



UNIVERSITAT  
POLITÈCNICA  
DE VALÈNCIA



MÁSTER EN PRODUCCIÓN ARTÍSTICA  
FACULTAT DE BELLES ARTS DE SANT CARLES  
UNIVERSITAT POLITÈCNICA DE VALÈNCIA

**CUERPO Y DESEO EN EL IMAGINARIO POST-INTERNET.  
DE LO ARTIFICIAL EN EL CULTO AL CUERPO EN EL ÁMBITO  
DEPORTIVO.**

AUTORA: M<sup>a</sup> REME SILVESTRE LINDE  
TUTOR: JAVIER CLARAMUNT BUSÓ  
COTUTOR: ANTONIO CUCALA FÉLIX

TRABAJO FINAL DE MÁSTER  
TIPOLOGIA 4

VALENCIA  
SEPTIEMBRE 2015









## **Resumen y palabras clave**

Este trabajo está formado por una serie de reflexiones teórico-prácticas entorno al carácter artificial del culto al cuerpo, desde la consciencia del posthumanismo, movimiento que abarca la idea de la modificación del cuerpo humano mediante medios tecnológicos y científicos, e internet como generador de nuevas culturas influenciadas por la estética publicitaria deportiva y el cuidado del cuerpo.

El resultado del proceso creativo son piezas objetuales que muestran diferentes soluciones para traducir, por medio de materiales industriales y accesorios deportivos, la estética de las imágenes relacionadas con el ámbito deportivo y el cuidado del cuerpo que circulan en la red.

Cuerpo, imagen, internet, deportivo, artificial, postInternet, posthumano

This work consist in theoretical and practical reflections about artificial character of the body worship, in the awareness of posthumanism movement that embraces the idea of human body modifying through technological and scientific means, and the Internet as a source of new cultures influenced by the sports advertising aesthetics and body worship.

The creative process' results are pieces that show different solutions to translate the aesthetics of the images related to the sports area and body care through industrial materials and sports equipment.

Body, image, internet, sports, artificial, postInternet, posthuman.



<b>1. INTRODUCCIÓN</b>	11
<b>2. MARCO CONCEPTUAL</b>	21
2.1. LA IMAGEN PUBLICITARIA COMO HERRAMIENTA DE CONTROL Y PODER	23
2.1.1. El cuerpo post-humano	24
2.1.2. De lo post-humano en el culto al cuerpo	26
2.1.3. El cuerpo como realidad exterior y estética	27
2.1.3.1. La estetización del culto al cuerpo	28
2.2. LA EXPERIENCIA ÓPTICA Y HÁPTICA DE LA IMAGEN VISUAL	29
2.2.1. Nuevos comportamientos en la era de la imagen virtual	31
2.2.2. Placer sensual sin contacto físico. La mirada como única herramienta táctil	32
2.2.3. Estetización de la vida e hiperindividualismo.	33
<b>3. CONTEXTUALIZACIÓN Y ANTECEDENTES</b>	37
3.1. DEL ARTE DE INTERNET AL ARTE POSTINTERNET	38
3.1.1. Net Art	39
3.1.1.1. La institucionalización del net art	40
3.2. <i>SURFCLUBS</i>	41
3.3. LA DEMOCRATIZACIÓN DE INTERNET	42
3.4. ARTE POSTINTERNET	43
3.4.1. El salto de la pantalla a la galería de ladrillo	45
3.4.2. Internet como generador de tendencia estética y modelo de difusión, distribución y consumo de la obra artística	46

3.4.2.1. Redes sociales y el nacimiento de nuevas estéticas	47
3.4.2.2. La documentación fotográfica como experiencia de la obra de arte	49
3.4.3. El arte ya no se descubre en bienales, ferias y revistas, sino en el teléfono.	50
3.5. SUBTEMAS POSTINTERNET	53
3.6. EL CUERPO POST-HUMANO EN EL ARTE POSTINTERNET. CASOS CONCRETOS	54
3.6.1. Katja Novitskova	57
3.6.2. Timur Si-Qin	60
3.6.3. Jennifer Mehigan	66
<b>4. SOBRE LA OBRA</b>	<b>71</b>
4.1. Posicionamiento	73
4.2. Proceso creativo	73
4.2.1. Recogida de imágenes	73
4.2.2. Objetualización de la imagen	74
4.2.2.1. Trabajo de taller	74
4.2.2.2. Relación de obras	76
4.3. Instalación en el espacio	86
<b>5. CONCLUSIONES</b>	<b>91</b>
<b>6. ÍNDICE DE FIGURAS</b>	<b>97</b>
<b>7. BIBLIOGRAFÍA</b>	<b>103</b>







# **1. Introducción**



## 1. INTRODUCCIÓN

Este proyecto se presenta como Trabajo Final de Máster en Producción Artística de la Facultat de Belles Arts de Sant Carles de la Universitat Politècnica de Valencia. Se trata de un trabajo de tipología 4, cuyo objetivo es realizar un trabajo artístico inédito acompañado de una fundamentación teórica.

Este trabajo es, por tanto, el inicio de un proceso creativo desarrollado a partir de los intereses que fundamentan la práctica artística que hemos llevado a cabo durante el último año. Así mismo cabe destacar que el trabajo práctico (la producción artística) y la parte teórica están íntimamente relacionadas, y entre ellas se lleva a cabo un proceso de retroalimentación.

El proyecto consta esencialmente de cuatro bloques: *Marco conceptual, Contextualización y antecedentes, Proceso creativo y Conclusiones* del proyecto. La parte de Marco conceptual está formada por dos epígrafes: *La imagen publicitaria como herramienta de control y poder, y La experiencia óptica y háptica de la imagen virtual*. Dentro de *La imagen publicitaria como herramienta de control y poder* encontramos cuatro subapartados en los que tratamos la idea de la estetización del culto al cuerpo desde la perspectiva del post-humanismo. Dentro de *La experiencia óptica y háptica de la imagen virtual* reflexionamos sobre cómo se manifiesta la sensualidad en las imágenes que consumimos en internet.

El Marco conceptual es una parte importante de este trabajo, aunque no esencial para la contemplación de las piezas. En todo caso se trata de una parte más del proceso creativo, esencial para conocer a fondo los temas que tratamos plásticamente. Es decir, que trabajamos desde la

consciencia del post-humanismo e internet valiéndonos de su contenido conceptual.

La parte de *Contextualización y antecedentes* nos sirve para vincular nuestro trabajo al contexto del arte de internet, desde el Net Art hasta el Post-internet.

El siguiente bloque *4. Sobre la obra*, está dividido en tres partes: *4.1. Posicionamiento*, en el que hablamos de los aspectos que nos interesa destacar de nuestra producción artística, *4.2. Proceso creativo*, donde explicamos la metodología empleada en el proceso de creación, basada en la recogida de imágenes de internet y su posterior traducción a objetos tridimensionales, y describimos la evolución formal de la obra y los procesos técnicos empleados, apoyándonos en varias de las piezas que comprenden este proyecto. (Aunque también se adjuntan dos anexos en formato .pdf en el CD que acompaña a esta memoria escrita, en los que se encuentra la totalidad de la producción artística realizada para este Trabajo Final de Máster). Más adelante, en el punto *4.3. Instalación de las piezas en el espacio*, describimos los modos de exposición de la obra.

En el último bloque añadimos una serie de notas a modo de *Conclusiones*, y por último encontramos la bibliografía empleada para la investigación.

La motivación que llevó a realizar este trabajo nace de una actividad cotidiana como es la consulta y la conexión a Internet, donde consumíamos y descargábamos a diario gran cantidad de imágenes que nos han influenciado en nuestra práctica artística. Al principio se trataba de una recogida de imágenes intuitiva, pero con el tiempo hemos sido capaces de reconocer las características que tenían en común (como el tratamiento publicitario y la pertenencia al ámbito de lo deportivo, la higiene y la salud), y los intereses que yacían bajo dicha recolección: una preocupación por el carácter

artificial de imágenes que hablaban del culto al cuerpo (los procesos tecnológicos y científicos para la mejora del cuerpo).

Toda la recogida de datos, ya sea de archivos fotográficos, objetos cotidianos, materiales industriales o de propuestas actuales de artistas y diseñadores que he llevado a cabo estos últimos meses, han ayudado a definir nuestro discurso plástico.

Así, desde comienzos del curso de Máster en Producción Artística he desarrollado un lenguaje enfocado hacia el uso de materiales industriales y objetos de uso cotidiano combinados con imágenes extraídas de internet que se materializan mediante diferentes procesos y finalmente son mostradas como un objeto.

## **Objetivos**

El objetivo principal de este trabajo es la producción de un trabajo artístico inédito, junto con la reflexión acerca de éste mediante una investigación teórica y conceptual, que a su vez sienta las bases para una futura producción de obra.

- Analizar los nuevos modos de relación con la imagen virtual.
- Analizar los artistas y corrientes de las que parte mi obra.
- Realizar una producción de obra acorde con el contenido conceptual de este trabajo.
- Buscar y recoger bibliografía vinculada con nuestros intereses conceptuales y teóricos para su posterior consulta y posible ampliación.

**Objetivos concretos:**

De la producción artística:

- Traducir imágenes de internet a piezas objetuales.

De la reflexión teórica:

- Tomar mayor consciencia de la obra realizada.
- Acotar y comprender contenidos conceptuales que nos permitan seguir desarrollando futuros trabajos artísticos.

**Metodología**

La metodología de este Trabajo Final de Máster se ha desarrollado en varias direcciones. Una ha sido la reflexión teórica: recoger y procesar información de referentes artísticos teniendo en cuenta su contenido conceptual y sus soluciones formales y que nos permitiera definir el contenido conceptual de nuestra práctica artística.

En cuanto al material de investigación empleado, se ha utilizado principalmente fuentes de internet, ya que los temas tratados surgen de reflexiones recientes dentro del mundo del arte cuyos autores utilizan internet como medio de difusión de sus artículos y ensayos en formato pdf. Del mismo modo, para extraer información acerca de los referentes artísticos, hemos recurrido a la consulta de páginas web donde podemos encontrar entrevistas que ayuden a comentar sus trabajos, ya que son artistas relativamente jóvenes y la información que podemos encontrar sobre ellos es escasa, ciñéndose en muchos casos a la que proporcionan los textos de sus exposiciones y las notas de prensa que publican las galerías que los representan.

