadas y el contenido visual están pensados para distribuirse solamente de forma online.

Este movimiento resulta esclarecedor para entender Internet como punto de partida para la creación a partir de imágenes apropiadas y preexistentes, y como método de distribución y viralización.²¹

El *Seapunk*, por otro lado, se originó a través de la red social *Tumblr* en 2011. Apareció como subcultura, tendencia de moda y música con imaginaria, y cultura visual asociada a la moda acuática, el arte en 3D y la iconografía popular de los años 90. También originó un subgénero de música electrónica, mezclando elementos de la música pop, hip hop y R&B de los años 90.

En diciembre del mismo año de su surgimiento como subcultura, la revista *Cluster Mag* la definió como un fenómeno basado en Internet, surgido de los universos de las redes sociales *Tumblr* y *Twitter*, con una estética influenciada por temas, seres, objetos y cosas oceánicas proveniente del mar, al que luego se pone en contacto con elementos absurdos de la sociedad actual.

En cuanto a la cultura visual, es parecida a la del *Vaporwave*. Las imágenes destellan colores de neón, con formas geométricas flotando en fondos de agua de colores azul o verde brillante, todo acompañado de etiquetas con *hashtags* propias de las redes sociales de las que surgen, junto con formas en 3D.

21 PORCAR LLUCH, Andreu. Íbid 23

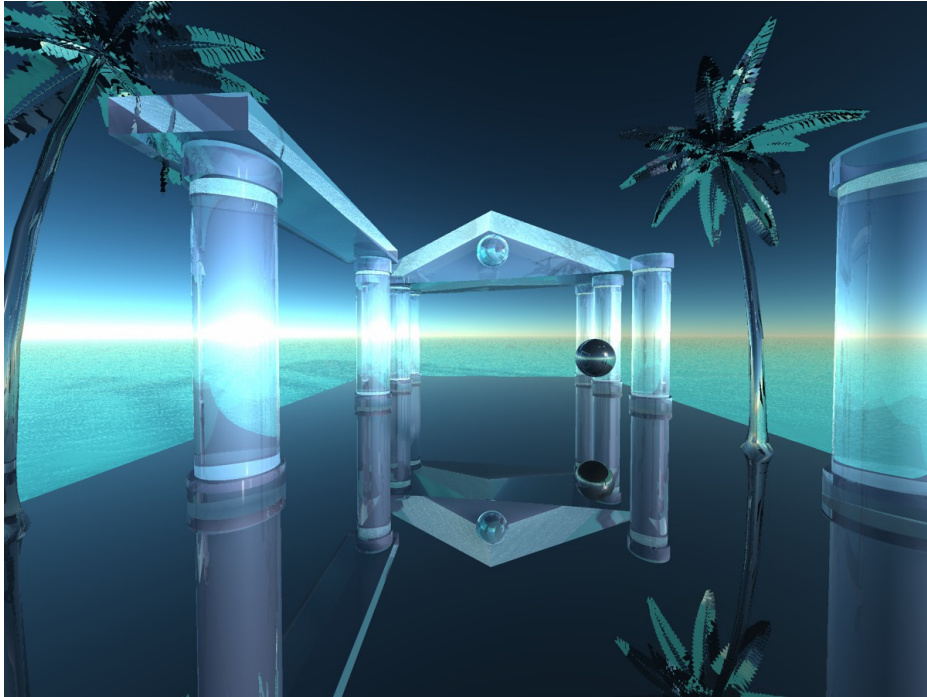


Ilustración 10: Kevin Heckart, *art15*. 2015

En resumen, estos dos movimientos, al igual que muchos de los estilos surgidos en las plataformas y redes sociales de Internet en los últimos años, son subgéneros del *Net Art*. Obras de arte que exploran la especificidad del medio en el que se encuentran, donde la comunicación y la interacción con el usuario, demuestran la capacidad de su creador para crear imágenes con complejas estructuras que aúnan textos, imágenes y sonidos. Todas ellas son obras que explotan la red como medio de creación y exposición.

5.3.4.- Health goth y Sport Aesthetics

El *Health Goth* y el *Sports Aesthetics* como movimiento visual, giran entorno a todo el cúmulo de imágenes que circulaban en Tumblr relacionadas con ropa deportiva blanca y negra, *Net.art*, anuncios de marcas deportivas o extremidades biónicas. Imágenes que se comparten en Internet y se centran en aspectos como lo artificial o lo sintético.

Estas imágenes que circulaban por Tumblr se acabaron recogiendo en una página de Facebook que llevaba el mismo nombre que esta tendencia, donde se posteaban imágenes ya existentes junto a imágenes creadas por los propios usuarios con esta estética que evidenciaba el interés del culto al cuerpo, la fetichización de la ropa, o los espacios virtuales creados por ordenador.

Si hay algo que comparten el *Vaporwave* y el *Health Goth*, junto con muchas otras tendencias similares surgidas en la red en los últimos años, es su fijación por la estética del capitalismo, los mecanismos del mercado en general o la asimilación de lo publicitario. Es recurrente el uso de marcas comerciales: su apropiación, yuxtaposición, modificación o mezcla de ellas como una manera de subvertir la imagen de marca al alterarlas o contraponerlas a otras en una misma imagen.



Ilustración 11: Nike Health Goth (Anónimo)

Estas dos tendencias que hemos mencionado (ya que cada vez y en mas poco tiempo, existen mas y no podemos centrarnos en el desarrollo de todas ellas), sirven de ejemplo para un aspecto que se ha vuelto cotidiano entre los usuarios de las redes y contextos que hemos mencionado:

“Las redes de intercambio de imágenes han 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.”²²

En este fragmento, Porcar comenta precisamente lo que desarrollábamos anteriormente cuando hablábamos del usuario prosumidor. En las nuevas tendencias artísticas ya no importa quien es el creador de la obra, sino la calidad estética de la imagen creada y la viralización que llega a tener.

22 PORCAR LLUCH, Andreu. Íbid 25

5.3.5.- Post Internet

“En cualquiera de los casos, “la concepción” del *Post Internet*, no se refiere a un tiempo “después” de Internet, sino más bien a un “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.”²³

Muchas veces, las obras surgidas del ámbito digital (desde el *Net.Art* hasta la generación *Post Internet*), adoptan los códigos de la red como algo natural y completamente interiorizado, ya que los artistas son nativos digitales.

Memes, chistes, referencias a la interfaz (al *software*), capturas de *Google Maps* y todo tipo de imágenes apropiadas son algunos ejemplos de como los artistas trasladan la actitud burlona de la red a su trabajo.

Las temáticas que giran en torno a las obras *Post Internet*, son sobre todo referencias a las posibilidades que ofrece el medio digital a la hora de trasladarnos a otros lugares sin moverse del asiento (las posibilidades de percepción que ofrecen plataformas como *Google Street View* o *Google Maps*), el acceso a la información desde cualquier parte, la globalización y la postculturalidad.

23 ULLENS Center of Contemporary Art Beijing, Art Post-Internet [Catálogo]

También aspectos como la autoreferencialidad o hiperrealidad son recurrentes. 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, la modificación del cuerpo o cirugía.

Incluso nos encontramos con preocupaciones temáticas similares a las que veíamos en las obras de *Vaporwave* o *Health Goth*. Pero el principal interés común de estos artistas, es la circulación y explotación de la información en línea.

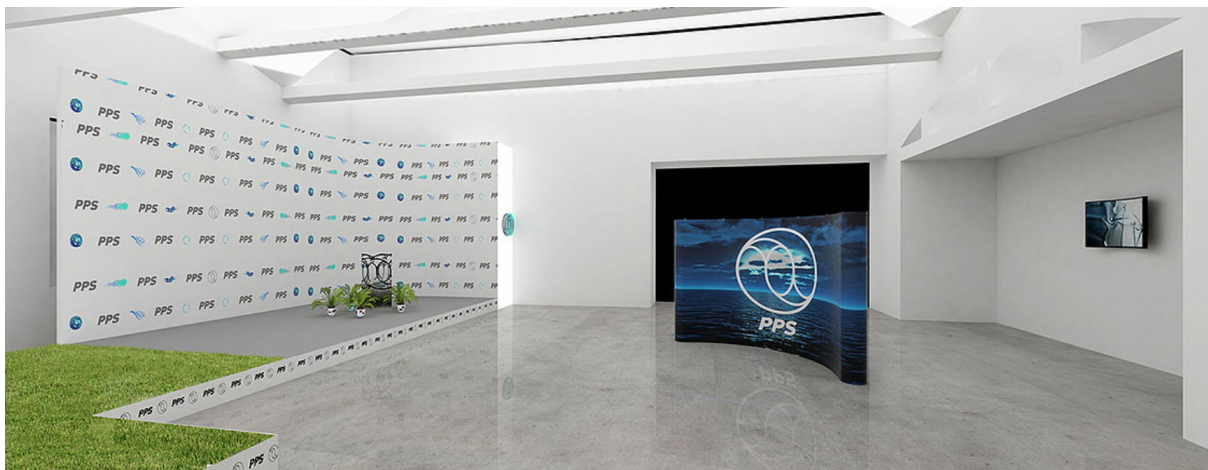


Ilustración 12: PPS, *#Hyperfriendly*, 2016. Render de instalación.

Como consecuencia de la necesidad de difusión en web, los artistas han pasado a pensar en sus obras de forma alterada, y mucho más condicionada por cómo la imagen se ve en el contexto digital, que en cómo funciona en el espacio físico.

En general es lo que McHugh ha denominado como "presencia en la web perforada": el artista no se limita a la creación de las obras, sino en la forma en la que se exhiben en la red, la forma en la que comunica sus obras y su difusión en las redes.

En este ámbito se pierde la importancia de la obra como objeto físico, pero crece la importancia de la documentación y su presencia en la web. En general, la nueva relación entre obra y documentación, pasa a ser para estos artistas, parte fundamental para la concepción de la obra.

"Me resulta interesante cuando artistas que habitan el espacio online sin esfuerzo, ponen su esfuerzo en manufacturar 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 una estructura física, duración, historia. Tal vez, para reclamar algún aura para sí mismos"²⁴

6.- FORMAS DE EXPOSICIÓN

Según el ICOM (International Council Of Museums), "un museo es una institución permanente, sin fines de lucro, al servicio de la sociedad y abierta al público, que adquiere, conserva, estudia, expone y difunde el patrimonio material e inmaterial de la humanidad y su ambiente con fines de estudio, educación y recreo."²⁵

Con la llegada de las nuevas tecnologías de la información y la comunicación (TIC), se han abierto posibilidades a la hora de entender el espacio museístico. Éste, antes concebido como un lugar elitista, deja de perder su sentido solemne al acercarse a través de las herramientas tecnológicas, el espacio expositivo a la accesibilidad de todo el mundo, y no solo esto, sino que además este acercamiento lo podemos realizar desde un espacio tan cotidiano como nuestro salón o una clase en una escuela.

La sociedad actual, que se caracteriza por ser una sociedad digital en la que gracias al desarrollo de Internet ha dejado de tener barreras geográficas, consigue crear comunidades en las que sus integrantes comparten información y conocimientos. Una gran base de datos a la que podemos acceder desde cualquier lugar del planeta, en cualquier momento del día, solamente conectándonos a la red.

Gracias a estos hechos, convivimos en un espacio en el que existen tanto museos de estilo tradicional junto a espacios inmatrimales de los museos virtuales. Es evidente entonces, que las nuevas tecnologías están transformando el espacio expositivo a la vez que generan nuevas formas de creación artística.

25 Estatutos del ICOM adoptados por la 22ª Asamblea general en Viena (Austria) el 24 de agosto de 2007

La aparición de Internet y su interrupción en el ámbito cultural, ha ayudado a propiciar este cambio. Así nos encontramos con que los espacios museísticos y expositivos, ya no se limitan a existir solo en el espacio físico, sino que han llegado al espacio virtual, y estos dos ámbitos han llegado a convivir y a complementarse a la perfección.²⁶

Un museo virtual, es una entidad digital, un producto de comunicación virtual hecho accesible para el público. Éste se basa en las características de un museo, centrándose en la reproducción del patrimonio material e inmaterial (o actuar de forma independiente con el contenido añadido), con el fin de mejorar, complementar y aumentar la experiencia del museo a través de la interactividad, personalización y riqueza en los contenidos. Generalmente, la inmersión es utilizada para proporcionar un disfrute en la experiencia del visitante y con propósito de favorecer a la educación. Los museos virtuales existen solamente en línea, y son denominados como museos digitales, cibernéticos o museos web. Al mismo tiempo, mantendrán la misión de un museo tradicional: estará comprometido con el acceso público a todo su contenido y a los sistemas de conocimiento incorporados en las colecciones, la organización y la exposición coherente, así como la preservación y la investigación de las obras a largo plazo.²⁷

Una de las características a explotar en los nuevos medios de exposición digitales, es la temporalidad. Mientras que en la forma tradicional a la hora de programar una exhibición hay que tener en cuenta el tiempo que va a durar ya sea para programar otras exposiciones, tener en cuenta el personal a contratar, calcular las campañas publicitarias, etc; nos encontramos con la ventaja que esto supone cuando se realiza una exposición en el mundo virtual y en las plataformas digitales.

Al no estar tratando con un espacio físico convencional, las obras pueden permanecer en exposición durante tiempo ilimitado. Incluso, si nuestro espacio

26 HERNÁNDEZ, Mari Carmen. El museo ¿Sin museo?: El arte digital en el museo virtual. Nuevos recursos para la Educación Artística. p56

27 PESCARÍN, Sofía. *Museums and virtual museums in Europe: reaching expectation* p134

virtual no tiene paredes físicas, podemos ir añadiendo obras a nuestro entorno hasta formar un verdadero museo de arte digital inacabado en exposición.

Con la forma de exponer tradicional, nos veíamos obligados a dividir las muestras artísticas, según la temporalidad entre:

- Exposiciones permanentes: Se conciben para permanecer un tiempo indefinido en una sala, con modificaciones mínimas en su formato (actualización de diseño, aumento de obras a la colección, préstamo de obra a otras entidades)
- Exposiciones temporales: Tienen una duración limitada, y ésta dependerá del resto de programación del espacio expositivo.

Cuando pasamos al formato digital, podremos optar por seguir usando esta división de exhibiciones, pero con la ventaja de jugar con diversas áreas dentro de la misma entidad, creando diferentes espacios expositivos sin tener que eliminar la exposición que se encuentra en curso.

Incluso con las exposiciones digitales, conseguimos transcender los límites geográficos. Todas las exposiciones albergadas en la red podrían considerarse itinerantes, al poder acceder a su visita desde cualquier parte del mundo. Hoy en día ya no podemos considerar a los museos virtuales, simples duplicas de los museos tradicionales, así como tampoco pueden quedar reducidos a ser museos en línea. Desde su aparición y en su evolución, sus sistemas de comunicación se han vuelto más complejos, han sido conectados con narrativas, interacción e inmersiones en escenarios 3D.²⁸

28 PESCARÍN. *Íbid* p134

6.1.- LAS VISITAS DIGITALES

En el siglo XX, dos figuras emblemáticas francesas, idearon dos propuestas que más tarde desembocarían en la concepción y el imaginario que tenemos hoy en día de los museos virtuales. Por un lado, encontramos la idea de la creación de un museo transportable en un maletín con reproducciones de obras artísticas en miniatura que propuso el artista Marcel Duchamp, y por otro lado el museo imaginario de André Malraux, un museo sin paredes ni muros, en el que cada persona según su subjetividad, podía crear su propio museo sin más propuesta expositiva que la de escoger las obras que a uno más le gusten.



Ilustración 13: Marcel Duchamp, *Box in a Valise*. 1935-41



Ilustración 14: André Malraux en El museo imaginario. 1947

El museo o visita virtual, combina la característica de la *movilidad* y la *portabilidad* que tanto Duchamp como Malraux proponían con sus dos museos, junto con la *inmaterialidad* física, al encontrar este museo solamente en la red.

