

Needing

**Un proyecto serigráfico
sobre la pérdida de la
vinculación**

UNIVERSITAT POLITÈCNICA DE VALENCIA
FACULTAT DE BELLES ARTS DE SANT CARLES

**NEEDING.
UN PROYECTO SERIGRÁFICO SOBRE LA
PÉRDIDA DE LA VINCULACIÓN PROPIA**

TIPOLOGÍA DE TRABAJO 3

ALUMNA: SARAY SÁNCHEZ CALPE

DIRIGE: JOSÉ MANUEL GUILLÉN RAMÓN
VALENCIA, JUNIO DE 2020



UNIVERSITAT
POLITÈCNICA
DE VALÈNCIA



FACULTAT DE BELLES ARTS DE SANT CARLES



MASTER en
PRODUCCION ARTISTICA
UNIVERSITAT POLITÈCNICA DE VALÈNCIA

RESUMEN

Needing es un Trabajo de Fin de Máster de Tipología 3 en el que se hace un recorrido por las temáticas de lo común, del “yo” tanto en su posición social como en lo digital y la producción gráfica en el contexto digital actual. Esta investigación se verá reflejada en el marco práctico, donde exponemos la proyección de la materialización de obra.

Es en el marco conceptual donde nos embarcamos en una búsqueda de lo que nos va a separar como individuos, perdiendo los vínculos que nos conectaban dentro de la sociedad, para ello incidiremos en la idea de “nosotros” y los “otros”. De manera paralela desarrollamos otra línea de investigación relacionada con la producción gráfica y su papel en la actualidad. Ambas ramas de investigación convergen en la problemática del uso de los medios digitales en la sociedad contemporánea, lo cual nos hace cuestionarnos la importancia de nuestra imagen en las redes y lo que supone para la creación.

Las conclusiones desarrolladas sobre el marco conceptual junto con la investigación realizada y los referentes que recogemos se ven reflejadas en una proyección de la obra, que será llevada a cabo mediante la ilustración digital, para ser posteriormente materializada en serigrafía.

PALABRA CLAVE: Serigrafía, ilustración, vinculación, comunicación, individuo, común

ABSTRACT

Needign, is a Master thesis included in typology 3 in which we make a journey through the topic of “the common”, the “I” both in its social position and in the digital frame and the graphic production in the current digital context. This research Will be reflected in the practical framework, in which we present the projection of the materialization of the work.

In the conceptual framework is where we start our researching in where we’ll try to understand what it is that separate us as individuals, losing the bonds that connected us within the society, for this we apply the notions of “us” and the “others”. In parallel, we develop another line of research related to graphic production and its role today. Both braches of research converge on the problem of the use of digital media in contemporary society, which makes us question our image value in the web and what it will mean in the fild of creation of content.

The conclusions developed on the conceptual framework together with the research carried out and the references we collect are reflected in a projection of the work, which will be carried out using digital illustration, to be alter materialized in screen printing.

KEY WORDS: serigraphy; illustration; bonding; communication; individual; mutual

ÍNDICE

1. INTRODUCCIÓN/STATEMENT 5

2. OBJETIVOS Y METODOLOGÍA..... 7

3. NOSOTROS Y LOS OTROS 8

 3.1. LA NECESIDAD DE LO COMÚN 8

 3.1.1. Nosotros y los otros 9

 3.1.2. Soledad social 11

 3.1.2.1. La imagen del “yo” digital 15

 3.1.3. El individuo, pérdida de identidad 17

4. PRODUCCIÓN GRÁFICA EN LA ERA DIGITAL 22

 4.1. PRODUCCIÓN Y PROCESO 23

 4.2. LO DIGITAL, LA NUEVA IMAGEN 27

 4.3. LA ILUSTRACIÓN. UN NUEVO MEDIO DE COMUNICACIÓN 30

 4.4. Serigrafía como medio de producción..... 32

 4.4.1. Historia del grabado 33

 4.4.2. Historia de la serigrafía 38

 4.5. SERIGRAFÍA, MEDIO Y PRODUCCIÓN..... 40

5. NEEDING, UN PROYECTO SERIGRÁFICO 42

 5.1. MATERIALIZACIÓN DE LA OBRA..... 42

 5.1.1. Medios 42

 5.1.2. Proceso y planificación 45

 5.2. REFERENTES..... 48

 5.2.1. La soledad y la apatía. Retratos de una sociedad solitaria 48

 5.2.2. Imágenes del subconsciente y de lo soñado 49

 5.2.3. La imagen que habla 50

 5.3. OBRAS A REALIZAR..... 51

 5.3.1. Imágenes a realizar 52

 5.4. MATERIALES..... 63

6. CONCLUSIONES..... 64

7. BILIOGRAFÍA..... 66

8. ÍNDICE DE IMÁGENES 67

1. INTRODUCCIÓN/STATEMENT

Needing es un Trabajo de Fin de Máster sobre la pérdida de vinculación, materializado en un proyecto de serigrafía en el que se realiza un recorrido conceptual que apoya el proyecto que plantea una serie de ocho ilustraciones y dos máscaras.

Este proyecto surge de una investigación sobre lo común, la pérdida de la idea de un “nosotros” además de la desvinculación social y afectiva que sufrimos actualmente, relacionándolo directamente con el uso de las nuevas tecnologías y la comunicación digital.

A lo largo de nuestra investigación nos plantearemos también el papel de la gráfica en la época de la reproducción digital, preguntándonos cuál es su papel en esta nueva era, además de lo que supone la presencia de la impresión digital en el mercado del arte y el significado que tiene la obra que puede impresa de manera seriada.

Podemos intuir que el sentimiento de soledad social, de individualización y pérdida de identidad son sentimientos compartidos. El papel del individuo en la sociedad siempre se ha encontrado en los debates filosóficos, desde el “hombre social por naturaleza” de Aristóteles o el “rebaño” que conforma el conjunto de individuos para Nietzsche, entre muchos otros. Sin embargo, en este trabajo nosotros nos centraremos en una imagen social más actual, en una problemática que señala Marina Garcés (2013) que es la problemática del “nosotros”, unido a la idea de un individuo cansado de Byung-Chul Han en el contexto de la modernidad líquida de Bauman. Estos autores exponen un desarrollo del ser humano, que es ahora un individuo que carece de una vinculación con los otros. A partir de la investigación de estos autores, en consonancia con otros que serán citados a lo largo de este trabajo, se realizará una investigación detallada acerca del tema en cuestión.

Trabajaremos con conceptos como la soledad social, el “yo digital” o diferentes fenómenos sociales, entre ellos el *cancelling*; estos conceptos y fenómenos son el reflejo del ser humano contemporáneo, y como individuos que compartimos el mismo contexto nos hallamos en la posición de preguntarnos cómo entendemos este nuevo individuo.

Una vez esclarecemos las características de este nuevo individuo y su forma de conexión, procederemos a explicar la propuesta de la parte práctica del proyecto. Para ello nos serviremos de la serigrafía y la ilustración digital como medios para desarrollarlo. Es por esto por lo que creemos necesario destacar la relación actual entre la obra gráfica y los medios digitales. Para ello realizamos una investigación de la gráfica en la época de su reproductibilidad, en el que ahondaremos en sus posibilidades de producción y cuales pueden ser sus efectos.

Este TFM se dividirá entonces en las dos partes que hemos mencionado anteriormente. La primera será la parte conceptual que ya hemos citado, que realizará un recorrido por el individuo y su forma de conectar para luego adentrarnos en la imagen que este proyecta en y mediante lo digital, para continuar con la producción gráfica en la era digital, abordando el concepto de la imagen digital y su alcance para terminar haciendo un repaso por historia del grabado, incidiendo en la serigrafía. La segunda división será la parte proyectual, en la que realizaremos un boceto de lo que será nuestro proyecto, integrando las ideas del marco conceptual en una serie de ilustraciones. La materialización del proyecto está contemplada en su planteamiento, pero en este trabajo presentaremos la parte proyectual, añadiendo los apartados de producción y proceso y un presupuesto aproximado para comprobar nuestro trabajo es factible, sin llegar a la materialización del mismo. Ambas divisiones están reforzadas por referentes conceptuales y prácticos que se referencian tanto en el texto como en un apartado concreto de referentes visuales.

El resultado obtenido tras esta investigación deberá incluir los puntos clave que se enmarcan en el apartado conceptual, combinándose de forma adecuada con el proceso práctico, proyectando un trabajo cercano y factible de creación artística.

2. OBJETIVOS Y METODOLOGÍA

El objetivo principal de este proyecto será la realización de un TFM de tipología 3, en el que se plantea el proyecto de producción de una serie de obras de ilustración que serán impresas en serigrafía. Estas imágenes se apoyan en una parte teórica y de investigación temática que trata de contextualizar un problema común: la pérdida de vinculación.

Una vez establecido este objetivo principal, surgen los siguientes objetivos secundarios, que son:

- ❖ Indagar en teorías sobre:
 - Nuestra relación con los otros.
 - La imagen digital.
 - La producción gráfica en relación con la reproducción digital.
- ❖ Desarrollar un proyecto viable y coherente.
- ❖ Mejorar las capacidades técnicas de ilustración con el programa *Adobe Illustrator*.
- ❖ Establecer una metodología de trabajo que conecte el proceso digital/tecnológico con el área gráfica.
- ❖ Realizar una obra que contextualice y refleje las ideas que tenemos sobre la temática elegida.

La metodología utilizada para este proyecto es heurística, ya que planteamos la solución a una problemática por medio de una investigación. La parte conceptual tendrá un peso mucho mayor que la empírica, ya que la mayor parte del trabajo se fundamenta en la investigación, además de la bibliografía utilizada, junto con los referentes y conceptos que se ven expuestos en la base empírica, que será la segunda parte de nuestro proyecto. La parte empírica, como hemos señalado, consiste en la proyección de la creación. Debemos aclarar que, aunque este TFM comienza planteándose como un proyecto de tipología 4, si bien debido a las circunstancias actuales que afectan al mundo hoy (cuarentena, pandemia, Covid-19...). Al no poder materializar la obra se optó por variar la tipología a la 3 y darle más peso teórico al trabajo.

3. NOSOTROS Y LOS OTROS

El contexto y la época en las que se encuentra el individuo determinan las características que lo definen. Nosotros como individuos nos situamos en la facultad de BBAA de Valencia, a grandes rasgos en la Europa del siglo XXI, lo cual nos posiciona como personas privilegiadas. El encontrarnos en este contexto también supondrá que nuestra realidad gire en torno a lo digital, lo que afecta a nuestras formas de comunicación, sociabilización, ocio, etc., Y nos encontramos ante la evolución y consecuencia de dicha digitalización.

Nuestra cultura es una cultura líquida (Bauman, 2013), así como lo son todos nuestros ámbitos actuales. Nos encontramos en un continuo intento de adaptación, mientras nos bombardea un exceso de imágenes y estímulos que nos doblegan y no dan descanso. Vivimos en una sociedad de consumo, y somos una sociedad consumida. Los vínculos afectivos que nos habían unido y suponían una base para nuestra sociedad se encuentran desgastados.

Nuestro proyecto se embarca en la necesidad de entender de forma personal la incapacidad de crear un sentimiento de estabilidad o de conexión reales y cómo esto nos afecta.

Para entender la necesidad de lo común, debemos entender que esto significa un punto de encuentro, una reflexión del “nosotros” que pretende unificar, un “nosotros” que ahora no es accesible. Durante nuestra nos referimos a esta necesidad que se crea por la constante desvinculación hacia los demás, y también definiremos que gran parte de este suceso está relacionada con el uso de las tecnologías.

3.1. LA NECESIDAD DE LO COMÚN

Somos, como seres humanos, parte de un conjunto social en que los individuos que lo conformamos no somos capaces de entendernos como “nosotros”.

Si bien podemos entender el uso de la comunicación mediante móviles, internet o el intercambio de imágenes, la realidad parece decirnos otra cosa. Nos situamos en una época donde tenemos las herramientas para unificar, pero nos empeñamos en dividirnos, en fragmentarnos. Por etnia, sexo, género, ideología, religión... Las guerras entre países se han convertido en guerras sin fronteras, nos encontramos en un todos contra todos. Cabe preguntarnos qué es lo que nos separa como individuos: raza, religión, fronteras, cultura, etc., y si bien la historia nos habla de una lucha contra estas separaciones, tal vez nuestro punto de vista debería dirigirse a nuestro común, al cómo vincularnos, nuestro deseo de hacer común.

Nuestra existencia está privatizada debido a nuestra situación dentro de una sociedad globalizada, donde el capitalismo voraz y el consumismo que lo acompaña nos marca como sociedad. Como hemos comentado anteriormente, el contexto el que nos encontramos nos confiere una serie de privilegios, los

cuales son aprovechados por el sistema sociopolítico que nos gobierna, que nos ofrece la posibilidad de experimentar el mundo desde la privatización y la personalización de los recursos. Sin embargo, estas comodidades resultan posibles mediante la explotación del “otro” (un término complejo en el que ahondaremos más adelante). Esta arma de doble filo, donde el privilegio de unos se vive a costa de los otros, es uno de los factores que nos impedirá la conexión y empatía con los que no son el “yo”.

Así, si bien estamos completamente comunicados, y la soledad parece desaparecer como opción, encontramos que el individuo se sitúa a sí mismo como centro de todo, el “yo” como verdad inalterable. Esto se repetirá en cada uno de los individuos para encontrarnos encerrados en nuestra propia individualidad, otro de los factores que nos impedirá la opción de crear vínculos con alguien que no seamos nosotros. El ser humano se encuentra destinado a su autosuficiencia más radical y su impotencia más absoluta (Garcés 2013)

3.1.1. *Nosotros y los otros*

Pero ¿qué significa exactamente el “nosotros”? ¿Quiénes somos “nosotros”?

En nuestro contexto la palabra “nosotros” supone un problema, debido a que crea una clara división entre lo considerado “nosotros” y “ellos”. El nosotros es una paradoja, ya que debería una palabra unificadora, mientras que en la realidad supone una situación de enfrentamiento, su fuerza erradica en la separación, ocupa una posición defensiva y aparece cerrado ante “los otros”. El nosotros actual se forma mediante la desidentificación, es decir, erradica lo negativo y lo diferente y deja solo lugar a lo positivo, a lo igual. Es un concepto que no puede perdurar ya que destruye y, por lo tanto, siempre tendrá un fin.

Somos seres con una necesidad del otro, de crear un vínculo o un común. Esto no quiere decir que se abogue por una homogeneización cultural o política, ni tampoco una exaltación del individualismo colectivo. Se propone una “vida en común”, resolver nuestra necesidad de comunicación, empezar una misión de sanación.

Es imposible ser sólo un individuo. Lo dice nuestro cuerpo, su hambre, su frío, la marca de su ombligo, vacío presente que sutura el alzo perdido. Lo dice nuestra voz, con todos los acentos y tonalidades de nuestros mundos lingüísticos y afectivos incorporados. Lo dice nuestra imaginación, capaz de componerse con realidades conocidas y desconocidas para crear otros sentidos y otras realidades. (Garcés, 2013, p.29)

La vida en común implicaría una unidad voluntaria de individuos asociados, en la que cada uno de ellos deberá ejercer un papel en la jerarquía propia de cada sociedad, que se pueden dividir entre lo que se conoce como “la esfera pública” y la “esfera privada”.

Pero la difuminación entre los límites de estas dos esferas confunde los límites sociales del individuo, dificultando sus capacidades de vinculación y

comunicación. La pérdida de los vínculos de familia, sociales y románticos en los que se asentaba nuestra sociedad nos hace estar en un continuo desequilibrio e inestabilidad emocional (Bauman, 2005), por lo que buscamos una seguridad en el “otro superior”: el Estado, o en el “yo individual”, que se aleja del nosotros. Vivimos en un intenso miedo al olvido y a dejarnos ver en nuestra realidad, al amor, al querer y al necesitar.

El ser humano necesita amar, y en esta comunidad cerrada, de soledad individual, nos encontramos más solos que nunca. Debemos aprender a hacer un común, debemos luchar por un nosotros que abrace lo diferente y que no separe. Sin embargo, como nuestras necesidades aparecen evidentes, parece que es el amor del “yo” hacia el “yo” el que caracteriza al individuo, favoreciendo la exaltación del propio ego frente a las necesidades comunes. Pero en este amor individual no se encuentra satisfacción. Somos inseparables del otro, pero vivimos en una época donde las soluciones rápidas y la satisfacción instantánea nos resultan mucho más atractivas que la posibilidad del esfuerzo o el daño.

El amor y las relaciones sociales nos piden una fe que se ha perdido. Nos exigen apostar por algo incierto, que no sabremos si nos recompensará con lo que deseamos. Esta apuesta significa la entrega al “otro”, sin tener la seguridad de la reciprocidad. Como oposición a esto encontramos la satisfacción instantánea, que nos ofrece una recompensa inmediata, aunque esta inmediatez no es sinónimo de lo anhelado, sino una solución temporal para una herida que se hace cada vez más grande, que intentaremos arreglar siempre con las mismas medidas. Pero el enamorarse no solo es esta noción de la opción de daño, sino la sensación de estar perdiéndose oportunidades, cerrando puertas a la idea de otras relaciones.

Como individuos de la sociedad consumista llegamos a entender las relaciones como bienes de consumo, que añadimos a nuestro carrito de la compra por el hecho de degustarlos y no por el deseo de apreciarlos.

Pero ¿qué esperamos de una relación romántica? Esperamos un beneficio. Para nosotros es una inversión. Y las inversiones no son seguras. Las promesas realizadas en cualquier relación son contratos de fácil disolución. Pero si nos vinculamos totalmente, perdemos nuestra identidad con el fin de ser uno con el otro individuo, o más bien intentamos que el otro se funda con el yo. Vemos al otro como un trabajo por realizar, que debe adaptarse a nosotros y pertenecernos. Buscamos que nuestra identidad perdure sobre la del otro, en vez de buscar la convivencia entre ambas.

El amor, las relaciones y los vínculos necesitan de un tiempo, de dedicación e interés. No valen los contratos a medias, consiste en aceptar el miedo. Es establecer y asumir la posibilidad del cambio y el compromiso a la adaptación del tú y el yo, a un nosotros.

Sin embargo, lo que se nos ofrece, lo que buscamos ahora, no es esto; buscamos una “relación de bolsillo”. Esta relación será breve, cómoda y no supondrá un esfuerzo, además de que debe ser fácilmente reemplazable. El individuo desea tomar el control de esta relación para que se acople

perfectamente a sus necesidades, y pretende acomodar al “otro” a estas. Por esto es un contrato de corta duración, porque no establece la sumisión del otro individuo, y tras el fracaso de dominio pasará a la siguiente relación.

Con este tipo de relación, el “yo” se esconde tras la transparencia, busca su propia conveniencia. El individuo no debe alterarse, no debe involucrarse, ya que el miedo de crear un “nosotros”, de mezclarse con “el otro” supone la pérdida de su poder. No buscamos un acercamiento, sino mantenernos en una lejanía correcta, lo justo para acercarnos sin quemarnos.

La propuesta de este derivará en un progresivo descenso en la inversión que hacemos en el otro, con lo que cada vez que se repita este proceso estaremos menos dispuestos a aceptar el error, el fallo, y esto supondrá una decepción mayor.

3.1.2. Soledad social

El “tú” y el “yo” son realidades inseparables, no se puede entender la una sin la otra. La capacidad de invisibilizar o minimizar el tú, con su común “nosotros” significa la carencia de sentido del “yo”. El yo será también un nosotros, un nosotros amplio en el que la imagen del individuo sobresale por delante de los otros que forman el nosotros, es una ampliación de la positividad propia. “Yo es un nosotros y el nosotros es un yo” (Ibidem, p.45)

Se debe contextualizar la idea actual del “nosotros”: nos hallamos en un capitalismo globalizado donde el ser humano ha de mercantilizar y referir todo a su precio en el mercado. Esto influye en nuestra forma de entender nuestras relaciones sociales, que pasan a ser entendidas inconscientemente como inversiones.

Uno de los puntos a los que nos referiremos en este apartado es al amor, del cual nos preguntamos cuál es nuestra forma de relacionarnos con el otro de forma romántica ¿Cómo entendemos ahora las relaciones? Si bien antes los emparejamientos o los acercamientos con intención romántica/sexual surgían a través de amigos y amigas, conocidos, encuentros casuales, acercamientos espontáneos o concertados; se encontraba al otro “por accidente”, había un descubrimiento del otro, en la actualidad hemos encontrado en las tecnologías digitales una posibilidad de crear un catálogo de perfectos candidatos y candidatas. Nuestra presencia en las redes se presenta como un autorretrato distorsionando, con el que pretendemos mostrar todos los perfiles de esta personalidad prefabricada, que se adaptará a cada plataforma (*twitter, instagram, facebook...*) y cuyo propósito principal es el de resultar atractivo o atractiva al mayor número de personas al mayor número de personas. Pero al igual que una persona refleja la idea de sí mismo en las redes, se ve expuesto a esta misma subjetividad proveniente del otro.

Pero no solo el exceso de “otros” conduce a la crisis del amor, sino también la erosión del “otro”, que tiene lugar en todos los ámbitos de la vida y va unida a un excesivo narcisismo de la propia “mismidad” (Han, 2012). Es este mismo



Figura 1. Nuevo año 2015, Pablo Amargo, 2014

exceso de estímulos el que conlleva la agonía de lo erótico, del amor y de las relaciones con “el otro”.