Es necesario apuntar que mucho del material bibliográfico consultado está editado en otras lenguas, por lo que se ha procedido a su traducción para utilizarlo en citas.

Además de estas fuentes, también hemos estado atentos a las posibilidades que nos ha ofrecido la continua visita a ferias y exposiciones. Las soluciones técnicas y formales, y los discursos plásticos de artistas como el colectivo español *Barriobajero* en sus piezas para la muestra colectiva *Nicely Offensive* en la galería Ponce+Robles, que se celebró en 2015 dentro del marco Festival A 3 Bandas, o otras exposiciones que hemos podido ver a través de portales web como Contemporary Art Daily, dedicados a la publicación de documentación fotográfica de exposiciones que acontecen alrededor del mundo, y que en muchas ocasiones están más cercanas a nuestros intereses, que propuestas expositivas geográficamente más cercanas a nosotros.

Por otro lado, se ha consultado varios textos como *La estetización del mundo*, de Gilles Lipovetzky y *Prácticas artísticas e internet en las redes sociales* de Jose Luis Brea, de donde hemos extraído los planteamientos principales entorno a la imagen en la era digital y el culto al cuerpo en la sociedad mediática.

Así como también nos hemos servido de textos de autores tratados en la asignatura de Claves del discurso artístico contemporáneo, como Jean Baudrillard o Michel Foucault.

La otra vía de trabajo se circunscribe al trabajo práctico, la realización de las piezas. Este proceso comienza con la recogida de imágenes de internet, sobre todo de la consulta diaria de la plataforma Tumblr.

La visualización conjunta de estas imágenes en nuestras carpetas del ordenador nos permite reconocer que

la mayoría pertenecen a tres ámbitos concretos: el deporte, la salud y la higiene. Y que el criterio de su selección se basa en tres aspectos (que pueden darse o no en una misma imagen): el uso del primer plano cerrado, la representación de fluidos, materiales sintéticos e industriales, y/o fragmentos del cuerpo humano realizando una acción.

Paralelamente a la generación de este archivo nos planteamos de qué modo podemos materializar las imágenes virtuales de nuestro archivo. Así comienza una rutina de experimentación con materiales industriales encontrados y/o adquiridos (planchas de espuma, tubos de metal, losetas de plástico) sin manipular que se combinan con las imágenes de nuestro archivo impresas sobre papel, las cuales usamos como un elemento constructivo más.

Durante este proceso vamos incorporando otro tipo de materiales traslúcidos (policarbonato, gel, resina, agua, lejía, etc.) con los que construimos estructuras que esta vez sirven como soporte de las imágenes de nuestro archivo.

Finalmente, las piezas tal y como las mostramos en este trabajo consisten, en la ordenación en el espacio de:

- Objetos adquiridos y presentados en crudo, tal y como los recibimos.
- Piezas objetuales construidas a partir de materiales industriales manipulados.

En ambas líneas de trabajo, las piezas resultantes se combinan con imagen impresa.







## **2. Marco conceptual**



## 2. MARCO CONCEPTUAL

### 2.1. La imagen publicitaria como herramienta de control y poder

“La sociedad y la cultura actuales imprimen en la psique del hombre deseos, exigencias y otros condicionantes que fuerzan a la búsqueda de la belleza por la vía de la manipulación física.”<sup>1</sup>

Con esta cita abrimos el tema acerca de las relaciones de poder o *micropoderes*, como los llama Michel Foucault en *El ojo del poder*.<sup>2</sup> (fuerzas legitimadas por intereses de mercado), que inherentemente ejercen control sobre el cuerpo. Foucault defiende que afectan al cuerpo a través de mecanismos que él denomina *tecnologías políticas del cuerpo*, las cuales pretenden conseguir un *cuerpo productivo y sometido* que otorgue rentabilidad.

Así, el cuerpo se convierte en objeto de estudio, cuyas funciones se pretenden mejorar para conseguir una mayor productividad y eficacia. Hablamos entonces de un sujeto con una identidad construida bajo unas normas, o impuesta por un conjunto de fuerzas o estructuras de poder de las que habla Foucault.

En este sentido nosotros nos centramos en la objetualización y mercantilización del cuerpo en la imagen de los medios publicitarios. Entendidos estos como arma de

---

<sup>1</sup> ÚBEDA, M<sup>a</sup>. (2006). *La mirada desbordada: El espesor de la experiencia del sujeto estético en el marco de la crisis del régimen escópico*. Tesis. Granada: Editorial de la Universidad de Granada. P. 156.

<sup>2</sup> “El ojo del poder. Entrevista con Michel Foucault” en Bentham, J. *El Panóptico*. Barcelona: Ed. La Piqueta, Barcelona, 1980. Traducción de Julia Varela y Fernando Alvarez-Uría.

*control* y *poder*, capaces de normativizar e inculcar al espectador anhelos y normas de comportamiento concretos según los intereses de mercado.

Hablamos de imágenes publicitarias generalmente manipuladas mediante software de edición, en las que la alteración de la realidad pasa desapercibida. La total integración de este tipo de imágenes en el imaginario de la publicidad hace que aceptemos esa realidad alterada o hiperrealidad que nos presentan, y la tomemos como real.

### **2.1.1 El cuerpo post-humano**

Partimos de las corrientes del Accionismo vienés y el *body art* desarrolladas desde la década de los sesenta hasta los ochenta del siglo XX, cuyas propuestas artísticas reflexionaban entorno a la condición de la naturaleza humana, a problemáticas sociales, y los distintos modos de utilización del cuerpo en la era contemporánea. Lo hacían tomando el cuerpo como soporte y materia, atendiendo a su carácter orgánico, aceptando su desgaste y metamorfosis.

Y nos situamos ahora en el ámbito del “posthumanismo”, que es introducido, según Mejía, en el arte en los años noventa, y que responde a problemáticas distintas a las del humanismo moderno de las que se ocupaban la dos corrientes que hemos nombrado anteriormente.

El concepto “posthumanismo” es empleado en el *Manifiesto para cyborgs* de Donna Haraway de 1985 para referirse a que la naturaleza del cuerpo humano –lo corpóreo, lo orgánico del hombre– ha sido modificada. Según Haraway, “Lo post-humano se refiere a la mezcla de lo orgánico con lo inorgánico: la relación entre el cuerpo y

todo tipo de fragmentos artificiales que forman un organismo cibernético”.<sup>3</sup>

Las prácticas post-humanistas ya no se ocupan de “revisar qué hay por debajo de la piel o buscar en el inconsciente, sino preguntarse por las nuevas experiencias que modifican y esculpen el cuerpo: desde la cosmética, los alimentos light, las cirugías estéticas o el cambio de sexo y las prótesis, hasta la manipulación genética, la clonación y la superación del cuerpo por medio de computadoras y otras prácticas que suponen una manera contemporánea de habitar el mundo.”<sup>4</sup> Es decir, se insiste en la modificación de la naturaleza del cuerpo humano y su apariencia.

Además los cuerpos son “encriptados”, según Daniela Ceccato, a través de distintas operatorias.<sup>5</sup> “Ayudado por la moda (y la medicina estética), el sujeto contemporáneo convertido en objeto, no hace más que modelar su imagen exterior, aunque difiera de lo que siente en su interior.”<sup>6</sup>

Hablamos del cuerpo que obedece a la presión social de las imágenes ficcionadas de la realidad, en este caso, del cuerpo, que funcionan como realidades alcanzables mediante actividades que moldean y modifican nuestro cuerpo (ejercicio físico, tratamientos de belleza, etc.).

*“Con el máximo poder instalado en el segmento de la juventud y en la idealización del cuerpo, se genera el narcisismo del yo como verdadero objeto de culto a partir de gimnasias, estéticas reparadoras, rigurosos regímenes y largas jornadas deportivas. Como la relación que cada*

---

<sup>3</sup> MEJÍA, I. *El cuerpo post-humano: en el arte y la cultura contemporánea*. México. Ed. Universidad Nacional Autónoma de México, 2005. P. 27.

<sup>4</sup> *Ibidem*. P. 40.

<sup>5</sup> CECCATO, M. “Cuerpos encriptados: Entre el ser real e irreal” en *Cuadernos del Centro de Estudios en Diseño y Comunicación*. Num. 58, julio 2015.

<sup>6</sup> *Ibidem*. P. 188.

*persona tiene con su propio cuerpo reproduce la relación que tiene con su ámbito social, se multiplica la masiva sumisión.”<sup>7</sup>*

### **2.1.2. De lo post-humano en el culto al cuerpo**

El culto al cuerpo es un aspecto de la ideología del consumismo que nos presiona psicológica y socialmente para gastar energía, tiempo y dinero, en el intento de lograr la figura ideal, el cuerpo perfecto irreal.

El cuerpo humano se ha convertido en una realidad que podemos controlar y modificar en diferentes aspectos. Mediante medios tecnológicos y científicos (ingeniería genética, dietética, cirugía plástica, farmacia, cosmética, educación física y deportiva,...), podemos ya transformar nuestro cuerpo convirtiéndolo en un "simulacro biológico"<sup>8</sup>, en una cambiante realidad virtual, "simulación" de si mismo, en una realidad disponible y modificable<sup>9</sup> según diversos criterios de salud, belleza, bienestar, etc. Es decir, según necesidades culturales que a su vez vienen impuestas desde los *mass media*, los cuales inducen al consumidor a adquirir esas "tecnologías del cuerpo" disponibles en el mercado para acercarse a la imagen arquetípica que exige nuestra sociedad y cultura occidental.

### **2.1.3. El cuerpo como realidad exterior y estética**

El culto al cuerpo evidencia un entusiasmo insistente por la apariencia exterior, la salud y funcionamiento perfecto

---

<sup>7</sup> Saulquin, S. *La muerte de la moda, el día después*. Buenos Aires, Ed. Paidós, 2010. P. 181.