El museo o galería virtual ha ido evolucionando desde su concepción y creación en el año 1995, y aunque aún sigue presentando debates sobre su utilización e interpretaciones, muchas son las instituciones que han acabado optando por la explotación de este nuevo medio de difusión, ya que han visto el potencial de esta

herramienta para divulgar y promocionar el patrimonio a parte de la forma tradicional. Esta plataforma funciona como un contenedor inmaterial alojado en el ámbito telemático de Internet, y muestra la colección de la institución las veinticuatro horas del día²⁹, siete días a la semana.

La característica principal de los museos y visitas virtuales, es la interactividad, ya que estas plataformas no son funcionales sin la participación del usuario que navega por sus enlaces, visitando de esta manera la colección o incluso las instalaciones del museo o galería.

Las visitas virtuales suponen una puesta en valor y de accesibilidad a los espacios museísticos y expositivos. Gracias a las herramientas de digitalización y las aplicaciones desarrolladas, se pueden realizar recorridos por los más importantes museos del mundo, pasear por sus pasillos y detenernos el tiempo necesario para observar hasta los detalles más pequeños y curiosos de las obras artísticas más emblemáticas, a la vez que conocemos mas información sobre la obra y el artista.

De esta forma, se combina el aspecto divulgativo y didáctico con la comodidad de disfrutar de las obras desde el confort de nuestra habitación o en cualquier otro ámbito privado, sin tener que salir de casa.

Encontramos una división de museos virtuales según la clasificación de sus contenidos. Según esto podemos encontrar: museos que exponen arte no digital, y museos que exponen obras de arte digital.

Los primeros, se ciñen a recrear el museo real en una duplica en la web. Se trata de una reproducción de su espacio físico real, con todos los elementos que encontramos en su interior: pasillos, instalaciones, obras artísticas. Así pues, como internautas, cuando accedemos a estas páginas somos capaces de movernos por todo el museo como si lo estuviésemos haciendo allí mismo, con la única diferencia

²⁹ HERNÁNDEZ, Mari Carmen. El museo ¿Sin museo?: El arte digital en el museo virtual. Nuevos recursos para la Educación Artística p57

que seguramente lo estaremos haciendo sin movernos de la silla en nuestra casa. En esta categoría encontramos museos como el Louvre, el MoMA, el Museo del Prado o el British Museum, entre otros, pertenecientes al proyecto impulsado por el Google Arts & Culture.

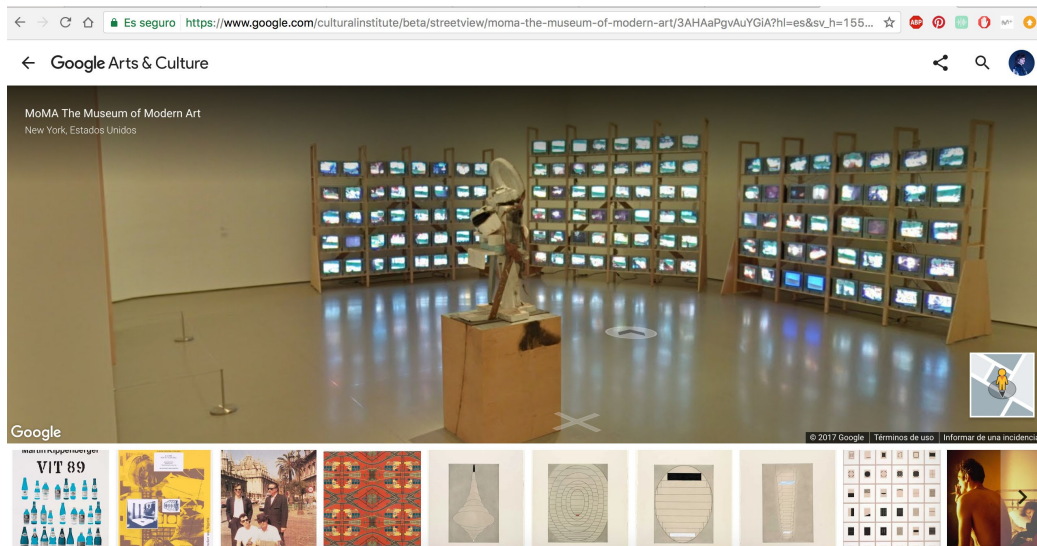


Ilustración 15: Visita virtual de una sala del MoMA. Google Arts & Culture (Captura de pantalla)

Por otro lado encontramos los museos que exponen obras de arte digital. Estos museos, se encuentran alojados en el medio por naturaleza del arte digital: en Internet. Al tratarse de un movimiento artístico no coleccionable, y debido a su difícil catalogación, el hecho de recrear un espacio museístico para estas obras supone la utilización de elementos tecnológicos específicos para su exhibición.³⁰ En esta categoría encontramos galerías de arte como la DAM gallery, del artista y galerista Wolf Lieser, o museos como el Adobe Museum of Digital Media, creado por la conocida empresa de editores multimedia Adobe, que proponía ser un museo innovador donde exponer y conservar las obras de arte que se han creado gracias a los medios que ofrecen sus productos de edición.

30 HERNÁNDEZ, *Íbid* p58

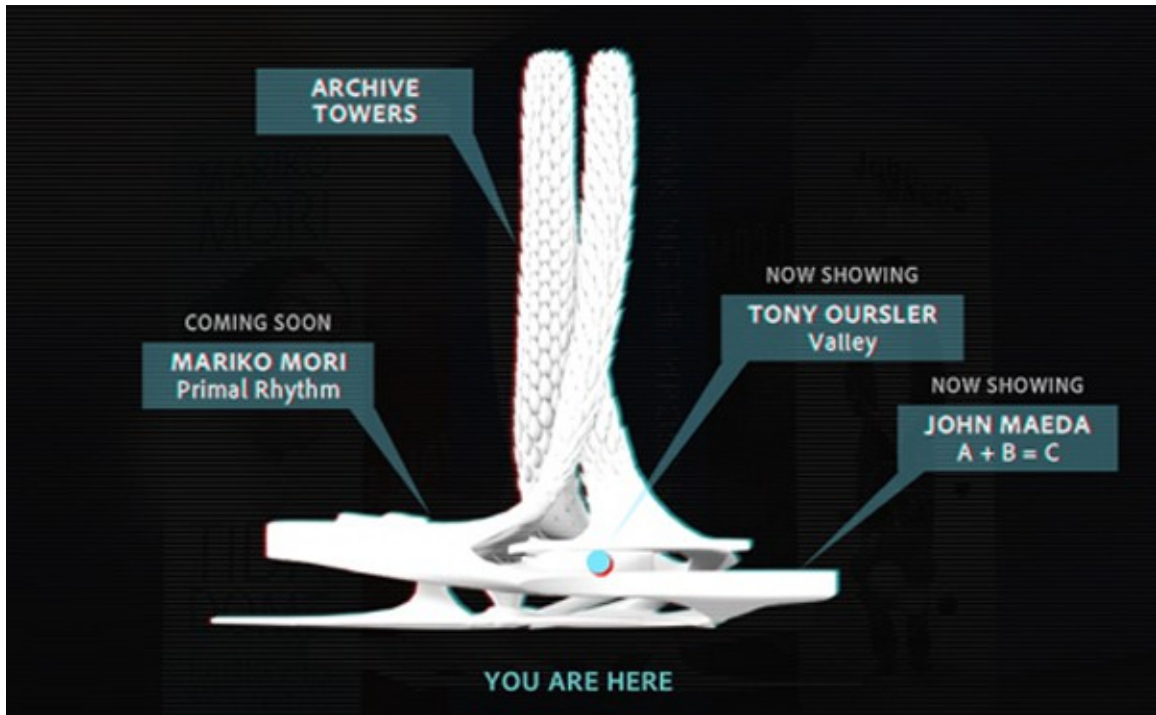


Ilustración 16: Adobe Museum of Digital Media



Ilustración 17: Adobe Museum of Digital Media, página de selección de exposiciones a visitar

También la Galería Virtual de la Universitat Pompeu Fabra, en la que se desarrollaban investigaciones en torno al ámbito de la Realidad Virtual. Pasando por la llamada Net Art Anthology, creada por el grupo Rhizome.org, una institución artística que en sus inicios se dedicó a archivar los trabajos procedentes de los nuevos medios tecnológicos, y que hoy en día siguiendo con el cometido de sus orígenes. Ha creado esta página que recoge trabajos de ámbito artístico del Net.art y que alberga los enlaces a los trabajos más importantes de este movimiento, a los que podemos acceder haciendo clic en los enlaces cronológicamente ordenados por capítulos.

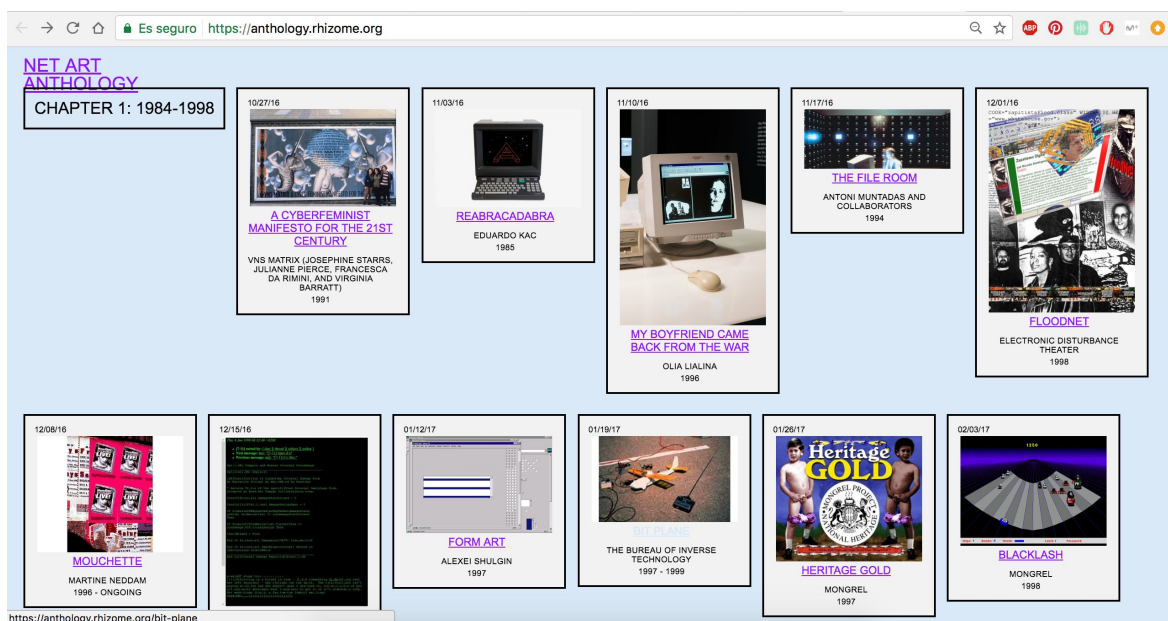


Ilustración 18: Net Art Anthology (Captura de pantalla)

Aunque nos encontramos con el hecho de que muchas de estas páginas se encuentran actualmente fuera de servicio, puede que por el cese de actividad o falta de interés en seguir investigando en el sector del arte digital, puede que tenga que ver con el desarrollo de las nuevas tecnologías que haya implicado el quedarse atrás en el desarrollo de la web, o incluso con el desinterés por parte de los internautas a perderse entre estas páginas especializadas.

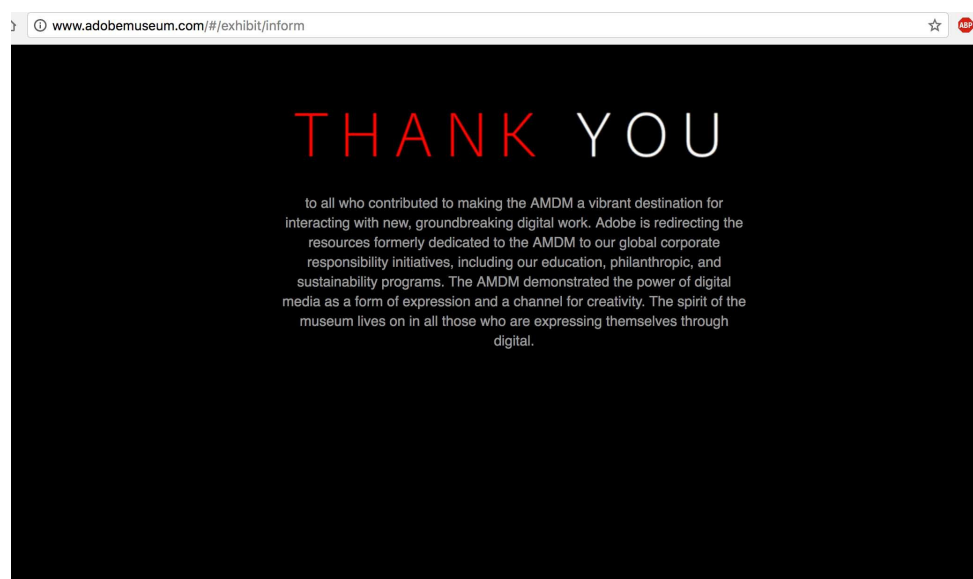


Ilustración 19: Estado actual de la página del Adobe Museum of Digital Media, actualmente sin actividad

Como venimos repitiendo desde el inicio de este trabajo, las características que han de tener los lugares de exposición de las obras de arte digital, tienen que tener las mismas características que estas obras, para poder disfrutar de ellas en su totalidad.

La interactividad ha de ser la característica más importante a tener en cuenta. La participación que el público realiza al navegar en este museo sin acceso físico,

propone un diálogo entre el usuario y los contenidos de la página, es el método para conseguir que el público se involucre con los contenidos a su propio ritmo.

Pero en un entorno virtual en el que no es necesario moverse físicamente de una sala a otra, ¿porqué este afán de recrear un espacio para convencer al espectador de que no está viendo solo una simple web sentado delante del ordenador en su casa, cuando si lo está? Si se pretende ser un museo innovador en cuanto al formato de exhibición de arte digital, sería mejor explorar las nuevas formas de plantear una exposición y su visita.

La interactividad es el primer paso a dar para conseguir un cambio y un desarrollo en la concepción de la museografía, como bien expone Mari Carmen Hernández en su texto *El museo ¿sin museo? el arte digital en el museo virtual:*

“La llegada de las nuevas tecnologías como medio de comunicación viene a alterar totalmente las “reglas” tradicionales, otorgando más valor al rol desempeñado por el usuario. Es ese componente, ese entorno humano, que pasa ahora a desempeñar un papel de primera magnitud en la concepción y desarrollo de la estrategia y de la actividad museística, uno de los factores evolutivos que mejor distingue a los museos incorporados a la Internet.”³¹

Otra de las características a tener en cuenta para el acercamiento de las experiencias artísticas de forma virtual a los espectadores, es que la conectividad que implican estos museos y galerías, hacen que las obras de los artistas logren ser vistas por un mayor número de personas alrededor del mundo.

31 HERNÁNDEZ, *Íbid* p60

Cualquier persona con acceso a Internet es capaz de ser visitante de la exposición, ser crítico o coleccionista de arte. Entendemos que la interacción física con la obra es insustituible pero con la posibilidad de exploración de la obra a través de Internet, se consiguen acortar las distancias y abrir nuevas visiones artísticas y culturales de distintos lugares en el mundo.³²

32 SUBIRATS, Roger. *Galerías virtuales de arte online*.

6.2.- PLATAFORMAS EXPOSITIVAS EN LA RED

Como acabamos de mencionar, ¿por qué ese interés en recrear un espacio físico si no tenemos la necesidad de recorrerlo en persona? ¿No sería mejor el utilizar las herramientas que ofrecen los medios digitales para recrear el mejor lugar de exposición para este tipo de obras?

Muchos jóvenes artistas encuentran que el Arte Digital es su segunda naturaleza. Viven bañados por las imágenes de las redes sociales y sin darse cuenta, consumen más arte de este medio de lo que piensan.

Muchos de estos jóvenes acaban por unirse de forma online unos con otros para llegar a crear plataformas, galerías y museos de realidad virtual donde el mundo físico y el digital, acaban cada vez más entrelazados.