Esta forma de conectar con otros individuos de forma romántica es perfectamente equiparable a la manera en cómo establecemos y continuamos los vínculos con los demás en nuestras relaciones sociales. El esfuerzo constante de comunicación visual y emocional por medio de redes no deja un respiro al “yo” y, por lo tanto, derivará en el efecto *burnout*, que lleva al individuo a una sensación de cansancio social constante. Y esto se traduce en la fatiga con uno mismo. Si bien el término *burnout* aparece en un principio como referencia al estado de cansancio que surge en el ambiente laboral por la imposibilidad de descanso, lo podemos aplicar también en el espacio privado, en el ámbito de nuestras relaciones sociales, románticas y familiares relacionado con la imposibilidad de desconexión.

También cabe destacar que, si bien la vinculación familiar sufre una desestabilidad constante y ve sus cimientos removidos, no se han desestructurado totalmente las jerarquías que siempre se habían tomado como verdaderas.

La búsqueda de vinculación afectiva proviene de una necesidad de reafirmación propia por la falta de estabilidad y coherencia en nuestros vínculos afectivos y sociales. Buscamos una aprobación de un “yo” externo ya que en realidad queremos encontrar en los otros nuestra propia afirmación, puesto que entendemos que el nosotros o el ellos forman parte del yo, entendiéndolos como parte propia del individuo. Esta búsqueda se realiza mayormente en los medios digitales y en las redes sociales. El hecho de no contactar de forma real con estos otros hace que no lleguemos a comprenderlos porque nuestra relación no es directa. En este fallo de comunicación encontramos que el medio digital comienza siendo un mero aparato comunicativo o de transmisión del mensaje, actuando como intermediario, pero finalmente supondrá la sustitución del “otro”.

Esta sustitución del otro significa un corte de los vínculos con la otra persona, y en la suplantación de este se empieza a crear otra realidad que es la digital. Esta realidad es un espejo en el que todo está adaptado al usuario, no ve nada que no le guste, no sale de su positividad. Se crea esta especie de realidad digital que lleva al individuo al no cuestionamiento y a una planitud. Cuando el individuo deja de tener estímulos negativos además de no tener acceso a ellos, se forma una imagen plana, sin altercados. Nuestra realidad se presenta como homogénea e irrompible. Y es en esta realidad donde observamos otro nuevo fenómeno, que es el de la “transparencia total”, en la que el individuo se expone totalmente, se muestra en su totalidad, con el anhelo de suplir la soledad constante de la que sufre.

Este “yo” que pretende sustituir al “otro” se contextualiza en un mundo de estandarización y globalización, en la que los individuos no están expuestos al accidente. La constante lucha por igualar, por nivelar, intentando dejar atrás

toda negatividad, muestra como perdemos la idea de la identidad. Mientras que se podría abogar por una naturalización de lo “otro”, lo diferente, se aboga por un “todos iguales”, que mata al accidente.

Este accidente del que hablamos proviene del concepto de Paul Virilio, que entiende que “cuando todos los ejemplos son seguidos en tiempo real por la hiperpotencia de los *mass media*, el acontecimiento es únicamente la ruptura de la continuidad” (Ibidem, p.36). Este accidente se entiende como un corte en lo establecido, que en este caso es una avalancha continua de cambios y la ruptura es la estabilidad, la pausa.

El sujeto actual es narcisista, no es capaz de fijar sus límites, se refleja en el otro hasta convertirlo en el “yo” y así enamorarse de sí mismo, y si este “otro yo” se sale de la idea que tenemos de él o ella, entonces pasaremos al siguiente objeto de nuestro deseo. Esto es lo que permite la actualidad, un salto constante de deseo en deseo, sin llegar nunca a conocer y profundizar. Negamos toda alteridad que no sea la propia, y esto también nos anula como individuos, ya que no nos ofrece una felicidad o satisfacción real. En palabras de Byung-Chul Han (2012) “la sociedad del consumo aspira a eliminar la alteridad atópica a favor de diferencias consumibles” p.20.

¿Caben las relaciones afectivas en la sociedad actual? El amor es domesticado, se convierte en una fórmula de consumo. En la era de la racionalización de las relaciones, se pierde el factor de lo desconocido.

El ser humano se ha convertido en una “máquina de rendimiento” cuyo objetivo consiste en el funcionamiento sin alteraciones y en la maximización del rendimiento. Esta sociedad constantemente activa y positiva produce un cansancio y agotamiento excesivos. Existe una nueva proclama colectiva: estamos cansados. No podemos funcionar y además es este un

cansancio que separa: ... los dos estábamos cayendo ya, cada uno por su lado; cada uno a su cansancio más propio y particular, no al nuestro, sino al mío de aquí y al tuyo de allá...con la incapacidad de mirar y con la mudez. Solamente el yo llena por completo el campo visual La sociedad del cansancio, (Ibidem, p.73)

No somos capaces de salir del yo para llegar al otro, debido a nuestro ritmo de vida por el cual hemos perdido la capacidad de establecer cualquier tipo de conexión, y reflejamos nuestra propia falta de afecto y el cansancio que nos acompaña en el otro, dejamos de ver a los demás tal como son para verlos tal cual nos sentimos. En un acto de encerramiento propio, en el que no podemos establecer vínculos, dejamos de poder sentir a los demás, no somos capaces de mirarlos porque no somos capaces de ver. Cuando entendemos que el “yo” y el “otro” formamos parte de un “nosotros” es cuando empezamos a poder vernos, oírnos o entendernos, salimos de un cansancio que nos aísla como individuos para pasar a ser un cansancio compartido. Nos es menos pesado, asumimos la negatividad y empezamos a confiar en un “nosotros”, esto restaura la dualidad que se había perdido, es mediante este tipo de cansancio con el que nos abrimos a los demás, siendo un cansancio donde cabe el aburrimiento.

La sociedad del rendimiento está dominada por el verbo “poder”, atrás queda el concepto del “deber”; esta dominación es una llamada a la positividad, a la motivación, a la iniciativa... Es una explotación propia. Así, la proclamación de nuestra actualidad es el “sé libre”, “sé tú”, “tú puedes”; paradójicamente, esto no hace más que sumir al individuo en una desesperación, en una autoflagelación, al verse a sí mismo cometer fallos o no hacer todo perfecto. Y este tipo de coacción, al contrario que la del “deber”, no viene de otro sino del mismo individuo, con lo que no hay un escape al castigo mental que supone el error. La sensación de culpa, de llevar la carga de un fallo, y el alivio de este fallo debe venir del otro. Pero el capitalismo solo es endeudador.

La imposibilidad de la negatividad desemboca en la necesidad de una positividad absoluta, y en cuanto observamos indicios de lo negativo o sentimos la posibilidad de ser dañados abandonamos cualquiera actividad. Nuestra sociedad sufre en una silenciosa depresión, una melancolía constante. Observamos con deseo el accidente, el amor, pero lo observamos desde una posición de no involucración, viendo siempre desde fuera o a través de un lente puesto que nos hemos convertidos en espectadores de nuestra realidad. El concepto de apatía supone una perfecta descripción del sentimiento social.

Al mercantilizar las emociones existe la necesidad de intentar poseer, tanto lo material como lo inmaterial. Esa necesidad se traduce en la realización de la imposibilidad de ello y la frustración que conlleva. Pero, si fuera posible poseerlo, sino existiera ese anhelo de lo imposible, esto dejaría de ser “otro”, sería una parte del yo, del ego.

El cuerpo pasa a ser una mercancía, el otro pasa de ser objetivo de nuestro deseo a objeto excitante, se le entiende como un bien de consumo. El otro deja de ser un tú para ser un ello, se despersonaliza a la persona.

Hemos destruido la distancia y a la vez la intimidad. Si bien lo digital pretendía acercarnos ha causado un efecto rebote que podría considerarse una falta de distancia. No existe la posibilidad de separación, estamos siempre conectados y nuestras imágenes y las de los otros está siempre con nosotros, la presencia de otro yo. Así, el deseo pasa a ser un deseo cansado, que necesita cada vez de más estímulos.

Sin embargo, al encontrarnos con la dificultad de crear una vinculación real, seguiremos sintiéndonos solos en nuestra falta de intimidad, y suplimos este vacío ambiguo con el devenir de mensajes, su circulación interminable, la comunicación sin cese. Ya no importa el contenido ni el mensaje, importa la ininterrupción de la comunicación. Esta conversación constante, frenética nos lleva darnos cuenta de que hay un miedo al vacío, al silencio, porque esto significaría que estamos siendo apartados, que no estamos recibiendo el mismo tipo de información que el resto. Así, intentamos proyectarnos en un “otro yo” que se comunique constantemente y agrade “al otro”.

3.1.2.1. La imagen del “yo” digital

En este punto hablaremos del “yo” en su contexto digital. A lo largo de la historia encontraremos a diversos filósofos que hablan de este término, en el que dividen la figura del individuo en diferentes “yoes”, algunos de ellos han sido Freud, que divide al individuo en tres instancias: el “ello”, que es el inconsciente, núcleo de nuestro ser; el “yo”, que surge como mediador de los otros dos, ejerce como ser objetivo, y por último aparece el “superyó”, que es el reflejo de la educación en el individuo y contrarresta al “ello”. Por su parte, Nietzsche y Hume rechazan la división en el individuo de cuerpo y alma, aunque su filosofía se separa por un siglo, ya que localizaremos a Hume a mediados del siglo XVIII y a Friedrich Nietzsche a mediados del siglo XIX, encontraremos similitudes en la concepción del “yo” en ambos filósofos, ambos consideran al “yo” como una conciencia fluida y en constante cambio, Hume llega a la conclusión de que el “yo” es algo cambiante, que es construido y no es que se descubra, y expone la necesidad de conectar con ese “yo”. Por otra parte, Nietzsche propondrá el concepto del “superhombre”, que es su ideal de evolución del “yo”, pero para llegar a este ideal el hombre ha de suprimirse y regirse por la máxima del “poder”. Sin embargo, nosotros nos referiremos al “yo” de Byung-Chul Han, este “yo” es el del sujeto cansado, el individuo de la producción, aunque observamos influencias de estos autores anteriores en su obra, es bajo la visión de este último que realizaremos nuestra aproximación al “yo digital”.

La imagen del yo en las redes, en el contexto digital, responde a la idea del propio individuo sobre sí mismo. No responde a un contexto real sino en el que el usuario decida incluirse. Cuando el “yo” deja de ser una realidad tangible, empieza a ser un reflejo o imagen del “yo original”, es este autorretrato que hemos comentado en el punto anterior, y es mediante esta nueva imagen que nos permite crear las redes que construimos una imagen con la idea del “yo”, cuya finalidad es ser vista por “el otro” (refiriéndonos como “el otro” a la masa de individuos que conforman las comunicaciones digitales). No dejamos nada a la imaginación, nos reflejamos tanto en las redes que no es necesario conocernos, nos creemos conocer. Nuestros gustos musicales, visuales, nuestros deseos y aspiraciones, nuestros pensamientos, se reflejan en nuestro perfil online. Creamos una cuidada imagen que buscamos reflejar constantemente.

El “yo” se encuentra en una constante búsqueda de conquista, y esto se ve amplificado con el uso de las tecnologías, que permite que el ego sobrepase fronteras anteriormente imposibles. El yo se traslada a cualquier parte con la velocidad de internet, un reflejo incansable que pareciera que no tiene fin. Pero esta expansión sigue sin ser suficiente, el individuo sigue cansado y la soledad le acompaña.

Cuando el usuario se encuentra solo y sin una base de identidad, se dirige en una búsqueda “otro” superior al que adorar. Al verse en soledad pone todos sus esfuerzos en entrar en lo colectivo, a riesgo de la pérdida de su propia identidad.



Figura 2. Ilustración perteneciente a la serie Visions, Evan M.Cohen, 2017

Estas identidades son ofrecidas por nuevos ídolos, los cuales ya no son los futbolistas o cantantes. Esta idolatración de individuos que forman parte de lo normativo crea una sociedad aún más sincronizada y globalizada, donde los individuos comparten la misma emoción colectiva por los mismos ídolos, independientemente del punto del globo donde nos encontremos, podremos hallar ídolos que se adapten a nuestras expectativas y gustos.

El “yo” se convierte en imagen. Somos el Gran Hermano (George Orwell, 1947) y a la vez estamos observados por él. Aunque seamos los observadores, vigilantes del “otro”, el precio que debemos pagar por ello es nuestra imagen, una exigencia de producir, de expresarse, de mostrarse. El ser humano como imagen significa exponer la vida cotidiana, lo privado, como público. No hay secretos. Solo un diálogo interminable.

Lo peor de esta digitalización del yo será la imposibilidad de escapar, ya que es voluntario. Como sociedad del cansancio, nos auto exigimos a la exhibición constante, es el propio usuario el que se sacrifica. Y, sin embargo, no se basta él mismo para superarse.

El concepto del “otro”, ¿qué significa y qué conlleva? El otro se posiciona como el antagonista del yo, no es igual que el tú, sino que se presenta como un ser extraño, que no es confiable. Existe un miedo hacia lo desconocido, por lo que se polariza la idea del otro como lo inalcanzable y objeto de nuestro deseo, o como el otro que supondrá un peligro. “El otro”, que será objeto de nuestro deseo no es otra cosa que el ego del individuo reflejado en esta otra persona (mediante la autoidentificación), un reflejo de lo que deseamos ser, mientras que “el otro” que rechazamos es el que nos resulta extraño o desconocido, que a primera vista no nos pareciera común; esto resulta en la violencia o la imposibilidad de vinculación con algo que nos sea ajeno, lo cual derivará en un deseo constante de erradicar lo diferente, y con ello, una lucha constante de todos contra todos. Este “otro” que surge del propio ego está ligado a las ideas de ídolo que arrastramos por nuestro contexto religioso.

En nuestra cultura aún conservamos una cultura religiosa firmemente cimentada, cada cultura recibirá las enseñanzas religiosas que correspondan; si bien adoramos a diferentes deidades, nos une un nuevo tipo de adoración: la figura e imagen pública. Encontramos que el ser humano pasa a ser el referente que seguir, si anteriormente nos encontrábamos en una sociedad teocentrista, donde un dios todopoderoso regía nuestra existencia, es en el siglo XXI que esta figura todopoderosa se sustituye por el ser humano, concretamente esta figura será la de los *influencers*, una nuevas “deidades” que se acerca al “yo”, nosotros podemos ser ellos, podemos alcanzar la fama, la atención, solo tenemos que seguir una serie de pasos, ser como ellos, nos encontramos así en una sociedad antropocentrista. Historias como la de Paris Hilton con Kim Kardashian se han popularizado, la pupila alcanza a su maestra y la supera, todo esto unido a una serie de *reality shows*, series y productos propios en los que se observa la transparencia total en su máximo esplendor. Seguimos a estas dos personas a

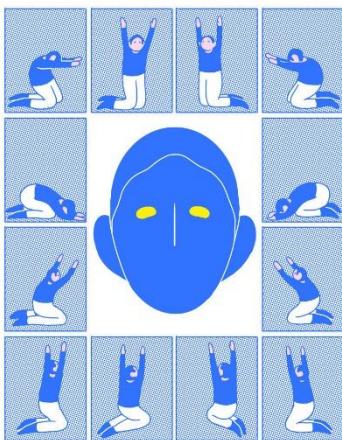


Figura 3. Ilustración perteneciente a la serie Visions, Evan M.Cohen, 2017

lo largo de toda su vida, se las observa y pareciera que si nos esforzamos lo suficiente podremos superar a nuestros propios ídolos. “La irreductibilidad del individuo, como unidad básica del mundo moderno, tanto político como científico, moral, económico y artístico” (Garcés, 2013, p.29).

Somos partes de un contrato social, que será llevado a cabo por los individuos, que transfieren su voluntad y poder ante un “yo” superior, una persona que decide por nosotros. Dejamos nuestra elección en sus manos, por la idea de seguridad que este nos transmite. Este contrato supone una privatización de la existencia en manos de esta figura, que establece la ley y las órdenes que debemos seguir, las cuales son seguidas de manera voluntaria. Supone una jerarquía en la que el nosotros está articulado en relación de cada uno con el todo.

Cuando todo es transparente y está a nuestra disposición, el mundo se convierte en un museo. No hay sino dualidades, que se alejan y carecen de grises. Es con la idealización del “otro” que se crea la idea de un superior y a la vez cercano, que se asemeja a la imagen de Jesucristo, un salvador, la imagen de Dios entre los mortales.

Pero ya no se hacen sacrificios, ya no se muere por los demás, ahora se comparte, se comparte lo privado. La división entre público y privado se tambalea, y ese acercamiento a la idea de deidad de algunos individuos, que son adorados en masa, crea fenómenos de seguidores. Pero toda esta manifestación de vida privada en lo público no tiene ningún tipo de fin, no tiene un quehacer. No es cultural, no es nada.

Esta desnudez y exhibición constante resulta casi obscena, carece de misterio, ha perdido su significado y por lo tanto carece de mensaje. Se expone solo por el hecho de estar expuesta.

Así, nuestro campo privado pasa a ser público. Existe una “museización”, fenómeno en el que todo debe ser expuesto, juzgado e interpretado. Mostramos en internet nuestras mejores sonrisas, vestidos, vacaciones... todo por conseguir la realización propia a través de un número de *likes*. Hemos convertido espacios propios en lugares comunes, pero no de compartir sino de exhibición. Estos conceptos se han transmitido a cómo vemos y entendemos nuestra vida diaria, las ciudades, cómo andamos y cómo hemos dejado de sentirnos dueños o partícipes de la ciudad que habitamos. Pareciéramos personas siempre de paso, nómadas.

3.1.3. El individuo, pérdida de identidad

La pérdida de la conexión propia conlleva la pérdida con los otros, siendo todos uno, se crea una sensación de melancolía y anhelo

Vivimos un momento en que los vínculos afectivos en los que nos basábamos dejan de tener la misma importancia, roles clásicos de familia, amistad y pareja se ven rotos por la actualidad, nos vemos abrumados con las posibilidades o la idea de estas. Porque no existe la seguridad de ello.

Somos nosotros y no Dios los que desaparecemos tras nuestras imágenes. Ya no hay riesgo de que nos roben nuestra imagen, de que fueren nuestros secretos: carecemos de ellos. No tenemos nada que ocultar. (Baudrillard, 2006, p. 57). Con estas entendemos el destino fatal de la intimidad. El ego que nos lleva a competir por la visibilidad crea a la vez nuestra invisibilización. No nos sabemos separar de nuestro alter ego digital y por ello ya no somos capaces de entender y separar la realidad de la imagen banal.

Así, el individuo pierde la noción de la realidad y de quién es. Debido a Internet, la distancia se abole, todo se acerca y crea confusión. Entendemos nuestra vida a través de lo digital, de una pantalla que nos define, es un nuevo concepto de comunicación. La vinculación establecida es mediante lo digital y, en último término, con lo digital.

Somos los sujetos del rendimiento, no somos sino carcelarios de nosotros, la idea constante del yo ante los demás, de agradar a un ente superior, el sentirse, o más bien saberse, en una continua observación (reconocimiento facial, anuncios personalizados, algoritmos de seguimiento...) se trata como la normalidad. La aceptación de esta realidad nos lleva a ser presos y carceleros tanto nuestros como de los demás. Las barreras visibles desaparecen y nos enfrentamos a una nueva dimensión: "lo digital" en sus vertientes de imagen, sonido, creación, comunicación o espacio. Esta dimensión digital, que si bien nuestra generación adapta casi como propia y parece que las venideras nacen con ella intrínseca, no es más que un reflejo de "nosotros", pero un nosotros reducido, un nosotros que pretende ser "todos" y, sin embargo, no lo es.

Este continuo bombardeo, imágenes, palabras... Nos aliena, pareciera que dejáramos de entendernos entre nosotros y a nosotros, así, llegamos a un nuevo tipo de violencia, la violencia neuronal, el Síndrome de Desgaste Ocupacional o *burnout*, que ya no solo se debería referir a ocupaciones como el trabajo, se ha de trasladar a otros ámbitos que se acercan más a lo cotidiano, como son nuestras otras ocupaciones sociales o románticas, de ocio, etc. Se sufre este *burnout*, el fenómeno que va quemando poco a poco, hasta que el individuo deja de ser socialmente funcional. La falta de tiempos propios, la imposibilidad de desconectar, etc., agravan esta sensación hasta "quemarnos" por completo. Las enfermedades neuronales como la depresión, el trastorno por déficit de atención con hiperactividad (TDAH), el trastorno límite de la personalidad (TLP) o el síndrome de desgaste ocupacional (SDO) (Han, 2012)

Y de repente, podemos hacerlo todo, excepto el no. Podemos con todo, ¿Qué más podríamos desear? sin embargo, los índices de depresión, ansiedad y diferentes trastornos parecen aumentar con el paso del tiempo. El "yo puedo" "todo es posible" son mensajes que recibimos de forma continua. Si esta persona puede, ¿por qué yo no? ¿qué nos hace diferentes? Al haber eliminado la otredad no vemos en los demás más que el yo. Por lo tanto "yo" soy dueño de mí, "yo" soy más y "yo" soy responsable; dejamos el amparo de mentores,

familiares, amigos o parejas para intentar apoyar nuestro peso solamente en el propio individuo, mientras que simultáneamente dejamos de ser un apoyo para los demás. Lo que podría ser un intercambio de cargas empieza a ser un lastre propio, que se vuelve cada vez más pesada al no poder soltarla.

¿Por qué no podemos desconectar? Estamos totalmente vinculados a través de la tecnología, a medio de intermediario, conectamos mediante ella y muchas veces llegamos a suplir nuestras interacciones por las que nos ofrecen nuestros dispositivos. Yes que mediante esta constante “positividad” o exceso de ella nos sometemos a una sobreexplotación de estímulos y posibilidades, que nos arrincona en una imagen falsa mientras que lo que era considerado la realidad empieza a desvanecerse.