<sup>8</sup> Rovaletti, M.L. (1998) "La objetivación del cuerpo o el cuerpo como simulacro biológico", en Rovaletti, M.L. *Corporalidad. La problemática del cuerpo en el pensamiento actual*. Buenos Aires: Ed. Lugar. p. 368.

<sup>9</sup> Lang, H., (1998) "El cuerpo como instrumento y objeto", en Rovaletti, M.L. *Corporalidad. La problemática del cuerpo en el pensamiento actual*. Buenos Aires: Ed. Lugar. P. 93



del cuerpo, y “el reconocimiento de los *poderes* de un cuerpo cultivado, poderes propiciatorios de una mayor felicidad personal, de mayor consideración y éxito sociales, de liderazgo sobre los demás, o de reconfortante atracción sexual-sensual, etc.”<sup>10</sup>

Pero al fin y al cabo estamos hablando de una irrealidad estética, un cuerpo bello y perfecto, exaltado. Un cuerpo que es considerado como un objeto estético.

“Los cuerpos de la publicidad ocultan el paso del tiempo y ofrecen una imagen exterior estándar: La piel tersa, cuidada, higiénica, eternamente joven, una piel lisa, plástica, homogénea, estándar, impersonal. Los cuerpos sanos son cuerpos sanos, fuertes, vigorosos, saludables...”, alejados de cuestiones como la fragilidad, la naturaleza mortal o la carnalidad, que son los rasgos naturales del cuerpo. “Lo estético del cuerpo es eliminar toda huella de naturaleza animal en el cuerpo humano, para reconstruir el cuerpo desde elementos sensoriales nuevos, utilizando la cosmética, la dieta, los gimnasios, las cirugías, etc., presentando el cuerpo según un patrón estético de hombre deportivo y mujer delgada.”<sup>11</sup>

Atendemos a las normas estéticas que rigen los anuncios publicitarios, y cómo al descontextualizar la imagen que producen estos *spots*, se evidencian aspectos como la artificiosidad y la simulación.

Para abordar este tema, es necesario tomar aspectos de la cultura del simulacro, un tema desarrollado por el sociólogo francés Jean Baudrillard. Hablamos de “simulacro” entendido como herramienta que reemplaza la realidad por

---

<sup>10</sup> CALVENTE, M.R. (2010) “El cuerpo humano como objeto estético” en *A parte rei, Revista de filosofía*. Num. 72. Madrid:<<http://serbal.pntic.mec.es/AParteRei/calvente72.pdf>> [Consulta 04/08/2015] P. 2.

<sup>11</sup> *Íbidem*. P. 5.

una representación de la misma.

Es decir, Baudrillard concibe esta cultura mediática como generadora de una conciencia social que utiliza o participa (mediante el simulacro) de la hiperrealidad, más atractiva y seductora, porque no es ya el reflejo de lo real, sino la misma realidad perfeccionada.

### **2.1.3.1. La estetización del culto al cuerpo**

En este punto tratamos las nuevas consideraciones que se van localizando en el cuerpo en la era de Internet, lo cual ha generado un imaginario y una estética concreta.

Si la evolución estética de la Modernidad tendió en las vanguardias a la desaparición del cuerpo bajo abstracciones varias, a partir de los años sesenta se asiste a su recuperación más radical y con toda su dimensión física y performativa pasando a ser el dispositivo para repensar los modos de percepción y conocimiento.<sup>12</sup>

Actualmente, los medios de masas llenan el mundo de imágenes con cuerpos sugerentes y perfectos, modelos de belleza basados en la idea de lo saludable.

Con la aparición de Internet, y el uso de la imaginería publicitaria, el cuerpo se idealiza, y como reflejo de su presente va modificando su aspecto y su significado, se va transformando en un simulacro que lo suplanta. Como por ejemplo, si atendemos a las texturas generadas por ordenador, estas brindan una percepción más intensa, más “corporal” si cabe, aunque esta carnalidad se mantenga como algo frío, distante, limpio.

---

<sup>12</sup> FERRARA, D. *El cuerpo humano entre el arte y los medios de masas en el tránsito del siglo XX al XXI*. Tesis. Valencia: Ed. Universidad Politécnica de Valencia. P. 11.

*“Conceptos como “realidad”, “hiperrealidad”, “simulacro”, “verdadero”, “falso” [...] son cada vez más recurrentes dentro del espectáculo massmediático, (así como en la aplicación de los discursos sobre el cuerpo) en una época en que la tecnología y el uso de imágenes van ligados al mercantilismo.”<sup>13</sup>*

En definitiva, la ilusión visual, la emoción y el cuerpo son tres elementos que se desea percibir miméticamente en el mundo audiovisual actual.

## **2.2. La experiencia óptica y háptica de la imagen virtual**

Gran parte de las cualidades (como la verisimilitud en relación con lo táctil, que es la que nos interesa en este caso) de la imagen digital, se generan a partir de imitar las cualidades texturales de la imagen perceptual (la que percibimos con nuestros sentidos).

A pesar de que por su forma de producción y visualización (la pantalla), la imagen digital parece que tenga que ser una imagen puramente visual que no permite la percepción a nivel táctil, “en la percepción se encuentran inmersas una serie compleja de relaciones sensoriales que en diferentes grados implican la sensación táctil de la imagen (O percepción de las cualidades táctiles de la imagen)”<sup>14</sup>, es

---

<sup>13</sup> Íbidem. P. 284.

<sup>14</sup> BARRAGÁN MARITINEZ, C. (2015). “Cualidades hápticas de la imagen digital” en Aniav, Real/Virtual, II Congreso Internacional de Investigación en Artes Visuales.Valencia. Disponible en <<http://ocs.editorial.upv.es/index.php/ANIAV/ANIAV2015/paper/view/1141>> [Consulta 13 de julio de 2015] P.1

decir, inevitablemente “vemos-sentimos corporalmente”<sup>15</sup>, porque “Lo que sentimos cuando estamos en el mundo, lo buscamos cuando miramos en ese mismo mundo”<sup>16</sup> (es decir, en las imágenes). Este es un aspecto que Carlos Barragán denomina en su ensayo *Cualidades ópticas de la imagen digital*, “mímesis perceptual”.

*“La fotografía aportó distancia al registro de la huella, y cambió el actor de ese rastro, en vez de la mano puso al ojo. Y es en esa distancia donde descansan muchos de los argumentos que hablan de la supremacía de lo visual en detrimento de lo táctil. Sin embargo, lo táctil, lo háptico, nunca ha desaparecido, todo lo contrario. Ha estado apoyando la creación de una nueva forma de representación mimética.”<sup>17</sup>*

Entonces, la actual dimensión mimética (existente gracias a la conexión entre el estímulo y la memoria (el recuerdo de una experiencia conocida), de estas imágenes incorpora lo táctil a la percepción (visual) de la imagen digital.

Hablamos del tacto ya no como sentido ubicado en la piel, o sensación a corta distancia, sino como percepción háptica dada a través del ojo gracias a nuestra memoria sensorial.

---

<sup>15</sup> Íbidem. P. 3.

<sup>16</sup> Íbidem. P. 3.

<sup>17</sup> Íbidem. P. 3.



Fig. 1  
Imagen de internet

### 2.2.1. Nuevos comportamientos en la era de la imagen virtual

Los nuevos tiempos han evidenciado una asombrosa mutación de las conductas y comportamientos sociales, que eran característicos de la modernidad. La era de la imagen y los mundos virtuales han modificado los roles y modos de vida, creencias y premisas sociales, hábitos y costumbres de la esfera privada.<sup>18</sup>

Con la evolución tecnológica, se anula la interacción real, el contacto físico y presencial, disminuyendo nuestra capacidad sensorial.

*“Ya no se convive, se co-existe, anulando la sociabilidad basada en la proximidad y la presencia corpórea del sujeto y los demás, ocupando posiciones objetivas y concretas en el sistema social.”<sup>19</sup>*

A pesar de ello, el individuo, frente a la pantalla, sigue teniendo afán de placer, pero en este caso hablamos de un “placer virtual” que se consigue satisfaciendo el deseo escópico<sup>20</sup> a través del consumo de imágenes.

### 2.2.2. Placer sensual sin contacto físico. La mirada como única herramienta táctil

Las herramientas que usan las imágenes para

<sup>18</sup> COCIMANO, G. (2003) “Las reglas del deseo” en La guirnalda polar. Num. 83. Canadá:< <http://lgpolar.com/page/read/414>> [Consulta 22/07/15].

<sup>19</sup> MONTT, C. (2014). *Especificidad del Net Art en medio de la estetización cultural*. Tesis. Santiago de Chile. P. 29.

<sup>20</sup> Escópico: helenismo referido a la mirada. La pulsión de mirar, el impulso irrefrenable a no apartar la mirada, a ver cuanto más, mejor, y cuanto más detalle y profundidad, mejor. Es la que activa los mecanismos del deseo y del morbo. (<http://sergiodelmolino.blogia.com/2008/112201-pulsion-escopica.php>)

proporcionarnos deseo “virtual”, alteran a su vez los códigos del *placer sensual*<sup>21</sup>, el cual ya no se rige por el contacto físico.

*“Paradójicamente, en la era del culto al cuerpo, de su exaltación y del imperativo social de perfección y reciclado, es el propio cuerpo el que ya no se involucra en tanto objeto de placer sensual.”<sup>22</sup>*

Existe un distanciamiento de la carne, que se suple con el consumo ansioso y desjerarquizado de grandes cantidades de imágenes que nos brindan una sensualidad aséptica.

Son imágenes que, por ejemplo, si muestran fragmentos del cuerpo, este aparece en gestos perfectos, cómodos, que evitan ese contacto físico real y afectivo. Son imágenes sin riesgo, que se quedan “en la comodidad-frustración del no compromiso”<sup>23</sup>, sin defectos ni imperfecciones.

*“Nos hemos convertido en meros seres deseantes de imágenes, fetiches éstas sin alma, asociales y asexuadas [...] por exceso de verdad y de precisión. [...] buscamos el vértigo de su superficialidad, el artificio de su detalle.”<sup>24</sup>*

---

<sup>21</sup> COCIMANO, G. (2003) “Las reglas del deseo” en La guirnalda polar. Num. 83. Canadá:< <http://lgpolar.com/page/read/414>> [Consulta 22/07/15].