Nicole Ruggiero y Troy Ford, son artistas nacidos en este ámbito digital y a la vez son los administradores del museo virtual *MOVA* (Museum Of Virtual Art). En una entrevista realizada por el magazine digital *Vice*, les preguntaron por cuestiones relacionadas con el medio tecnológico, las redes sociales y el Arte Digital. Ella trabaja y se inspira en las estéticas de los años 90, el *Vaporwave* o el *Seapunk*, mientras él toma como antecedentes los referentes visuales de los años 70 y 80 y temas como las drogas psicodélicas, el *Glitch Art* y el ocultismo.

Como la mayoría de los jóvenes nacidos en las últimas décadas, siempre estuvieron en contacto con las herramientas digitales: tabletas de diseño, *Photoshop*, la fotografía digital, Internet...y con todo esto, descubrieron los movimientos artísticos que surgieron alrededor de este nuevo mundo tecnológico y empezaron a desarrollar un sentido de comunidad alrededor de las cuestiones y planteamientos del Arte Digital.

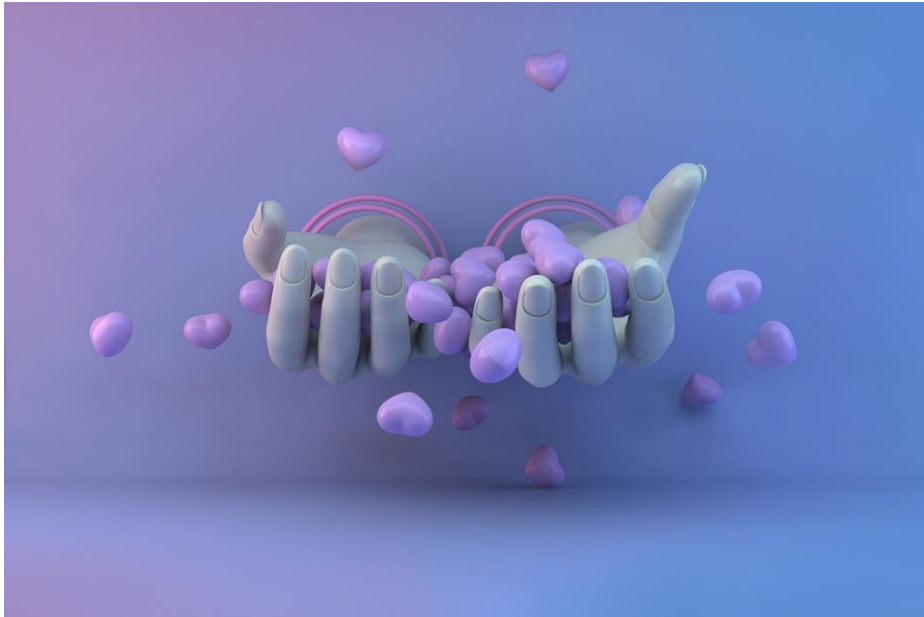


Ilustración 20: Nicole Ruggiero, *Things Are in Flux All I Need Is Your Love*

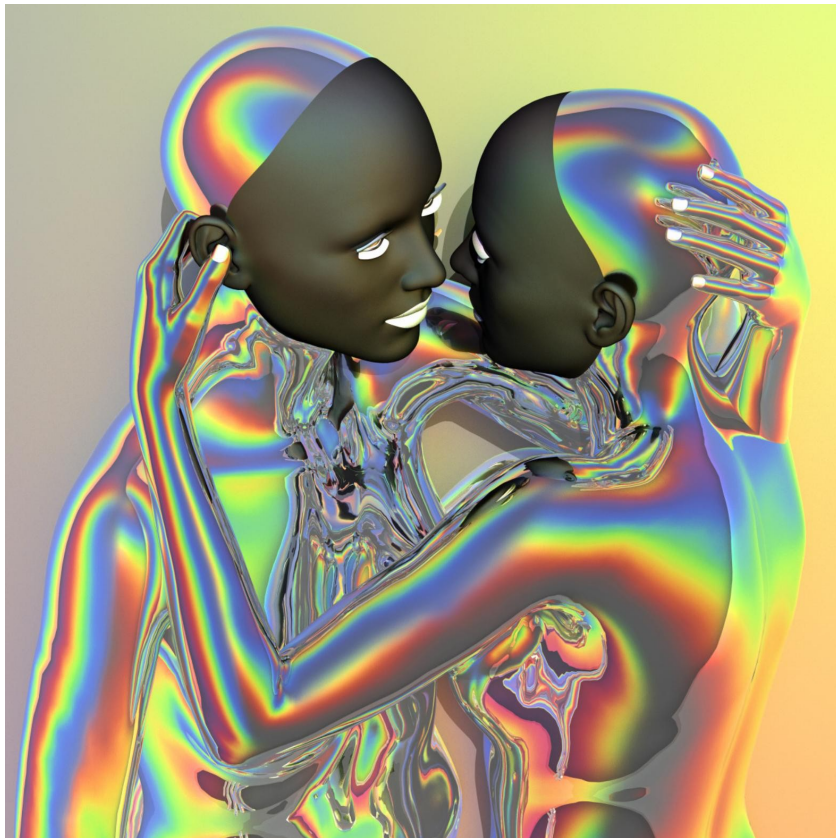


Ilustración 21: Troy Ford, *Everyone Will Be Afraid of You*

Son totalmente partidarios de los medios digitales, defienden el hecho de que sin la comunicación a través de Internet y la interconexión que esto implica, nunca podrían haberse puesto en contacto para conocer a otros artistas que trabajan con el Arte Digital, para potenciar sus influencias y referentes visuales y crecer como artistas.

Para ellos, Internet es el mejor medio para exponer la creatividad de uno mismo, ya que lo que somos de forma online, es un reflejo de lo que somos en la vida real, pero sin las limitaciones físicas que tenemos en este plano.

Como venimos comentando anteriormente, las galerías virtuales ofrecen algo diferente de lo que ofrecen los medios tradicionales. Ofrecen una nueva forma de experimentar el arte, ya que incluso los colores, la forma o la manera en la cual se expondrían las obras digitales creadas, no son los mismos cuando los llevas al formato tradicional (nos referimos a formato tradicional cuando hablamos de impresiones, reproducciones en vídeo en televisores u otras formas de mostrar las obras digitales en exposición), que visualizadas en el medio digital, que es para el que han sido creadas en un primer momento.

Que existan galerías y museos donde se muestre el arte digital de forma online, no significa que tenga que estar reñido con los espacios de exposición físicos. Internet ha supuesto una herramienta más para que los museos, galerías o artistas, puedan por cuenta propia, mostrar sus exposiciones y hacer que incremente el público que las visita.

Los museos digitales como el MOVA, hacen que todo aquel que tenga una conexión a Internet pueda visitarlas y disfrutar de ellas, además de convertirse en otra forma más amena de experimentar las obras y los espacios de exposición.

6.2.1.- Páginas de artista

La página web de artista es un espacio personal, un primer escaparate, donde el usuario puede moldear a su gusto el espacio en el que muestra su obra. Se trata del primer paso hacia la profesionalización del artista, y sirve como carta de presentación para galerías y el público general.

Con el primer vistazo a la página web de un artista, podemos identificar rápidamente, cuál es su estilo y formato, gracias a la parte de la página y diseño que ha elegido para crearla.

Para la creación de este tipo de páginas, se puede optar por varias opciones. Podemos comprar un dominio y construir desde cero toda la escritura de la página web para adecuarla a nuestro gusto. Estas opciones por lo general ya implican un coste desde el momento en que se compra un dominio, más tarde el usuario se encuentra con los gastos de creación de la web (si se ve obligado a contratar a un diseñador gráfico o informático), gastos de mantenimiento etc.

Existen otros métodos para crear una página web, sin necesidad de gastos. Esto se consigue creando un espacio dentro de una plataforma en la que podemos albergar un espacio propio. Estas páginas pueden ser, entre otras, *Wordpress* o *Wix*. En estas páginas, el diseño es limitado, y se trabaja a partir de plantillas predeterminadas creadas por otros usuarios, en las que podemos modificar ciertos elementos. Si queremos más libertad de edición de la página, usualmente se ha de pagar por ello.

Durante los últimos años, hemos encontrado que no todas las páginas de artista se albergan en una página web al uso. Nos percatamos que muchos de los artistas contemporáneos más jóvenes, acaban optando por la elección de compartir su obra en redes sociales, antes de construir una página web desde cero. Esta elección,

normalmente viene dada por la facilidad de uso, los artistas están acostumbrados a la utilización de estas plataformas de forma personal, y consiguen sacar el mayor rendimiento para su utilización a nivel profesional.

Todos estos formatos expositivos son adecuados para la exposición de obra, para su muestra y difusión del trabajo entre agentes del mundo artístico, pero siempre nos veremos obligados a trabajar sobre un fondo de dos dimensiones, en el que simplemente podemos colgar imágenes o vídeos, como si se tratara de una pared blanca.

6.2.2.- *Second Life*

Second Life es un juego existente en mundo virtual ficticio, basado en la animación 3D y alojado en Internet, donde los usuarios interactúan a través de una representación icónica de ellos mismos, en un espacio cibernético parecido a la realidad, pero sin las limitaciones físicas o económicas que el mundo real posee.

Este mundo virtual, desarrollado por la compañía Linden Research, Inc., empezó a funcionar en el año 2003 siendo su año de mayor actividad en el 2010, cuando se llegaron a registrar alrededor de veinte millones de usuarios en la plataforma, teniendo actualmente un promedio de unos 38 mil personas permanentemente online.

Los residentes de esta plataforma online, usan sus avatares para relacionarse con el entorno, explorar el mundo virtual e interactuar con otros usuarios de forma individual o realizando actividades sociales grupales, así como crear y comerciar con elementos y objetos sólo existentes en este mundo digital.

Para poder realizar todas estas actividades, es necesario registrarse en el sistema, abriendo una cuenta y creando un avatar individual. Una representación gráfica personalizable, que da la opción al usuario de convertirse en la persona que desee: una encarnación paralela a la realidad, donde uno puede crearse de nuevo a sí mismo para así empezar, como el mismo juego indica, una "segunda vida".

La segunda característica, y otro de los atractivos importantes del juego, es la capacidad de creación de objetos virtuales, animaciones, texturas, gestos o ropa para los personajes; y la capacidad de realizar intercambios o comprar estas creaciones y las creaciones de otros residentes, ya que el juego tiene un sistema

económico propio, en el que se puede pagar con dólares Linden, que pueden ser convertibles a dólares americanos y por tanto, tener una validez en el mundo real.

Second Life y Linden Lab, garantizan la protección de los derechos de autor sobre las creaciones existentes en este mundo cosa que se ha traducido en que podemos encontrar una amplia actividad social, política, económica, cultural... existe un reflejo del mundo real en este espacio virtual. Así pues, en este mundo existen bancos, consultorías para empresas, embajadas, lugares de culto, partidos políticos, empresas y fábricas...pero lo que a nosotros nos interesa es toda la parte cultural que se genera en este mundo.

Pero, ¿qué tiene que ver todo esto con el arte? En Second Life existe una agitada vida cultural. Es muy común encontrarse continuamente con manifestaciones artísticas dentro del juego: exposiciones, performances, conciertos de música, proyecciones de películas...y al mismo tiempo, nos encontramos desde avatares que se comportan como artistas, hasta otros que dirigen galerías de arte. Cada vez más son los artistas que eligen explorar las posibilidades y explotar los medios que este juego brinda, y lo que el mundo digital les ofrece.

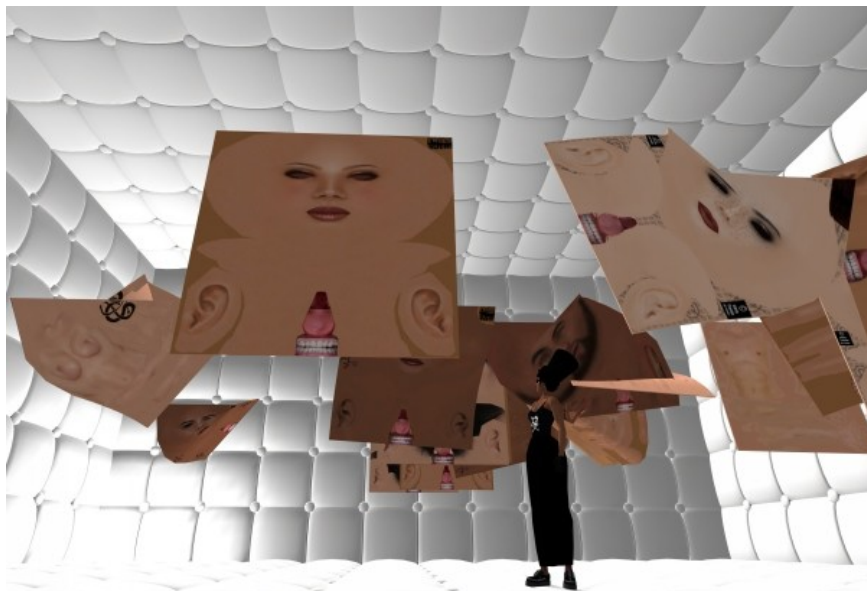


Ilustración 22: Gazira Babeli, *Save your skin*, 2007. Captura de pantalla

De esto último es de lo que los artistas toman más posibilidades. Con la creación de obras de arte, los artistas-usuarios exploran las posibilidades plásticas de este nuevo mundo: al tratarse de un universo digital en permanente cambio, las líneas de investigación estéticas implican una experimentación en condiciones casi siempre desconocidas.³³

Algunos creadores se dedican a trasladar al espacio virtual sus obras existentes en el mundo real. Creando así, una representación de sus obras en formato digital. Estas pueden ser desde dibujos, pinturas o fotografías escaneadas, hasta copias y simulaciones en 3D de sus esculturas. Mientras que otros se dedican a la creación de obra en este espacio, explorando las posibilidades que brinda este espacio, tal y como los primeros artistas de Arte Digital hicieron en sus inicios.

De esta forma encontramos exhibiciones y muestras que podemos entender como una ventana de visibilidad para las obras de estos artistas en otra plataforma, como si se tratara de una página de artista. Otros por el contrario, proponen intervenciones y creaciones pensadas exclusivamente para esta plataforma.

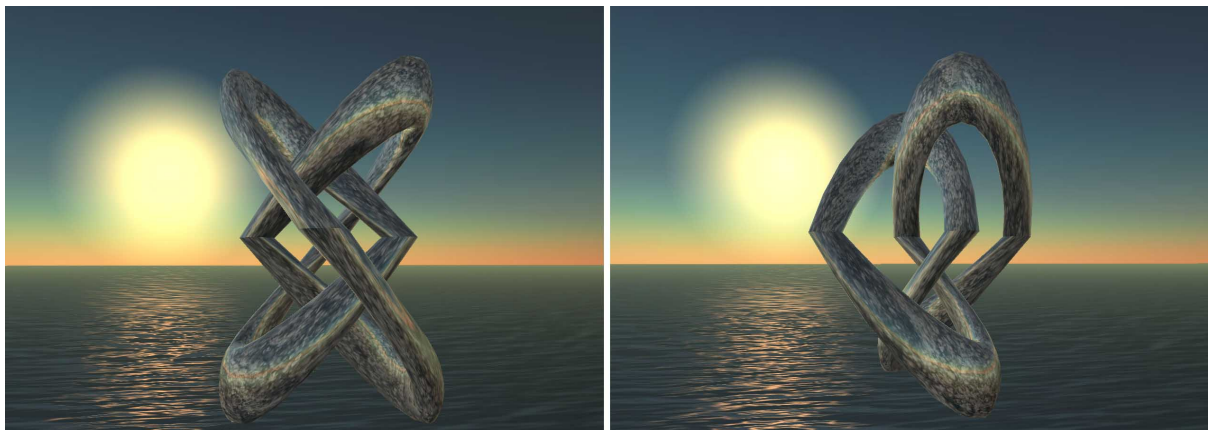


Ilustración 23: Seifert Surface. *Figure 8 Knot Embedding 3*, 2006.

33 CLARÍN SOCIEDAD. La invasión del arte en Second Life.

El mundo artístico que encontramos en Second Life, tiene muchas coincidencias con el mundo artístico del mundo real, con la diferencia de que el primero solo existe en la naturaleza del contexto virtual. Por lo que encontramos numerosas obras de arte digital que tan solo existen en este mundo.