Nos encontramos ante la desaparición de la otredad y la extrañeza, hemos eliminado el accidente y con ello sufrimos una pérdida de la sorpresa, nada nos mueve en el otro. Las imágenes que nos acompaña en nuestro día a día son numerosas, infinitas y, aun así, con los avances tecnológicos no llegamos a todo, a todos. Los correos se acumulan en nuestra bandeja de entrada, las notificaciones en nuestro teléfono nos bombardean, nuestros amigos, familiares y demás exigen inconscientemente una comunicación constante, ¿cómo negarnos a esta comunicación? ¿acaso podemos negarnos?, la necesidad de llegar a todo no hace más que reflejar la imposibilidad de hacerlo.

Este exceso de estímulos nos obliga a dividir nuestro tiempo en varias tareas a la vez, este acto se define como multitasking que, si bien podría parecer la forma idónea de dividir nuestro tiempo entre lo que deseamos, expone la incapacidad de centrarse por completo en nada. Nuestras capacidades de atención son mínimas, por no decir nulas. La necesidad de parar, desconectar y mirar alrededor es totalmente ignorada

Nuestra cultura y sociedad viven en el fenómeno que es la modernidad líquida, concepto usado por (Bauman, 2013) Es decir, vivimos en un momento en que el arte, la cultura, las comunicaciones, etc., son inestables; incluso nuestros modelos de familia, que eran núcleos de estabilidad segura, se tambalean ante la imposibilidad de mantenerse fijas, de adaptarse. Este es el sino de nuestra generación y las futuras, un apremio constante a la adaptación, a las imágenes continuas, a saltar de un lado a otro, no somos capaces de centrarnos o mirar una sola cosa. Tampoco nos podemos definir ya que surgen más y más términos en los que debemos sentirnos o no identificados, que varían en cada momento. Vivimos en una acotación de tiempos, de turnos de palabra. No existe una implicación real con porque no hay tiempo de reflexión.

Si en el siglo pasado los roles de cada individuo se veían claramente definidos, ante nosotros se abre un amplio espectro de posibilidades de autodefinición. Si en un principio lo debemos entender como positivo, puesto que nos ha permitido entendernos de una forma nueva, más correcta, el exceso de etiquetas no hace sino separarnos. La definición continua del individuo refleja un amplísimo abanico de sentimientos e inquietudes que se habían ignorado completamente a lo largo de los siglos, atrás quedan la concepción de

heterosexual u homosexual, hemos empezado a tantear el camino a la aceptación de una realidad: la diversidad, y con ello empezamos a aprender a aceptar el amor y la comunicación entre nosotros de una forma más abierta; No obstante, queda un largo recorrido para que esta apertura se haga real.

Sin embargo, al haberse centrado toda esta exploración en tan corto período de tiempo, en el que los términos son acuñados coloquialmente y no hay un consenso con sus definiciones, provoca que incluso entre nosotros no haya una comunicación efectiva, ya que la incorrecta definición de estos nuevos términos imposibilita el entendimiento; también cabe añadir que los centros donde debería acuñarse y aceptarse este nuevo y necesario vocabulario sucede que están regentados por personas que no necesitan de estas nuevas definiciones, ya que se encuentran totalmente cómodas en sus ideales.

Así mismo, debemos señalar que esta nueva posibilidad de etiquetación no es tan positiva como quisiéramos suponer. Si bien surge como una forma de autoexpresión parece que en muchos casos separa más que une. Tal vez existe un exceso de etiquetas que nos hunde cada vez más en subgrupos de etiquetados y en vez de cohesionarnos pareciera que encontrar personas afines a nosotros supone un fenómeno similar a la búsqueda del tesoro, en la que sino compartimos todos nuestros atributos o ideales con el otro no podremos establecer una serie de vinculaciones.

Esta concepción social de cambio continuo surge de nuestra cultura digital y cambiante (Bauman, 2013) aquí volvemos a hacer al término anteriormente citado de cultura líquida, en la que el ser humano se debe adaptar continuamente, en la que el accidente se ha convertido en parte de nuestra rutina y no nos arroja ningún sentimiento de estabilidad, sino que nos aporta cada vez más frentes que afrontar, modas que seguir, conceptos que entender, tecnologías que desarrollar.... Somos terriblemente conscientes de la posibilidad del cambio instantáneo, de que todo puede cambiar en cualquier momento y el aún peor sentimiento de impotencia por no poder remediarlo, sabedores de ser incapaces de prevenir o cambiar lo venidero.

Así el ser humano desarrolla el *multitasking* en un intento de llegar a todos los frentes ofrecidos por nuestra sociedad, este concepto se define como la capacidad de realizar más de una actividad simultáneamente. Si bien esto puede ser visto como un avance en la forma de llevar nuestro día a día, no es una capacidad que nos pertenezca en su totalidad. Esta capacidad de *multitasking* o "multitarea" la podemos observar en el reino animal; cuando un animal come no solo está comiendo, se encuentra a su vez peleando con sus compañeros o vigilando que ningún otro animal le pueda atacar, realiza de este modo dos tareas simultáneamente. Mientras estas actividades son completamente animales, nosotros entendemos el multitasking como comer mientras trabajamos o mirar el móvil mientras vemos una película.

Sin embargo, el hecho de poder realizar más de una tarea a la vez no tiene por qué generar resultados satisfactorios. Si bien hay ciertas tareas que no hay problemas en realizar simultáneamente (podemos tomar café mientras

escribimos y esto no resulta un gran problema, sino es un riesgo de que el café caiga en nuestro ordenador), hay otras tareas que reclaman enteramente nuestra atención (no veremos a un cirujano jugar al *Candy Crush* durante una operación). La realización de tareas simultáneas conlleva una imposibilidad de inmersión o de entendimiento total de las mismas. Nos impide conectar o vincularnos con la tarea que realizamos, nos saca de nuestra concentración para dividirla. En nuestro día a día recibimos tal capacidad de estímulos que nos es imposible concentrarnos en uno solo, esto afecta a nuestras capacidades no solo de concentración sino también de memoria y comunicación.

Así, mientras nuestra vida está terriblemente ocupada, no dejamos tiempo para el reposo o la pausa; nos vemos arrastrado a un sinfín de actividades que nos impide mejorar o concentrarnos en una.

Sin relajación se pierde el “don de la escucha” y la “comunidad que escucha” desaparece. A esta se le opone diametralmente nuestra comunidad activa. “El don de la escucha” se basa justo en la capacidad de una profunda y contemplativa atención, a la cual el ego hiperactivo ya no tiene acceso. (Han, 2012, p.36)

El saber escuchar, el saber esperar, no son cualidades innatas, se deben trabajar. No somos capaces de comunicarnos, esa comunicación digital que ni siquiera permite una comunicación real no es más que un parche a una falta constante de afecto. Mientras conversamos con alguien con *WhatsApp*, *Messenger*, *Skype*... tenemos en nuestra misma mano la posibilidad de conversar con diferentes personas a la vez, de multitud de temas distintos, pero ¿le estamos prestando una atención real a alguno? Nuestros recuerdos acaban por entremezclarse, no sabemos a quién le dijimos una cosa o la otra. No podemos conectar con otra persona sino somos capaces de parar a escucharlos, de mantener una atención completa con ello. Este intercambio interminable de información surge en gran medida por rellenar el vacío, una especie de *horror vacui* social y no estético. Este vacío es el no hacer nada, la opción de aburrirse.

De este *horror vacui* surge el miedo al aburrimiento o a la no productividad. Quien está parado, está perdiendo el tiempo. Siempre hay que estar activos, hay que estar buscando el siguiente movimiento, plan, actividad. Si mientras antes podíamos estar leyendo un libro o “haciendo nada” durante una tarde de sábado, ahora estas mismas actividades conllevan un sentimiento de culpabilidad, como si debiéramos estar siendo productivos, como si nuestra valía como individuos sociales se debiera medir en nuestros logros de fin de semana o en el número de actividades que somos capaces de realizar. Es necesario entender que cada persona necesita unos tiempos para realizar ciertas actividades, y el ambiente de urgencia que hay por saberlo todo, probarlo todo, no nos deja mejorar.



Figura 4. Fragmento de la culpa, Rocío Quillahuaman, 2020

Este afán por estar constantemente realizando alguna tarea lleva a una imposibilidad de cuestionamiento. La duda, el cuestionar, aparecen cuando reflexionamos.

4. PRODUCCIÓN GRÁFICA EN LA ERA DIGITAL

Una vez introducida la temática conceptual que ocupa el presente Trabajo Final de Máster procedemos a comentar otro asunto que nos ocupa debido a la gran presencia del medio digital en este proyecto, que servirá como base para la obra gráfica. Esto nos lleva a plantearnos la dualidad que suponen dichos procesos, además de las posibilidades que nos ofrece la unión de ambos tipos de creación.

La decisión de realizar un TFM de producción gráfica apoyada en el desarrollo digital proviene de una investigación previa sobre la serigrafía, la ilustración y el proceso. Estos son los temas principales que trataremos en este punto.

Cabe destacar que la era tecnológica, de lo digital, es una realidad, y el negar las facilidades que nos ofrece es, a nuestro parecer, un error. El hecho de la aparición de una nueva técnica no significará directamente la desaparición de las anteriores, sino que supondrá la necesidad de reinventarse, de adaptarse. Esto deriva en una nueva forma de entender la gráfica.

En nuestro proyecto se decide realizar un trabajo en el que lo analógico y lo digital convergen y se apoyan; entendemos las herramientas digitales como una herramienta más para hacer nuestro proyecto viable. Así, mediante la traducción de los bocetos de lo analógico a la ilustración digital, ahorraremos en materiales y espacio, ya que son una de las muchas ventajas de trabajar con medios digitales.

También haremos una breve introducción de la historia de la gráfica y la serigrafía, además de repasar el concepto de ilustración, junto a sus posibilidades como nuevo medio de comunicación y los procesos seguidos en ella.

Para hablar de todo esto primero nos planteamos lo que es la obra de arte con posibilidad de reproducción o de producción, qué ventajas y desventajas supone y lo que significa para nosotros estos conceptos. Así mismo, se realiza un desarrollo conceptual sobre los conceptos de creación, autenticidad, y digitalización

relacionados con la obra de arte gráfica. Todo esto va de la mano de un desarrollo conceptual que planteará lo que significa la obra de arte en el contexto moderno.

Cuando hablamos de la capacidad de reproducción en la obra de arte entendemos que, en principio, la obra de arte ha sido siempre reproducible,

aunque la manera de que esto suceda ha ido evolucionando y adaptándose a la época. Así, la obra de arte ha sido imitada por los propios pupilos de artista para dar a conocer a su maestro o bien por terceros que pretendían lucrarse, si bien la imitación es algo que estuvo presente en la historia del arte por un largo periodo, la reproducción técnica de la obra de arte es algo que había aparecido puntualmente acompañando esta imitación, aunque cada vez tendría más presencia frente a estas.

Será gracias al grabado en madera que la gráfica se convierte en un medio de reproducción técnica. En la Edad Media se añaden a las posibilidades de reproducción técnica el grabado en cobre y el aguafuerte, y a principios del siglo XIX se añadirá la litografía.

La litografía supone la apertura de un nuevo mundo para los procesos de reproducción- Esta técnica consiste en un proceso mucho más directo y, sobre todo, supone un antes y un después en las posibilidades de tirada, lo cual conlleva a su vez que el público de la obra de arte se amplía, y no solo eso, sino que además se vuelve parte de la vida cotidiana, la ilustración y el arte llega a la calle, a las personas. Así, la imprenta y la reproducción mediante la litografía se posicionan en el mercado como las técnicas más sobresalientes.

Sin embargo, relativamente poco después nos encontramos con la aparición de la cámara de fotografía, mediante la cual “la mano fue descargada de las principales obligaciones artísticas dentro del proceso de reproducción de las imágenes, obligaciones que recayeron entonces exclusivamente en el ojo” (Walter, 2003 p.40) así, nos encontramos con una nueva forma de entender las imágenes, la ilustración ya no es imprescindible para entender la imagen, es con la llegada de la fotografía que se encuentra un método más inmediato, y en muchas ocasiones se preferirá antes que la ilustración ¿Qué papel tiene ahora la gráfica?

4.1. PRODUCCIÓN Y PROCESO

El proceso es el conjunto de fases que contiene una operación. En nuestro caso nos interesa la concepción de proceso artístico/creativo. El proceso creativo resulta de una intencionalidad artística, que necesita de una serie de pasos mediante los cuales deseamos conseguir un resultado concreto.

El concepto de tiempo, pausa y reflexión, como ya hemos comentado en el punto anterior, distan mucho de ser conceptos aplicados en nuestra vida diaria, es por eso por lo que consideramos vital la aplicación de estos en nuestro proyecto. El hecho de crear supone una intención previa, presente y futura. Nos pide ahondar en nuestros referentes, lo que ha pasado, lo que estamos buscando ahora y el cómo conectamos con el tema y lo que buscamos en futuro público. Estos tres conceptos de tiempo nos obligan a parar y reflexionar, no vamos más con la corriente, sino que buscamos cómo cambiarla.

Y una vez que hemos decidido compartir nuestro pensamiento y visión de algo, elegimos la opción de transmitir este mediante la ilustración, creando una

imagen a partir de un concepto, y la forma de hacerlo es mediante la producción artística, concretamente la serigrafía. Esto nos lleva al concepto de la reproductibilidad técnica, que será la capacidad de producir una imagen numerosas veces.



Figura 5. Tetradracma de plata, Atenas, 450 A.C.

Los griegos sólo conocieron dos procedimientos de reproducción técnica de obras de arte: el vaciado y el acuñamiento. Bronces, terracotas y monedas eran las únicas obras de arte que ellos podían producir en masa. Todas las demás eran únicas e imposibles de reproducir técnicamente. Por esta razón debían ser hechas para la eternidad (Ibidem p.60)

Así, en la cultura grecorromana debían hacer obras que perduraran, que fueran eternas, y estos valores se imbuían en la obra en sí, estos conceptos formaban parte de la razón de ser de sus obras; los conceptos como lo volátil, lo efímero, instalaciones, etc., carecían de sentido en sus obras, ya que si bien podrían representarlo, se buscaba la perdurabilidad de las mismas, con lo que los materiales en los que se realizaban debían ser resistentes e inmutables. Estos valores no pueden ser más opuestos a los que encontramos en la época que nos ocupa. Lo eterno carece de sentido mientras que lo efímero, el movimiento y la repetición son los conceptos que nos ocupan. Aparece así mismo una nueva concepción de lo que es y no es arte; la capacidad de la reproducción en masa conlleva una resignificación de la obra de arte, este cambio se verá reflejado en las obras de Warhol, referente de serigrafía, que utilizó esta técnica para imprimir sus obras con una tirada mucho mayor de lo que se solía realizar, dando un nuevo significado al proceso de producción. Encontramos dos frentes: los que tienen capacidad de reproducción y los que no, y dentro de las capacidades de reproducción entenderemos que el número de estas reproducciones afecta directamente a su “valor” en el actual mercado del arte.



Figura 6. Estudio 'La Fábrica' de Andy Warhol

La creación de obra que tiene la opción de reproducirse nos lleva a preguntarnos sobre el concepto de “autenticidad” y “auténtico”

La RAE define “auténtico” como:

1. *Adj.* Acreditado como cierto y verdadero por los caracteres o requisitos que en ello ocurren.
2. *Adj. Colq.* Consecuente consigo mismo, que se muestra tal y como es.
3. *Adj. desus.* Dicho de un bien o de una heredad: Sujetos u obligados a alguna carga o gravamen
4. *F.* Certificación con que se testifica la identidad y verdad de algo.
5. *F.* Copia autorizada de alguna orden, carta, etc.

¿Cómo afecta entonces esta noción de “lo auténtico” a la obra de arte? ¿Qué conlleva en este momento de reproducción? ¿Cómo lo entendemos con respecto a la impresión digital?

Por ejemplo, cuando hablamos de reproducción y no de producción, su ponemos que hay un “original” y lo demás son copias de este, lo cual parece que

no sea totalmente aplicable en la obra gráfica, ya que la idea de reproducir en la gráfica no responde a la definición establecida, al no tener una “obra original” sino una matriz, plancha, piedra, etc.... todas las obras serían auténticas. Producimos la imagen a través de una técnica que transforma el resultado. Poniendo como ejemplo la serigrafía, ya que este es el caso que nos ocupa, una vez definida la ilustración u obra, la “traducimos” al lenguaje correspondiente, dibujamos/pintamos o imprimimos mediante una impresora un fotolito, que servirá para la reproducción de una sola tinta, esta será la primera manipulación de la imagen “original” o “auténtica”. Este fotolito será llevado a la pantalla serigráfica mediante el proceso de insolado y emulsión, esta será la segunda transformación de la imagen. Así, conseguimos nuestra “base”, nuestra matriz, mediante la cual estamparemos. Cada vez que estampemos la tinta actuará según la pantalla esté limpia, los hilos, etc. Es decir, si usáramos el mismo fotolito en dos pantallas con hilos diferentes, obtendríamos resultados diferentes si bien la imagen final será la misma. Como vemos, a lo largo de la producción en serigrafía la imagen que se podría considerar original, aunque no es más que un boceto de lo que pretendemos conseguir, se ve sometida a una serie de procesos que la aleja de su estado original. Esto mismo pasa con la mayoría de los procesos gráficos.

Una vez planteada la idea de autenticidad, aparece el concepto de reproducción, que acompaña de la misma manera a la obra gráfica. Para comentarla volvemos a echar mano del diccionario de lengua española para asentarnos en unas bases de descripción sólidas.

La RAE define “reproducir” de la siguiente forma:

1. *Tr.* Volver a producir, o producir de nuevo. U. t. c. *prnl.*
2. *Tr.* Volver a hacer presente lo que antes se dijo y alegó.
3. *Tr.* Sacar copia de algo, como una imagen, un texto o una producción sonora.
4. *Tr.* Hacer que se vea u oiga el contenido de un producto visual o sonoro.
5. *Tr.* Ser copia de un original.
6. *Prnl.* Dicho de los seres vivos: Engendrar y producir otros seres de sus mismos caracteres biológicos.

A nosotros nos parece que este término no se adecúa al lenguaje que debemos emplear en la gráfica, ya que no se reproduce la copia de un original, sino que se imprimen o producen originales.

Walter Benjamin (2003) dirá que cualquier reproducción carecerá del aura de la original. “Al multiplicar sus reproducciones pone, en lugar de su aparición única, su aparición masiva. Y al permitir que la reproducción se aproxime al receptor en su situación singular actualiza lo reproducido.” *Ibidem.* (P. 44) Si bien estamos parcialmente de acuerdo con esta afirmación, cabe destacar que una de las consecuencias de la masificación de la capacidad de reproductibilidad técnica supone que las obras que no tienen la capacidad de reproducirse en un

mayor número de ocasiones observan un aumento de su valor dentro del mercado del arte. La capacidad de producir esa imagen y el número de veces que se ha producido o se producirá, se revela en indispensable para poner un precio al “producto”, y es aquí cuando la obra deja de ser objeto artístico para valorizarse y pasar a ser un producto de mercado. Los altos precios en galería, que alejan al público de una gran parte de las obras de arte, lo acercan a las que tienen un acceso más cercano, como puede ser la impresión digital o una parte de la impresión gráfica.

La obra de arte tiene un valor intrínseco, que es lo que le confiere un significado y la coloca en un contexto determinado.

Sería posible exponer la historia del arte como una disputa entre dos polaridades dentro de la propia obra de arte, y distinguir la historia de su desenvolvimiento como una sucesión de desplazamientos del predominio de un polo a otro de la obra de arte. Estos dos polos son su valor ritual y su valor de exhibición. (Ibidem. P. 52)

Así, para entender una obra debemos empatizar con ella y su necesitaremos encontrar “la finalidad” de la obra. Situándonos en nuestra propia creación artística, entendemos que cuando creamos mediante la ilustración, buscamos que sean vistas, por lo tanto, su objetivo principal será la comunicación. Sin embargo, el/la ilustradora no creará siempre imágenes para que sean compartidas. Es esencial que la ilustradora ejerza de manera continua una búsqueda de estilo, referentes y conceptos nuevos, ya que es su trabajo el estar actualizada en el panorama actual, además de que muchas veces es necesario, ante un encargo, disponer de material, o tener una base de ideas a partir de la cual se trabaja.

“El proceso para generar una imagen no tiene nada de revelación y sí mucho de proceso. Para ello los dibujantes, ilustradores y diseñadores utilizan, entre otras muchas herramientas los cuadernos de dibujo.

Estos son algunos de los cuadernos de trabajo de Pablo Amargo realizados en las horas de insomnio, por las mañanas antes de dedicarse a ilustrar, en los viajes fuera del estudio, en las habitaciones de hotel, en los ratos de espera. Tienen un carácter ocioso, de tanteo, también de memoria y fijación de recuerdos.”

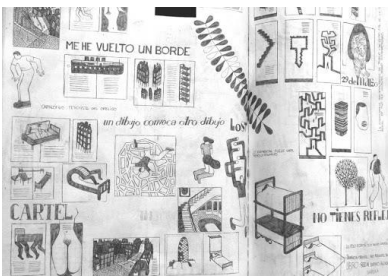


Figura 7. Cuaderno Pablo Amargo

Pablo Amargo es uno de nuestros referentes de metodología y proceso. En su página web encontraremos imágenes de sus obras y también de sus cuadernos de boceto y trabajo, gracias a los cuales podemos hacernos una idea de su forma de entender y traducir las imágenes de su alrededor. Un profesional de gran repercusión internacional, que no es sino un reflejo de una idea de proceso constante, coherente con el contexto y aunque posee un lenguaje que lo posiciona como ilustrador, su trabajo se adapta al formato y mensaje que

pretende transmitir. En él vemos reflejadas los dos “valores” de la obra. La que pretende ser por el hecho de ser, que es del autor para el autor, y la que, a partir de una idea, se desarrolla.