<sup>22</sup> Íbidem.

<sup>23</sup> Íbidem.

<sup>24</sup> Íbidem.

Así, la lógica del deseo virtual comprende un espectador ensimismado por la promiscuidad del detalle de las imágenes, en palabras de Gabriel Cocimano: “por la alucinación de los signos de la evidencia. Y sólo cuenta con la mirada, su única herramienta táctil y exploratoria. Lo demás, -su cuerpo- ya no lo necesita.”<sup>25</sup>

### **2.2.3. Estetización de la vida e hiperindividualismo.**

*“El sistema de objetos se ha poblado hasta la saturación de elementos estetizados, formas moduladas hasta la saciedad por el interés estético. Otro tanto podríamos decir de las formas de comunicación: sea cual sea su objetivo último preside en ello una formalización estetizada.”<sup>26</sup>*

Como ya hemos comentado, estamos expuestos a grandes cantidades de imágenes que presentan una realidad ficcionada que ya asimilamos como real. Esta es una característica que proviene del ámbito publicitario, cuyos mecanismos están siendo asimilados y usados en otros campos para la creación de imágenes, encontrándonos cada vez más con imágenes extremadamente estetizadas que pasan ante nuestros ojos constantemente, gracias a nuestro uso cotidiano de dispositivos como ordenadores, smartphones o tablets.

Esta democratización de la imagen, nos convierte en un consumidor impaciente, “bulímico de

---

<sup>25</sup> Íbidem.

<sup>26</sup> BREA, J.L. “La estetización difusa de las sociedades actuales y la muerte tecnológica del arte.” En *Aleph*. <<http://aleph-arts.org/pens/estetiz.html>> [Consulta 25/07/15].

novedades”<sup>27</sup>. Un “homo aestheticus”<sup>28</sup> con una mirada estética sobre el mundo.

*“El flujo de imágenes y sonidos, en tanto objetos temporales, buscan umbrales de excitación que anula la fijación de la memoria, elimina la postimagen con lo siempre nuevo, que excluye la distancia crítica y la memoria.”<sup>29</sup>*

Este nuevo modelo estético de vida o “estetización hipermoderna”, está centrado en la búsqueda de sensaciones inmediatas, de placeres de los sentidos y de novedades, la diversión, de calidad de vida, etc.<sup>30</sup>

Esta situación es consecuencia del “hiperconsumo estético” (consumo de sensaciones y experiencias sensibles) que nos brinda el uso dispositivos que permiten una conectividad a la red constante donde visualizamos grandes cantidades de imágenes por minuto, casi de manera ansiosa sin ser conscientes.

Esto, a su vez da lugar a un “hiperindividualismo”<sup>31</sup>, donde lo importante es sentir, vivir momentos de placer, de descubrimiento o evasión, etc. Es decir, la afirmación de la identidad de un individuo o “hiperindividualismo contemporáneo” en gran parte viene dada por el consumo de componente estético.

---

<sup>27</sup> LIPOVETSKY, G.; SERROY, J. *La estetización del mundo, vivir en la época del capitalismo artístico*. Barcelona, Ed. Anagrama, 2015. P.58.

<sup>28</sup> Íbidem. P. 63.

<sup>29</sup> Tesis especificidad del net art en medio de la estetización cultural.

<sup>30</sup> LIPOVETSKY, G.; SERROY, J. *La estetización del mundo, vivir en la época del capitalismo artístico*. Barcelona, Ed. Anagrama, 2015. P. 67.

<sup>31</sup> Íbidem. P. 69.







### **3. Contextualización y antecedentes**



### 3. CONTEXTUALIZACIÓN Y ANTECEDENTES

#### 3.1. DEL ARTE DE INTERNET AL ARTE POSTINTERNET

##### 3.1.1. Net Art

A finales del siglo XX, movimientos como Fluxus, el *mail art*, o algunas vías del arte conceptual, empezaban a cuestionar las formas de producción y experiencia de la obra de arte, planteando la posibilidad de una actividad artística alejada de la producción de obras concretas, y vinculada a la producción de procesos de comunicación (inmersos en estructuras en red o medios de telecomunicación), situados fuera de los circuitos convencionales del arte.

Del mismo modo, los primeros artistas que trabajan en el contexto específico de Internet lo hacen por sus posibilidades de contraponerse a “las lógicas de las instituciones gestoras del mundo del arte” y su capacidad de generar una “producción inmaterial, procesual, colaborativa, más vinculada a la producción de situaciones y procesos comunicativos [...]”<sup>32</sup>

Hablamos de un arte de carácter colaborativo (los artistas trabajaban en grupo, o bien asociados con programadores informáticos, etc.), ubicuo, reproducible de manera infinita y no mediado institucionalmente. Se trata de prácticas artísticas que por su carácter inmaterial y mutable son difíciles de integrar en los espacios de exposición de la institución artística y difíciles de comercializar.

De forma paralela a las primeras manifestaciones artísticas de Internet, fueron apareciendo los términos que las identificarían:

---

<sup>32</sup> BREA, J.L. Prácticas artísticas e internet en las redes sociales. Madrid. Ed.: Akal, 2012. P. 4.

El artista esloveno Vuk Cosic, acuña en 1995 el término *net.art*, para referirse a los primeros trabajos artísticos desarrollados durante los años noventa acerca de Internet.

Más tarde se refiere a aquellas producciones que deben su existencia a las tecnologías basadas en redes de comunicación, es decir, el net art reflexiona acerca de la red.

Esta nueva corriente artística plantea nuevas posibilidades estéticas y lingüísticas. También evidencia el tipo de uso de Internet, los procesos de producción de valor, etc. Promueve “un pensamiento crítico sobre internet, acerca de sus códigos (tanto técnicos como culturales), sus usos y las formas en las que éstos se nos imponen, en una clara oposición a lo promovido y generalizado por los intereses económicos y políticos dominantes que en ella se dan.”<sup>33</sup>

### 3.1.1.1. La institucionalización del net art

No es hasta el año 1997, que el net art se considera en su punto más álgido. Esto se produce como consecuencia de su aceptación dentro de instituciones y eventos de reconocido prestigio, interesados cada vez más en promocionar este tipo de prácticas artísticas.

*“Ya a mediados de los noventa era demasiado evidente que las lógicas comerciales del arte podían operar más allá de la ausencia del objeto, que el mercado del arte sería siempre capaz de extraer valor comercial incluso de los actos y gestos artísticos más inmateriales por su enorme poder para “monetizar ideas”.”<sup>34</sup>*

---

<sup>33</sup> Íbidem. P. 4.

<sup>34</sup> Íbidem. P 14.

Así, se va convirtiendo en objeto de interés de los museos, que incluyen las primeras exposiciones de arte digital en su programación, y empiezan a adquirir piezas para sus colecciones. Con este reconocimiento público, se empieza a generar un discurso crítico de este medio, con el fin de posicionar el *net art* dentro del ámbito artístico, aceptado como nueva forma artística.

### **3.2. SURFCLUBS**

Otro precedente de los usos artísticos que actualmente se le da a Internet, son los *Surfclubs* o Clubs de Surf de Internet. Nacen alrededor de 2006, y se trata de plataformas de intercambio de imágenes *online* gestionadas por artistas de manera colectiva e independientemente de las proximidades geográficas. En estas páginas, los usuarios iban volcando regularmente imágenes encontradas, y que podían pertenecer a infinitud de ámbitos distintos.

Gracias a que este tipo de páginas tenían formato de blog, a medida que aumentaba la cantidad de imágenes, las más recientes iban relegando aquellas que se habían compartido en momentos anteriores, pudiendo apreciar de forma cronológica la mezcla de imágenes de distinto carácter (se volcaban imágenes artísticas y no artísticas, imágenes de trabajos de los artistas que gestionaban la página o cualquier imagen que encontraran en internet y les fueran relevantes).

Digamos que estas comunidades realizaban un ejercicio de apropiación y recontextualización de la imagen, para hacer una relectura de la misma desde un punto de vista artístico.

### 3.3. LA DEMOCRATIZACIÓN DE INTERNET

En 2003, con la irrupción de la Web participativa o Web 2.0 (nuevo modelo de web basado en las redes sociales y en los principios de participación abierta y colectiva)<sup>35</sup> se empieza a hablar de una nueva fase de la web, y del arte en internet. Este es un periodo donde el uso de la web se ha generalizado y permite que el usuario, considerado hasta el momento como mero consumidor, se convierta en receptor y emisor de información.

Una década después, no solamente estamos accediendo a la red mediante un ordenador, sino desde infinidad de dispositivos portátiles que nos permiten estar conectados en cualquier momento desde cualquier lugar.

Asistimos a una “computación ubicua”<sup>36</sup> que conlleva la aparición de “nuevas prácticas sociales y comunicativas que conforman el ámbito de referencia principal de muchas manifestaciones artísticas”.<sup>37</sup>

La consolidación de las nuevas dinámicas que trae consigo la Web 2.0, nos va situando en un nuevo contexto social y cultural. Diferente del que sirvió de campo de experimentación de las primeras propuestas *net art*.

Hablamos ahora de prácticas artísticas que siguen tomando Internet como espacio de intervención y reflexión, de nuevos usos “artísticos” del medio Internet que marcan el final de la etapa anterior. Pero “No tendría sentido hablar de la “muerte” del arte de Internet sino de la lógica evolución de una serie de prácticas artísticas que necesariamente iban transformándose a medida que lo iba haciendo la propia sociedad red [...]”<sup>38</sup>

---

<sup>35</sup> Íbidem. P. 7.

<sup>36</sup> Íbidem. P. 8.

<sup>37</sup> Íbidem. P. 8.

<sup>38</sup> Íbidem. P. 12.