La posibilidad de crear elementos con infinidad de posibilidades, texturas, formas imposibles, en ambientes no condicionados por las reglas del mundo físico, son las características que atraen a los artistas a crear sus obras en este metaverso.

6.2.4.- Galerías virtuales contemporáneas: MOVA e Internet Moon Gallery.

Tal y como define en su página, el MOVA es una aplicación, una plataforma que requiere de un ordenador para poder ser visualizada. El MOVA busca la experimentación de una visita museográfica diferente, busca la vivencia de contemplar una exposición comisariada sin tener que pagar o moverse del sitio, planteando las limitaciones espacio temporales y socioeconómicas típicas de las exhibiciones institucionales.

La misión del MOVA es la de abrir las posibilidades de la producción a las comunidades públicas, a la audiencia, y crear un acto de desestabilización sociocultural en el linaje que se ha sucedido en las esferas artísticas contemporáneas.

En este sentido, el comisariado de las exposiciones viene dado por el gusto y el valor que le da la audiencia: a través de una plataforma descentralizada del MOVA, una comunidad de artistas determina el resultado de la selección de obras que se exhibirán en el museo.

Los autores del MOVA, recomiendan la copia de este modelo de gestión y exposición, incentivando así una marca o prefijo que la comunidad utilizará para denominar nuevas plataformas de exhibición que cumplan con sus mismas características. El prefijo vendrá seguido por otro nombre que ayude a determinar la ubicación u otros propósitos que realicen en este nuevo museo, como por ejemplo *MOVA NY*, *MOVA 2*, etc. Esta será una manera de recordar que MOVA es un formato diseñado para ser determinado por la comunidad que lo produce.

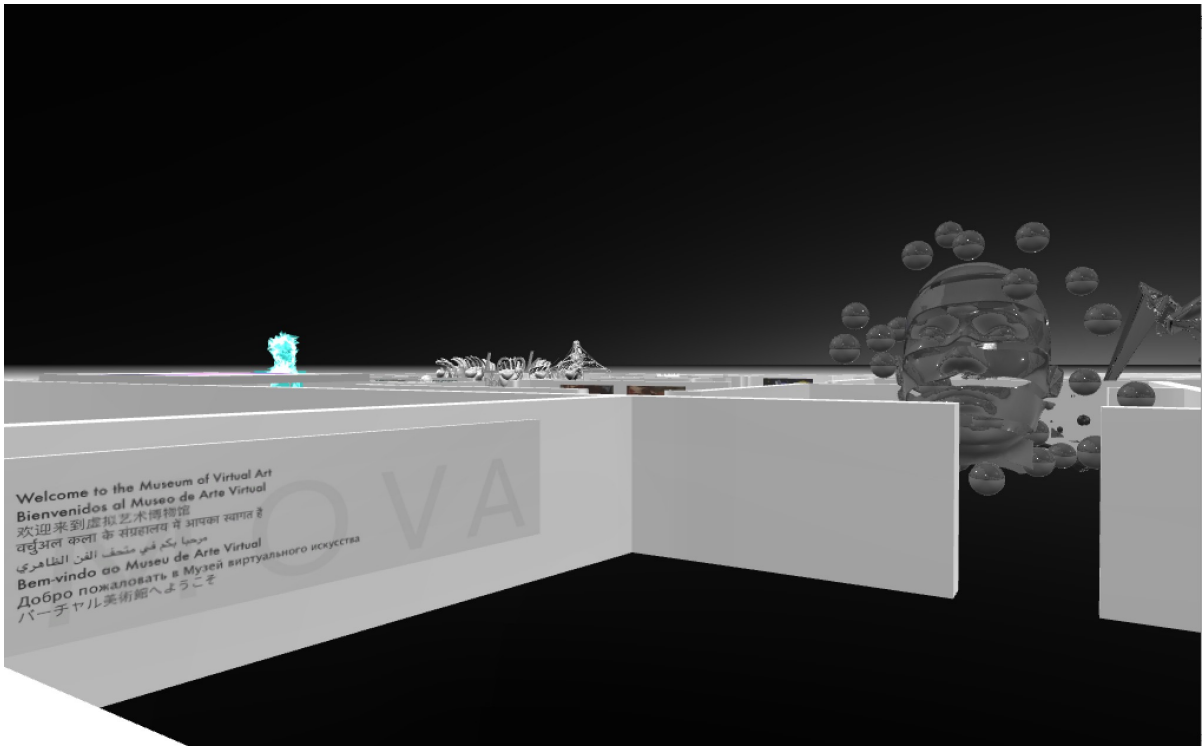
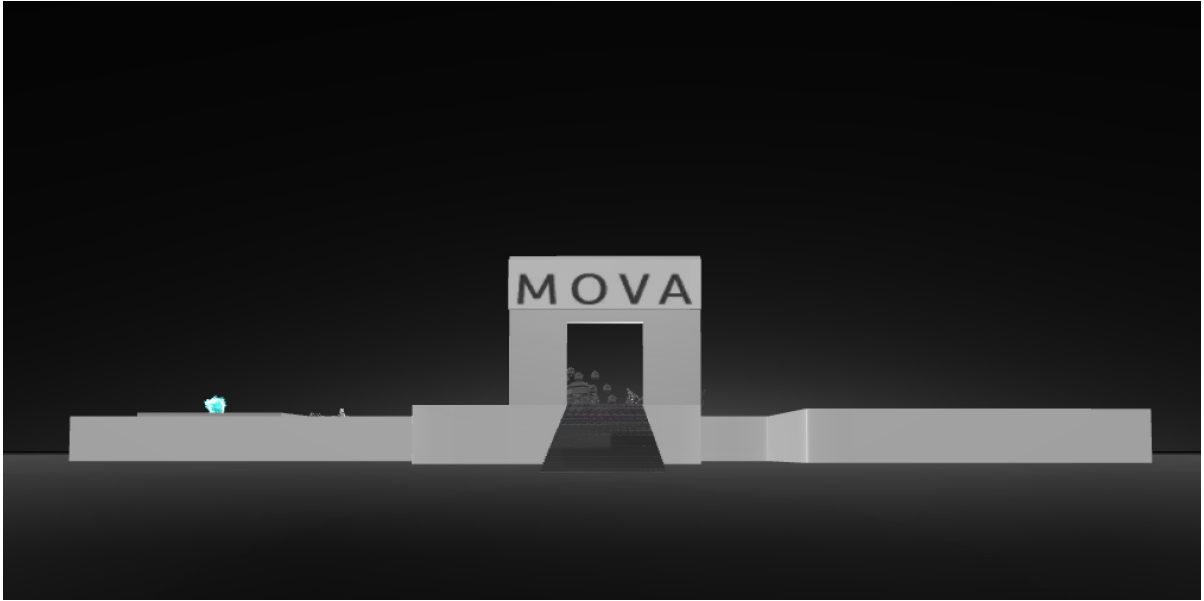


Ilustración 24: Entrada del MOVA (vistas 1 y 2)

Lo que encontramos cuando descargamos la aplicación para el ordenador del MOVA, es la apariencia de un museo como los que podemos encontrar en el mundo real: un gran espacio austero, conformado por salas y pasillos que forman recorridos y nos invitan a observar las obras que se encuentran expuestas. Podemos recorrer sus estancias en primera persona, moviéndonos mediante el uso del teclado, como en un juego de ordenador. Nos recuerda, por todas sus características, al juego anteriormente explicado, *Second Life*, con la excepción de que aquí no tenemos un avatar que se mueva por nosotros, sino que somos nosotros mismos los que lo hacemos. Se consigue de esta forma, una inmersión que en *Second Life* no se llegaba a conseguir.

Podemos movernos por el interior de las obras y pasear por sus salas y pasillos. El MOVA esta compuesto por habitaciones separadas por paredes virtuales que sirven de separación entre las obras de un artista y otro. Se trata de un museo infinito, donde se siguen añadiendo salas a medida que un artista expone su obra en el museo.

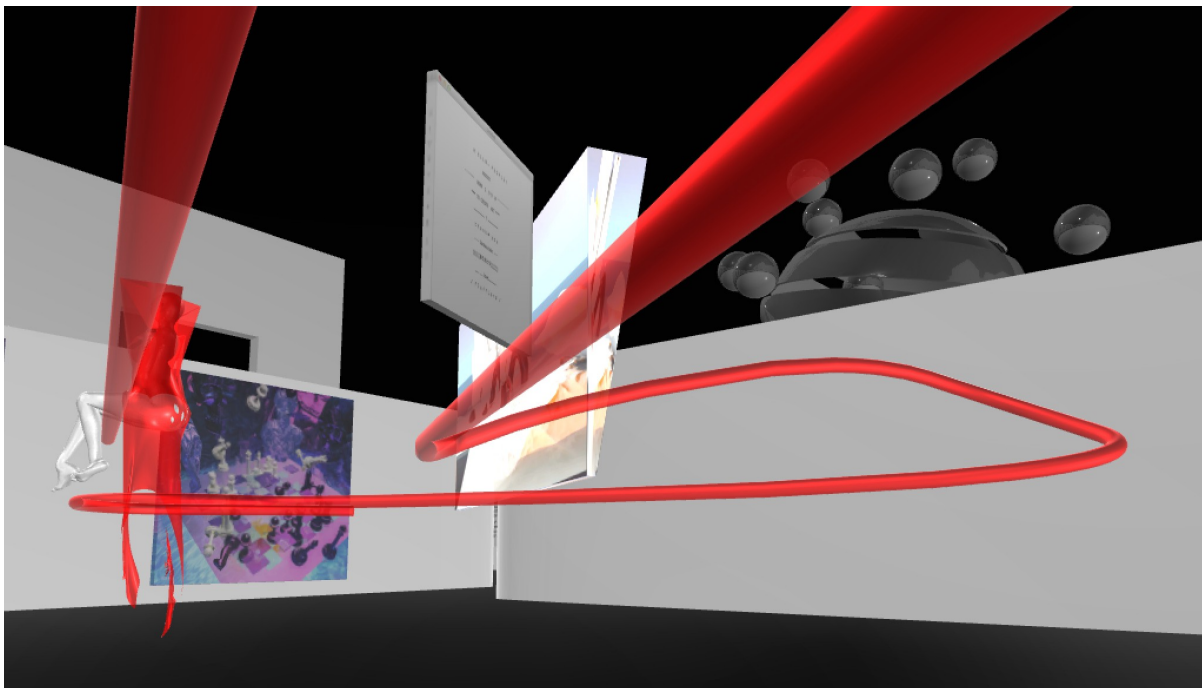


Ilustración 25: Vista interior del MOVA

Muchas de las obras que nos encontramos, aún siguen el modelo tradicional de la obra en la pared, pero con la estética de los movimientos artísticos que antes hemos mencionado, aunque nos encontramos con muchas otras que empiezan a desafiar las leyes físicas para experimentar con los límites del espacio.

Uno de los problemas que hemos detectado en este museo, es que no se nos da la información sobre el autor o el nombre de las obras, no existen las cartelas, ni tampoco ningún método por el cuál podamos averiguar esta información. También hemos detectado el hecho de que a pesar de la libertad espacial, se sigue con el modelo de un espacio expositivo real, compuesto por paredes y suelo. Aunque no exista un techo que condicione la altura de las obras que se exponen, si se condiciona la tridimensionalidad al fijar un suelo fijo por el cual se mueve el espectador.

Por otro lado, encontramos otro modelo de exposición de arte digital en la red. Hablamos de la Internet Moon Gallery.³⁴ En su página no se definen como una galería o un espacio expositivo, se describen como una obra de arte digital colaborativa alojada en la Luna (Moon). Se trata en realidad, de un espacio modulable que se aloja en la web, y alberga exposiciones de obra temporales de artistas internacionales.

Según Manuel Minch, creador y director de la galería, esta nació en el mismo Internet, y surgió de la investigación y las necesidades de los nuevos medios de comunicación. Manuel siempre ha estado interesado en las formas de representación que condicionan las piezas de arte digital: pantallas, interfaces, proyectores que limitan el tamaño de la pieza. Así pues, le surgió la necesidad de mejorar las condiciones de la exposición digital y evitar los modelos de exposición que requieren de unas traducciones de obra, que reducen su calidad.

34 Enlace al vídeo de presentación de la galería: https://www.youtube.com/watch?time_continue=63&v=-83svqWgVRU

“Las galerías de arte están arraigadas en la tradición, y por lo tanto es una manera de exhibir arte también. En cuanto al arte intangible, la mayoría de museos y galerías se han limitado a exhibir este tipo de arte a través de pantallas o proyecciones dispuestas en salas de exposición. Desde mi punto de vista, este modelo de exposición es perfectible. Mientras observamos una pieza intangible en un espacio de exposición, la primera pared que encontramos es la interfaz donde está la pieza de arte. Creo que esto causa subvaloración en el momento de percibir la pieza. No es el mismo caso que los artistas que están jugando con el espacio con el fin de generar un entorno que sirve como una interfaz física para mostrar el contenido digital en el modo correcto”³⁵

Con la web, se consigue una inmersión en aquello que se está haciendo, olvidando el marco de la pantalla y consiguiendo mostrar de forma efectiva las obras de arte digital.

El diseño de la galería, está relacionado con la luna. El calendario y las fases lunares marcan las nuevas exposiciones, siendo cada luna llena cuando se inaugura una exposición. También el diseño del espacio expositivo está relacionado con la Luna, y la vista que se nos proporciona es la de una esfera sin referencias dimensionales donde el artista puede recrear el espacio que considere o necesite para la exposición de obra, a la misma vez que a nosotros se nos proporciona la posibilidad de navegar por ella en todas las direcciones, teniendo una visión de 360° de toda la exposición y de las obras que se albergan: “Me encanta que la galería sirva como infraestructura conceptual para facilitar un entorno de construcción colaborativo en el que todo el territorio lunar se compone de las propuestas de los artistas expuestos”³⁶