Pero ¿somos capaces actualmente de entender el proceso sin entenderlo como algo que “se debe” ver? Debido a lo digital, incluso el proceso deja de ser parte privada del artista ilustrador y pasa a ser de visualización común. Para establecerse y visualizarse en el mercado, parece que haya que compartir todo. También existe la sensación de que todo lo nuestro es visto, como si en un momento de nuestra vida fuéramos a ser famosos y conocidos, y fueran a revisar todas nuestras pertenencias, carpetas y documentos. El proceso creativo ve entonces lo que había sido un proceso propio de creación como un espacio público, como si de un crítico se tratara, internet se interpone entre la idea y el resultado para juzgarnos. En vez de hablarnos a nosotros, comunicarnos, empezamos en nuestros propios diarios a comunicarnos con un ambiguo “otro”. Nuestra continua compañía es la idea de un observador constante, de un acompañante silencioso que necesita visualizar nuestro proceso, esto será también el reflejo de la sociedad del rendimiento, que sintiéndose (y sabiéndose) observada trabaja siempre para un público invisible (Orwell, 1947).

La idea del culto a una imagen privada, los espacios cerrados, las pinturas, estatuas, etc., que se escondían en centros religiosos pasan ahora a ser un centro turístico. Son compartidas y difundidas. Una vez es fotografiada y compartida, deja de ser secreta, pasa a ser parte de un imaginario común. Si bien no tendrá ese “aura” de autenticidad, de presencia de la que nos habla Benjamin Walter. Una vez digitalizada y descontextualizada empieza a desligarse de su identidad.

4.2. LO DIGITAL, LA NUEVA IMAGEN

Mediante lo digital cualquier imagen corre ahora el riesgo de ser exhibida, es sacada de su contexto y se convierte en objeto de crítica de arte, social, de ser poseída; el riesgo de esto es que gran parte del arte que aparece en museos nunca fue pensado en ser compartido, nunca fue para nosotros. Es un arte que no estaba pensado para ser de admiración común y es por eso por lo que resulta tan difícil para el público el ser capaces de empatizar con ello, porque no les corresponde.

En la era digital, ¿cómo comprendemos la obra de arte? Cuando somos capaces de vivirlo, de sentirlo. El hecho de que la obra de arte ya no llegue a un reducido número de personas (hablamos de las obras que son fotografiadas y subidas a internet, cines, series, medios digitales, ilustración, etc., en las que se pueda de alguna forma “compartir” de forma masiva mediante redes) sino que llega a un grupo amplio o un público masivo, conlleva que la respuesta deja de ser individual (Brea, 2004). Es el poder del individuo colectivo; gracias (o por desgracia) internet nos agrupa, si bien pareciera que nuestra opinión es única,



Figura 8. Natalie Wynn 'aka' Contrapoints en su vídeo sobre el 'cancelling'

se hunde o funde en un aluvión de comentarios y críticas en muros, *feeds* y vídeos, en *chats* o en *blogs*; pasamos de ser un comentario individual para formar parte del grupo de comentarios que se refleja en una página de internet. Pero ¿entendemos este “poder”? ¿Entendemos el alcance que podemos llegar a tener como individuos en un colectivo? Podemos encontrar este concepto de individualidad colectiva explicado por la *vlogger* Natalie Wynn, también conocida como *Contrapoints*, que relata desde un punto de vista alternativo y vivencial el hecho de ser víctima del acoso virtual o *ciberbullying* mediante el *cancelling*, que consigue “cancelar” o llegar a echar a alguien temporal o definitivamente de las redes digitales. Este poder del público supone un impedimento a la hora de crear, ya que existe un miedo al espectador, y además el papel del público significa que el creador de contenido u obra debe tener un especial cuidado en su discurso, añadiendo *disclaimers*, desarrollando completamente su discurso y dejando clara su posición, para que el espectador no tenga nada que cuestionarse. Esto aplana el discurso de cualquier obra, ya que la sobre explicación de esta supondrá la pérdida del concepto. La idea de subversivo, de lo diferente o de un discurso no normativo conlleva un alto riesgo para el individuo creador.

Ahora todos tenemos derecho a opinar, siendo partícipes de la cultura líquida, reflejo de la modernidad líquida (Bauman, 2013), nos posicionamos como un público con capacidades de crítico informado. De repente todos somos expertos en cualquiera de los temas a tratar, no solo de arte, sino de política, sociología o cualquier discusión que se nos presente, estamos dispuestos a saltar al ruedo para dar nuestra pronta opinión, y nadie puede quitarnos el derecho a hacerlo. Esta necesidad de una respuesta automática supone que ni la información que nos llega ni nuestra respuesta es meditada, por lo tanto, carece de profundidad o de coherencia, ya que nace de un impulso y no de una meditación y entendimiento, de esta forma el mensaje y la respuesta van a perder su significado.



Figura 9. Cuadro Britney Spears, 2017

Esta posibilidad de compartir y crear conlleva también una suposición de estándares elevados en la creación, cosa que debería ocurrir, pero no ocurre, ya que de la mano de la reproductibilidad llega la idea del creador, del artista. Un papel, una actuación. La obra ya no solo tiene relevancia, sino que es su creador el que debe justificar, explicar, la obra de arte muchas veces ya no se sostiene por sí misma; y eso es un error. Encontramos miles de perfiles online que intentan vender su arte, creaciones de dudosa calidad que sin embargo tiene millones de adeptos por la figura de su creador; podemos encontrar cuadros de Britney Spears por 10,000 dólares, que tal vez para ella no sea un alto precio pero que deja claro que actualmente el valor del arte depende en gran parte de la popularidad del artista.

Cuando la obra de arte pasa a que su valor conceptual sea menos que su valor expositivo, ¿qué valor tiene? No hablamos de ramas como la performance, instalaciones, etc., que nacieron para ser compartidas, hablamos de conceptos

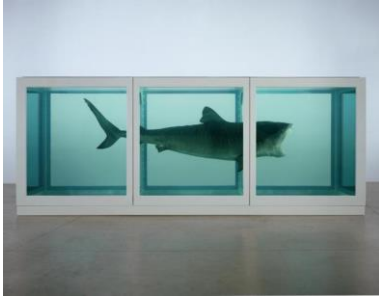


Figura 10. *The Physical Impossibility of Death in the Mind of Someone Living*, Damien Hirst, 1991

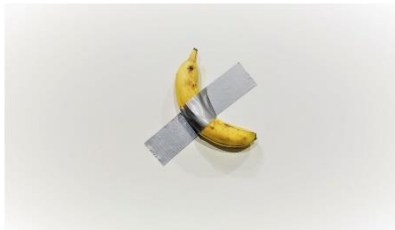


Figura 11. *Comedian*, Maurizio Cattelan, 2019

que son más bien objetos de admiración y no de comunicación. Si bien *el inodoro* de Duchamp, las *Merde d'artista* y trabajos similares tuvieron su espacio y tiempo, en los que apostaron por un nuevo discurso y se adaptaba a su época, estamos en un momento de crisis de la obra de arte, que no parece tener cabida en otros lugares más allá de los museos o galerías. El artista aparece como personaje mediático en el que su proyecto es parte de una performance, buscando principalmente el beneficio económico de esto, lo cual desmonta este discurso supuestamente crítico. Damien Hirst (figura 10) y Maurizio Cattelan (figura 11) son perfectos ejemplos de este tipo de creación artística, en los que su obra carece de significado sin un discurso que poco tiene de sólido. Lo que venden son ellos como idea de artista y no sus obras como conceptos.

La relajación, el tiempo de entender y comprender. Con las nuevas no son los nuestros. La opción de compartir absolutamente todo nos deja esta secuela, la de la pérdida de significado de la imagen y así, mientras la obra digital tiene una capacidad de adaptación asombrosa, su rápida difusión le supone la pérdida de contexto, al no tener ni lugar ni espacio ni tiempo (Brea, 2004).

La comunicación digital conlleva así mismo la creación de un "yo digital", un alter ego que pretende conectar con los otros alter ego, impidiendo conexiones reales ya que nos enamoramos de una imagen y no de una persona (Illouz, 2007). Nos mostramos ante los demás con una especie de máscaras, en un teatro constante que pretende alterar nuestra propia realidad. El espejismo del yo usurpa nuestra identidad.

Cuando hablamos de comunicación digital, hablamos de las imágenes que transmitimos en nuestras pantallas, y ¿cómo nos llegan ahora las imágenes? Sufrimos una avalancha continua de un sinfín de imágenes. Las redes sociales propician este bombardeo de imágenes, que pareciera intentar suplir cualquier realidad que promete un nuevo tipo de comunicación. Pero si seguimos manteniendo la misma sociedad, ¿Qué nueva comunicación es la que nos ofrecen estos nuevos medios? Nos ofrece un infinito de comunicaciones, personalidades y nos ofrece un escape a la realidad y a lo negativo. Conectar con personas que coinciden con nosotros, que no harán más que alimentar el ego del "yo". Pero esta comunicación no nos resulta real, puesto que el texto, los mensajes, los vídeos solo nos ofrecen imágenes y nada más, una vez que levantemos la mirada de nuestros dispositivos nos enfrentaremos a una realidad comunicación resulta continua, no necesita de un esfuerzo activo o cansado por nuestra parte, ya que la imagen es continuada de una forma u otra, ya sea en vídeos, mensajes, correos o incluso publicidad personalizada. Y es en esta pérdida del esfuerzo por la comunicación que perdemos la capacidad de comunicación con el otro, porque asumimos su continua presencia, el estar siempre acompañados es un parche para el miedo a la soledad. Es la continua atención de lo digital.

Sufrimos una violencia constante. Es una violencia que intenta prevenir, que corta de raíz toda posibilidad de radicalidad. Es un sistema que persigue lo singular, lo diferente, lo negativo. Esta violencia es la de la información, de



Figura 12. Los amantes, René Magritte, 1928

medios de comunicación, de imágenes y de lo digital. Existe la necesidad de la completa transparencia.

Nuestro medio es lo digital. Y es una imagen. Nos encontramos ante la violencia de la imagen, que desecha la realidad. Todo debe ser visto, todo debe ser visible. La imagen es el lugar de esta visibilidad por excelencia. Todo lo real debe convertirse en imagen, aunque casi siempre a costa de su desaparición

En el momento en el que todo se ve, todo puede ser visto, no queda nada por ver. La imaginación muere. Nuestra nueva realidad es la virtual. La banalidad es nuestro contenido. Ya no nos queda nada por decir. El exceso de la mirada paradójicamente consigue la invisibilidad del individuo. Así, cuando lo banal supera cualquier contenido, cuando nos hemos quedado sin nada que comunicar, la apatía y el desencanto aparecen. Se pierde la idea del espacio propio. Perderemos también la sociabilidad por medio de la pérdida de contexto simbólico

La imagen digital se convierte entonces en algo sin necesidad, sin una finalidad, que no causará ya efecto. Lo real se esconde tras la imagen digital, se crea la ilusión de lo verdadero.

4.3. LA ILUSTRACIÓN. UN NUEVO MEDIO DE COMUNICACIÓN

Dentro de la manera de comunicarnos mediante imágenes encontramos la ilustración, la cual nos ha acompañado a lo largo de los siglos, con imágenes que representaban lo que queríamos transmitir a otros. Sus orígenes se hallan en imágenes tan antiguas como las manos y pinturas rupestres, en textos religiosos, en templos... La imagen llegaba para aquellos que no comprendían el texto, y servía como apoyo a los que tenían la capacidad para hacerlo. Este medio ha servido como forma de comunicación y de aprendizaje, aunque no es hasta principios del siglo XX que empieza a ser diferenciado como una disciplina en sí misma. Se entremezcla con ramas como el diseño gráfico o las bellas artes, aunque cabe destacar que si bien pueden verse entremezcladas en alguno sentidos “the illustration is about communicating a specific contextualised message to an audience” [La ilustración trata de comunicar un mensaje con un contexto específico a una audiencia] (Male, 2007, p.10), la ilustración se sirve de ambas disciplinas para comunicar. Se nutre del imaginario social o común para la creación de nuevas imágenes, y utilizará los métodos de creación del diseño para lograr una comunicación efectiva a un público concreto, esta audiencia a la que nos dirigimos mediante la ilustración será marcada o bien por el mismo autor o bien por un cliente, pero siempre tendrá como objetivo comunicar un mensaje.

Si bien en siglos anteriores eran las imágenes religiosas, las pinturas en los espacios de culto o los cuadros los que informaban y comunicaban, es a partir del auge de la ilustración que se empieza a utilizar esta disciplina como forma de comunicación, la cual se descubre como una herramienta más efectiva. Al

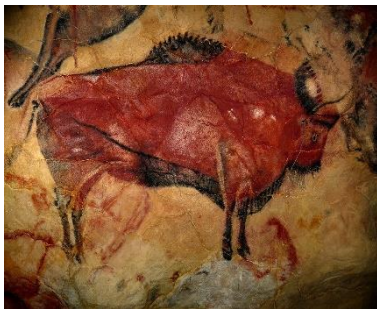


Figura 13. Pintura rupestre, Bisonte de Altamira

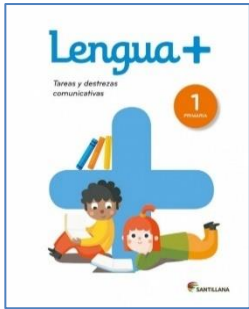


Figura 14. Lengua+ Tareas y destrezas comunicativas 1 Primaria, Santillana, 2019-20

encontrarnos en un contexto donde el nivel educativo es mayor que cuando se empieza a usar la imagen como medio de comunicación de las ideas, la ilustración actual puede permitirse alejarse del texto y empieza a hablar por sí misma, ya no solo la encontraremos adornando las palabras, además funcionará de manera autónoma o bien con el apoyo de pocas palabras. Se abre un gran abanico de posibilidades dentro de la ilustración, desde cartelería, ilustración infantil, novela gráfica... Esta disciplina toma partido en diversos campos y cobra un nuevo protagonismo en la historia del arte.

Para responder a estas nuevas exigencias de la ilustración, surge la figura del ilustrador, el cual deberá estar educado en el lenguaje visual, tener habilidades en diferentes prácticas artísticas y ha de tener una capacidad de comunicación desarrollada, además de ser empático (entendido como la capacidad de ponerse en el lugar de los demás e identificarse con ellos), para poder saber cómo nos comunicamos con nuestro público. El saber quién recibe nuestro mensaje y mediante qué medios lo recibe es esencial para la comunicación de una imagen, ya que como ilustradores nos adaptaremos al contexto especificado, creando una comunicación directa y asequible para el público, así, Male (2007) describirá al ilustrador de éxito como: “successful, forward-thinking illustrators need to be educated, socially and culturally aware cummunictors utilising a breadth of *necesitan ser comunicadores educados y con conciencia social y cultural que utilicen una amplia gama de habilidades prácticas y contextuales*] (p.14) Cuando se ilustra una portada de un libro educativo, por ejemplo, se adecuan las imágenes al rango de edad del receptor. Podemos observar un claro ejemplo en las portadas de los libros de Santillana, en los que los rangos de edad van a suponer un cambio de estilo significativo, en las que el público más joven (figura 14), en esta portada el/la autor/a utiliza unas ilustraciones amables, de figuras planas con caras amables, a continuación vemos la portada de un libro para 2 de la ESO (figura 15) donde la ilustración se vuelve menos realista y nos ofrece imágenes más oníricas, sin embargo, en 4 de la ESO (figura 16) la ilustración queda olvidada, ya que como hemos comentado anteriormente en nuestro trabajo, suele estar ligada a lo infantil.

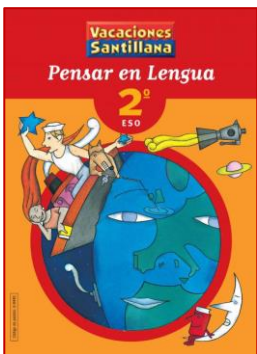


Figura 15. Pensar en lengua, 2 ESO, Santillana, 2019-20

El ilustrador, como hemos dicho, debe tener capacidades de adaptación y de comprensión contextual, a riesgo de crear imágenes inútiles o en las que el mensaje se pierde. Una constante búsqueda de nuevas imágenes, estilos y referentes son la base para una creación adecuada.

¿Qué es lo que hace que una imagen se entienda? ¿Cómo la damos por válida? Al visualizar una imagen u obra el individuo realiza una serie de conexiones inconscientes, tales como la comprensión de los símbolos, la armonía de formas y texturas o una paleta que resultará agradable a la vista, dentro de ellas habrá ciertos conceptos que nos resultan comunes socialmente, ya que relacionaremos el color, las formas, etc., con vivencias comunes; el rojo lo relacionaremos con la pasión, las formas redondeadas con adjetivos amables... Todos estos conceptos se deben unificar y han de tener coherencia mensaje que queramos transmitir y que no se pierda en lo estético. Estas



Figura 16. Lengua y Literatura Libro Abierto 4 ESO, Santillana, 2019-20

asociaciones inconscientes también varían dependiendo del contexto cultural y social. Como ejemplo, para la gran parte de la sociedad occidental el negro será el color del luto, pero en algunos países orientales (como Japón, India o China) el blanco sustituirá al negro para la misma función.

Con la fotografía, las imágenes que acompañaban textos, libros, etc, dejan de ser principalmente ilustraciones para abrir paso a esta nueva disciplina. La ilustración se encuentra ante la necesidad de renovación, se plantea un nuevo reto, en el cual no solo debe representar una idea o mensaje, sino que deberá ir más allá, tendrá el papel de aportar algo más que la mera representación de la idea.

Encontraremos distintos movimientos dentro de la ilustración, moviéndonos entre la representación literal, hiperrealismo, realismo estilizado o la imaginería secuencial entre otras. Consideramos que lo que nos aporta la ilustración como medio es la capacidad de comunicar un contexto o idea a una audiencia mediante una imagen.

En la historia de la ilustración podemos encontrar imágenes de una gran variedad de estilos y usos, aunque siempre le ha acompañado el rol educacional, de transmitir. Nos acompaña diariamente, en las instrucciones para montar muebles, en manteles, libros infantiles, portadas de libros, revistas y CDs... adornamos nuestra vida con la ilustración y aun así parece una compañera invisible, a la que nunca se le da demasiada importancia. La ilustración documenta, referencia, educa, explica y nos contextualiza, es útil y a la vez es estética. Lo que está claro es que la información que es difícil de entender la una imagen nos puede contar una historia.

Aunque la ilustración tiene una presencia más estable y visible en nuestra infancia y juventud mediante los libros de texto o cuento principalmente, nos sigue acompañando en nuestra vida adulta (figura 17). Es un medio artístico cercano, un arte que sale del museo y entra en nuestras casas, no hace falta unos estudios o requisitos para disfrutar y entender una ilustración, mientras que paralelamente el mundo artístico de las bellas artes se convierte en algo conceptual, normalmente inalcanzable para personas que no sienten el interés en ir a museos o que tal vez no entendieran o disfrutaran de la visita a una exposición de arte contemporáneo. Gracias a la ilustración encontramos una oportunidad de acercamiento, ya que, si bien en el arte contemporáneo y conceptual el público debe estudiar al autor y su contexto para empatizar la obra, en la ilustración es el ilustrador el que se acerca a su público, se preocupa en que el mensaje se acerque al receptor.



Figura 17. Roedores, cuerpo de embarazada sin embrión, Paula Bonet, 2018

4.4. Serigrafía como medio de producción

Nuestro trabajo está proyectado para ser realizado en serigrafía, pero no podemos hablar de serigrafía sin hacer antes un breve repaso a la historia del grabado y la producción gráfica.

4.4.1. Historia del grabado

El grabado ha acompañado a la humanidad a lo largo de su historia artística, es la disciplina que sirve al artista como medio de impresión, producción o reproducción; lo que tienen en común las técnicas que abarca el grabado es que mediante una matriz se multiplica una imagen sobre otras superficies, estas son normalmente el papel o la tela, aunque no son las únicas.

Dependiendo de la técnica, encontraremos que la matriz puede ser de metal, madera, linóleo, piedra... Actualmente empiezan a desarrollarse nuevos medios de impresión, lo cual supone la posibilidad de impresión en nuevos formatos y materiales (por ejemplo, el corte láser o la impresión digital).

Dentro del grabado hay tres grandes ramas, que son las de grabado en relieve, el grabado en plano y el grabado en hueco. La técnica que nos ocupa, la serigrafía, entra dentro de la segunda categoría, el grabado en plano. Si bien cabría entender que esta categorización es bastante amplia y faltaría concretar dónde tienen cabida nuevos métodos de impresión como el digital, la risografía, el grabado láser, etc.



Figura 18. Escritura cuneiforme

Volviendo a la línea general del grabado, encontramos antecedentes junto a la aparición de la escritura, estas primeras manifestaciones se localizan principalmente en Egipto y Mesopotamia, además de en zonas cercanas del Indo y el río Amarillo en China. Los grabados que encontramos de estas culturas están localizados en cerámica, glíptica, artes de metal y en otros objetos de decoración, que se realizaron mediante el grabado en relieve.

Mientras el grabado se extendía por Oriente, en Occidente se desarrollan las civilizaciones griegas y romanas. Los motivos representados por los segundos pasaban desde escenas costumbristas, animales, personas... Con el paso del tiempo y el desarrollo de las culturas griega y romana, los motivos van variando. Encontramos el siguiente cambio de temática con el asentamiento del cristianismo, donde las escenas cotidianas se empiezan a sustituir por los grabados con motivos religiosos católicos, reflejo de la sociedad teocéntrica.