En esta nueva etapa, se generan obras que se refieren “más al flujo de datos y los procesos de representación de los mismos, a los sistemas de control, a su vinculación directa con el mundo real, etc. Y no al *net art* como “website specific” de los años 90. La mirada hacia la red ha cambiado desde que ya no es un tema “externo” a nosotros, sino que la web se ha disuelto en nuestra vida cotidiana.”<sup>39</sup>

### 3.4. ARTE POSTINTERNET

A pesar de tener como precedente la corriente artística del net art, en el arte Post-Internet el interés por la utilización de nuevos medios tecnológicos es menor. Se centra más en cuales son los cambios culturales actuales que se derivan de su uso.

También se relaciona con el movimiento conceptual y post-conceptual de los años setenta, en cuanto a la voluntad de desmaterialización del objeto artístico, donde la realización material de la obra pasa a ser residuo documental de la verdadera obra de arte: la idea, el concepto.

El término “Post-Internet” es acuñado en 2008 por la artista Marisa Olson. Lo usa por primera vez para describir su propia práctica artística generada bajo la influencia de los contenidos que encuentra durante su navegación en la red. Así, en el contexto de la práctica artista, Post-Internet hace referencia a un objeto generado a partir de la apropiación de

---

<sup>39</sup> LILIANA K. y DALLA D., (2014) “Encuesta a Brian Mackern” en Zerbarini, M. *et al. Radiografía del Net Art latino. Vitalidad creativa en riesgo de extinción.* Ed.: Dunken.  
<[https://books.google.es/books?id=CnplBAAQBAJ&pg=PA11&lpg=PA11&dq=Radiograf%C3%ADa+del+Net+Art+latino.+Vitalidad+creativa+en+riesgo+de+extinci%C3%B3n.%E2%80%9D&source=bl&ots=xQXO4PipEg&sig=3rAOLFBIZ76o7aUNNK7\\_m\\_WRLtQ&hl=es&sa=X&ved=0CCIQ6AEwAGoVChMI\\_-876nKxwIVSAQaCh1RjAEI#v=onepage&q=website%20specific&f=false](https://books.google.es/books?id=CnplBAAQBAJ&pg=PA11&lpg=PA11&dq=Radiograf%C3%ADa+del+Net+Art+latino.+Vitalidad+creativa+en+riesgo+de+extinci%C3%B3n.%E2%80%9D&source=bl&ots=xQXO4PipEg&sig=3rAOLFBIZ76o7aUNNK7_m_WRLtQ&hl=es&sa=X&ved=0CCIQ6AEwAGoVChMI_-876nKxwIVSAQaCh1RjAEI#v=onepage&q=website%20specific&f=false)>  
[Consulta: 29/07/15]. P. 93.

contenidos online, y que supone a la vez una celebración y una crítica de Internet.

Por otro lado, en 2009, el comisario Gene McHugh crea un blog llamado “Post Internet” donde desarrolla una contextualización histórica y un ejercicio crítico entorno a producciones artísticas contemporáneas en Internet.

Tanto McHugh como Olson hacen una analogía con el término “Post-Moderno” para señalar que el prefijo “Post” no es sinónimo de “después de Internet”, sino que, al igual que la época post-moderna es una condición de “conciencia crítica” de la modernidad.<sup>40</sup>

Mientras tanto, McHugh entiende la situación postinternet como una en la que Internet ya no es una novedad, sino que ha pasado a ser una herramienta de uso cotidiano mediante la cual el objeto artístico se “dispersa”<sup>41</sup> a gran velocidad.

Es decir, se convierte en una banalidad<sup>42</sup> “totalmente aceptada e interiorizada” según escribe Cristina Anglada, comisaria la muestra *Nicely Offensive* celebrada durante el festival *A 3 Bandas 2015* en la galería Ponce+Robles de Madrid.

Por otro lado, Vierkant, en su ensayo titulado *The Image Object Post-Internet* propone entenderlo como un nacimiento de nuevas culturas digitales en las que “la

---

<sup>40</sup> OLSON, M. (2012) “Postinternet: Art after the internet” en Foam. Num. 29. Amsterdam: <<http://issuu.com/foam-magazine/docs/all> > [Consulta 01/08/15]. P. 60.

<sup>41</sup> Concepto tomado del ensayo “Dispersión” del artista Seth Price que reflexiona entorno a los modos de distribución de la obra artística mediante los *mass media*.

<sup>42</sup> OLSON, M. (2012) “Postinternet: Art after the internet” en Foam. Num. 29. Amsterdam: <<http://issuu.com/foam-magazine/docs/all> > [Consulta 01/08/15]. P. 61.

autoría es omnipresente, se ha desarrollado la atención como moneda de cambio, existe un colapso del espacio físico en la cultura de la red (o de lo digital en lo matérico), y la reproductibilidad y mutabilidad de los materiales digitales es infinita.”<sup>43</sup>

### 3.4.1. El salto de la pantalla a la galería de ladrillo

Por otro lado, y de acuerdo con el crítico Pau Waelder, arte post-internet se entiende como aquél “que se adapta a las convenciones del mundo del arte (a las galerías de ladrillo)”<sup>44</sup>. Una acepción que termina con ese rasgo identitario del primer *net art* de considerar Internet como único medio para experimentar la obra.

La gran mayoría de los artistas considerados post-internet comparten un interés por traducir los flujos de información de la red a objetos físicos, pudiendo integrar la obra dentro del cubo blanco de la galería. Se produce, como apunta Waelder, un “retorno al objeto”, un paso de la web a la galería que no implica una negación de la obra creada en internet, sino “un entorno diferente.”<sup>45</sup> Ya que, como indica el artista Artie Vierkant “la obra de arte existe de igual forma en el objeto que se encuentra en una galería o museo y en las imágenes que se distribuyen en Internet y en publicaciones, así como en cualquier versión que otro autor haga de las mismas.”<sup>46</sup>

---

<sup>43</sup> VIERKANT, A. “The image-Object Post Internet”.  
<[http://jstchillin.org/artie/pdf/The\\_Image\\_Object\\_Post-Internet\\_a4.pdf](http://jstchillin.org/artie/pdf/The_Image_Object_Post-Internet_a4.pdf)>  
[Consulta 5/07/15] P.12.

<sup>44</sup> WAELDER, P. “Arte Post Internet. La estética relacional 2.0.” En: *Input Magazine*. Madrid: Sycen Media S.L., 2015, num. 3, ISSN: 2341-3077. P. 20

<sup>45</sup> WAELDER, P. “Arte Post Internet. La estética relacional 2.0.” En: *Input Magazine*. Madrid: Sycen Media S.L., 2015, num. 3, ISSN: 2341-3077. P. 21.

<sup>46</sup> VIERKANT, A. “The image-Object Post Internet”.  
<[http://jstchillin.org/artie/pdf/The\\_Image\\_Object\\_Post-Internet\\_a4.pdf](http://jstchillin.org/artie/pdf/The_Image_Object_Post-Internet_a4.pdf)>  
[Consulta 5/07/15] P.17.

Estamos hablando finalmente de artistas que parten de un conocimiento más directo tanto de las estrategias de difusión de Internet, como del mercado del arte, lo cual se traduce en unas obras que buscan trasladar unos contenidos con los que están familiarizados (como nativos digitales) a un contexto en el que todo objeto es percibido como obra de arte.<sup>47</sup>

### **3.4.2. Internet como generador de tendencia estética y medio de difusión, distribución y consumo de la obra**

En el ámbito del arte contemporáneo, podíamos imaginar que la irrupción de las redes digitales en todas las fases de producción y distribución, llevaría a la desmaterialización que inició el arte conceptual en los años sesenta. Pero por el contrario, en lugar de haber sido asimilado el mundo físico en un mundo virtual, el desgaste de la distinción entre lo físico y lo digital, ha hecho que internet parezca cada vez algo más material; no un modo alternativo de ser/existir, sino un elemento que impregna la realidad cotidiana.

En 2009, Gene McHugh intenta periodizar el estado de internet según el grado de democratización del mismo después de la llegada de las redes sociales y el diseño web estandarizado y profesionalizado, y la consolidación de la dominación corporativa y comercial en la red a mediados del año 2000. Puesto que en un principio Internet tenía un perfil de usuario especializado en el ámbito tecnológico (hackers, programadores informáticos...).

---

<sup>47</sup> WAELDER, P. "Arte Post Internet. La estética relacional 2.0." En: *Input Magazine*. Madrid: Sycen Media S.L., 2015, num. 3, ISSN: 2341-3077. P. 21.

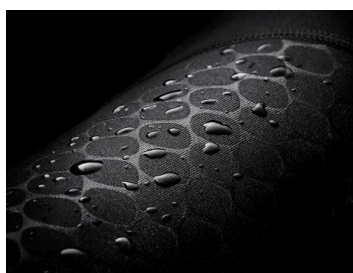
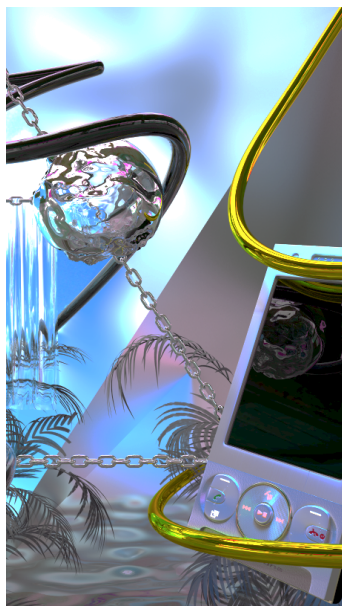


Fig. 2 y 3  
Imágenes de Tumblr

Entonces Post-Internet designa el momento en el que Internet se convierte en un elemento cotidiano en la vida de todo el mundo.

### 3.4.2.1. Redes sociales y el nacimiento de nuevas estéticas

En 2007 nace Tumblr, una red social en la que el usuario puede volcar información en diferentes formatos (texto, imagen, vídeo, .gif, etc.) y catalogarla mediante un sistema de etiquetas (que normalmente hacen referencia a términos descriptivos objetivos de la imagen).

Poco a poco, ha ido aumentando considerablemente el volcado sobre todo de imágenes, generando una imaginería que incluye fotografía de moda, imágenes de materiales textiles, de fibras sintéticas, prendas deportivas, documentación fotográfica de arte contemporáneo, renderizados 3D, imágenes de aparatos tecnológicos, de ambientes quirúrgicos, deportivos, plantas tropicales, logotipos de marcas de moda, etc.