35 JUDITH Engel, *Born on the Internet*, Schloss. Entrevista a Manuel Minch.

36 LEE, Rosemary. *Art on the Moon*. In conversation with Manuel Minch.

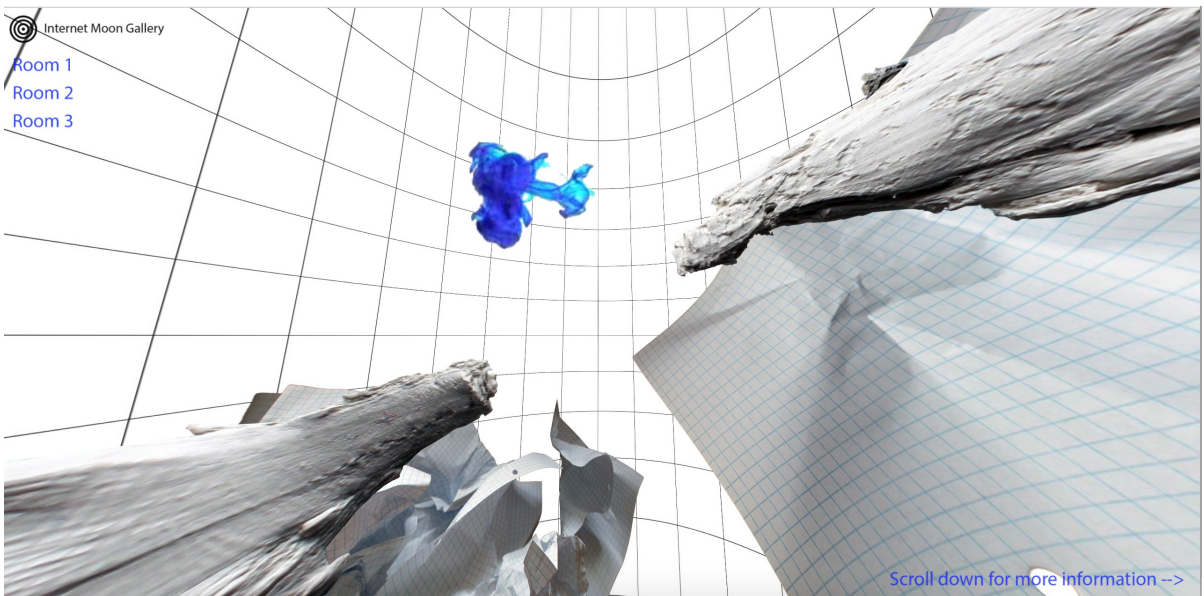
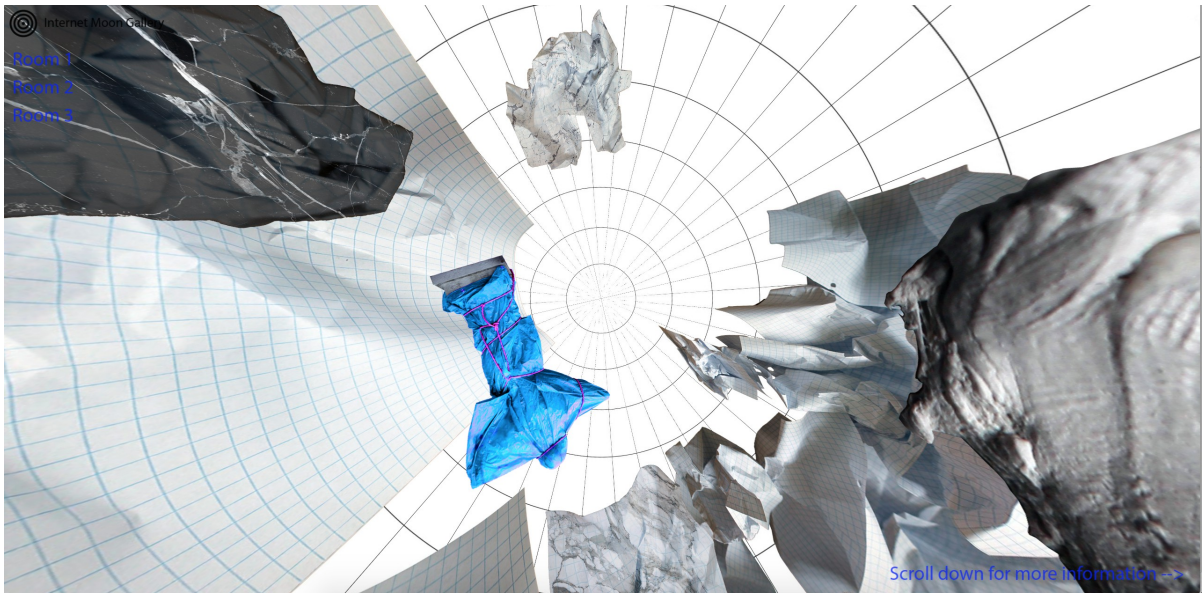


Ilustración 26: Vistas de la exposición de Rosemary Lee, *Memory Place*, en la galería Internet Moon Gallery

Este formato implica que el artista tiene una relación directa con el comisario de la exposición. Comisario y artista están comunicados durante todo el proceso de gestación de la exposición hasta la inauguración, para crear y desarrollar un entorno adecuado para el contenido que se expone. La selección de obra se realiza mediante el envío de propuestas a sus redes sociales y una posterior valoración de los trabajos: "Actualmente, todo el proyecto trata de adaptarse a las sugerencias y necesidades de los artistas implicados. Son la parte fundamental del proyecto porque su trabajo es repensar toda la galería a través de sus exposiciones."³⁷

Ambas plataformas expositivas han sido creadas y pensadas para la exposición del arte digital. Se tienen en cuenta las necesidades de los artistas para correcta exposición de este tipo de obra, y vemos como utilizan todas las herramientas que internet les ofrece, para desarrollar su actividad en la red.

37LEE, Rosemary. *Íbid.*

6.2.- LOS MEDIOS TECNOLÓGICOS EN EL ESPACIO EXPOSITIVO

Pero no solo tenemos por que disfrutar de los nuevos medios digitales en las exposiciones a través de una pantalla. Si queremos conseguir que el espectador forme de verdad parte activa en las exposiciones, existen otros medios tecnológicos que han empezado a introducirse en los museos y que consiguen este fin. Nos referimos a las exposiciones interactivas y a la realidad virtual.

Cuando hablamos de exposiciones interactivas, nos vienen a la mente ejemplos de este tipo de exposiciones en museos de historia o de ciencia, pero cada vez mas, las encontramos también en museos de todo tipo, incluso en los museos de arte.

Estas exposiciones tienen un fin educativo. A través de la experiencia, se puede recordar a mas largo tiempo el objeto que se nos está presentando. De esta forma retenemos y aprendemos de forma más fácil y duradera la información dada en la exposición. En este tipo de exhibiciones, los visitantes no solo contemplan con la vista lo que sucede a su alrededor, tienen la posibilidad de utilizar sus otros sentidos para percibir todos los objetos que en ella se encuentran.

Esta nueva tendencia tecnológica en museos, ha propiciado experiencias colaborativas, consiguiendo que la gente deje sus salas de estar y sus teléfonos de uso individual, para así sustituirlos por *tablets*, pantallas interactivas y *smartphones* consiguiendo que los individuos lleguen a mantener experiencias conjuntas y aumentando de esta forma las visitas en los museos que utilizan estos medios.

Entre los numerosos ejemplos, encontramos las actividades interactivas que se crearon para la *Gallery One* en el Museo de Arte de Cleveland, llegando a ser definido como "un espacio revolucionario dentro del mundo de los museos"³⁸.

38 PALICKY , Martin. The Future of Interactive Media: Re-Establishing Place and Community.

Strike a pose, se trata de un juego en el que se involucra al visitante a lo largo del recorrido. La gente debe pararse cada cierto tiempo delante de una pantalla para así imitar las diversas poses de las esculturas que forman la exposición. O en el juego *Make a face*, donde los usuarios hacen una mueca de cara a la pantalla de una tablet y el *software* de la misma, compara su expresión facial con las más de 189 obras que forman parte de la colección del museo, hasta que encuentra una coincidente, para después mandar la foto comparativa al correo electrónico del visitante.



Ilustración 27: Fotografía de Clara Rice. Actividad interactiva creada por JRA (Jack Rouse Associates) para el Museo de Arte de Cleveland

Si a esta interactividad le añadimos la inmersión y el movimiento espacial, obtenemos como resultado la realidad virtual.

El desarrollo acelerado de la realidad virtual que encontrábamos en el mundo del cine o los videojuegos, se está trasladando al apartado artístico y museístico. Las nuevas generaciones de artistas que están comenzando a producir obra en el ámbito de la realidad virtual, donde hunden al espectador en espacios recreados. En este punto, hemos de olvidarnos por completo la distancia contemplativa de la obra artística. En estas obras, la inmersión lo es todo.

Las obras de Arte Interactivo establecen un diálogo entre obra y espectador, de manera que las acciones de uno dan forma y afectan al otro, hasta el punto que la obra "no existe" si un espectador no interactúa con ella. Normalmente se presentan como instalación, en la que el visitante genera una entrada en la obra por medio de su presencia (detectada por sensores u otros artilugios tecnológicos). La obra crea las condiciones para su funcionamiento, pero será la acción del visitante que proporcionará un resultado único en cada interacción. Un buen ejemplo de este caso es la de la realidad virtual, donde sin la interacción del espectador que recorrer un espacio físico y virtual simultáneamente, no habría experiencia artística.³⁹

Los aparatos como el *Oculus Rift*, (un objeto parecido a unas gafas con auriculares incluidos, con un campo de visión de 110º y con mandos) o su versión más económica, *Google Cartón* (un teléfono con un *software* específico, incluido en un soporte que simula las gafas del *Oculus Rift*), usan sensores que sincronizan los movimientos realizados con la cabeza y cuerpo, con el movimiento que se genera en el espacio creado en la pantalla. Las lentes entrelazan las imágenes para crear la ilusión de profundidad, para hacernos sentir que estamos moviéndonos en ese mundo virtual que se recrea.

Para estos acontecimientos, los museos están cambiando sus presentaciones, llegando a imaginar la utilización de estos objetos para sus exposiciones. Como anteriormente hemos explicado, *Google* se ha asociado con varios museos, para recrear visitas virtuales de sus exposiciones, salas y pasillos, y están empezando a

39 EL ARTE DE LA RED. Espacio analítico dedicado al Net.Art

utilizar las gafas de realidad virtual, para presentar a los visitantes sus instalaciones, mediante un recorrido sin necesidad de desplazamiento.

Aunque este punto nos parece interesante, nos parece mas atractivo el uso de la realidad virtual dentro de las exposiciones, ya sea como obra independiente o como herramienta de educación dentro del museo. El equipo artístico de Rhizome (anteriormente mencionados) inauguraron una exposición de Arte Digital de realidad virtual, donde los objetos flotaban en el espacio y los espacios colapsaban entre sí.

Por ejemplo, la obra de la artista Rachel Rossin se encuentra a caballo entre la pintura y la realidad virtual. En su obra *Man Mask*, nos invita a pasear por un mundo de nubes y colores, de serenidad, sacado del videojuego bélico *Call of Duty*, distorsionando los escenarios de conflicto, así como a los soldados y mercenarios, convirtiéndolo en un mundo apacible y de fábula, mientras se escucha la voz de una mujer que recita como un mantra las palabras "felicidad, paz y alegría"⁴⁰



Ilustración 28: Rachel Rossin. *Man Mask*, 2016. Fragmento capturado de la obra de arte digital

40 FARAGO, Jason. Virtual reality has arrived in the Art World. Now what?

Aunque a diferencia de en los videojuegos, estas obras y exposiciones no responden a los movimientos de los visitantes. Por el momento, solo podemos limitarnos a recorrer su espacio y movernos entre los elementos que nos presentan los artistas, disfrutando de una experiencia totalmente inmersa y que consigue trasladarnos a otro mundo. Pero estamos completamente seguros que en los próximos años, esta interactividad con los objetos artísticos, será posible.

La clave para poder fomentar la interactividad, las experiencias colectivas y las visitas en los museos, es la de crear a través de las nuevas tecnologías, medios interactivos que supongan una diferenciación de aquellos que podríamos tener en nuestras casas y a nuestro alcance. Los medios tecnológicos se vuelven, de esta forma, en un catalizador para una experiencia, rompiendo la barrera de individualidad que imponen a veces estos objetos. Los museos que incorporan estas nuevas tecnologías, han de hacerlo de forma consistente, ayudando a identificar y invitando al visitante a su utilización.

No hay que creer que estos medios dañarán la concepción del museo tradicional. Hay que estar siempre abierto a las evoluciones y mejoras, ya que de manera eficaz, sostenible y en el contexto adecuado, los medios digitales refuerzan el lugar, restablecen el sentimiento de comunidad y revitalizan la interacción social y cultural.

7.- CREACIÓN DE UN ESPACIO VIRTUAL

Uno de los objetivos que nos planteamos al inicio de este proyecto, fue el de crear un espacio adecuado para las obras artísticas digitales, para que los artistas que trabajan con el arte digital tuvieran un modo y lugar adecuado de exponer sus obras.

La mayoría de estos artistas crean sus obras para el medio digital, para que sean visualizadas a través de los aparatos tecnológicos o a través de la red. La mayoría de las veces, cuando estos artistas intentan exponer su obra, se encuentran con la dificultad que tiene el traducir su propuesta al mundo físico. Se ven obligados a traducir a los medios materiales sus propuestas digitales.

Citábamos más arriba en este mismo trabajo a Jaakko Pallasvuo, que mencionaba como los artistas traducían los contenidos digitales, efímeros y flexibles en como los artistas se ven obligados a realizar impresiones sobre lienzo u otros medios, convirtiendo su obra en trofeos o meros objetos de comercialización, haciendo que pierdan parte del sentido por el que fueran creados. Pero, ¿quiere realmente el artista que su obra pierda parte de su significado y parte del sentido por el cual fue creada? Si existieran los medios y las propuestas adecuadas, ¿querrían exhibir su obra en el mismo medio digital?

Nos preguntamos de forma anticipada, cuales serían las características que buscaría un artista digital. Intentamos ponernos en lugar del artista y junto a nuestra experiencia e interés en este ámbito, planteamos unas primeras suposiciones sobre las características apropiadas de un medio de exhibición digital, identificando como las más importantes: el espacio y la interactividad.

Supusimos que una de las características debería ser que el espacio no tuviera referencias espaciales, es decir, que no fuera el cubo blanco al que estamos acostumbrados a ver en las galerías y museos (techo, paredes y suelo), o que si tuviera referencias espaciales, fuera el propio artista el que se encargara de crearlas a medida para su exposición.

Pensamos que la interactividad es otro de los puntos que ha de tener una exposición de arte digital. Como hemos desarrollado anteriormente, el arte digital desde sus inicios, ha tenido un carácter interactivo, donde la mayoría de veces la intervención del espectador es la que acaba de formar la obra. Por lo tanto, la interactividad ha de ser posible en esta plataforma que queremos crear, ya sea dándonos la posibilidad de movernos alrededor de la obra, o pudiendo tocarla a través de nuestra pantalla u otros dispositivos tecnológicos.

Para averiguar cuáles son las verdaderas motivaciones de los artistas, realizamos una encuesta para recoger datos de primera mano. Mas tarde, con toda esta información recabada, el paso siguiente es realizar un análisis estratégico del sector, desvelando cuales serán los objetivos, la misión, visión y valores de nuestra plataforma. Además identificar las debilidades, amenazas, fortalezas y oportunidades (DAFO), factores político legales, económicos, socioculturales y tecnológicos (PEST) que nos pueden afectar, conocer a que público nos vamos a dirigir, y demás factores claves que determinarán el éxito y futuro de nuestra plataforma.

En este momento, también decidimos que es un buen momento para dar nombre a nuestra creación. Como va a tratarse de una plataforma expositiva de arte digital formada por muchos artistas que participarán en ella y lograrán crearla entre todos, hemos pensado en que el nombre *Digital Et al.* sería el nombre adecuado para darle a nuestra plataforma.

7.1.- LA ENCUESTA COMO MÉTODO DE IDENTIFICACIÓN DE NECESIDADES

Para conocer de primera mano lo que piensan los mismos creadores, realizamos una encuesta entre artistas. La información que conseguimos recoger, nos ayudó a conocer datos como: donde suelen exponer sus obras, donde les gustaría hacerlo, cuál creen que es el mejor medio donde exponerlas, o que características ha de tener el lugar de exposición para mostrar de forma correcta su obra.

En esta encuesta, utilizamos la técnica del muestreo por bola de nieve (*snowball sampling*), donde los individuos a los que seleccionamos en un primer momento para realizar el estudio, reclutan a nuevos participantes entre sus conocidos. Inicialmente la difundimos entre amigos y conocidos artistas digitales con los que contactamos a través de nuestras redes sociales, y que sabemos que podrán difundir la encuesta entre otros sujetos que cumplan características similares.

Esta encuesta en total, es respondida por 23 usuarios. Comprobamos que la edad de los participantes es de gente joven, de edades comprendidas entre los 22 y 34 años, como hemos mencionado con anterioridad, individuos que han estado siempre en contacto y rodeados de las nuevas tecnologías.

Para empezar con el filtrado de las respuestas y para poder centrarnos en la información de los sujetos que nos interesan, les preguntamos a los encuestados si consideraban que su obra pertenecía al ámbito del arte digital. De estas 23 personas, 5 no consideraban que su obra perteneciera a este ámbito, mientras que 18 de ellas si que lo consideraban.

En un primer momento, pensamos que los encuestados de mas edad responderían que su obra no entraba dentro del arte digital, por el contrario afirmaron que sí, mientras que otros encuestados más jóvenes (entre 22 y 24 años) respondieron que

su obra no se encasillaba dentro de este movimiento. Omitimos por tanto a esas 5 personas ya que no cumplen con el principal requisito de realizar obra de arte digital.

Would you consider your artwork as part of Digital Art?//¿Consideras que tu obra puede clasificarse como parte del Arte Digital?