Mientras, en Oriente, concretamente en China, comienza la elaboración de estampas durante la dinastía Tang (618-907) de la mano de la introducción de la imprenta, estas estampas tienen como temática común el budismo, y se realizaron mediante la xilografía; no es hasta principios del siglo XV, a finales de la Edad Media, que se empieza a utilizar la xilografía en occidente. Así, entre los siglos XIV y XV el grabado empieza a cobrar importancia en Europa, y se empiezan a imprimir imágenes, cuya temática es principalmente religiosa, proveniente de pasajes de la biblia. Los tamaños variaban, primero se realizaban estampas de pequeño tamaño, hasta ser capaces posteriormente de crear reproducciones de mayor tamaño. A mediados del s. XV surge el grabado en metal, sobre madera y también el grabado al buril.



Figura 19. Imprenta Gutenberg

El grabado recibió un gran impulso debido a la creación de la imprenta tipográfica, de Johannes Gutenberg, que permitiría la posibilidad de realizar ediciones seriadas de textos e imágenes.



Figura 20. San Jerónimo en su gabinete, Alberto Durero, 1514

Entramos en el Renacimiento, que se encuadra entre los siglos XV y XVI, este periodo supondrá un cambio radical en las esferas política, económica, social y cultural, y se vivirá la ampliación e invasión de territorios como el continente americano. Italia será un gran referente del grabado durante esta etapa. Durante el manierismo se extiende el uso del aguafuerte, que daba la posibilidad de un trazo más libre y sensible. Aunque la temática de las obras por lo habitual sigue teniendo un gran componente religioso figura 20, empezamos a ver reproducciones de cuadros de pintores renombrados.

Nos adentramos en el Barroco, que se desarrolla entre el siglo XVII y principios del siglo XVIII, donde las artes gráficas viven un recargamiento una ornamentación que definen a este periodo, así mismo tienen una gran difusión en esta época. Las técnicas más utilizadas fueron el aguafuerte y la punta seca. Se afianza el uso del claroscuro y los grabados aparecen cargados de simbolismo y dramatismo.

Pasamos al siglo XVIII, con el Rococó y el Neoclasicismo como protagonistas, los temas religiosos se abandonan a favor de nuevas temáticas e interpretaciones. Mientras que el rococó supone una ornamentación aún mayor, el neoclasicismo retoma formas más clásicas y sencillas. El grabado toma una importancia mayor, y sirve no solo de apoyo al artista, sino que existe una profesionalización del oficio de grabador. A finales de siglo surgirá la litografía, que destacará por su facilidad de impresión y bajo coste. A su vez, se populariza las grandes tiradas de grabados con diferentes temáticas, que se recogen en libros. Se experimenta en el campo del aguafuerte. El grabado se amplía a nuevos ámbitos.

Volvemos al contexto del grabado en China. Nos adentramos en la época moderna, donde la xilografía en blanco y negro será sustituida por la xilografía a color. Durante los siglos XVI y XVII la estampa alcanza una mayor popularidad, sirviendo para la creación de ilustraciones para el acompañamiento de diversos textos; sin embargo, en el siglo XVIII el grabado sufrirá una bajada de esta popularidad, donde los motivos e ilustraciones que se reproducían carecen de gran interés. Este periodo coincidirá con la llegada de los misioneros europeos, con los que el grabado se irá relegando a un segundo plano. No es hasta el siglo XX que empezará un nuevo resurgimiento de la xilografía de la mano de nuevos artistas, que se ven influidos por el grabado ruso contemporáneo, además de que la temática de sus obras son temas populares, agrícolas y militares, principalmente para temas propagandísticos.

Nos situamos en Japón: el *Ukiyo-e*. Surgirá en Japón un género de grabados sobre temas populares y cotidiano, que tiene lugar durante 1603 y 1868. Este estilo se desarrollará con la técnica xilográfica. Los temas costumbristas, con un estilo sutil y moderno otorgaba a estas obras un nuevo estilo único figura 21 La obra gráfica estará en auge debido a un periodo de paz tras las guerras civiles, estas obras representan la vida urbana y de ocio.



Figura 21. La gran ola de Kanagawa, Katsushika Hokusai, 1830-33

En el marco europeo, nos encontramos entre los siglos XVII y XIX, donde se sientan las bases de la sociedad contemporánea, nos alejamos de los gobiernos

absolutistas para encontrarnos en una nueva era basada en la democracia. Capitalismo y marxismo, la Revolución francesa, la Revolución Industrial y la lucha de clases marcan esta nueva época que conllevará multitud de cambios, un precedente de nuestra actualidad. Aparecen nuevos movimientos artísticos (romanticismo, realismo, impresionismo, modernismo y simbolismo). Si bien se mantiene el uso del aguafuerte, la litografía adopta un papel indispensable en la producción, puesto que conseguía llegar a un público mucho más amplio, ya que su facilidad de producción admitía nuevos precios y públicos. La litografía tendrá un medio de expresión que lo distinguirá: el cartel. Artistas como Alphonse Mucha o Toulouse-Lautrec tienen un papel protagonista en este nuevo movimiento de cartelería. También, de la mano de la fotografía, aparecen nuevas técnicas como el fotograbado o la fotolitografía.

Como mencionamos, aparecen nuevas corrientes artísticas, estas son: el romanticismo, que adopta en sus obras una temática en la que la espiritualidad, la fantasía, lo natural y el sueño son protagonistas. Reaparece la idea de genio; por otro lado, tendremos el realismo, en el que, al contrario que en el romanticismo, observamos una tendencia a dibujar la realidad, que retrata a obreros y campesinos en una nueva era industrial. Pasan de tratar temas históricos, religiosos, etc., para tratar la vida moderna; también aparecerá el impresionismo, movimiento totalmente innovador, que será un precedente de las vanguardias. Es en esta época cuando empieza a llegar a Occidente la estampa japonesa. El estilo de tinta plana, nuevos usos de color, líneas más elegantes o nuevas formas compositivas se cogen prestados para la representación de nuevas imágenes occidentales. Destacará también la ilustración en periódicos y revistas.



Figura 22. *Night shadows*, Edward Hopper, 1922



Figura 23. Poster para la 13a Exposición de la Secesión de Viena, Koloman Moser, 1902



Figura 24. Madonna, Edvard Munch, 1894-95

En 1880 se intenta revalorizar la estampa original, no solo del aguafuerte sino de las diversas técnicas de grabado, que, si bien no tiene un éxito destacable, también la intencionalidad de crear obras gráficas no seriadas, sino originales.

En el periodo entre los siglos XIX y XX, aparecen el modernismo y el simbolismo. El modernismo es un movimiento arquitectónico que adoptará diferentes nombres a lo largo de la geografía europea (Art Nouveau o Modern Style entre otros) y perdurará hasta el inicio de la Primera Guerra Mundial. Lo que caracterizará a este movimiento son las formas que se inspiran de forma directa en la naturaleza. El simbolismo tendrá un carácter más onírico o fantástico, este movimiento será distinguible por su esteticismo, que surge como una oposición a lo industrial y utilitario, esto responde al “arte por el arte”, el arte se realiza solo por el hecho de crear algo bello. En este último cuarto del siglo el cartelismo (usualmente en litografía) experimenta un auge, a la par que se empiezan a consolidar y editar revistas.

Mientras, en Japón, el *ukiyo-e* queda relegado, y durante el inicio del siglo XX se observa una influencia occidental en el arte nipón.

En el siglo XX el arte responde a una sociedad materialista y consumista. El espectador cobra una nueva importancia en el proceso de entender el arte, es el público quien opinará de la obra. Los procesos de grabado más utilizados son la xilografía, la litografía y la serigrafía, además del desarrollo de la aguatinta a color. El arte gráfico se ve revitalizado con el surgimiento de la impresión ófset, que será un procedimiento muy similar a la litografía.

Con estas innovaciones nos adentramos en las Vanguardias, periodo donde conviven una gran variedad de estilos, técnicas y corrientes artísticas. Es el preludio a nuestro contexto artístico actual. Es un periodo caracterizado por un frenesí, de constantes cambio, donde surge la necesidad de transmitir desde el sentimiento propio del artista. Destaca la figura de Ambroise Vollard, marchante y galerista, que se centrará en la realización de ediciones limitadas para coleccionistas además de libros ilustrados, dentro de los cuales encontraremos una gran variedad de técnicas y artistas; entre estas colaboraciones caben destacar las realizadas con Picasso, reconocido artista cubista, con el que realizaría varias colaboraciones.

Junto al cubismo surgen vanguardias como el fauvismo y el expresionismo, caracterizadas por el uso del color y el trazo, De mano de estas vanguardias, conocidos artistas como Henri Matisse, Ernst Ludwig Kirchner o Edvard Munch realizan obras en litografía o xilografía. En la segunda fase del expresionismo aparecerá Kandinsky, que realizará obras xilográficas y litográficas, como las de *pequeños mundos*, 1922.

A continuación de estas, nacerá el futurismo. Las obras de esta vanguardia ensalzan la industria, incorporando en sus obras conceptos como el movimiento o la velocidad.

En 1915 aparecerá el movimiento del suprematismo en Rusia, vanguardia que se basará en formas geométricas, con una base abstracta, donde el estilo gráfico será plano y observamos una gama cromática muy reducida.



Figura 25. pequeños mundos 4, Kandinsky, 1922



Figura 27. Seventeen lithographs for Frank O'Hara, de Kooning, 1966



Figura 26. Vaso y limón en un espejo, Roy Lichestein, 1974

Encontraremos también el dadaísmo, que se alza como una reacción a la Primera Guerra Mundial. Esta vanguardia supone un replanteamiento sobre la obra de arte, mediante la creación de esta utilizando el azar. Supondrá una crítica al arte realizado hasta entonces, cuestionándose las técnicas y los materiales, se aboga por una completa experimentación. A su vez, Escuela de la Bauhaus se consolida de la mano del constructivismo. La xilografía y la litografía son las técnicas gráficas más usadas por estas vanguardias.

Entre 1920 y 1940 se desarrollará el surrealismo, cuya temática vuelve al mundo fantástico, a los sueños; estas temáticas no beben de las historias y leyendas, sino que se basan en el psicoanálisis. destacan artistas como Dalí o Miró, que realizan litografías. En 1930 se generaliza el uso del ófset para la impresión artística.

Nos situamos en la época posterior a la Segunda Guerra Mundial, en la que de nuevo surgen una serie de movimientos que poco tienen que ver unos con otros, sino es esta por una necesidad de romper con lo establecido, reflejo de una sociedad que vuelve a estar rota tras una Guerra Mundial. Aparecen diversas técnicas, como el expresionismo abstracto, espacialismo, o el dripping. Figuras relevantes como Pollock, Rothko o de Kooning hacen uso de la litografía o el aguafuerte. Tras estas corrientes aparecen otras como la nueva figuración, que deformaban lo real en sus obras, o el arte cinético, que trabajaba con los efectos ópticos.

Entre 1960 y 1970 vemos una revalorización de la litografía, a la vez que se desarrolla en EE. UU. el pop art, que toma imágenes prestadas de la publicidad, cómic, o los medios de comunicación para crear sus obras. Debemos destacar a Andy Warhol, que crea una línea de producción para la creación de sus serigrafías; las características de sus obras eran piezas frías, distantes, que reflejan la mecanización y el capitalismo de la época. Tampoco podemos dejar de nombrar a Roy Lichtenstein, otro referente serigráfico, que trabajará con imágenes sacadas directamente del cómic. Ambos artistas se caracterizan por la frialdad y la impresión mecánica de sus obras.

Mientras, también durante los 60, se desarrollan diversas corrientes, algunas centradas en la acción, como el happening, la performance, el environment o la instalación, que no tienen grandes exponentes gráficos en sus líneas. Aparecen corrientes que se basan en lo conceptual.

En mayo del 68 surge *El Atelier Populaire*, que desarrolla para las protestas estudiantiles unos 350 carteles, que son elaborados en su mayoría en serigrafía.

En 1975 desarrolla el arte posmoderno, que surge como oposición al arte moderno, en el que el artista y su obra son autorreferenciales, no pretenden hacer una labor social como hacían sus predecesores en la vanguardia. Destacaremos a Eric Fischl, y los temas representados en sus obras, que suelen ser desnudos, gente en la playa, o poses eróticas, que se ven des-erotizadas con el uso de la paleta, de tonos apagados y grisáceos, con composiciones que parecen de una fotografía tomada de forma descuidada.

En las últimas décadas del siglo XX, se vive la aparición de una nueva técnica, la estampa digital, que supondrá una nueva forma de crear, y protagoniza una discusión sobre si el componente artesanal y el acto creativo son equiparables al grabado tradicional

Esta contextualización nos sirve para ser conscientes de la variación de temáticas y la ampliación progresiva de las mismas hasta principios del siglo XX, aunque es a partir de la Primera Guerra Mundial y las diversas Revoluciones que se viven que el arte empieza a “explotar”; se vive una avalancha de nuevos creadores, de formas y estilos. El arte, junto a las personas, se ve en una necesidad de adaptación constante.

4.4.2. Historia de la serigrafía

La serigrafía es una técnica de impresión la cual permite la impresión de imágenes sobre diversos soportes. La matriz será una malla tensada en un marco denominada *pantalla de serigrafía*, a través de la cual se transferirá la tinta, que pasará a través de los huecos que se dejan una vez hecha la emulsión.

Una vez que se ha conseguido la imagen, esta se podrá estampar una gran cantidad de veces sin perder calidad. También permite el cambio de color, degradados y muy diferentes texturas. Explicaremos el proceso de estampación de forma más concreta en el punto 4.1.2.

Pero ¿cómo ha llegado la serigrafía a ser tan popular? Y ¿de dónde proviene? La palabra *serigrafía* está formada por las palabras latina *sericum* (seda) y la palabra griega *graphé* (escribir), ya que las primeras pantallas estarían enteladas con este material. El término sería acuñado por Carl Zigrosser, comisario del Departamento de Dibujo y Estampa del Museo de Bellas Artes de Filadelfia.

La serigrafía que conocemos actualmente data de hace menos de un siglo, data de principios del siglo XX y se desarrollará de forma paralela en Europa y Estados Unidos. Pero si bien esta técnica parece nueva, encuentra sus orígenes en el concepto de plantilla, por lo que se vincula a una de las técnicas de estampación más antiguas: el estarcido.

El estarcido **Figura 28** se remonta a la prehistoria, que consiste en la utilización de emplear distintos materiales a modo de plantilla, como las manos que decoraban las paredes de las cuevas. Estas imágenes eran creadas aplicando pigmentos en polvo. También se verá la utilización de esta técnica en Asia Oriental o en las islas Fidji, donde utilizaban hojas de las que se recortaba el dibujo o la forma para decorar sus telas. Sin embargo, este método no daba opción a imprimir grandes cantidades de imágenes o crear imágenes más complejas.

Durante los siglos X y XII se produce un significado avance en el estarcido en China, durante la Dinastía Song. Se empiezan a utilizar marcos de cartón con



Figura 28. Proceso de estarcido moderno



Figura 29. Sakie del Hanabishiya, Urakusai Nagahide, 1813

cabello o hilos de seda para generar las plantillas. Este método se popularizaría en diferentes países asiáticos, debiendo destacar Japón.

Es en Japón, en el siglo XII, donde un grupo de artistas nipones, en el siglo XII, desarrollan un nuevo proceso de impresión, que se conocerá como kappazuri-e, que sellaba dichas pantallas con plantillas de papel bañadas en aceite, que repelía las tintas al agua (figura 29). Esta técnica no llegaría a Europa hasta unas décadas más tarde, y no tendría una gran repercusión.

La pantalla de serigrafía moderna se desarrolla en Reino Unido, a mediados del siglo XIX, en el que el marco de cartón se sustituye por uno de madera, y la malla era una tela de seda tensada. Este avance está orientado principalmente para la decoración textil y no para la estampación artística tradicional. Las plantillas se realizaban con cola, dejando que la tinta traspasara las zonas que la cola no cubría.

Es en siglo XX, de la mano de los avances en el campo de la fotografía, cuando se vive una rápida evolución de la técnica, surgiendo las primeras emulsiones fotosensibles y permitiendo la impresión de varios colores.

Es durante las dos grandes guerras vividas durante el siglo XX que la serigrafía se desarrolla, ya que se utilizaría para la estampación del equipamiento utilizado en las guerras: insignias, banderines, etiquetas... amplía el uso de tintas, ya que se empiezan a aplicar tintas fosforescentes en mapas para su uso nocturno.

Después de la Segunda Guerra Mundial, la serigrafía se convertiría en una técnica de uso popular, imprescindible en el uso profesional, y se utilizará para trabajos editoriales, publicitarios, textiles, etc. Aunque no será hasta 1950 que se empiecen a desarrollar nuevas formas de reproducir la técnica, con la aparición de nuevas tintas y pantallas que permitirían la estampación en nuevos soportes.

Así, llegamos a la serigrafía en la actualidad; la creación de emulsiones fotosensibles más precisas, nuevos tejidos y pantallas, además de nuevas tintas y soportes, hacen de la serigrafía una técnica con una gran posibilidad plástica, además de ser versátil. Además, permitirá el uso de color de una manera mucho más rápida y práctica que otras formas de estampación, y la posibilidad de producción de grandes tiradas o cortas, pudiendo reutilizar la pantalla.

Pero tras la aparición de la imagen y el arte digital, ¿qué pasa con la serigrafía? La producción gráfica se ha visto afectada directamente con la posibilidad de la impresión digital, dada la cercanía de estas al público en general, que permite tener impresiones al alcance de cualquier persona.

La serigrafía sigue manteniéndose como una gran competidora en el mercado gráfico, ya que, si bien existen medios más rápidos o directos de impresión, la serigrafía es indispensable en ciertos sectores, además de destacar por su calidad a la hora de imprimir y reproducir colores y tintas que otras técnicas no permiten.



Figura 30. Díptico de Marilyn, Andy Warhol, 1962

Respecto a la serigrafía en el aspecto artístico, observamos un gran desarrollo en este ámbito, debido a que al resultar una de las técnicas más asequibles dentro de la gráfica, y su amplia posibilidad de estampación en superficies sumado a los diferentes acabados y tintas que se pueden aplicar, resulta cuanto menos atractiva y abierta a la experimentación.

Se podría entender como una técnica que busca ser útil, adaptable y asequible, que conseguirá unos acabados de gran calidad y con un amplio abanico de posibilidades de soportes y difusión. La serigrafía permite la impresión o creación de fotolitos, sumado al tiempo de emulsión da la opción de tener resultados muy diversos con las mismas imágenes. Aun así, si nos la estampación textil, dado su origen y su continuo desarrollo en este campo, pero encontramos su uso en muy diversos soportes tales como plásticos, cristales, metal, etc.

La popularización de la técnica no como útil sino como artística se debe atribuir a Andy Warhol, que utiliza la serigrafía en sus obras, siendo el retrato de Marilyn Monroe o la lata de Campbell unas de sus obras más conocidas. Debemos destacar también a la hermana Mary Corita Kent, que trabaja con composiciones de imagen y texto, con mensaje políticos que hacían un llamamiento al amor y a la preocupación por los demás, además sus obras resultan refrescantes, realizará composiciones coloridas, con imágenes fotográficas, tipografía y su propia caligrafía, en composiciones llenas de dinamismo.



Figura 31. B beauty you from circus alphabet, Sister Mary Corita, 1968

4.5. SERIGRAFÍA, MEDIO Y PRODUCCIÓN

Nos gustaría cerrar este punto resaltando la idea de producción y proceso, como ya mencionábamos en el punto 4.1., centrando esta idea en el grabado, concretamente en la serigrafía.

El acto de creación requiere de una conexión y una serie de tiempos. Es nuestra forma de forjar una vinculación con “los otros” mediante la ilustración de una problemática común. Es en este tiempo que nos ha ofrecido el planteamiento del proyecto que tomamos una posición de reflexión.

El grabado requiere de un tiempo de elaboración, en el que el artista junto con el azar intervendrá en la creación de la obra final. El hecho de que la serigrafía con más de un color se deba dividir en capas nos obliga a pensar sobre el espacio propio de la imagen, requiere de un cuidado y una atención, nos invita a entender de una manera diferente, en la que debemos ocuparnos no solo de la creación de una ilustración, también deberemos pensar en cómo la visualizamos en un futuro. Nos parece un proceso poético, durante el cual se nos da la opción de desconectar con los sucesos de nuestra vida diaria para reconectar con una idea y con el presente.

Es esta reconexión con el presente el que nos devuelve a una realidad que olvidamos en nuestro día a día digital, dejamos al lado el *multitasking*, ya que esta tarea ocupa por entero nuestra concentración. La creación gráfica, a pesar



Figura 32. Estudio de serigrafía Ora Labora Studio, obra de Alberto de Pedro

de su posibilidad de impresión de una tirada numerosa, no nos parece algo monótono o repetitivo, sino al contrario, se ha presentado como un ejercicio dinámico, que invita a la atención del artista.

Destacamos que cuando hablamos de obra gráfica e impresión lo hacemos desde el punto de vista artístico, confiriendo a la estampa un enfoque artístico y no de producto. Esto no descarta el plantearnos la mercantilización de la obra, pero no es esta su última intención.

Cada una de las técnicas de grabado tiene un lenguaje propio que la define. La serigrafía nos parece la más correcta para realizar nuestro proyecto, ya que es un medio que conecta perfectamente con el proceso digital, que nos ofrece la posibilidad de interpretar una misma imagen con diversos efectos gráficos. Los programas digitales expanden las posibilidades gráficas de esta técnica, pudiendo hacernos una idea del resultado final de nuestra obra, como un boceto digital de lo que esperamos de ella, además del ahorro de espacio y materiales.