Son imágenes que se consumen de forma desjerarquizada debido a la propia estructura de la plataforma. Imágenes visualmente similares, con pocas o ninguna referencia a su origen, quedando su autoría en el anonimato.

Con ello, observamos cierto “consenso” o “conciencia colectiva” donde “aparecen de forma simultánea motivos visualmente y conceptualmente similares, pareciendo que los estilos y los contenidos perpetuaban una serie de memes <sup>48</sup>.” <sup>49</sup> Es decir, esta acumulación de imágenes

<sup>48</sup> El término *meme* es utilizado para describir una idea que se transmite de forma viral a través de los medios de internet (redes sociales, blogs, e-mail, etc.). Meme viene de la palabra griega “mimema”, que significa “algo imitado”, y representa una forma de propagación cultural, un medio usado para la

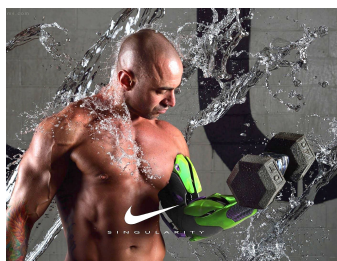


Fig. 4, 5 y 6  
Imágenes de la página  
de Facebook *Health Goth*

comienza a evidenciar intereses comunes, a generar imaginario y estéticas que no responde una situación geográfica concreta, sino que conecta a miles de usuarios de cualquier punto del planeta, que pueden estar vinculados con el mundo del arte o no.

Así, surgen en los últimos años modas como la denominada *Health Goth*, relacionada con la estética del deporte o *Sport Aesthetics*.

El *Health Goth* surge de la mano de tres artistas estadounidenses que en 2013 abren una página de Facebook con este mismo nombre, en la que se vuelcan imágenes de “ropa deportiva blanca y negra, net art, prótesis, anuncios con logos enormes [...]”<sup>50</sup> en su mayoría provenientes de Tumblr.

Éste término define una estética basada en la estética del deporte combinada por el interés por la tecnología biológica, “el fetichismo hacia la ropa y la limpieza, la tecnología para la mejora del cuerpo, los ambientes artificiales y los anuncios distópicos.”<sup>51</sup>

Por otro lado, la etiqueta *Sport Aesthetics* sirve para englobar las imágenes referentes al ámbito del deporte en general, desde imágenes de instalaciones deportivas, accesorios de *fitness*, ropa deportiva, imágenes publicitarias de diferentes marcas, etc.

---

transmisión de convencionalismos sociales e ideas culturales.  
<http://aprenderinternet.about.com/od/Glosario/g/Que-Es-Meme.htm>

<sup>49</sup> SAELAN, T. (2015) “*Attention Ecology: Biological Metaphors in Post-internet Art*” en Concordia AHGSA conference. Disponible en <[https://www.academia.edu/11437863/Attention\\_Ecology\\_Biological\\_Metaphors\\_in\\_Post-Internet\\_Art\\_2015\\_](https://www.academia.edu/11437863/Attention_Ecology_Biological_Metaphors_in_Post-Internet_Art_2015_)>[Consulta 08/07/15].

<sup>50</sup> WEINSTOCK, T. Health Goth is the latest trend to be spat out by the internet, so what’s the deal?

<sup>51</sup> Íbidem.

Son imágenes que se comparten en distintas plataformas web dentro de entornos artísticos. Su recontextualización en estos contextos críticos, permiten revisar aspectos como lo artificial y la excesiva limpieza de estas imágenes que, refiriéndose a una actividad y esfuerzo físico, se nos presentan como imágenes sublimes.

### **3.4.2.2. La documentación fotográfica como experiencia de la obra de arte**

Por otro lado, empiezan a aparecer webs que plantean la documentación fotográfica de la obra como una experiencia viable de la misma, es decir, la experiencia mediada del objeto artístico en vez de la observación directa y presencial en el espacio expositivo.

Un ejemplo es *Contemporary Art Daily*, un blog que nace en 2008, enfocado a la publicación de documentación de obra artística con escasa información contextual. La particularidad de esta plataforma es la publicación de exposiciones a medida que se van celebrando, -casi a tiempo real- con información sobre el artista, un pequeño texto sobre la muestra y el enlace a web de la galería donde se encuentra la muestra.

En un artículo de 2013 para la revista internacional de arte *Artforum*, Michael Sánchez afirma que *Contemporary Art Daily*, “Se convirtió en el depósito principal de imágenes de arte contemporáneo alrededor de 2011”, o lo que es más importante, que “Varias galerías surgieron entorno a esta década, especialmente en Italia y Alemania, que presentan exposiciones casi específicamente para su difusión en CAD y sitios de este tipo”.

También evidencia la coincidencia del diseño de la página web con una estética de texto mínimo y fondo blanco

(que alude al cubo blanco de la galería), con la tendencia de las nuevas galerías a emplear luz fluorescente de alto voltaje, que a su vez emulan la claridad de la retroalimentación de las pantallas de los *Smpartphones*.

Algunos críticos han señalado que estos tipos de trabajos parecen diseñados únicamente para ser consumidos a través de la pantalla. El comisario neoyorkino Brian Droitcour escribe en 2014: “el objeto artístico post-internet se ve bien en la documentación fotográfica del mismo, fotografiado bajo luces brillantes en el purificador espacio de la galería (la foto de la obra con ese fondo tan blanco duplica el mismo espacio blanco de fondo de la ventana del navegador que muestra esa documentación), tratado con un alto contraste y colores llamativos”.

Los objetos artísticos post-internet tienen buena apariencia en la red de la misma manera que un detergente se ve bien en un anuncio comercial. El detergente no se percibe tan impresionante en la lavandería, y tampoco lo hace el arte post-internet en una galería. [...] Sino que está diseñado para acicalarse ante el objetivo de una cámara. [...] Un arte hecho desde la admiración por cómo las marcas suben e incrementan constantemente imágenes en las redes, por cómo las redes se rigen por las marcas.”<sup>52</sup>

### **3.4.3. El arte ya no se descubre en bienales, ferias y revistas, sino en el teléfono**

Aprovechamos el título del artículo *Art and Transmission*, de Michael Sanchez para la revista *Artforum*, para abrir otro capítulo donde reflexionamos entorno al cambio en la temporalidad de la observación de la obra.

---

<sup>52</sup> ART POSTINTERNET. Ullens Center for Contemporary Art, Beijing, 1 Marzo – 11 Mayo 2014. Ullens Center for Contemporary Art, Beijing, 2014. P.48.



Hoy en día, la lógica del consumo de información a tiempo real se ha extendido a todo tipo de plataformas sociales o aplicaciones, tanto en el ordenador como en el teléfono, donde actualmente no es necesario actualizar o “refrescar” una página para acceder a la información entrante, sino que las notificaciones emergen automáticamente sin que nosotros hayamos decidido consultarlas.

Este modelo de consumo de imágenes (de información al fin y al cabo) instala la ansiedad, o como apuntamos en otro capítulo:

*“Las nuevas tecnologías nos convierten en consumidores impacientes, bulímicos de novedades”.*<sup>53</sup>

E implanta “la anticipación como condición permanente: sabemos que siempre nos va a estar llegando nueva información, y puede ser una información que cambie o ponga en compromiso la que ya tenemos en el presente.”<sup>54</sup>

La consecuencia que tiene todo esto para la distribución y percepción de la obra de arte es que “los ritmos de los discursos artísticos, que normalmente tenían su difusión en los medios impresos y en exposiciones a gran escala como las bienales, son liquidados a favor de la emisión instantánea y continua.”<sup>55</sup>

Como apunta Michael Sánchez: “Puede parecer que una consecuencia evidente de este proceso es que el consenso ahora se puede construir mucho más rápido, en

---

<sup>53</sup> LIPOVETSKY, G.; SERROY, J. *La estetización del mundo, vivir en la época del capitalismo artístico*. Barcelona, Ed. Anagrama, 2015. P.58.

<sup>54</sup> SANCHEZ, M. “Art and transmission” en Artforum. Nueva York. Verano 2013. P. 295

<sup>55</sup> Íbidem. P. 297.

cuestión de horas, de meses o años. Sin embargo, este aumento de la velocidad también desactiva el elemento crítico del consenso en favor de la atención colectiva.

Lo que había sido un proceso de legitimación, atribuible a determinadas instituciones u órganos críticos, se convierte ahora en un proceso de visibilidad simple, atribuible al aparato mediático en sí.<sup>56</sup>

### 3.4.3.1 Arte como meme

La omnipresencia de dispositivos como *Smartphones* o *iPhones*, y siendo estas las herramientas utilizadas para el consumo de imágenes virtuales en alta resolución a través de la pantalla, hace que “hacia la primera década de los 2000, muchos artistas ya empiecen a ser conscientes de las condiciones que este nuevo modo de consumo traía consigo, y empezaban a producir un trabajo optimizado para la pantalla, teniendo en cuenta su posible indexación tanto en otras páginas, plataformas y redes como *VVORK*, *Contemporary Art Daily* como en los circuitos de los medios impresos, y también su consumo –por supuesto- en el museo y la galería”.<sup>57</sup>

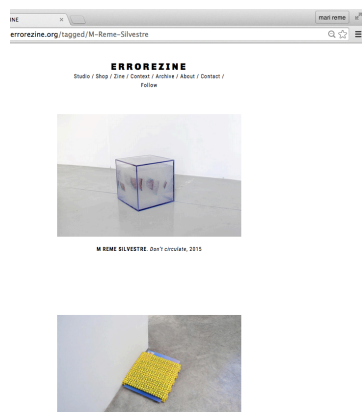
Con esta circulación rápida de las imágenes, ahora prima la idea de que la imagen tenga un contenido impactante, que atraiga al ojo. “El Arte, en este caso se convierte en una especie de *meme* dependiente de la circulación viral. [...] Los ojos, el cerebro y el cuerpo humano se convierten en conductos para la perpetuación del arte, que toma la forma de información visual (imagen).”<sup>58</sup>

---

<sup>56</sup> Íbidem. P. 298.

<sup>57</sup> Íbidem. P.299.