23 respuestas

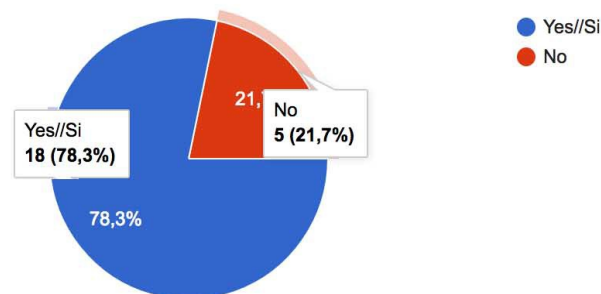


Ilustración 29: Diagrama de la pregunta nº1

Otro de los filtros que usamos en la encuesta fue mediante la pregunta de si alguna vez se habían planteado que el medio digital fuera el lugar adecuado para exponer sus obras y si el medio físico no lo era. Encontramos que de las personas encuestadas, solamente una de ellas piensa que el medio digital no es un buen lugar para exponer su obra, mientras que las 17 restantes si lo creen adecuado.

Al comprobar las respuestas individualmente, nos damos cuenta que esta persona trabaja la ilustración, *handlettering* y el libro de artista, por lo que es fácil de entender que piense que el medio digital no sea el adecuado para mostrar su obra, sino que considere más adecuado exponerla en galerías u otros lugares de exhibición de obra al uso, aunque su proceso de creación de obra se realice en el medio digital.

Do you think that the digital environment (webpages, Internet...) is accurate to display your artwork?//¿Piensas que el medio digital (páginas web, Internet...) es un buen lugar para exponer tu obra?

18 respuestas

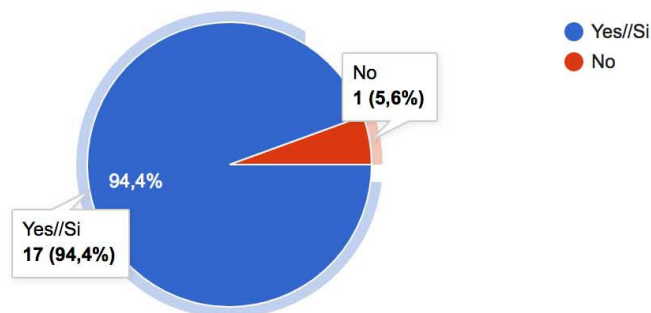


Ilustración 30: Diagrama de la pregunta nº2

Por el otro lado, nos fijamos en que 10 de los encuestados que responden a la segunda pregunta (aunque trabajan en ámbitos de la ilustración, diseño o videoarte), piensan que el formato tradicional no es siempre el mejor lugar de

exhibir su obra, dejando la puerta abierta a las nuevas formas de exposición en el medio digital.

Have you ever considered that the physical environment was not adequate to display your artwork?//¿Alguna vez has considerado que el medio físico no es el lugar adecuado para exponer tu obra?

18 respuestas

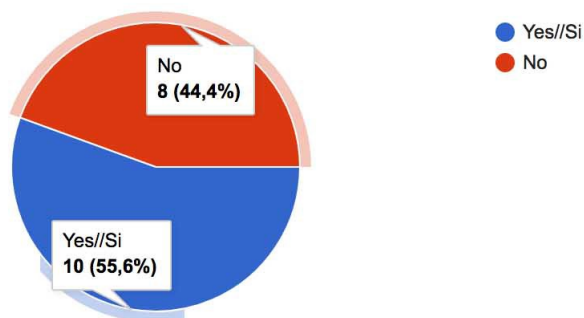


Ilustración 31: Diagrama de la pregunta nº3

Queríamos conocer de que forma en la red los artistas comparten su trabajo, y encontramos que son las redes sociales las que se utilizan como el método de comunicación de la obra que más utilizan. En el gráfico podemos observar que las plataformas en las que más comparten su trabajo, son las redes sociales.

La red social *Facebook* es la principal, suponemos que por su visibilidad (en cuanto a conocidos que ven aquello que publicamos), y por la posibilidad de esta red social de compartir archivos de todo tipo (desde texto, fotografías, enlaces a otras páginas, vídeos etc).

Como segunda opción, nos encontramos con la red social *Instagram*, que tiene un carácter más visual. La tercera opción no nos sorprende, ya que es conocido que la

plataforma de alojamiento de videos *Vimeo*, cuida más los derechos de autor, además de ser más profesional que su competidora *YouTube*.

Where do you post your artwork to be widespread?//¿En que medios digitales compartes tu obra?

18 respuestas

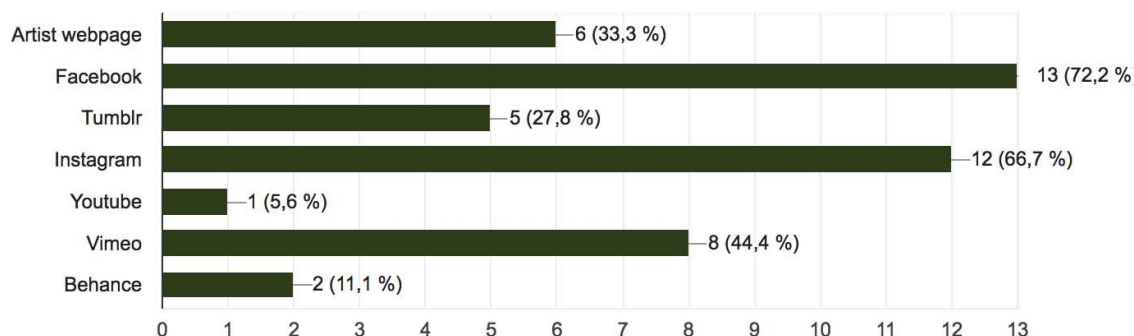


Ilustración 32: Diagrama de la pregunta nº4

Por detrás, nos encontramos con la página web de artista, seguida por la red social *Tumblr*, seguida por la plataforma de muestra de proyectos *Behance*. Y en último lugar la plataforma de video *YouTube*.

También queríamos conocer los lugares de exposición dentro de la red conocían estos artistas. Escribimos algunas opciones de los sitios web que hemos analizado anteriormente, y les dimos oportunidad de que escribieran lugares online dedicados a la exposición de arte digital que ellos mismos visiten y que piensen que tienen las características adecuadas para la exhibición de obra digital, para ayudarnos a identificar mejor las características y como ha de ser el espacio que planteemos.

Do you know any virtual gallery?//¿Conoces alguna galería virtual?

18 respuestas

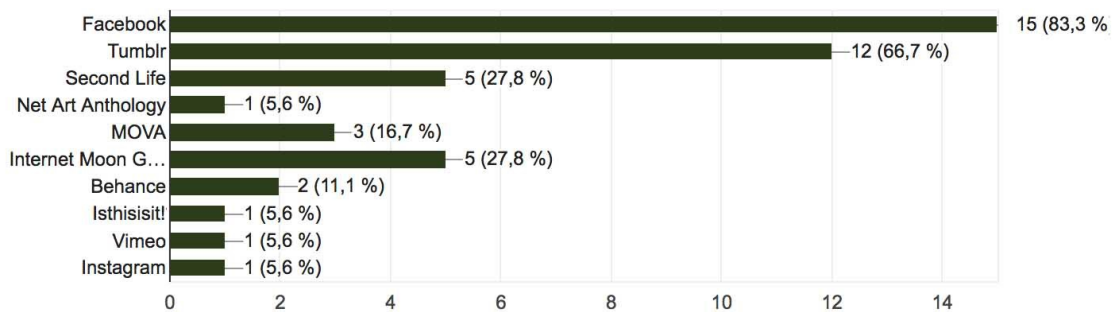


Ilustración 33: Diagrama de la pregunta nº5

De nuevo vuelve a aparecer Facebook como primera opción de lugar expositivo. A la hora de analizarlo como tal, encontramos que no cumple con la principal característica que los artistas mencionan que ha de tener un buen espacio expositivo. Si que podríamos recurrir a esta red social para fijarnos en su método de interacción con otros usuarios, y su capacidad de difusión.

Con la red social Tumblr no ocurre lo mismo, ya que la página principal de cada usuario, puede ser modificada al gusto de cada usuario, como si se tratara de la página web de artista. Así, cada usuario, puede darle a su pagina principal, la configuración y apariencia de las imágenes que comparte, de la forma que prefiera.

En tercera posición, el juego *Second Life* y la *Internet Moon Gallery*, plataformas que tienen en cuenta la espacialidad, tridimensionalidad e interactividad. Seguidos por el *MOVA*, *Behance*, *Vimeo*, *Instagram* y la galería online (que no conocíamos) *Isthisit?*.

Para asegurarnos de que estamos analizando las respuestas de los sujetos que verdaderamente nos interesan, pedimos a los encuestados que definan su obra. Mediante esta pregunta, conoceremos la opinión de los artistas que centran su obra en el movimiento de arte digital, dejando a parte aquellos que trabajan la ilustración, diseño, animación, fotografía y vídeo; centrándonos en las respuestas de los encuestados que trabajan en los movimientos pertenecientes al Arte Digital (mencionados anteriormente en este trabajo). El motivo por el que omitimos estas respuestas es porque estas creaciones, pueden perfectamente trasladarse al medio físico mediante impresiones, grabaciones en DVD y otros formatos.

Es importante mencionar que no descartaremos del todo las respuestas que nos dan estos artistas, las tendremos en cuenta ya que nos pueden sorprender con sus propuestas para la creación de un espacio de exposición digital.

Después de este filtrado, nos quedamos con 8 de las 18 respuestas de los encuestados que nos servirán para analizar y pensar en las bases para la creación de un espacio expositivo. Estos sujetos, nos han dado pistas de cómo, dónde y con que características les gustaría que su obra fuera expuesta. Son respuestas que nos vienen dadas de primera mano de los sujetos que se ven mas afectados a la hora de mostrar el resultado artístico.

Aquellos sujetos que hemos considerado que no proporcionan información fundamental para el aspecto que queremos analizar, han dado respuestas tradicionales cuando les preguntamos en que lugares les gustaría que su obra fuera expuesta. Todos ellos centran sus intereses en exponer su obra en galerías de arte, galerías de ilustración, museos, pequeñas salas expositivas, en libros o revistas, cafeterías, tiendas y mercados de ilustración o festivales de animación y cine.

Ninguno de ellos tiene en cuenta la exhibición de obra en el medio digital, aunque como hemos mencionado anteriormente, si que consideran que este medio una

posibilidad a la hora de exponer su obra. Por el contrario, encontramos respuestas interesantes entre los otros 8 sujetos que trabajan en otros ámbitos del arte digital. A algunos les interesaría exponer en salas multimedia, en galerías online o en Internet, mencionando como segunda opción la de exposición puntual en galerías de arte.

Which are the necessary conditions for your artwork to be displayed on a digital environment?//¿Cuales son las características necesarias para poder exponer tus obras en el medio digital?

18 respuestas

indiferente, dependiendo de proyectos concretos, site specific virtual
el espacio se adapta al objeto y no al revés
Página web al uso, reproductor de vídeo, espacio virtual abierto
The conceptual framework is the most important factor I consider when assessing whether or not to work with a particular space, site, etc. The logistical aspects can change drastically, so they are very much secondary.
Me basta con una página web al uso. Solo necesito que mi obra transmita algo por las imágenes que representa. No es necesario el tamaño de esta, es más puede variar. Así que no necesito paredes virtuales o referencias de dimensiones.
Prefiero página web con fondo blanco, porque crear paredes o otro tipo de elementos considero que puede distraer o interferir en la percepción de la obra.
Proyector o reproductor de vídeo, cualquier página web que permita mostrar vídeos
Tanto soportes físicos como digitales valen
Ninguna característica en especial
I like my work to be in an empty, infinite space to convey the loneliness and concept of being lost.
espacio con referencias de dimensiones, composiciones con otros elementos.
Espacio abierto sin referencias de dimensiones. Exposición directa de las obras sin necesidad de crear espacios 3D y enlaces a sus autores.

Ilustración 34: Algunas respuestas a la pregunta nº6

Cuando hablan de las características que debería tener el espacio expositivo, también nos encontramos con respuestas muy interesantes a la vez que sorprendentes. Los propios encuestados responden con las mismas características que antes de realizar la encuesta supusimos que un buen espacio expositivo de arte digital debería tener, haciéndonos ver que nuestras suposiciones no eran del todo erróneas.

Casi todas las respuestas de los sujetos tienen que ver con la espacialidad. La respuesta más repetida es la de poder contar con un espacio expositivo sin referencias dimensionales, seguida de otras respuestas como la de que el espacio es el que ha de adaptarse al objeto o la de poder contar con un espacio abierto e infinito.

Otros mencionan también que deberían tener espacios para la reproducción de video, ya que muchos de ellos tratan con videoinstalación digital. También se menciona la posibilidad de enlazar los trabajos expuestos a las redes sociales del autor.

De el análisis de esta encuesta y de nuestras suposiciones previas sacadas del análisis de los espacios expositivos que conocemos, podemos sacar en claro algunos puntos clave que ha de tener el espacio expositivo que queremos crear:

- El espacio no ha de tener referencias espaciales. Ha de ser una página en blanco, un espacio infinito, donde sea el propio artista quien decida darle la dimensionalidad que prefiera.
- El espacio ha de ser capaz de albergar diferentes tipos de archivos digitales: imágenes planas, esculturas en 3D, videos, GIF, música...

-Ha de ser un espacio interactivo. El visitante debe poder moverse y experimentar el movimiento a través de las obras y el espacio expositivo.

-La experiencia de la visualización del espacio, ha de ser inmersivo. El modo de movimiento dentro de la página, ha de ser en primera persona.

- Debe servir como difusor de la obra del artista y dar visibilidad a sus trabajos, enlazando su obra a sus redes sociales o pagina de artista.

7.2.- ANÁLISIS ESTREATÉGICO DEL SECTOR

CARACTERÍSTICAS GENERALES

EMPRESA

Nombre de la plataforma: Digital Et al.

Función: Espacio expositivo, galería de arte, ciclo de exposiciones.

MISIÓN

Reunir e investigar en el ámbito del arte contemporáneo, realizando exposiciones de artistas que trabajen dentro de los movimientos contemporáneos de arte digital; así como captar el interés del al espectador ofreciéndole una experiencia nueva e inmersiva dentro de este nuevo formato y al artista un lugar adecuado para la exposición de su obra.

VISIÓN

Consolidarnos como plataforma innovadora y creativa, como medio de difusión de la cultura y como escaparate de nuevos artistas potenciales dentro de la escena artística nacional e internacional.

VALORES

- Respeto por el arte: tanto de la obra artística como por su creador.
- Integración del arte digital: ofreciendo una propuesta nueva e interesante al público.
- Cultura de calidad: procurando exposiciones coherentes y con nivel dentro del circuito artístico actual.

OBJETIVOS

- Proporcionar un espacio de exposición adecuado para la obra digital en un ambiente virtual.
- Consolidar Digital Et al. como plataforma de exposición de arte digital, con exposiciones innovadoras y contemporáneas.
- Realizar muestras de calidad, con obras de contenido y coherencia, así como buen discurso argumentativo y madurez en las exposiciones.
- Motivar y educar al público en la materia del arte digital.
- Creación de nuevos públicos.
- Creación de una nueva forma de entender las exposiciones de arte digital.

ACTIVIDADES

Digital Et al. será una galería de arte sin espacio expositivo concreto, albergada en un espacio virtual, y dará cabida a exposiciones de artistas que trabajen en el ámbito del arte digital. Se utilizarán varios medios tecnológicos para la muestra de estas exposiciones: mediante una plataforma albergada en la red, y una aplicación para dispositivos móviles y tablets, con opción a la utilización de la realidad aumentada.

La duración de las exposiciones será de tiempo ilimitado, y se inaugurarán nuevas exposiciones con un intervalo de 1 a 3 meses entre cada exposición. Su anuncio se hará a través de las redes sociales.

Las exposiciones serán comisariadas por expertos que conozcan el trabajo de los artistas y tengan conocimientos sobre arte contemporáneo y digital.

Se realizarán acciones durante ferias de arte, festivales artísticos y otros eventos culturales para la captación de público, donde se mostrará la plataforma expositiva a través de la realidad aumentada, dando a entender este nuevo formato de exposición.