También entendemos las posibilidades técnicas y económicas de la serigrafía como algo positivo. Si bien se puede producir una misma imagen una cantidad elevada de veces, el hecho de que sea una producción manual nos acerca a la obra en todos sus aspectos, la consideramos más cercana puesto que es una técnica democratizadora, es decir, es una técnica de fácil acceso y asequible. La democratización de esta lleva una oferta mayor de espacios donde poder producir nuestra obra, desde talleres compartidos hasta espacios de alquiler. Tendremos también la posibilidad de producir las veces que queramos la misma imagen, eligiendo a nuestro gusto la cantidad de impresiones y pudiendo guardar las imágenes para imprimirlas posteriormente. Reforzando la idea de asequibilidad, encontramos que mediante la serigrafía no solo podremos imprimir a varios colores sin que resulte en un coste económico excesivamente elevado, si no que los materiales para la realización de las estampas se encontrarán dentro del marco de lo económico.

Si bien estas no son todas las virtudes que nos ofrece la serigrafía, sí que son los puntos que más destacamos en nuestro proyecto. Consideramos la elección de esta técnica la más correcta para la materialización de nuestro proyecto.

5. NEEDING, UN PROYECTO SERIGRÁFICO

En este apartado nos ocupamos del planteamiento de la obra en su parte práctica. Como ya hemos señalado con anterioridad, nuestro Trabajo de Fin de Máster contempla una parte práctica pero no se materializa por las circunstancias que nos ocupan a nivel global, ya que el acceso a talleres y espacios de trabajo queda restringido, además de ver nuestra vida diaria afectada.

Nuestro proyecto, como comentamos en la metodología, se aborda de una manera heurística, con el objeto de que nuestro trabajo se forme de manera coherente, bajo una constante investigación y aprendizaje. Citando a Male (2007) “The project should be an example of one of the following: either a professional practice area of context or a question that needs answering, creating a need to research and present new knowledge” [*El proyecto debería ser ejemplo de uno de los siguientes: bien un área de contexto de práctica profesional o bien una pregunta que necesita respuesta, creando la necesidad de investigar y presentar nuevos conocimientos*] (p.16). Nuestro trabajo se enmarca en lo segundo, puesto que, tras el planteamiento de nuestra necesidad de un común, realizamos una investigación que deseamos poner en práctica y compartir.

5.1. MATERIALIZACIÓN DE LA OBRA

Una vez establecida la base de nuestro proyecto, nos planteamos cómo la podemos hacer factible, qué materiales, medios y espacios necesitaremos. Necesitaremos de 2 espacios principalmente, el espacio limpio y el sucio o de taller. En el primer espacio realizaremos todo lo previo a la realización material de nuestro proyecto, esto será la investigación, el planteamiento de estrategias, la conceptualización, el bocetado y la digitalización de las ilustraciones. Todo lo que abarca el espacio limpio puede ser realizado sin un instrumental específico, a excepción de la digitalización de las ilustraciones, las cuales han sido realizadas con el programa *Adobe Illustrator*. Una vez preparada la parte previa, nuestro proyecto debe trasladarse al espacio de taller, donde necesitaremos de dos espacios: el de serigrafía y el de corte láser, ambos ofrecidos por la UPV. Es aquí donde se deberá desarrollar la materialización de nuestro proyecto, utilizando los medios de creación que hemos nombrado.

5.1.1. Medios

Nos referiremos ahora a los medios señalados, realizando un breve resumen de su uso.

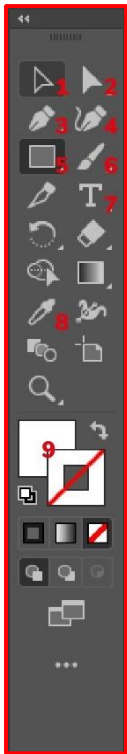


Figura 33.
Herramientas AI

Adobe Illustrator

El medio para digitalizar los bocetos y convertirlos en fotolitos se realizará en *Adobe Illustrator* (AI en adelante), programa que permite la edición y creación de diseños vectoriales. Para adentrarnos en esta aplicación destacamos las herramientas que utilizamos de manera continuada

1. Herramienta de selección (V) – Selecciona objetos enteros.
2. Herramienta de selección directa (A) – Selecciona puntos o segmentos del trazado de objetos.
3. Herramienta de pluma (P) – Dibuja líneas rectas y curvas para crear objetos. A su vez, se podrá elegir añadir punto de ancla (+) que agrega puntos de ancla a trazados, o eliminar punto de ancla (-) que elimina puntos de ancla de los trazados.
4. Herramienta de curvatura – Convierte los puntos de ancla para formar líneas curvas.
5. Herramienta polígonos (M) – Dibuja cuadrados, rectángulos, rectángulos rodeados, polígonos o estrellas.
6. Herramienta de pincel (B) – Dibuja líneas a mano alzada y caligráficas, además de pinceles de arte, motivo y cerdas a los trazados
7. Texto (T) – Crea texto y contenedores de texto individuales, y permite también introducir y modificar texto.
8. Cuentagotas (I) – Toma y aplica atributos de color, texto y de apariencia, incluidos los efectos, de los objetos.
9. Relleno y línea de color – Visualización de los tonos de cada objeto.

Estas son las herramientas que nos van a permitir traducir nuestro boceto (analógico o digital) a un formato digital. Este programa no solo nos permite la creación de imágenes, si no que ofrece la posibilidad de adaptabilidad a cualquier tamaño sin perder calidad, corrección de la línea, personalización de paleta, trabajo por capas y añadir tantos lienzos como queramos. Es por esto por lo que el programa nos parece el más adecuado para crear la primera parte de nuestro proyecto.

Serigrafía

La realización gráfica de este proyecto será mediante la serigrafía, lo cual conllevará la realización e impresión de fotolitos

El **proceso de la serigrafía** supone los siguientes pasos:

1. Diseño - Creación del motivo a imprimir. Esto conlleva el bocetado, el dibujo de la imagen y la definición del estilo. En este paso debemos decidir las tintas que utilizar, materiales donde imprimir, etc., para crear una imagen coherente y adaptable.
2. Fotolito/s - Preparación de la imagen que se emulsiona, se podrá hacer de manera manual, dibujando sobre una superficie transparente o casi transparente (acetato o papel vegetal) o bien de manera digital utilizando una impresora. Se ha de “traducir” la imagen al lenguaje

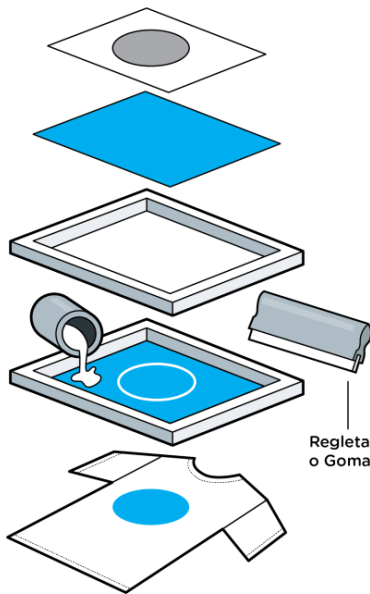


Figura 34. Proceso serigrafía

serigráfico mediante la separación de los diferentes colores (si hubiera más de uno) en fotolitos diferenciados. Es esencial que en el diseño tengamos este paso posterior en cuenta, ya que nos facilitará de gran manera el proceso de trabajo.

3. Emulsión y revelado - Una vez hemos preparado los fotolitos, hay que pasar la imagen a la pantalla, mediante la emulsión y el revelado. La emulsión es un líquido fotosensible que aplicamos a la pantalla en una habitación o zona donde la luz no incida en ella, una vez seca esta capa, la trasladaremos a una mesa de luz, donde pondremos nuestros fotolitos en la pantalla para revelarlos. Una vez ha incidido la luz, se ha de limpiar con rapidez, para que las zonas que no se han revelado (las líneas dibujadas en nuestro fotolito) tienen que limpiarse para dejar la zona libre con el fin de dejar traspasar la tinta solo por ese espacio.
4. Registro - Tras la emulsión y secado de la pantalla registraremos el estampado. Esto es esencial para las tiradas de varias tintas, ya que nos va a indicar dónde poner el papel para que nuestras tintas no descasen. Esto se puede hacer de varias maneras, aunque la ideal sería colocar unos adhesivos que nos marquen dónde colocar la hoja. La posición del papel irá variando debido a que optimizaremos el uso de la pantalla colocando más de un fotolito en ella.
En este paso vamos también a ordenar nuestro espacio de trabajo. LA limpieza y orden son esenciales para la serigrafía, debemos mantener un espacio de trabajo que nos permita trabajar con rapidez, por lo que los elementos que vayamos a necesitar deben encontrarse cerca, esto sería un espacio de secado para las serigrafías, materiales de limpieza, rasqueta, pintura con una paleta para disponer de la tinta en la pantalla, además de un espacio limpio para los papeles no utilizados.
5. Impresión - Finalizado el registro, nos disponemos a imprimir la imagen. Es esencial, como hemos mencionado, mantener un espacio de trabajo limpio y ordenado. Realizaremos la estampación de forma metódica, manteniendo un ritmo constante para evitar que la tinta se seque en la pantalla. Este proceso consiste en aplicar tinta a la pantalla, que se traspasará por los huecos dejados tras la emulsión con la ayuda de una rasqueta. Debemos dejar secar cada una de las capas antes de aplicar la siguiente.

Una vez finalizado el proyecto podemos numerar y nombrar la obra del mismo modo que se firma la obra gráfica o bien podremos añadir nuestra firma en el propio fotolito, aunque la seriación ha de realizarse a mano.

Corte láser

El corte láser nos permite la impresión y grabado láser sobre diversos materiales, como madera, piel, DM, etc. Obtendremos además un resultado extremadamente preciso, que nos va a permitir una gran variedad de resultados. Este proceso resulta completamente nuevo para nosotros, por lo

que consideramos que para la realización de este deberemos contar con el apoyo de alguien que nos ayude con el proceso.

El **proceso de corte láser** consta de los siguientes pasos:

1. Diseño – Creación del diseño a cortar, para ello hemos de tener presente la tridimensionalidad del objeto posterior que necesitamos, por lo que lo ideal es no solo dibujarlo, sino que, si se trata de un modelo más complicado, se recomienda realizar una maqueta y tener una clara idea de la disposición de las piezas.
2. Digitalización – para su posterior corte en la máquina láser necesitamos digitalizar nuestro diseño, para ello utilizaremos *Adobe Illustrator* o *Adobe Photoshop*.
3. Corte – Una vez diseñadas las diferentes capas, y realizar una revisión de todos los ficheros para que cumplan las características, exportaremos nuestro diseño al programa de cortado e introduciremos el material de corte en la máquina. Es importante elegir materiales adecuados, para garantizar que no se quemen o se dañe la máquina en el proceso de corte. Una vez realizado el corte tendremos que separar los elementos de la base.
4. Pintura - si bien este proceso no entra dentro del propio del corte láser, nos interesa que nuestras “máscaras” tengan color, así que utilizaremos los elementos conseguidos con el corte láser para conformar nuestro objeto. Primero los pintaremos para posteriormente unirlos.

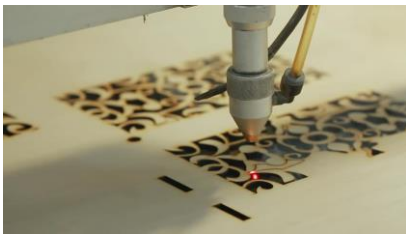


Figura 35. Proceso corte láser

5.1.2. Proceso y planificación

Como señalamos al principio de nuestro Trabajo final de Máster, en el proyecto se realizan varios cambios de cronograma debido a la actual situación de Covid-19. Si bien se comienza a realizar un TFM de tipología 4, debido a las circunstancias se realizará un cambio de tipología a la 3. Esto afectará al cronograma, además de añadir la necesidad de la lectura de nuevos textos y la búsqueda de nuevos referentes teóricos y prácticos.

Con estas nuevas circunstancias nos replantearemos el proyecto en el que seguiremos usando las imágenes que nos planteábamos producir, pero no serán impresas en serigrafía.

Obviamos el primer cronograma que realizamos para centrarnos en el esquema del nuevo que hemos realizado tras los cambios. En este cronograma no aparecen los apartados de investigación (lectura, búsqueda y selección de temáticas y referentes, utilizando técnicas como el *brainstorming*), bocetaje (adaptamos la temática a un estilo concreto mediante la implantación de los referentes visuales, ayudándonos de un *moodboard*) y recopilación de información que está presentes en nuestro anterior cronograma, pero que estarían ya completados una vez empieza el estado de alarma.

Marco práctico	Marco conceptual	Fechas clave	Revisión formal
----------------	------------------	--------------	-----------------

ABRIL

Lunes	Martes	Miércoles	Jueves	Viernes	Sábado	Domingo
30	31	1	2	3	4	5
6	7	8	9	10	11	12
13	14	15	16	17	18	19
20	21	22	23	24	25	26
27	28	29	30	1	2	3

01/04: Prórroga cuarentena. **03/04:** Anuncio docencia online, cierre de la universidad.
04_07/04: Planteamiento de cambio de tipología. **09_10/04:** Rehacer índice, actualización de objetivos y metodología. **11_12/04:** Adaptación de los apartados a las revisiones. **13_17/04:** Finalización de las ilustraciones. **18/04:** Finalización de las ilustraciones. **20_21/04:** Desarrollo conceptual. **27_29/04:** Recursos y referentes **30/04:** Presupuesto.

MAYO

Lunes	Martes	Miércoles	Jueves	Viernes	Sábado	Domingo
27	28	29	30	1	2	3
4	5	6	7	8	9	10
11	12	13	14	15	16	17
18	19	20	21	22	23	24
25	26	27	28	29	30	31

01_02/05: Materiales. **04_06/05:** Recopilar bocetos. **07/05:** Lectura y cohesión. **08_09/05:** Revisar investigación. **11_14/05:** Desarrollo marco teórico. **15_16/05:** Cerrar introducción y objetivos y metodología. **18_20/05:** Desarrollo marco práctico. **21_22/05:** Revisar contenido, cohesionar apartados. **25_28/05:** Desarrollo marco teórico. **29_30/05:** Diagramas.

JUNIO

Lunes	Martes	Miércoles	Jueves	Viernes	Sábado	Domingo
1	2	3	4	5	6	7
8	9	10	11	12	13	14
15	16	17	18	19	20	21
22	23	24	25	26	27	28
29	30	1	2	3	4	5

01_04/06: Marco teórico. **05_11/06:** Recta final. Revisión, citas, figuras y elementos visuales. **12_20/06:** Rectificaciones, correcciones y maquetación. **19_21/06:** Rectificación, coherencia visual. Finalización y cierre de todos los apartados. **21_25/06:** Subida TFM a la plataforma Ebrón. **26_30/06:** Preparar presentación.

JULIO

Lunes	Martes	Miércoles	Jueves	Viernes	Sábado	Domingo
29	30	1	2	3	4	5
6	7	8	9	10	11	12
13	14	15	16	17	18	19
20	21	22	23	24	25	26
27	28	29	30	31	1	2

01_08/07: Practicar y revisar presentación **09_10/07:** Presentación TFM

Al ser nuestro trabajo un proyecto que conecta una parte conceptual y otra práctica, debemos tomar una visión reflexiva con él, y es mediante un fragmento del libro *Illustration, a theoretical and contextual perspective*, pág190 Male, A nos propone una *checklist* para que revisemos de forma continua lo que debemos tener en cuenta para nuestro proyecto.

Teórica

- Análisis: Un profundo conocimiento del problema a tratar
- Formulación del brief: Apropia y racional.
- Resolución del problema: metodología utilizada (búsqueda y análisis)

Conceptual

- Creatividad e innovación: se considera que el proyecto aporta algo con respecto a los otros que tratan la misma temática.

- Inteligencia visual: aplicación de las habilidades de diseño, aliteración visual, uso apropiado de la estética, metáfora, simbolismo, etc.
- Conceptos: Funcionan visualmente y se adaptan al contexto, la elección y utilización del lenguaje visual funcionan con respecto a ellos.

Práctico

Uso de medios, método, técnicas y proceso, calidad de la gráfica o la imagen digital, tener en cuenta la reproducción posterior.

Profesional

Organización y manejo del tiempo: se sigue el cronograma establecido
Presentación

Capacidades escritas en el *brief* y el *statement* (en nuestro caso, objetivos y metodología)

Capacidades comunicativas: Presentación, debate, circunstancias profesionales, en este caso la presentación de Trabajo de Fin de Máster.

Es bajo esta *check list* que procederemos en nuestro proyecto, ya que consideramos de vital importancia un constante trabajo de autoevaluación y corrección para un resultado coherente.

5.2. REFERENTES

Para nuestro trabajo encontramos inspiración en diferentes ramas y movimientos, desde el color fauvista, el mundo surrealista de Magritte o la realidad confusa de Cristina Duara. Tomaremos prestado el lenguaje de la cartelería y la imagen secuencial para mostrar en nuestras imágenes la idea del movimiento.

5.2.1. La soledad y la apatía. Retratos de una sociedad solitaria

Flavita Banana (Flavia Álvarez-Pedrosa). 1987, *Barcelona*. Ilustradora de viñeta cómica, podemos encontrar sus ilustraciones en libros como *Curvy* (Lumen, 2016), proyecto que ilustra, o en libros donde ella es la autora, como *Archivos Cósmico* (¡Caramba!, 2019). Realiza algunas colaboraciones dibujando. Sus viñetas se definen por un humor agudo, en el que el feminismo es un claro protagonista, mediante sus dibujos realiza un retrato de una sociedad que no está contenta consigo misma, y a su vez expone los puntos flacos de una sociedad que no está tan bien como parecemos creer. Existe en sus trabajos una denuncia social, un llamamiento a la introspección, es un recorrido vivencial, que nos resulta cotidiano. Sus imágenes se caracterizan visualmente por un trazo agitado, de tinta negra, con personajes casi abocetados que se comunican entre ellos o con el espectador, es así un personaje social (figura 36)



Nos identificamos con esta autora porque realiza un retrato del individuo contemporáneo en su cotidianidad, este refleja a una persona cansada y en una lucha constante. En nuestro trabajo realizamos esta misma conclusión sobre el individuo.

Figura 36. Léeme más fuerte, Flavita Banana, 2020



Figura 37. Habitaciones al mar, Edward Hopper, 1951

Edward Hopper. 1882/1967, EEUU (NY). Pintor estadounidense, destaca por sus retratos de la soledad en la vida estadounidense del siglo XX. Las imágenes de ciudades vacías y cafés donde aparecen personas inmersas en sus propios pensamientos reflejan la visión de un hombre que miraba la vida con melancolía.

Si bien en sus lienzos aparecen imágenes de mundo en pausa, donde no ocurre nada, nos lleva a preguntarnos sobre los personajes y los espacios, la historia tras ellos y qué es lo que lleva al artista a representarlos.

Estos espacios vacíos (figura 37) se nos presentan como utópicos, no hay nada tan alejado de nuestra realidad actual como la opción del silencio y la pausa.

5.2.2. Imágenes del subconsciente y de lo soñado

Imaginería conceptual y surrealismo. Nuestro proyecto se proyecta especialmente con la obra realizada por Magritte, que será uno de nuestros mayores referentes como también lo fue del surrealismo. Mediante la imagen y la metáfora que aplicamos a la misma hacemos que el espectador se adentre en la imagen, y no sea un dibujo puramente informativo, ya que al encontrar más de una línea de información nos encontramos ante más de una posible lectura. En nuestro proyecto intentaremos utilizar la metáfora visual o imagen conceptual, ya que nuestro público nos permite realizar imágenes más enrevesadas o con un mensaje menos directo.

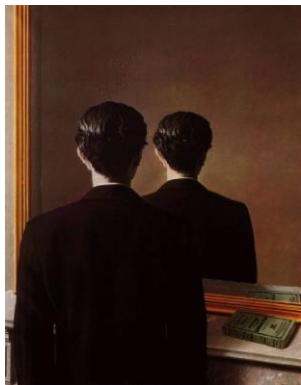


Figura 38. Para no ser reproducido, Magritte, 1937

René Magritte. 1898/1967, Bélgica. Pintor surrealista y del realismo mágico. Destacamos sus obras de *Para no ser reproducido*, 1937 (figura 38) y *El espejo falso*, 1928. Las metáforas visuales que utiliza en ambas obras se conforman en imágenes que, si bien no responden a la realidad, consiguen que el espectador conecte con la pintura a un nivel mucho más profundo.

Sus obras están cargadas de simbolismo, de un individuo que huye de su propio ser. Pocas veces vamos a ver caras en sus obras, mientras que usa el paisaje y los objetos para tapar esta identidad.

Pablo Amargo. Oviedo, 1971. Ilustrador español, colabora en prensa y publicaciones, realiza cubiertas, carteles y comunicación, además de ilustración editorial. Con un vasto recorrido profesional y un estilo inconfundible, no podemos dejar de incluir a Pablo Amargo como nuestro referente.

En su obra observaremos otra vez el uso de la metáfora visual, es mediante una línea sencilla que crea imágenes imposibles, en las que el espectador se pierde (figura 39). Su obra, a pesar de su apariencia sencilla con el uso de un solo color la mayoría de las veces tiene una fuerza visual que fomenta que el público no pase de largo, requiere de una doble lectura. Lo veremos en su libro *Cats are paradoxes*, libro que toma como protagonista la figura de un gato negro, el cual recorre las imágenes creando paradojas visuales.