<sup>58</sup> Ibidem. P. 299.



**Fig. 7**  
Captura de pantalla de la página *Errorezine.com*

Un ejemplo de esto, con nuestra propia obra, es la indexación de su imagen en la plataforma<sup>59</sup> *Errorezine* (Plataforma *online* y archivo de arte contemporáneo y diseño desde 2008.) en marzo de 2015, donde la obra seguramente fue vista por un número muchísimo mayor de usuarios en la red, que en la consulta de nuestra página web personal, o nuestro perfil de Tumblr, donde se volcaron las imágenes en un principio.

### 3.5. SUBTEMAS POSTINTERNET

La escena artística post-internet, está conformada por una generación que, -según el comisario Benoit Lame de La Chapelle-,<sup>60</sup> trabaja entorno a cuestiones que surgen de la observación de la situación inquietante en la que estamos sumidos, resultado de los cambios vertiginosos que trae consigo internet y las nuevas tecnologías. Se tratan temas tales como:

- Las transacciones económicas en línea (Pagos mediante Pay Pal, por ejemplo) que suponen la desmaterialización monetaria donde la moneda solo tiene valor ficticio.
- Especulaciones de futuro:
  - o Teorías evolutivas.
  - o La biología evolutiva aplicada al arte.
- Realismo materialista (Manuel de Landa).
- Visión Antropócena del mundo.
- Los avances tecnológicos como generador de cambios en el comportamiento y la morfología de los seres humanos.

<sup>59</sup> Errorezine <<http://www.errarezine.org/tagged/M-Reme-Silvestre>>

<sup>60</sup> LAMY DE LA CHAPELLE, B. Sobre el arte postinternet. En: Código. Madrid: Editorial Código, 2015, num. 88.

Al mismo tiempo, cabe destacar que a pesar de la diversidad de temas que surgen bajo el manto Post-Internet, el catalizador de todos los artistas arropados bajo éste término es el interés por la distribución, la circulación y la explotación de la información en línea. Y que estamos ante prácticas artísticas carentes de actitud crítica o de denuncia de este presente y posible futuro inestable al que la cultura digital nos aboca.<sup>61</sup>

### **3.6. El cuerpo post-humano en el Arte Postinternet. Casos concretos: Katja Novitskova, Timur Si-Qin y Jaennifer Mehigan**

Por cuestiones técnicas, en este Trabajo final de Máster, nos limitamos al tema del Cuerpo Post-humano, como cambio en la morfología humana gracias a los avances tecnológicos.

Este es un tema que Karen Archey y Robin Peckham, investigadores, y comisarios de la muestra *Art Post-Internet* celebrada en el UCCA Beijing en el año 2014, también enuncian como uno de los pilares entorno a los que gira la propia muestra, junto con prácticas artísticas en torno a la vigilancia clandestina de masas, la fisicidad de la red, la dispersión radicalizada de la información y el movimiento de código abierto, el uso de las marcas y la estética corporativa, la retórica visual de la publicidad, la documentación de la obra de arte y las referencias a la historia del arte, etc.<sup>62</sup>

Archey y Peckham definen nuestro momento histórico, como el momento del surgimiento de “lo Post-Humano”. Con el nacimiento de Internet, teóricos de los nuevos medios

---

<sup>61</sup> LAMY DE LA CHAPELLE, B. Sobre el arte postinternet. En: Código. Madrid: Editorial Código, 2015, num. 88. P.79

<sup>62</sup> ART POSTINTERNET. Ullens Center for Contemporary Art, Beijing, 1 Marzo – 11 Mayo 2014. Ullens Center for Contemporary Art, Beijing, 2014. P.54.

hablan de las posibilidades emergentes de una “naturaleza próxima” que evoluciona con la idea de la sociedad “antropócena”<sup>63</sup> o “era del hombre”: una nueva era geológica en la que las actividades humanas han producido un resultado global significativo sobre los ecosistemas.<sup>64</sup>

A continuación se presenta una recogida de propuestas actuales de artistas que trabajan en el marco Post-Internet, en torno a la idea del cuerpo post-humano (desarrollada en el punto 4.2.1), un nuevo humanismo que ya no entiende de brechas entre analógico y digital, natural y artificial, sino que apostan por una convergencia de ambos ecosistemas en un nuevo estadio de la historia y la cultura.<sup>65</sup>

Tanto **Katja Novitskova**, **Timur Si-qin**, **Jennifer Mehigan** tienen rasgos comunes a los intereses de este trabajo a nivel formal y conceptual. Trabajan materiales industriales como el plástico o el metal en combinación con imágenes y/o objetos cotidianos relacionados con el ámbito deportivo y del cuidado del cuerpo.

---

<sup>63</sup> Íbide. P. 55.

<sup>64</sup> GUTIÉRREZ, M. “Llega el antropoceno”.  
<http://www.lne.es/opinion/2014/02/08/llega-antropoceno/1539895.html>  
[Consulta 29/07/15]

<sup>65</sup> IN BETWEEN. Sala Santa Inés, Sevilla, mayo – junio 2015. Junta de Andalucía, Concejalía de Juventud, Cultura y Deporte, Sevilla, 2015. P.9.



**Fig. 8 y 9**  
Katja Novitskova

*Secret location  
(on Mars), 2014*

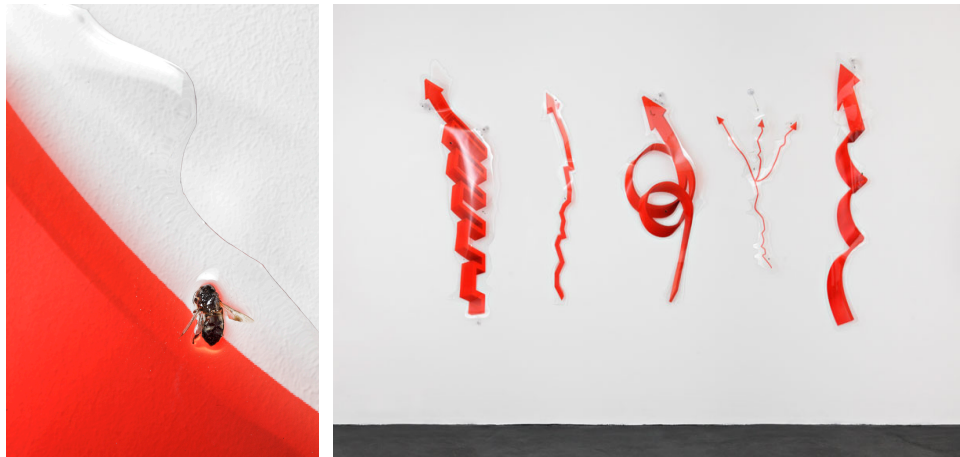
Instalación.

La frialdad en el uso de estos tipos de materiales de estructuras básicas, contrasta con el uso de imágenes y elementos cotidianos estetizados, de colores llamativos. Estos elementos generan extrañeza en el espectador, ya que al ser recontextualizados en ambientes asépticos, son vistos de manera diferente a cuando se consumen en su contexto habitual.

**Fig. 10 y 11**  
Katja Novitskova

*Grown Potentials (Mars)*  
2014

Impresión digital sobre  
film, caucho de uretano e  
insectos.



Por otro lado, estos artistas utilizan un modo de distribución de sus piezas en el espacio similar al utilizado en publicidad, tendente al escaparatismo. Los objetos se muestran como si se trataran de un producto de consumo, tal y como podríamos encontrarlo en una tienda de moda.

### 3.6.1. Katja Novitskova

Novitskova (Estonia, 1984. Vive en Amsterdam y trabaja en Berlín) se centra en temas como los avances tecnológicos y los procesos evolutivos biológicos en la era geológica actual (Antropócena), los cuales combina con su interés por las imágenes digitales y la estética corporativa.

*“Estoy interesada en cómo los medios redefinen el mundo, la cultura y todo.”<sup>66</sup>*

<sup>66</sup> SMOLIK, N. “Katja novitskova” en Artforum. Nueva York. Septiembre 2014. P. 26.

**Fig. 12**  
 Katja Novitskova  
*Innate disposition*, 2012  
 Impresión digital sobre  
 film plástico.



En sus instalaciones trabaja con simbología de los gráficos de estadística (flechas y barras), con objetos de factura industrial como plantas artificiales, aparatos electrónicos, accesorios deportivos, etc., e imágenes que de fragmentos de figuras humanas, especies animales o estructuras vegetales exuberantes que encuentran conexión dentro de su discurso acerca del futuro de la combinación de la biología y la tecnología.

En su pieza *Secret location: Pattern of Activation (on Mars)*, una instalación situada en otro espacio (no en la galería donde se muestra la exposición), grabada y retransmitida en directo a través de una pantalla que se encuentra en la galería, el espectador no tiene consciencia de que es un espacio construido, artificial, simulado. Con una distribución de elementos que recuerda al escaparatismo en publicidad.





**Fig. 13**  
Timur Si-Qin

*The struggle*, 2012  
Mochila de deporte,  
pedestal, botellas de  
agua y piedras.



**Fig. 14**  
Vista de la instalación.

Exposición colectiva  
Katja Novitskova y Timur  
Si-Qin.  
2012

En esta pieza de vídeo, Novitskova usa imágenes producidas por la tecnología como material de origen para la investigación de las formas visuales”<sup>67</sup> y juega con el cuestionamiento de la autenticidad de la imagen.

En *Grown Potentials (Mars)* se vale de la estructura de la flecha, imprime su imagen sobre caucho de uretano transparente, combinado con insectos y flores naturales atrapadas dentro del caucho durante el proceso de secado.

En su serie *Innate disposition* manipula imágenes de animales y cuerpos humanos apropiadas de internet, cuya silueta recortada imprime sobre expositores publicitarios de cartón o aluminio. Son estructuras instaladas en el suelo, cuya parte trasera está totalmente visible, considerando al mismo nivel todas las partes de su estructura.

<sup>67</sup> KOBIALKA, T. (2014) “Katja Novitskova: Are We There Yet?” en Sleek. Berlín: < <http://www.sleek-mag.com/showroom/2014/05/katja-novitskova-are-we-there-yet/> > [Consulta 14/08/15].