7.2.1.- Análisis del entorno

- Análisis DAFO

Debilidades	Amenazas
<ul style="list-style-type: none">- Obsolescencia tecnológica.- Poco público actual.- Dificultad de llegada al público de mas edad.- No existe la relación personal directa.	<ul style="list-style-type: none">- Aparición de nuevos competidores.- Aparición de nuevas tecnologías que dejen obsoletos nuestros servicios.
Fortalezas	Oportunidades
<ul style="list-style-type: none">- Innovación.- Utilización de un medio atrayente para dar a conocer el arte digital.- Comodidad y accesibilidad.	<ul style="list-style-type: none">- Abrir una nueva linea de concepción expositiva.- Conexión con la audiencia y el público joven.- Mercado potencial.

- Análisis PEST

Político legal	Económico
<ul style="list-style-type: none"> - Posibilidad de presentar la propuesta para concursos o subvenciones culturales y tecnológicas. - Clausulas de derechos de autor, de imagen, comunicación de la obra. 	<ul style="list-style-type: none"> - Patrocinadores. - Gastos de mantenimiento de la web y aplicaciones. - Gratuito para el público. - Compra de aparatos.
Sociocultural	Tecnológico
<ul style="list-style-type: none"> - No se tiene en buena consideración a los artistas de arte digital. - Falta de educación de base que potencie visitar exposiciones o interesarse por el arte contemporáneo. - Nuevos públicos influenciados por experimentar con las nuevas tecnologías. - Existencia de un círculo de personas interesadas en este movimiento. 	<ul style="list-style-type: none"> - Creación de web, aplicación, redes sociales, software... - Mantenimiento y actualización de los aparatos tecnológicos que usamos. - Nuevas herramientas para dar a conocer artistas multimedia. - Plataformas que nos ayudan a darnos a conocer, facilidad para la difusión de los eventos. -No existen barreras geográficas.

- Entorno competitivo

- Competidores potenciales:

Competimos con galerías de arte ya consolidadas y con un público que apuesta por ellas.

Competimos con la propuesta física que ofrecen estas entidades, la necesidad física de la experiencia. El público actual se centra en vivir experiencias táctiles, que pueden immortalizar mediante una foto para constatar que han estado ahí.

Nosotros ofrecemos una propuesta cercana al mundo artístico, un producto nuevo al mercado. No solo se podrá disfrutar del arte en si mismo, también existirá la oportunidad de vivir una experiencia completamente nueva, donde el usuario experimentará otra forma de concebir una exposición artística. El usuario podrá visitar las veces que desee las exposiciones pasadas, puesto que quedarán almacenadas en la pagina web, y disfrutarán de la experiencia inmersiva de visitar una exposición mediante la realidad aumentada.

▬

Ofrecemos una propuesta que se adecua al tiempo en el que vivimos; una propuesta dinámica que puede consumirse sin ocupar mucho tiempo en nuestra vida cotidiana.

-Proveedores:

En cuanto al poder de negociación de los proveedores, solo se limitaría a la proporción de aparatos tecnológicos para las iniciativas que tomemos durante los festivales culturales, por ejemplo las Google glass.

Se podría incluso llegar a negociar la propuesta de realización de la plataforma, con alguna empresa tecnológica comprometida con la cultura.

También se negociará con artistas para realizar las muestras llegando a un acuerdo con ellos en cuanto a la venta de obra y de condiciones de exposición, así como de representación del artista por parte de nuestra empresa.

-Clientes:

A los clientes les ofrecemos una propuesta dinámica, original y joven. Pensamos que es un excelente reclamo para que tenga éxito entre el público. Además, al ser una propuesta que no está ligada a una temporalidad definida, no condicionamos a nuestros clientes para que asistan. Pueden elegir visitar nuestra exposiciones cuando deseen.

Nuestros clientes también serían los mismos artistas. A ellos les proporcionaríamos un lugar expositivo acondicionado y una promoción de sus obras a la misma vez que la exposición. Además buscamos ser un escaparate, donde los artistas emergentes además de los ya consagrados, puedan mostrar de forma digna su trabajo.

- Potenciales clientes

Los clientes de nuestras actividades serán jóvenes y adultos (aproximadamente con edades comprendidos entre los 18 a 65 años) con cierta madurez crítica y interés en el ámbito del mundo del arte.

No descartaremos el público infantil, ya que puede resultar una buena forma de introducir nuevo público a estas experiencias y este tipo de arte.

-Productos sustitutos:

Como hemos analizado anteriormente, los productos sustitutos que podríamos encontrar, podrían ser las exposiciones tradicionales en otros lugares con más trayectoria y renombre.

Para incentivar al público de que visite nuestras exposiciones, tomaremos acciones en festivales de arte, ferias y demás acciones culturales, donde podamos presentar nuestro producto de la forma más atractiva posible.

7.2.2.- Factores claves del éxito

Para analizar los factores clave del éxito en el sector, tendremos que tener en cuenta las siguientes premisas a la hora de ofrecer nuestro producto o servicio:

- **Calidad en la oferta**

Nuestro cliente valorará la trayectoria y la proyección que tienen nuestros artistas y de sus propuestas artísticas.

- **Ubicación y calidad de las instalaciones**

Al no contar con un espacio físico, tendremos que cuidar la estética que tendrá nuestra galería. Esta tendrá que ser coherente y deberá usarse el mismo diseño en todos los medios en red que utilicemos para la difusión de nuestra plataforma (redes sociales, aplicación y web).

A la vez, tendremos que tener en cuenta que espacios utilizaremos a la hora de realizar las acciones de captación de público, ya que tendrán que realizarse durante eventos culturales u otros emplazamientos relacionados de algún modo con el mundo artístico.

Nuestras instalaciones tendrán que estar siempre actualizadas, para dar un correcto funcionamiento a los usuarios. Nuestros medios de difusión tendrán que concordar con las actividades que planifiquemos, y nuestros software tendrán que tener la última actualización para su correcto funcionamiento en todos los dispositivos.

- **Programación coherente**

Tendremos que seguir una línea coherente en nuestras exposiciones.

- Difusión

La difusión consistirá en la promoción de nuestra empresa así como de nuestros servicios y de nuestros artistas. La comunicación se realizará a través de la web y redes sociales, manteniendo informados a nuestros seguidores, sobre las actividades que vamos a realizar.

- Fidelización y confianza

A pesar de nuestra juventud como empresa, tendremos que demostrar a nuestros artistas, clientes y proveedores que somos profesionales en nuestro sector, que poco a poco vamos adquiriendo la experiencia necesaria y que ofrecemos un trato personal y de confianza a cada uno de ellos.

Si cumplimos con estos factores, ofrecemos actividades que despierten su interés (anteriormente explicadas) y además captamos su atención realizándolas a un coste 0 para el público asistente, obtendremos un resultado positivo entre nuestros clientes.

- Análisis de los Factores clave del éxito:

Ofrecemos un producto que se diferencia de los existentes en cuanto a que:

-No existen muchas propuestas en la que las exposiciones puedan visitarse de forma completa con el paso de los años. Así como no existe una plataforma expositiva en la que se pueda navegar de forma interactiva dentro de la exhibición, usando la realidad virtual.

-Es accesible para todos los públicos: Aunque el asistente no sea un entendido en el mundo del arte contemporáneo, podrá asistir de forma libre y hacer uso de la oportunidad que brindamos.

-Es accesible para los nuevos artistas: Los artistas emergentes que quieran empezar su carrera profesional, podrán dirigirse a nuestra empresa. Junto a un comisario y entendido en materia de arte contemporáneo, se evaluará su propuesta y se negociará una exposición.

-Económico: Los usuarios de los eventos de nuestra galería, podrán acceder a ella de forma totalmente gratuita, solo se necesitarán aparatos tecnológicos que hoy en día podemos encontrar en todas las casas (ordenador, teléfono móvil, tablets). Si quieren disfrutar de la experiencia de la realidad aumentada, tendrán que comprar la aplicación y conseguir las Google Glass o el Oculus Rift. Otra forma de disfrutar de esta experiencia, será la de asistir a los eventos culturales en los que tengamos presencia, donde mostraremos este apartado de nuestros servicios de forma totalmente gratuita.

7.3.- DESARROLLO DE LA ACTIVIDAD

- Actividad principal

Nuestra empresa se dedicará como actividad principal, a la investigación y exposición del arte digital contemporáneo.

Esta actividad se verá reflejada mediante exposiciones en nuestro espacio virtual, y se desarrollará de la siguiente manera:

- La exposición inaugural, será una exposición colectiva. Para esta primera exposición, se abrirá una convocatoria de forma online para presentar proyectos. En dicha convocatoria constarán unas bases en las que se determinarán las características básicas de formato que ha de tener la obra para la adecuada exposición en el espacio.
- Después del cierre de la convocatoria se realizará la selección de proyectos. Esta selección será realizada por los agentes que participan en la gestión de la galería (dirección, comisariado y producción)
- Se contactará con los artistas seleccionados para concretar cuestiones de la exposición, promoción, venta de las obras y duración. Los acuerdos de este proceso, quedarán plasmados en un contrato firmado por la dirección de la galería y del artista.
- Una vez concluido el anterior proceso, se pasará a la materialización de la exposición. En este proceso se subirán las obras artísticas y se dispondrán en el espacio expositivo. Se enviará a los artistas un acceso para que comprueben si las obras están correctamente ubicadas y si hay necesidad

de cambios. Este proceso se repetirá las veces necesarias hasta la conformidad de los artistas.

- Cuando todos los artistas den el visto bueno a la exhibición, se dará paso a la promoción y la inauguración de la misma. Esta comunicación se realizará a través de las redes sociales (mediante posts y eventos), y en nuestra página web, a modo de anuncio. El acceso a la inauguración tendrá un acceso diferente a la visita de una exposición ya pasada. Para entrar en la inauguración, el usuario tendrá que registrarse con un usuario y un mail. De esta forma, quedará registrado en nuestra base de datos y podremos enviarle el *newsletter* mensual con la información de nuestras actividades. Será otra forma de mantener informado a nuestro cliente.

 - La inauguración consistirá al lanzamiento de la exposición de forma abierta para todo el público. Como reclamo distintivo de las exposiciones, en la inauguración se contará con un chat en la sala expositiva para que los asistentes puedan conversar con otros usuarios y artistas, que estén visitando la exposición en ese momento.

 - La duración de la exposición variará según la programación de la galería, entre 1 y 3 meses. Después se dará paso a otra exposición siguiendo el mismo método desarrollado (cambiando el primer paso, de selección de obra de artistas, con la selección de un proyecto de un solo artista, para una exposición individual).
-
- Actividades paralelas
 - CHAT: Una de las actividades ligadas a la inauguración de las exposiciones, es la mencionada en el sexto punto de la actividad principal. Durante el tiempo que dure la inauguración, se abrirá un espacio de chat

en línea, donde todos los usuarios podrán compartir sus opiniones y interactuar con otros asistentes a la inauguración. Así como también tendrán la oportunidad de hablar con los artistas presentes y los agentes involucrados en la galería.

- PRESENTACIONES: Para dar a conocer nuestra galería, y con la dificultad que arrastramos al no disponer de un espacio físico que nos resta visibilidad, tendremos que tomar acciones en lugares relacionados con el mundo cultural. Estas acciones consistirán en presentaciones de nuestra galería en festivales artísticos y ferias de arte. Para estas presentaciones utilizaremos la forma de visualización más atrayente de la que disponemos. Esta es la realidad virtual.

Ofreceremos al espectador, un recorrido gratuito por nuestras instalaciones, disfrutando de nuestras exposiciones (en curso y pasadas) por las que podrá moverse e interactuar en este nuevo mundo ficticio que les rodea.

CONCLUSIONES

Después de analizar el entorno que rodea al arte digital, nos hemos percatado de que el prejuicio que rodeaba a este movimiento artístico en un principio, se va disuadiendo hasta la aceptación a medida que el entorno digital se hace presente en la vida cotidiana. Es el mismo proceso que pasan todas las corrientes alternativas y movimientos subculturales: los movimientos oposicionales generan subculturas frente a la dominante, pero aunque surgen como oposición, tienden a integrarse en esta cultura dominante a través de mecanismos comerciales⁴¹. Así ha ocurrido con el arte digital, después de surgir como un medio que fue utilizado por muy pocos artistas, ha acabado por ser uno de los mecanismos mas utilizados, al haberse extendido el uso del ordenador y las demás herramientas tecnológicas.

También hemos comprobado la dificultad que los artistas pertenecientes a este movimiento tienen a la hora de exponer su obra. Se ven obligados a trasladar la propuesta a un medio que no es el adecuado, y esto implica una pérdida de significado y desvalorización de la obra y del esfuerzo del artista, y como algunas plataformas se han creado en la red para suplir esta falta de lugares expositivos para los artistas de este sector.

A lo largo de este trabajo de investigación, hemos podido contestar a las preguntas que nos hicimos al inicio, así como hemos logrado conseguir los siguientes objetivos:

- Hemos identificado las características y necesidades de los movimientos artísticos pertenecientes al arte digital, mediante el recorrido a través de algunos de los movimientos pertenecientes a este movimiento artístico.
- Hemos analizado las características necesarias que un espacio expositivo de arte digital debe tener, mediante el análisis de algunas plataformas ya

41HEBDIGE, Dick. Subcultura: *el significado del estilo*

existentes y las propuestas dadas por algunos artistas pertenecientes a estos movimientos.

-Hemos planteado las bases, actividades y características para crear una plataforma virtual de exposición de obra digital.

La posibilidad de poder disfrutar de una exposición artística sin salir de nuestra casa, es un nuevo modo de acercarnos a la obra, así como también nos resulta una nueva dinámica en la experiencia artística. Bien conocemos que la interacción física con una pieza artística (así como lo puede ser un libro o un vinilo), es insustituible, pero encontramos que el disfrute y descubrimiento de la obra a través de Internet, acorta las distancias y abre nuevos panoramas artísticos y culturales de otros lugares, consiguiendo una diversificación de posibilidades para el espectador.⁴²

42SUBIRATS, Roger. *Galerías virtuales de arte online*

BIBLIOGRAFÍA

ABBAS, B; ABOU-RAHME, R; AL-MARIA, S; ASHBY, S; BAILEY, J; BAILEY, S; BALSOM, E; BLAS, Z; BRIDLE, J; CHAN, J; COBURN, T; CONNOR, M; COURT, M; DARLING, J; DROITCOUR, B; DULLAART C; HALTER, E; KHOLEIF, O; MCHUGH, G; PIETROIUSTI, L; RAFMAN, J; RICHARDS, J; SENOVA, B; SHOVLIN, J; TROEMEL, B. Editado por Omar Kholeif. *You are here. Art after the Internet*. Editorial Cornerhouse SPACE (2014) ISBN: 978-0-9569571-7-7

ALSINA, Pau. *Desmontando el mito de la inmaterialidad del arte digital: hacia un enfoque neomaterialista en las artes*. Revista Artnodes nº14 (2014) ISSN: 1695-5951

BAENA, D; GIL, S; GONZÁLEZ, J; PÉREZ, L; SANJÚAN, B. Museos y nuevas tecnologías. mus-A. Revista de los museos de Andalucía nº5. Edición Consejería de Cultura. Junta de Andalucía. Dirección General de Museos (2005). ISSN: 1695-7229

CASACUBERTA, David. *Creación colectiva: En internet el creador es el público*. Editorial Gedisa (2009) ISBN: 97-884-7432-9285

CASTILLA, Pablo. *Entornos museísticos. Nuevas tecnologías expositivas*. TELOS, Cuadernos de Comunicación e Innovación. Edición Fundación Telefónica (2012) ISSN: 0213-084X

CORRECHER, Carlos. *Imagen y pintura. Producción artística* (2014). Dirección: Josep Benlloch Serrano. Universitat Politècnica de València, Facultat de Belles Arts, Trabajo Final de Grado.