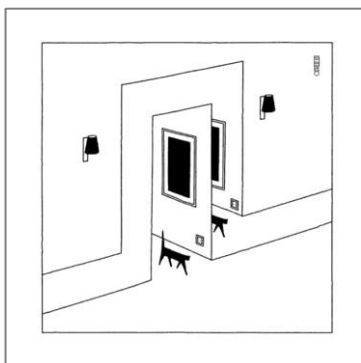


Figura 39. Ilustración del libro *Cats are paradoxes*, Pablo Amargo, 2017



Figura 40. Hot ChaChaCha, juguete diseñado por Gary Baseman, 2015

Gary Baseman. 1960, EEUU, California. Artista multidisciplinar, Baseman investiga la historia, patrimonio y la condición humana (especialmente en el amor, la nostalgia y la pérdida). A través de una iconografía única y una narrativa visual fantástica, hace un recorrido por la belleza de lo agri dulce en la vida. En su obra unificará conceptos e iconografía de la cultura popular con técnicas propias de las bellas artes.

Vemos en los personajes de sus obras una inspiración en la iconografía Disney original, aunque la temática que vemos en sus trabajos se aleja, sin duda alguna, del género infantil (figura 40). La utilización de estas imágenes casi descontextualizadas, que pierden su condición *naïve* por su contextualización en un mundo perverso.

5.2.3. La imagen que habla

Las autoras a las que nos referimos en este apartado van a conformar una parte imprescindible en nuestro proyecto. Si bien sus estilos son completamente diferentes, tendrán en común la narración con referencias al cómic. María Medem se adscribe a este género, mientras que Cristina Daura y Egle Zvirblyte van a definirse como ilustradoras y diseñadoras gráficas.

María Medem. Sevilla, 1994. Ilustradora española, su obra estará impresa en risografía, confiriendo a sus trabajos un estilo vibrante, con un efecto granulado, que la configura como uno de nuestros referentes.

Si bien su trayectoria artística es aún muy joven cuenta con varias publicaciones, entre ellas destacamos su cómic *Cenit* de la editorial Apa-Apa, que nos transporta a un diálogo entre dos personajes, este diálogo se llevará a cabo en una serie de espacios que remiten a lo onírico (figura 41). El tratamiento de las imágenes y fondos, que cohesiona visualmente lo geométrico y lo sinuoso, conforma una narrativa visual que, ligado con un uso magistral del color, nos invita a pasar horas observando sus páginas.

Cristina Daura. Barcelona, 1988. Es una ilustradora y diseñadora gráfica que ha trabajado para prensa de diversos países como *The New York Times*, además de colaborar con editoriales como *Penguin Books*. Su obra aparece cargada de mensajes e imágenes, crea narraciones visuales en una sola hoja para adentrarnos en una historia. Encontramos en sus obras una paleta que nos transporta a referentes fauvistas, mientras que sus temáticas tienen mucho del surrealismo (figura 42)

Sus obras se encuentran a medio paso entre la representación de lo real y los sueños. La ausencia de texto invita al espectador a realizar su propio análisis de la imagen.

Egle Zvirblyte. Lituania. Ilustradora y diseñadora, trabaja en proyectos de publicidad de Apple, Adidas, Nike, y no solo eso, la encontraremos en galerías, museos, realiza pinturas murales e instalaciones... Es una artista multidisciplinar que, mediante su arte, explora el significado de lo que es ser humano, y qué necesitamos para llegar a un "yo libre".

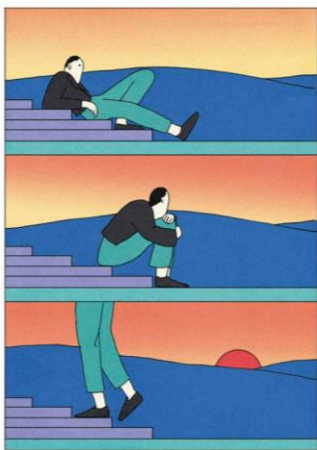


Figura 41. Ilustración de *Cenit*, María Medem, 2018

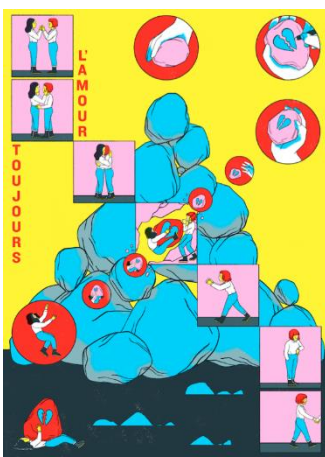


Figura 42. *L'amour toujours*, Cristina Daura



Figura 43. Poster para Pete The Monkey festival, Egle Zvirblyte, 2019

Sus obras están cargadas de dinamismo, el cual se ve acentuado por el uso de una paleta vibrante. Los protagonistas de sus obras son mujeres o animales antropomórficos, rodeados por motivos naturales y frutales. Es una imagen de la liberación, un retrato de una realidad festival y abierta, donde todos son bienvenidos (figura 43).

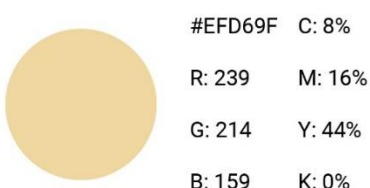
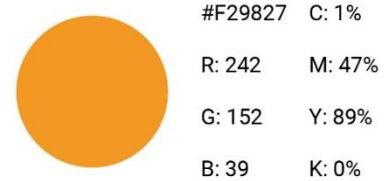
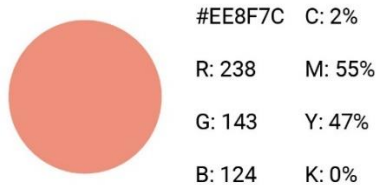
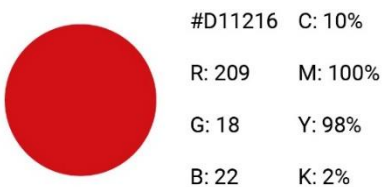
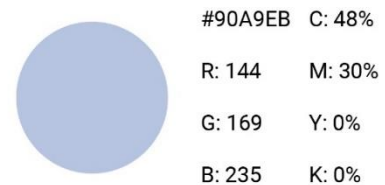
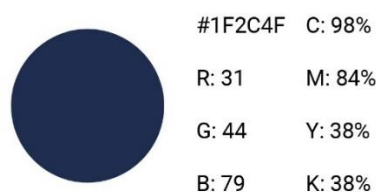
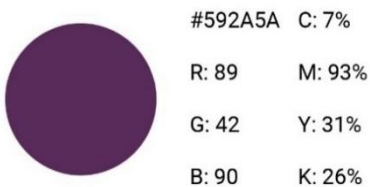
Zvirblyte se encuentra entre nuestras referentes debido a que nos ha servido de inspiración con su paleta, además plantea un después a la problemática del nosotros, supone una liberación del sujeto en la sociedad y propone un encuentro consigo mismo.

Estos son los artistas con los que tenemos más afinidad y que han resultado de inspiración durante nuestro proceso de investigación. Nos es imposible nombrar todas las referencias y artistas que forman parte de nuestro trabajo, que nos acompañan a lo largo de nuestro proyecto, en el cual sus obras y temáticas resuenan.

5.3. OBRAS A REALIZAR

A continuación vamos a definir la obra planteada, haciendo un repaso sobre los elementos que la unifican, como son la paleta y la tipografía, después de ello realizamos un análisis de las obras, describiendo sus características formales, además de un breve resumen de los conceptos propios de cada una de ellas.

Paleta



La paleta utilizada nace de referentes fauvistas y expresionistas, con unos colores alegres, vivos, escandalosos, que en su conjunto pueden llegar a dar una sensación de agobio visual. Se huye de la línea negra, utilizando en su lugar el azul oscuro, que unifica como elemento de línea.

En nuestro proyecto hemos apostado por una paleta colorida, con el uso de tintas planas con un acabado liso, que no pretende tener textura. Nos parecía que este acabado está relacionado con imágenes digitales como iconos, mensajes, etc., lo cual nos parecía más interesante estéticamente.

Tipografía

Las tipografías que observamos a diario en nuestras redes sociales, mensajes, etc., responden a criterios similares. Deben ser legibles, entendibles, que permitan lecturas largas y cortas, aunque debe funcionar en el cuerpo más que como título. Las familias tipográficas que encontramos en las diferentes apps y páginas de comunicación (Facebook, Instagram WhatsApp...) tienen más de un estilo, pero no podemos acceder a ellos. A grandes rasgos, podemos hacer un análisis de las tipografías de nuestro día a día, encontrando las siguientes similitudes: son tipografías *San Serif* o de palo seco, de carácter aséptico y funcional, se caracteriza por no tener serifa, además son tipografías Informáticas, cuya finalidad es la de verse en una pantalla.

Un claro ejemplo para ello es la Helvética, utilizada por WhatsApp, que es ideal para la lectura tanto corta como larga, es sencilla,

Se decide utilizar la tipografía *Nunito*, de acceso libre en *Google Fonts*, creada por Vernon Adams, cuya finalidad principal es la de ser una display typography, es decir, que está pensada para titulares y no para cuerpos de texto. Posteriormente será modificada por otros diseñadores creando la *Nunito Sans*, una adaptación de la misma tipografía para su utilización en cuerpo de texto. Como podemos ver, no tiene serifa y se define por un cuerpo redondeado, de formas amables. Nosotros vamos a escoger el cuerpo Extra-Bold, para resaltar aún más estas características, con lo que conseguiremos un efecto *naive* o infantil.



Figura 44. Tipografía Helvética



Figura 45. Tipografía Nunito, cuerpo Extra-Bold



Figura 46. Uso tipografía Nunito en nuestro proyecto

5.3.1. Imágenes a realizar

Pero antes añadiremos una especificación de nuestro trabajo. Si bien la mayoría de las obras funcionan de manera individual, creemos necesario hacer un breve *disclaimer* antes de realizar un recorrido por las obras con respecto a



Ilustración 1. Nice Messages, título

Nice messages:

Esta serie habla en general sobre la comunicación digital, donde el receptor desaparece para que el mensaje venga directamente del dispositivo. Nos

inspiramos en la estética de los mensajes que aparecen en nuestro ordenador, que nos preguntan por si estamos seguros de que queremos salir sin guardar, o si nuestro programa ha dejado de funcionar. Es una serie de 4 ilustraciones que tendrán una estética similar, tendrán en común el uso de la tipografía *Nunito*, además del uso de dos tintas, siendo el azul oscuro la que unifica los 4 trabajos. Los mensajes, provienen del supuesto ordenador, que nos pregunta o nos avisa de una falta de realidad. Profundizaremos más en los conceptos tras cada una de las imágenes más adelante.

SEASONS

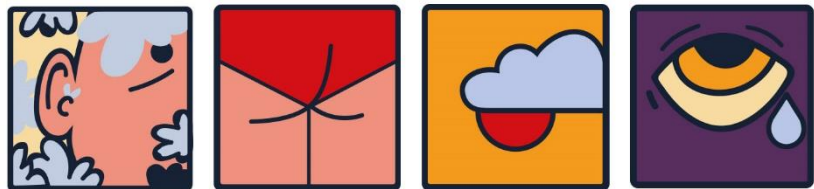


Ilustración 2. Seasons, título

Seasons:

Esta serie tiene una gran influencia de la obra de Cristina Duara, junto con referencias a Magritte. Se caracteriza por la disposición de las imágenes en la página, de forma secuencial, que eluden al movimiento mientras se mantiene el estatismo. En las 4 estaciones repetimos disposición del título y el subtítulo.

La temática de *Seasons*, estaciones, inspirada en la obra de Alphonse Mucha que retrata las 4 estaciones en forma de mujer (figura 47). Mucha busca la estética pura, con símbolos que remiten a las estaciones que representan y una paleta de color que define a cada una de ellas. Si bien nosotros le damos una importancia a la estética, con el uso de líneas suaves y redondas, nos centraremos en el sentido de las estaciones como el paso del tiempo, creando un reflejo de los sentimientos cíclicos en los que nos sumergimos, utilizando la misma paleta de colores para unificar visualmente, además de para reforzar la idea de unidad atemporal, como lo son los bucles. También utilizaremos símbolos

No consideramos necesario explicar en demasía la obra a riesgo de que el espectador se vea influenciado por nuestra propia opinión, y la imagen pierda la opción de ser entendida de nuevas maneras, por lo que simplemente destacaremos algunos puntos en nuestro análisis conceptual posterior.

Máscaras 'Angry' y 'Sad'

Las máscaras surgen de la imagen de las máscaras de teatro clásico (figura 48) que simbolizan la tragedia y la comedia. Son símbolos de origen griego que



Figura 47. Las estaciones, Alphonse Mucha, 1898



Figura 48. Máscaras de teatro griegas

representan a la musa Thalia, que representará la comedia, la música, la alegría, etc., y a Melpomene, musa de la tragedia y el drama. Si bien nos interesa el origen de estas máscaras, tendremos más en cuenta la imagen popular que estas representan, que son la alegría y la tristeza.

Así, las dos máscaras que se realizan bajo la idea de los opuestos, pero al contrario que las máscaras tradicionales, ambas muestran la misma expresión, con la diferencia de que en sus ojos podremos ver el sentimiento reflejado.

Fuego -> pasión e ira

Lágrimas -> tristeza

Se ha decidido que se representen de esta manera para enfatizar el hecho de que estamos desconectados de nuestras emociones, de nosotros y, sin embargo, es imposible la pérdida total de afecto o conexión, estamos preparados para continuar con nuestros sentimientos, como si estos esperaran latentes a que alguien los descubra, pero sin ser capaces de comunicarlo al exterior.

Obras en general:

A parte de estas dos series y las máscaras que hemos mencionado, se prevé la realización de otras 5 obras serigráficas, que se van a unificar con las ya mencionadas mediante el uso de la paleta y la temática basada en el mismo marco teórico. Las obras están planteadas para que funcionen tanto de forma individual como colectiva, la serie *Seasons* se entiende como un conjunto, aunque el lenguaje utilizado en ella permite la lectura independiente de cada una de las estaciones.

A continuación, ponemos en conjunto las ilustraciones digitales generadas para su posterior impresión en serigrafía. Especificamos la cantidad de tintas que se utilizarán, además de especificar los tamaños del soporte y la imagen, para finalizar realizando un breve inciso en el concepto de cada una de las obras

	Título	'Nice Message' 1
	Tintas	● ●
	Medidas	18x18 cm
	Soporte	21x21 cm. Papel
	Técnica	Serigrafía
<p>Concepto: Pertenece a la serie <i>nice messages</i>. Este mensaje nos dice que <i>no one cares</i> [a nadie le importa]. Y el usuario, es decir, nosotros, marcamos la opción de <i>don't show me this again</i> [no volver a mostrar]. El usuario niega la realidad del otro.</p>		

Ilustración 3. Nice Messages 1

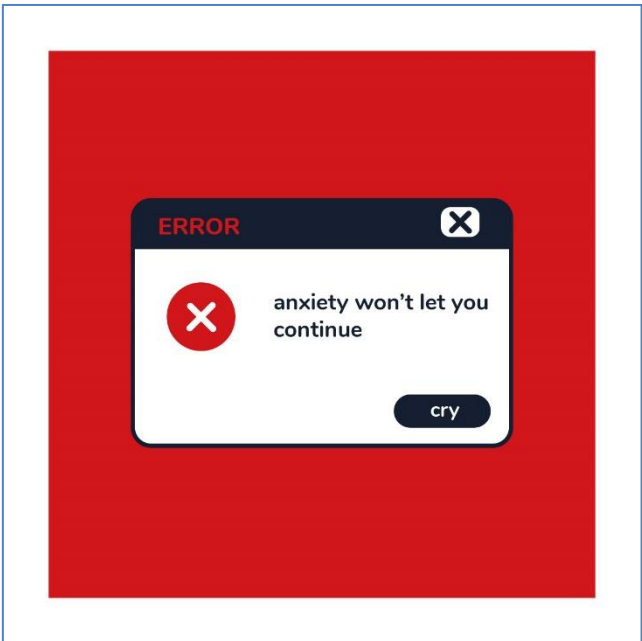
	Título	'Nice Message' 2
	Tintas	● ●
	Medidas	18x18 cm
	Soporte	21x21 cm. Papel
	Técnica	Serigrafía
<p>Concepto Pertenece a la serie <i>nice messages</i>. Nos avisa que los <i>anxiety won't let you continue</i> [la ansiedad no te va a dejar continuar], y la única opción que nos ofrece es <i>cry</i> [llorar].</p>		

Ilustración 4. Nice Messages 2


	Título	'Nice Message' 3
	Tintas	● ●
	Medidas	18x18 cm
	Soporte	21x21 cm. Papel
	Técnica	Serigrafía
	Concepto	<p>Pertenece a la serie <i>nice messages</i>. Esta imagen cambia el formato, obviando la caja del mensaje, hace alusión a cuando una página no puede ser encontrada en internet y nos aparece el mensaje <i>Error 404</i>, así, esta imagen nos avisa de que <i>your life couldn't be found</i> [tu vida no pudo ser encontrada], y aparece la opción de <i>go back to sleep</i> [volver a dormir]. Simboliza la pérdida de la realidad y la imposibilidad de conexión ella. Nuestra única opción es el sueño, el cual queremos decir que es lo digital, el mundo de ensoñación.</p>

Ilustración 5. Nice messages 3

	Título	'Nice Message' 4
	Tintas	● ●
	Medidas	18x18 cm
	Soporte	21x21 cm. Papel
	Técnica	Serigrafía
	Concepto	<p>Pertenece a la serie <i>nice messages</i>. LA aceptación de la pérdida de la realidad, que aparece como un recuerdo momentáneo. Aparecen el mensaje <i>this isn't real</i> [esto no es real], que podremos aceptar o <i>postpone</i> [postponer]</p> <p><i>La tinta rosa no sé si supondrá un problema a la hora de estampar, se deberá probar si es suficientemente legible.</i></p>

Ilustración 6. Nice messages 4

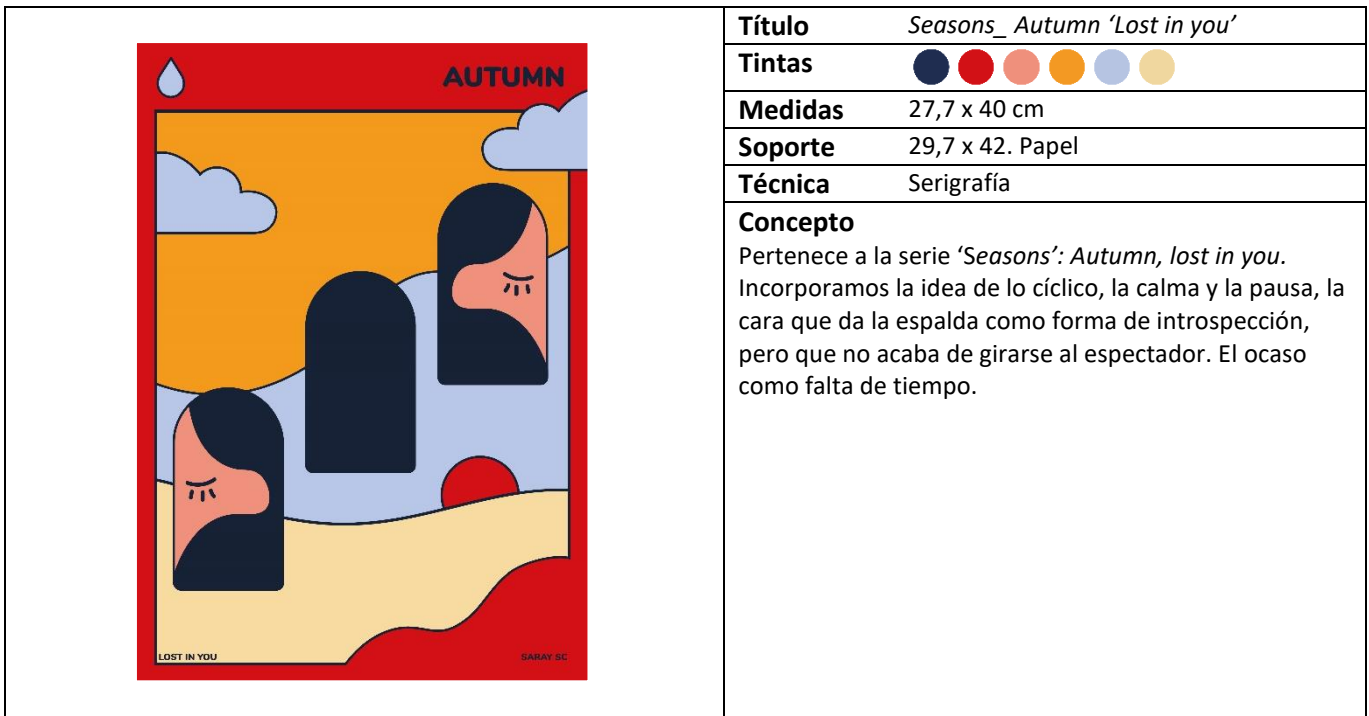


Ilustración 7. Autumn, lost in you

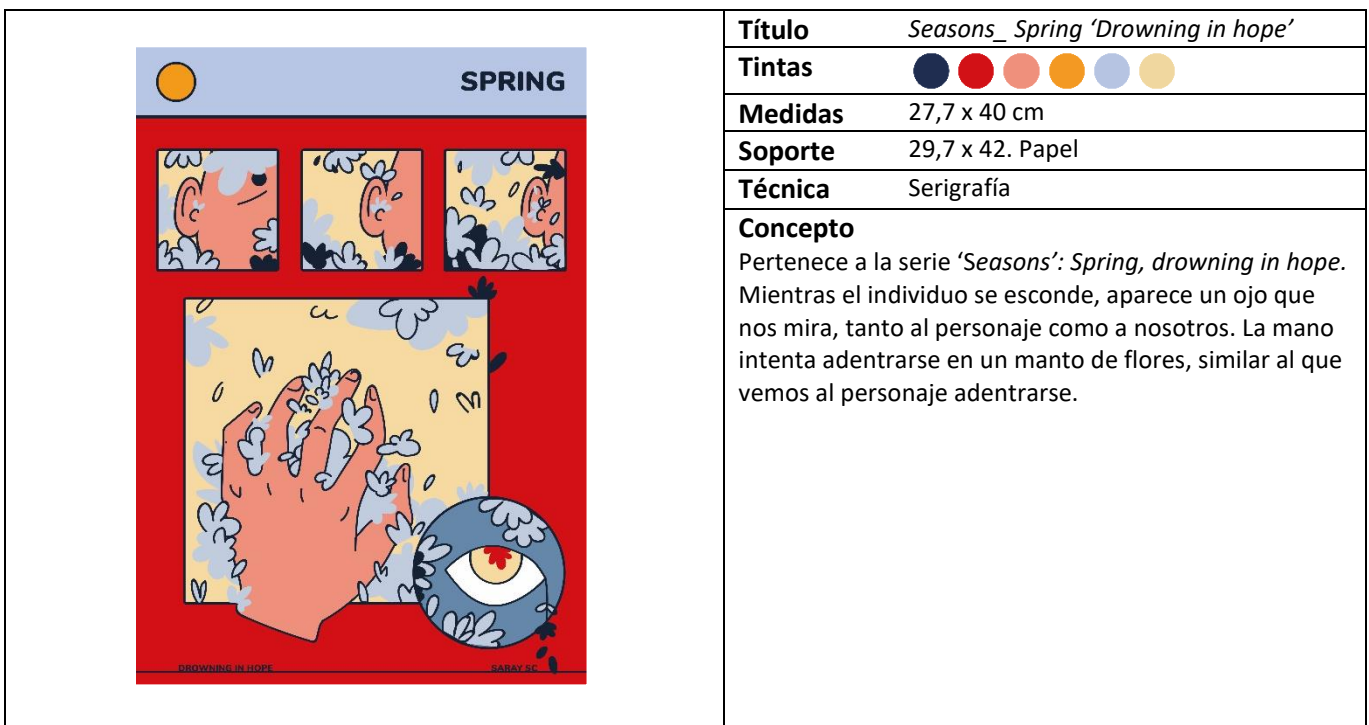


Ilustración 8. Spring, drowning in hope



Ilustración 9. Summer, wine & chill



Ilustración 10. Winter, cry me a river

	Título	<i>How are you?</i>
	Tintas	● ● ● ● ●
	Medidas	27,7 x 40 cm
	Soporte	29,7 x 42. Papel
	Técnica	Serigrafía
Concepto		
<p>Esta imagen es más compleja a nivel visual. La idea de del “yo” dividido, que se divide entre el “yo digital” que se encuentra en la pantalla y el “yo social” que vemos fuera de ella, que reflejan dos tipos de sentimientos totalmente distintos.</p> <p>A la derecha el corazón roto por la mano digital, que es el desencantamiento por medio de lo digital, El fuego, que simboliza un sentimiento latente que la cara no refleja, otra vez referencia a Matisse, bajo el concepto de la imposibilidad de reconocerse y ser reconocido.</p> <p>Los mensajes en el ordenador, que nos preguntan cómo estamos, pero nos invitan a no responder.</p>		

Ilustración 11. How are you?