DEL RÍO, José Nicolás. *Cronología crítica. Museos de arte en la Red*. TELOS, Cuadernos de Comunicación e Innovación. Edición Fundación Telefónica (2012) ISSN: 0213-084X

HEBDIGE, Dick. *Subcultura: El significado del estilo*. Editorial Paidós Iberica (2004) ISBN 9788449316098

HERNÁNDEZ, Mari Carmen. *El museo ¿Sin museo?: El arte digital en el museo virtual. Nuevos recursos para la educación artística* (2012). ISSN: 1695-8403

HERRERA, Raquel. *Modelo de navegación museística. Google Art Project: La construcción de la mirada omnisciente*. TELOS, Cuadernos de Comunicación e Innovación. Edición Fundación Telefónica (2012) ISSN: 0213-084X

LÉVY, Pierre. *CIBERCULTURA Informe al Consejo de Europa*. Traducción del francés y revisión técnica de Beatriz Campillo, Isabel Chacón y Florentino Martorana. Primera edición (2007) Anthropos Editorial. Rubí (Barcelona) ISBN: 978-84-7658-808-6

LÉVY, Pierre. *¿Qué es lo virtual?* Traducción de Diego Levis. Ediciones Paidós Ibérica, S. A. ISBN: 84-493-0585-3

MARCHÁN, Simón. *Real/Virtual en la estética y la teoría de las artes* (compilación). Ediciones Paidós Ibérica S.A (2006) ISBN: 84-493-1827-0

MINSKY, Richard. *The artworld market of Second Life* (2007). Conferencia presentada en Second Life Community Conference in Chicago.

PESCARÍN, Sofía. *Museums and virtual museums in Europe: reaching expectation*. Scientific Research and Information Technology (Ricerca Scientifica e Tecnologie dell'Informazione) Vol 4 (2014). ISSN 2239-4303

PORCAR LLUCH, Andreu. *Apropiación y simulacro en la era de la web 2.0* (2015). Dirección: Francisco Javier Claramunt y Ricardo Forriols. Universitat Politècnica de València, Facultat de Belles Arts, Trabajo Final de Master en Producción Artística.

R.HAND, Autumn. *INTERSECTING ART EXPERIENCES. Approaching Post-Internet Art as a medium for dialogue in this information age* (2012). Dirección: Michael Dieter. MA New Media, Faculty of Humanities University of Amsterdam.

ROBLES, Elena. *Estudios estéticos sobre la plataforma web Tumblr: construcción de la identidad a través de la creación colectiva* (2014). Dirección: Facundo Tomás y Miguel Corella Lacasa. Universitat Politècnica de València, Facultat de Belles Arts, Trabajo Final de Máster.

WEB

ADOBE MUSEUM OF DIGITAL MEDIA (AMDM). Disponible en web:

<http://www.adobemuseum.com/>

BOREDOMRESEARCH. Disponible en web:

www.computerfinearts.com/collection/boredomreseach/wish/wish.html

CLARÍN SOCIEDAD. La invasión del arte en Second Life. Disponible en web:

https://www.clarin.com/sociedad/invasion-arte-second-life_0_BkrGn51yRFe.html

DIGITAL ART MUSEUM (DAM). Disponible en web: <http://www.dam.org/>

EL ARTE DE LA RED. Espacio analítico dedicado al Net Art. 2015 [en línea].

[Consulta: 09/05/2017] Disponible en: <https://netartblog.wordpress.com/page/3/>

ENGEL, Judith. *Born on the Internet*, Schloss. Disponible en web: <https://schloss-post.com/born-on-the-internet/>

FARAGO, Jason. *Virtual Reality Has Arrived in the Art World. Now What?* The New

York Times. Disponible en: <https://www.nytimes.com/2017/02/03/arts/design/virtual-reality-has-arrived-in-the-art-world-now-what.html>

FELT ZINE. Disponible en web: <https://news.feltzine.us/>

GALERIA VIRTUAL, Universitat Pompeu Fabra. Disponible en web:

http://www.dtic.upf.edu/~gvirtual/gvdemo/gvdemo_c.htm

GARZÁN, Carlos. *La verdad, la mentira y el arte digital*, Culturplaza. 2016 [en línea].

[Consulta: 27/01/2017] Disponible en: <http://www.valenciaplaza.com/la-verdad-la-mentira-y-el-arte-digital>

GOOGLE ARTS & CULTURE. Disponible en: www.google.com/culturalinstitute/beta/

INTERNET MOON GALLERY. Disponible en web: www.internetmoongallery.com ;

<https://www.facebook.com/internetmoongallery/?ref=ts&fref=ts>

ISTHISIT? Disponible en web: www.isthisitisthisit.com

KEVIN HECKART, 2016. Disponible en: <http://www.kevinheckart.com/>

LEE, Rosemary. *Art on the Moon. In conversation with Manuel Minch*. Disponible en pdf.

MALLIKA, Roy. *Glitch it good: Understanding the Glitch Art movement*, The Periphery Mag. 2014. [en línea]. [Consulta: 09/05/2017] Disponible en: <http://www.theperipherymag.com/on-the-arts-glitch-it-good/>

MANOVICH, Lev. *Post-media Aesthetics* [Recurso en línea] Disponible en web: <http://www.alice.id.tue.nl/references/manovich-2005.pdf> [Consulta 22-12-2015]

MARK KLINK. Disponible en web: www.srcxor.org/blog/

MATA, Teresa. *Pequeños espacios de cultura en el gran mundo digital. Galerías Virtuales*, Cibercultural. 2010 [en línea]. [Consulta: 27/01/2017] Disponible en: <https://cibercultural.wordpress.com/2010/10/18/galerias-virtuales/>

MATHIEW ST-PIERRE. Disponible en web: <https://matspierre.wordpress.com>

MILLER, Rebecca. *El arte digital y su relación con los museos virtuales del futuro*, The Creators Project. 2016. [en línea]. [Consulta: 27/01/2017] Disponible en: http://thecreatorsproject.vice.com/es_mx/blog/el-arte-digital-y-su-relacin-con-los-museos-virtuales-del-futuro

MOUCHETTE. Disponible en web: www.mouchette.org

MUSEUM OF VISUAL ARTS (MOVA). Disponible en web: <http://www.nicholaszhu.com/MOVA.html>

NET ART ANTHOLOGY. Disponible en web: <https://anthology.rhizome.org/>

NICOLE RUGGIERO. Disponible en web: www.nicoleruggiero.com

PALICKI, Martin. *The Future of Interactive Media: Re-Establishing Place and Community*. In Park Magazine. Disponible en: <http://www.inparkmagazine.com/the-future-of-interactive-media-re-establishing-place-and-community/>

PALLASVUO, Jaakko. *Archaic Rendering*. [Recurso en línea] Disponible en web: <http://pooool.info/archaic-rendering/> [consulta: 20-12-2015]

PPS. Disponible en web: www.ppspppspps.wixsite.com

SOCIOLGIAC. Entrevista a Pierre Lévy. *La inteligencia colectiva, nuestra más grande riqueza*. Disponible en web: <http://sociologiac.net/2007/07/19/pierre-levy-la-inteligenciacolectiva-nuestra-mas-grande-riqueza/> [Consulta 10-5-2016]

SUBIRATS, Roger. Galerías virtuales de arte online, GOZAR MAGAZZINE. 2016 [en línea]. [Consulta: 27/01/2017] Disponible en: <http://www.razgo.net/blog/galerias-virtuales-arte-online/>

ULLENS CENTER FOR CONTEMPORARY ART BEIJING, Art Post-Internet [Catálogo en línea] Disponible en web: http://ucca.org.cn/wp-content/uploads/2014/07/PAI_booklet_en.pdf [consulta: 20-12-2015].

VIERKANT, Artie. The Image Object Post-Internet. 2010 [Recurso en línea] Disponible en web: http://jstchillin.org/artie/pdf/The_Image_Object_Post-Internet_a4.pdf [Consulta 22-12-2015]

Índice de ilustraciones

Ilustración 1: Boredomresearch, Wish, 2006 (Captura de pantalla).....	17
Ilustración 2: Manfred Mohr, P-375-CZ, 1984, Plotting, Tinta sobre papel, 60x60 cm.....	20
Ilustración 3: Fragmento del mensaje codificado que dió nombre al movimiento.....	22
Ilustración 4: Anónimo, Mouchette. 1996 (Captura de pantalla)	25
Ilustración 5: Anónimo, Mouchette. 1996 (Captura de pantalla)	25
Ilustración 6: Alexei Shulgin, Art Form. 1997 (Captura de pantalla)	27
Ilustración 7: Mathieu St-Pierre, Melting Ice Cream series. 2012.....	34
Ilustración 8: Mark Klink (srcXor), 3D Glitches. 2014.....	35
Ilustración 9: Zanecoco, Vaporwave background	38
Ilustración 10: Kevin Heckart, art15. 2015.....	40
Ilustración 11: Nike Health Goth (Anónimo).....	42
Ilustración 12: PPS, #Hyperfriendly, 2016. Render de instalación.....	45
Ilustración 13: Marcel Duchamp, Box in a Valise. 1935-41.....	50
Ilustración 14: André Malraux en El museo imaginario. 1947.....	51
Ilustración 15: Visita virtual de una sala del MoMA. Google Arts & Culture (Captura de pantalla).....	53
Ilustración 16: Adobe Museum of Digital Media.....	54
Ilustración 17: Adobe Museum of Digital Media, página de selección de exposiciones a visitar.....	54
Ilustración 18: Net Art Anthology (Captura de pantalla).....	55
Ilustración 19: Estado actual de la página del Adobe Museum of Digital Media, actualmente sin actividad.....	56
Ilustración 20: Nicole Ruggiero, Things Are in Flux All I Need Is Your Love.....	60
Ilustración 21: Troy Ford, Everyone Will Be Afraid of You.....	60
Ilustración 22: Gazira Babeli, Save your skin, 2007. Captura de pantalla.....	65
Ilustración 23: Seifert Surface. Figure 8 Knot Embedding 3, 2006.....	66
Ilustración 24: Entrada del MOVA (vistas 1 y 2).....	69
Ilustración 25: Vista interior del MOVA.....	70
Ilustración 26: Vistas de la exposición de Rosemary Lee, Memory Place, en la galería Internet Moon Gallery.....	73
Ilustración 27: Fotografía de Clara Rice. Actividad interactiva creada porJRA (Jack Rouse Associates)	76
Ilustración 28: Rachel Rossin. Man Mask, 2016. Fragmento capturado de la obra de arte digital.....	78
Ilustración 29: Diagrama de la pregunta nº1.....	83
Ilustración 30: Diagrama de la pregunta nº2.....	84
Ilustración 31: Diagrama de la pregunta nº3.....	85
Ilustración 32: Diagrama de la pregunta nº4.....	86
Ilustración 33: Diagrama de la pregunta nº5.....	87
Ilustración 34: Algunas respuestas a la pregunta nº6.....	89

ANEXOS

• ANEXO I: Encuesta completa

PREGUNTAS RESPUESTAS 25

Sección 1 de 3

Survey on Digital Art and its exhibition form// Encuesta sobre el Arte Digital y sus formas de exposición.

The answers will be kept anonymously and will only be used for research purposes as part of the final project for the Master of Cultural Management.
//
Todas las respuestas se guardarán anónimamente y se usarán solo con fines de investigación para el Trabajo Final de Máster de Gestión Cultural.

Age//Edad *

Texto de respuesta corta

Gender//Género *

Feminine//Femenino

Masculine//Masculino

Other option//Otro

Where are you from?//¿De donde eres? *

Texto de respuesta corta

Would you consider your artwork as part of Digital Art?//¿Consideras que tu obra puede clasificarse como parte del Arte Digital? *

Yes//Si

No

Sección sin título

Descripción (opcional)

Would you describe your art as illustration, animation, digital video-
photography or design?//¿Definirías tu obra como Ilustración, fotografía-
vídeo digital, animación o diseño? *

Yes//Si

No

Sección sin título

Descripción (opcional)

How would you describe your artwork?//¿Como describirías tu obra? *

Describe extensively your work. Ex: 3D Sculptures, Net.Art, digital video, renders...//Explica en profundidad tu trabajo. Ej: Esculturas en 3D, Net.Art, digital vídeo, renders...

Texto de respuesta larga

Where do you post your artwork to be widespread?//¿En que medios digitales compartes tu obra? *

If you use others please write it in the "Otro" option//Si usas otro medio digital escríbelo en el apartado "Otro"

Artist webpage

Facebook

Tumblr

Instagram

Youtube

Vimeo

Otra...

Where do you usually display your works of art, and where would you like to do so?//¿Donde sueles exponer tus obras, y donde te gustaría que tu obra fuera expuesta? *

Texto de respuesta larga

Have you ever considered that the physical environment was not adequate to display your artwork?//¿Alguna vez has considerado que el medio físico no es el lugar adecuado para exponer tu obra? *

Yes//Si

No

Do you think that the digital environment (webpages, Internet...) is accurate to display your artwork?//¿Piensas que el medio digital (páginas web, Internet...) es un buen lugar para exponer tu obra? *

Yes//Si

No

Do you know any virtual gallery?//¿Conoces alguna galería virtual? *

If you know any others, please write it in the "Otro" option//Si conoces alguna otra, escríbela en el apartado "Otro"

Facebook

Tumblr

Second Life

Net Art Anthology

DAM

MOVA

Internet Moon Gallery

Otra...

Would you ever consider displaying your artwork in any of them?//¿Alguna vez has considerado exponer tu obra en alguna de estas plataformas? *

- Facebook
- Tumblr
- Second Life
- Net Art Anthology
- DAM
- MOVA
- Internet Moon Gallery
- Otra...

Which are the necessary conditions for your artwork to be displayed on a digital environment?//¿Cuales son las características necesarias para poder exponer tus obras en el medio digital? *

Describe extensively (Virtual environment with walls, open space without dimension references, video player, web page...)//Describe extensivamente (Espacio virtual con paredes, espacio abierto sin referencias de dimensiones, reproductor de vídeo, página web al uso...)

Texto de respuesta larga

- ANEXO II: Entrevista a Manuel Minch

-How do you describe Internet Moon Gallery? Why did you start with this project?

-Which are the principal features the site has? Why did you choose a space with no dimensional references?

-What the artists think about this platform? It helped the digital artists to show accurately their work, and give them the opportunity to show their artwork in a virtual environment?

-Which are the necessary conditions do you think that a digital gallery on a virtual environment needs to show digital art?

-How the curational activity works? How the artists give you the strategies to display their artwork and how do you upload it in the gallery?

-Have you ever thought about showing the platform with other technology devices, not only for computers (like Virtual Reality)?

-Other interesting facts you want to share about Internet Moon Gallery

MANUEL: I began to reflect on aspects of the exhibition space which condition my digital art pieces: how interfaces, screens, projectors restrict the piece's size into normative display sizes. I wanted to enhance the works' digital specificity and avoid exhibition models that require low-quality translations.

For this reason, I began developing technical solutions which allow me to generate an online environment that moves away from models normalized by web 2.0 and which provide a certain spatial nexus between the viewer and the environment. By generating an exhibition space that uses the strategies of viral images and memetics, Internet Moon Gallery incorporates the intimacy of the home during daily web browsing. When the user surfs the web, their eyes focus on the inside, forgetting the framework imposed by the screen. I think this can be an effective way of showing intangible artworks. We are in the adolescence of the Internet and mass media, virtual reality, augmented reality, and 360, among others, make it possible to make approximations of a new type of Internet that works by establishing relations with space and human codes.

Currently, the whole project tries to adapt to the suggestions and the needs of the artists involved. They are the fundamental part of the project because their work is to rethink the entire gallery through their exhibitions.

The currently popular infinite scroll stores too much information on the same narrative and this establishes a monotonous navigation with the user. Images and posts all exist in the same surroundings of fixed template structures, they work as cells that you can fill with images, videos or text. As a creator, you can not place content outside the pre-established frame. In this context, I am interested in a type of exhibition environment that is completely blank for each exhibition. The horizontality and the relationships established by 360 degrees view are directly identified with the physical space and how we move our gaze through it.

Every full moon night a new exhibition opens on the Internet Moon Gallery, which involves working online with other artists in the creation of site-specific environments. I like to work hand-in-hand with artists, establish feedback relationships, understand their concerns and generate unique exhibitions only accessible through the net. Therefore, when I curate an exhibition on the moon, it's necessary to have the artist present during the whole process, to make their own moon and convert the whole exhibition into a unique piece.

Contact with artists is done through the medium itself, so the Internet becomes an active part of communication, serving as work space and to spread the generated contents.