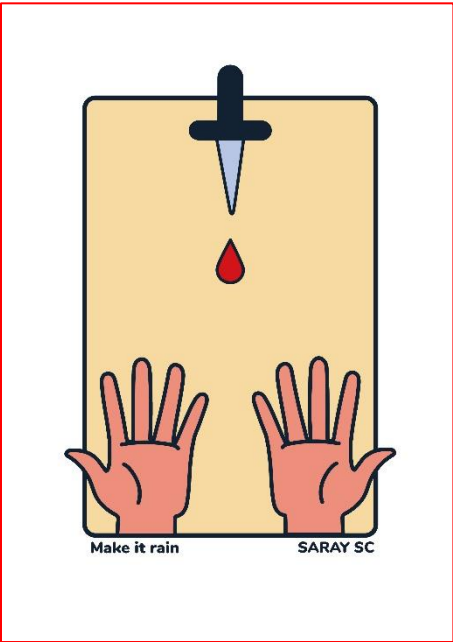
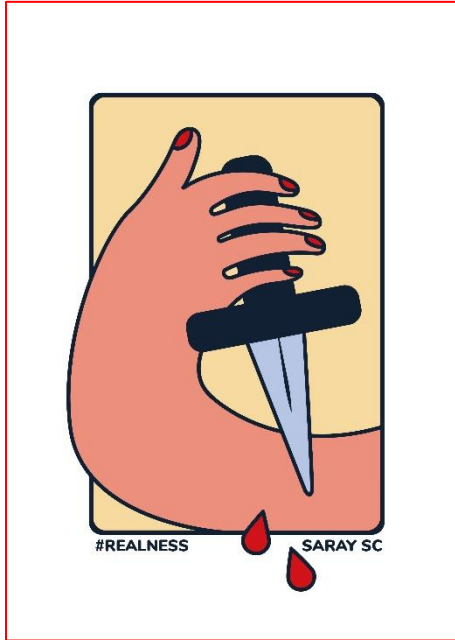
	Título	<i>Make it rain</i>
	Tintas	● ● ● ● ●
	Medidas	19 x 27,7 cm
	Soporte	21 x 29,7 cm. Papel
	Técnica	Serigrafía
Concepto		
<p>Bienvenida al dolor ajeno, la necesidad de la sangre ajena y la propia, del dolor compartido. ¿Nos quedaremos a ver caer el cuchillo o nos apartaremos?</p>		

Ilustración 12. Make it rain



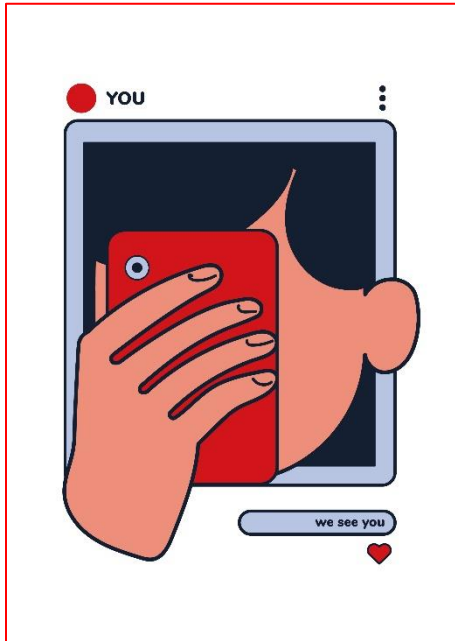
Título	#Realness
Tintas	● ● ● ● ●
Medidas	19 x 27,7 cm
Soporte	21 x 29,7 cm. Papel
Técnica	Serigrafía
Concepto	<p>La opción de sentir solamente viene del “yo”, y es este dolor propio el que nos avisa de la realidad. Es un dolor necesario porque nos acerca al “otro”.</p> <p>El concepto de <i>realness</i> paradójicamente despoja de lo real o auténtico a la imagen, ya que nos encontramos ante una ilustración y no ante una persona, al igual que el tipo de imagen que recibimos mediante el teléfono. Es un llamamiento a aceptar el “dolor necesario” y reencontrarse con el “yo”.</p>

Ilustración 13. #Realness



Título	My own blood
Tintas	● ● ●
Medidas	27,7 x 19 cm
Soporte	29,7 x 21 cm. Papel
Técnica	Serigrafía
Concepto	<p>Una amapola, que alude al Eros, al sueño y a la embriaguez.</p> <p>Una copa, que alude a la melancolía, al igual que la bebedora de absenta, representada tanto por Picasso como por Degas.</p> <p>El eros alimenta a la melancolía, con la idea de lo romántico e inalcanzable.</p>

Ilustración 14, My own blood



Título	Selfie (autorretrato)
Tintas	● ● ● ●
Medidas	19 x 27,7 cm
Soporte	21 x 29,7 cm. Papel
Técnica	Serigrafía

Concepto
 En la imagen se realiza un autorretrato por medio del concepto *selfie*, se enmarca en una interfaz que recuerda a Instagram, simbolizando así la imposibilidad de escapar del contexto digital. La cara se encuentra tapada por el teléfono, al igual que el cuadro de Magritte, Para no ser reproducido (figura 38), el individuo pierde la identidad detrás de sí mismo, en este caso nuestro “otro yo” es el teléfono, que impide al espectador la humanización de la persona tras el dispositivo móvil.

Ilustración 15. Selfie



Título	Máscara 'Sad'
Tintas	● ● ● ●
Medidas	30 x 25 x 0,5 cm
Soporte	DM, 4 capas x 0,5 cm
Técnica	Corte láser y pintura acrílica

Concepto
 Primera de las dos máscaras. Esta es titulada como *sad [triste]*, debido a las lágrimas que vemos en sus ojos, si bien estas no caen de sus ojos, lo que simboliza el duelo interior. Aparece sonriendo separa los sentimientos de la máscara con los del interior.

Ilustración 16. Máscara cry


	Título	Máscara 'Angry'
	Tintas	● ● ● ●
	Medidas	30 x 25 x 0,5 cm
	Soporte	DM, 4 capas x 0,5 cm
	Técnica	Corte láser y pintura acrílica
Concepto		
<p>Segunda de las dos máscaras. Esta máscara recibe el título de <i>angry</i> [enfadada], al igual que su compañera, la cara aparece sonriendo, sin embargo, sus ojos están ardiendo, fruto de una llama interior que no se exterioriza. El fuego simboliza el enfado, sin embargo, si la llama no se extingue, acabará quemando al propio individuo, aunque solo por dentro.</p>		

Ilustración 17. Máscara angry

5.4. MATERIALES

Si bien se planteaba realizar un presupuesto orientativo del proyecto, debido a falta de habilidades técnicas en este punto, decidimos realizar una búsqueda de materiales para posteriormente investigar precios, ya que debido a la situación de cuarentena nos ha sido imposible hacer una búsqueda exhaustiva y comparativa de precios y materiales.

Se plantea un proyecto de una tirada final de 20 serigrafías para cada imagen, se tendrá en cuenta los posibles fallos o pruebas de autor que se quieran realizar, con lo que la compra de materiales deberá ir ligado con ese margen de fallo.

Producto	Proporción
Acrílico Vallejo _Azul de Prusia Ftalo	500 ml x 2
Acrílico Vallejo_ Azul ultramar claro	500 ml x 2
Acrílico Vallejo_ Cadmio naranja claro	500 ml x 2
Acrílico Vallejo_ Amarillo Nápoles	500 ml x 2
Acrílico Vallejo_ Rojo cadmio oscuro	500 ml x 2
Acrílico Vallejo_ Rojo Veneciano	500 ml x 2
Acrílico Vallejo_ Magenta	500 ml x 2
Acrílico Vallejo_ Blanco Titanio Rutilo	500 ml x 2
Emulsión	500 ml x 2
Papel popset	100x70 cm
DM	73x 60 x 0,5 cm
Paños	1 paquete
Guantes látex	1 paquete
Acetatos para fotolitos	Rollo
Pantalla serigrafía	60x80 cm
Rasqueta	Varios tamaños

El papel se pedirá de tamaño 100x70, para optimizar el precio, y se cortará posteriormente en los talleres con la ayuda de las cortadoras del Departamento de Dibujo.

Al no ser posible comprobar de manera física las tintas, los colores elegidos son una aproximación con el uso de catálogos web. A los colores amarillo Nápoles, rojo veneciano y azul ultramar claro se prevé que será necesario añadir una parte de blanco titanio para conseguir el tono deseado, mientras que el color magenta tendrá parte del azul Prusia.

También se tendrá en cuenta que el trabajo tendrá la facilidad de disponer del espacio de finalización dentro de la Facultad, en los talleres de serigrafía, por lo que no plantearemos gastos de espacio dentro del presupuesto.

6. CONCLUSIONES

Nos encontramos ante la necesidad de realizar un cierre de la parte proyectual para poder hacer una valoración del trabajo, esto conlleva realizar un recorrido por los aspectos conceptuales, prácticos y formales de nuestro trabajo y plantearnos su adecuación. Es también el momento de hacer una introspección, y preguntarnos qué nos ha aportado este recorrido y qué hemos aportado nosotros mediante nuestro trabajo.

Consideramos que este proyecto de fin de master enmarcado en la tipología 3, a pesar de tener algunas inexactitudes en los apartados de cronograma y presupuesto, se adecúa a las necesidades requeridas por dicha tipología.

con respecto a la investigación conceptual, se queda en cierto modo abierta dada la gran cantidad de temáticas relacionadas y las cuestiones que se plantean a lo largo de la misma, dando lugar a futuras investigaciones que ampliarán nuestros conocimientos. Durante el periodo de investigación hemos podido hacer una aproximación a una problemática común en la sociedad actual, repasando los motivos que nos desvinculan y además realizamos un recorrido a lo largo de la historia de la gráfica con respecto a las temáticas y medios que se han utilizado, lo que nos permite comprender la evolución de la misma.

Los referentes que seleccionamos son descubiertos antes y durante la investigación, si bien ya contábamos en nuestro imaginario con figuras con las que se compartían inquietudes, no es hasta que empezamos la investigación que los agrupamos y encontramos un nexo común. Así mismo, la investigación de la temática nos va a llevar a nuevos autores y artistas, que van a enriquecer el trabajo en el que nos hallamos, además de aportarnos nuevas formas de entender visual y conceptualmente.

Es en el marco práctico donde aplicamos esta investigación, dotando de una simbología y significado a las ilustraciones que no hubiera sido posible sin ella. Es así que empleamos la idea de proceso al proyectar la obra en serigrafía el uso de metáforas visuales, fruto de nuestra investigación de referentes. La serie de imágenes fruto de este proceso resulta en una obra original y coherente, que cohesionan de manera correcta los conocimientos adquiridos en una obra viable.

Este trabajo, que nace por la necesidad de entender la falta de vinculación entre nosotros, tiene un gran peso conceptual si bien durante todo el proceso buscamos la visualización de este sentimiento que se descubre compartido. Pero a pesar de que surge de la necesidad (*Needing*) de entender, este proyecto finaliza con la necesidad de enmendar, de entablar un nuevo diálogo. Nuestro primer paso hacia este diálogo es la creación de nuestras imágenes, queremos compartir nuestro sentimiento para unificarnos con “los otros”.

Para nosotros es importante fomentar el diálogo, y creemos que las imágenes que creamos pueden incentivarlo. No nos referimos únicamente a un diálogo hablado entre individuos, sino que queremos fomentar una conversación entre la obra y el receptor, para que este comparta nuestro

sentimiento, y con la esperanza de que llegue a esta misma conclusión, a la necesidad de un cambio.

7. BILIOGRAFÍA

- Baudrillard, J (2006). *El juego del antagonismo mundial o la agonía del poder*. Madrid, España: Círculo de Bellas Artes.
- Bauman, Z (2005). *Amor líquido, acerca de la fragilidad de los vínculos humanos*. México, D.F., México: Fondo de Cultura Económica.
- Bauman, Z (2013). *La cultura en el mundo de la modernidad líquida*. México, D.F., México: Fondo de Cultura Económica.
- Bornay, E. (1995). *Las hijas de Lilith*. Madrid, España: Cátedra, Ensayos de Arte.
- Brea, JL (2004). *El tercer umbral. Estatuto de las prácticas artísticas en la era del capitalismo cultural*. Murcia, España: DENDEAC.
- Han, B (2017). *La agonía del Eros*. Barcelona, España: Herder Editorial, S.L.
- Han, B (2012). *La sociedad del cansancio*. Barcelona, España: Herder Editorial, S.L.
- Garcés, M (2013). *Un mundo común*. Barcelona, España: Ediciones Bellaterra, S.L.
- Giddeons, A. (1995) *Modernidad e identidad del yo*. Barcelona, España: Ediciones Península.
- Horvat, S. (2016) *La radicalidad del amor*. Pamplona, España: Editorial Katakarak Liburuak.
- Illouz, E (2007). *Intimididades congeladas, las emociones en el capitalismo*. Madrid, España: Katz Editoras.
- Male, A (2007). *Illustrator, a theoretical and contextual perspective*. Switzerland: AVA Publishing S.A.
- Sibila, P (2008). *La intimidad como espectáculo*. Buenos Aires, Argentina: Fondo de Cultura Económica.
- Virilio, P (2006). *Ciudad pánico, el afuera comienza aquí*. Buenos Aires, Argentina: Libros del Zorzal.
- WALTER, B (2003). *La obra de arte en la época de su reproductibilidad técnica*. México, D.F., México: Editorial Itaca
- ZEEGEN, L (2013). *Principios de ilustración*. Barcelona, España: Editorial Gustavo Gil, S.L.

REFERENCIAS

- Contrapoints, (2020), *Cancelling*. YouTube
<https://www.youtube.com/watch?v=OjMPJmXxV8>
- Rocío Quillahuaman (2020), *vídeo para Yorokobu*. Instagram
<https://www.instagram.com/p/CAkLP4koCYJ/>

8. ÍNDICE DE IMÁGENES

Figuras

Figura 1. Nuevo año 2015, Pablo Amargo, 2014	12
Figura 2. Ilustración perteneciente a la serie Visions, Evan M.Cohen, 2017	16
Figura 3. Ilustración perteneciente a la serie Visions, Evan M.Cohen, 2017	16
Figura 4. Fragmento de la culpa, Rocío Quillahuaman, 2020	21
Figura 5. Tetrádracma de plata, Atenas, 450 A.C.	24
Figura 6. Estudio 'La Fábrica' de Andy Warhol	24
Figura 7. Cuaderno Pablo Amargo	26
Figura 8. Natalie Wynn 'aka' Contrapoints en su vídeo sobre el 'cancelling'	28
Figura 9. Cuadro Britney Spears, 2017	28
Figura 10. The Physical Impossibility of Death in the Mind of Someone Living, Damien Hirst, 1991	29
Figura 11. Comedian, Maurizio Cattelan, 2019	29
Figura 12. Los amantes, René Magritte, 1928	30
Figura 13. Pintura rupestre, Bisonte de Altamira	30
Figura 14. Lengua+ Tareas y destrezas comunicativas 1 Primaria, Santillana, 2019-20	31
Figura 15. Pensar en lengua, 2 ESO, Santillana, 2019-20	31
Figura 16. Lengua y Literatura Libro Abierto 4 ESO, Santillana, 2019-20	31
Figura 17. Roedores, cuerpo de embarazada sin embrión, Paula Bonet, 2018	32
Figura 18. Escritura cuneiforme	33
Figura 19. Imprenta Gutenberg	33
Figura 20. San Jerónimo en su gabinete, Alberto Durero, 1514	34
Figura 21. La gran ola de Kanagawa, Katsushika Hokusai, 1830-33	34
Figura 22. Night shadows, Edward Hopper, 1922	35
Figura 23. Poster para la 13a Exposición de la Secesión de Viena, Koloman Moser, 1902	36
Figura 24. Madonna, Edvard Munch, 1894-95	36
Figura 25. pequeños mundos 4, Kandinsky, 1922	37
Figura 26. Vaso y limón en un espejo, Roy Lichestein, 1974	37
Figura 27. Seventeen lithographs for Frank O'Hara, de Kooning, 1966	37
Figura 28. Proceso de estarcido moderno	38
Figura 29. Sakie del Hanabishiya, Urakusai Nagahide, 1813	39
Figura 30. Díptico de Marilyn, Andy Warhol, 1962	40
Figura 31. B beauty you from circus alphabet, Sister Mary Corita, 1968	40
Figura 32. Estudio de serigrafía Ora Labora Studio, obra de Alberto de Pedro	41
Figura 33. Herramientas Al	43
Figura 34. Proceso serigrafía	44
Figura 35. Proceso corte láser	45
Figura 36. Léeme más fuerte, Flavita Banana, 2020	48
Figura 37. Habitaciones al mar, Edward Hopper, 1951	49
Figura 38. Para no ser reproducido, Magritte, 1937	49
Figura 39. Ilustración del libro Cats are paradoxes, Pablo Amargo, 2017	49
Figura 40. Hot ChaChaCha, juguete diseñado por Gary Baseman, 2015	50
Figura 41. Ilustración de Cenit, María Medem, 2018	50

<i>Figura 42. L'amour toujours, Cristina Daura</i>	50
<i>Figura 43. Poster para Pete The Monkey festival, Egle Zvirblyte, 2019</i>	51
<i>Figura 44. Tipografía Helvética</i>	52
<i>Figura 45. Tipografía Nunito, cuerpo Extra-Bold</i>	52
<i>Figura 46. Uso tipografía Nunito en nuestro proyecto</i>	52
<i>Figura 47. Las estaciones, Alphonse Mucha, 1898</i>	53
<i>Figura 48. Máscaras de teatro griegas</i>	54

Ilustraciones

<i>Ilustración 1. Nice Messages, título</i>	52
<i>Ilustración 2. Seasons, título</i>	53
<i>Ilustración 3. Nice Messages 1</i>	55
<i>Ilustración 4. Nice Messages 2</i>	55
<i>Ilustración 5. Nice messages 3</i>	56
<i>Ilustración 6. Nice messages 4</i>	56
<i>Ilustración 7. Autumn, lost in you</i>	57
<i>Ilustración 8. Spring, drowning in hope</i>	57
<i>Ilustración 9. Summer, wine & chill</i>	58
<i>Ilustración 10. Winter, cry me a river</i>	58
<i>Ilustración 11. How are you?</i>	59
<i>Ilustración 12. Make it rain</i>	59
<i>Ilustración 13. #Realness</i>	60
<i>Ilustración 14, My own blood</i>	60
<i>Ilustración 15. Selfie</i>	61
<i>Ilustración 16. Máscara cry</i>	61
<i>Ilustración 17. Máscara angry</i>	62