Por el tratamiento fotográfico de estas imágenes, podrían haber sido extraídas de bancos de fotografía de *Stock*. Como apunta la artista, son imágenes “donde la figura se muestra con una anatomía atractiva. Tal y como se muestran en los medios de comunicación.”<sup>68</sup>

### 3.6.2. Timur Si-Qin

Si-Qin (Berlín, 1984.) En su trabajo se vale de la investigación entorno a la construcción del afecto hacia la imagen publicitaria (cómo las procesamos y cómo respondemos ante ella). Adoptando una estética publicitaria. Con una actitud entre la crítica y la complicidad ante estos mecanismos de control que la publicidad ejerce sobre nosotros (inducción de estados emocionales, deseos e influencias que desemboquen en el consumo de determinados productos).

*“Utilizo imágenes de stock en mi trabajo como lenguaje universal – buscando imágenes que parecen efectivas en distintas culturas y tomando ese hecho como evidencia de una biología común o un pasado compartido entre culturas.”<sup>69</sup>*

Reconoce que *“la publicidad y el marketing van muy por delante del arte en términos de capacidad para suscitar reacciones en el espectador, [...] Artistas como yo a menudo se inspiran en esas convenciones de la imagen, no como*

---

<sup>68</sup> *Íbidem.*

<sup>69</sup> BAYLY, Z. (2014) “Fatima Al Qadiri selects Timur Si-Qin” En Dazed. Londres: <<http://www.dazeddigital.com/artsandculture/article/17578/1/fatima-al-qadiri-selects-timur-si-qin>> [Consulta 14/08/15]

**Fig. 15**  
Timur Si-Qin  
*Truth by Peace I*, 2015.

Caja de luz  
450 x 200 cm



*crítica o enfrentamiento, por ejemplo al capitalismo u otro tipo de autoridad, sino más bien porque dichas convenciones son fruto de comportamientos comunes a la humanidad [...].”*

Su práctica artística se divide en dos líneas de trabajo: una dedicada a la recontextualización y combinación de objetos prefabricados (Espadas, envases de productos higiénicos, accesorios deportivos etc.), y otra más enfocada al trabajo con mobiliario comercial (Vitrinas, carteles y vallas publicitarias, rótulos luminosos, vinilos...) con los que construye ambientes se asemejan a stands de ferias comerciales, congresos, *showrooms*, etc.

Sus piezas adoptan nombres de conceptos filosóficos de la rama del neo-materialismo, o bien de teorías evolutivas con las que el artista simpatiza y toma como herramientas conceptuales. Son títulos que se refieren en muchos casos a la intención de la propia obra.

**Fig. 16**  
Timur Si-Qin

*Premier Machinic  
Funerary – Part I, 2012*

Diversos materiales

Medidas variables



**Fig. 17**  
Timur Si-Qin  
*Premier Machinic  
Funerary – Part I, 2012*

Detalle.



Por otro lado, Si-Qin ha diseñado un logotipo que funciona como identidad corporativa de una marca (ficticia) de ropa, el cual combina con imágenes a gran escala (un formato que remite a las vallas publicitarias).



**Fig. 18**  
Timur Si-Qin

*Infinite Surrender,*  
*Focused Control,* 2013

Vista de la instalación.



**Fig. 19**  
Timur Si-Qin

*Infinite Surrender,*  
*Focused Control,* 2013

Detalle.



Como por ejemplo en *Truth by Peace I*, donde aparecen modelos que portan prendas de ropa de dicha marca, haciendo alusión a la cultura K-Pop o Pop Coreano, donde el mundo de la moda y la influencia de los grupos de música se funden para generar tendencias con gran influencia y fuerte comercialización.

Por otro lado, genera instalaciones totales, como es el caso de *Premier Machinic Funerary - Part I*, un espacio

**Fig. 20**  
Timu Si-Qin  
*Axe Effect*, 2013  
Detalle

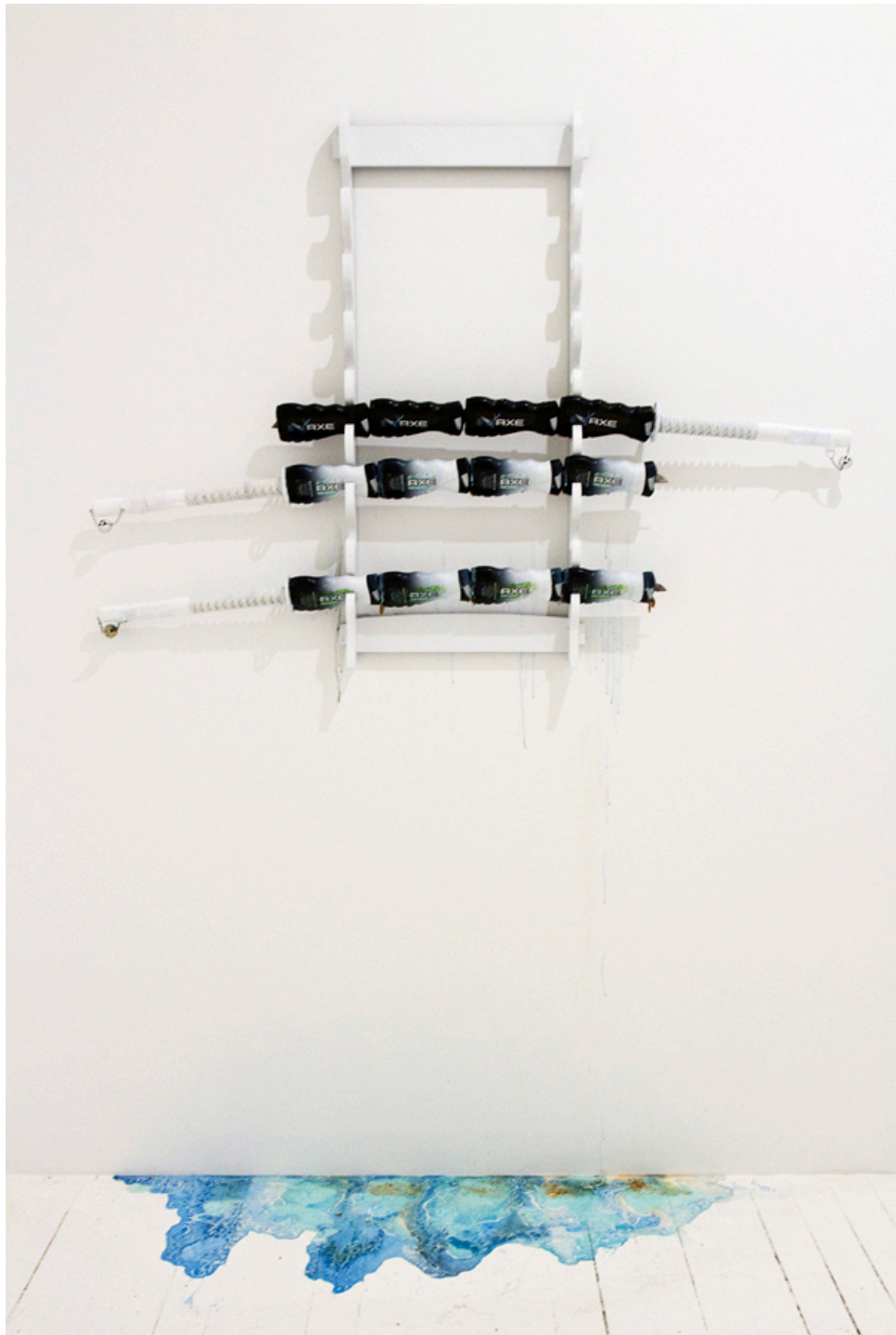


donde los elementos estructurales se asemejan a los de un stand de una feria comercial. Y están combinados con dos coronas funerarias, una pantalla de televisión plana que emite la imagen del logotipo que también observamos en los elementos restantes, y una vitrina que contiene una reproducción 3D de un fósil humano (haciendo otra vez referencia a la evolución humana).

En su serie *Infinite Surrender, Focused Control* combina formas básicas de reminiscencia minimalista, como son las esterillas de yoga que derrite sobre planchas de aluminio, con retratos femeninos -perfeccionados mediante software de edición fotográfica- que podemos tomar como ejemplo de su interés por el estudio de la efectividad del rostro femenino en los anuncios publicitarios.

Por otro lado, la pieza situada en el suelo, consta de varios montones de impresiones digitales de imágenes de stock referidas al cuidado del cuerpo sobre cajas de metacrilato dispuestas sobre la parte posterior de una mesa de plástico iluminada con leds.





**Fig. 21**  
Timu Si-Qin

*Axe Effect*, 2013

Reposa pesas, catanas y  
botellas de gel Axe

Medidas variables

Para terminar hablamos de su serie ***Axe Effect***, para la que toma botellas de gel de la marca Axe y las perfora con armas como sables o espadas antiguas, que deja reposar sobre una estructura que se utiliza en instalaciones deportivas. Una relación de elementos “violenta y erótica por la forma fálica de la espada interpenetrada con botellas de

**Fig. 22**  
Jennifer Mehigan

*Eat U Up*, 2014

Inyección de tinta y  
pintura acrílica sobre  
seda y recorte de  
plexiglás

Medidas variables



un producto cuya publicidad original llama al apareamiento y la seducción”.<sup>70</sup>

### 3.6.3. Jennifer Mehigan

Jennifer Mehigan (Irlanda, 1988. Vive y trabaja en Singapur) es artista y diseñadora. En su trabajo explora los límites entre el mundo físico y el tecnológico, entre lo natural y lo artificial (dualidad hombre-máquina<sup>71</sup>) y reflexiona entorno al deseo (y la imposibilidad) de reproducir cualidades

<sup>70</sup> Íbidem.

<sup>71</sup> TACTELGRAPHICS. “Jennifer Mehigan Diseño Pretty Ugly” En Ocimag. España, Num. 58.



**Fig. 23**  
Jennifer Mehigan  
2014

Detalle.

**Fig. 24**  
Jennifer Mehigan

*Eat U Up II*, 2015  
Impresión digital sobre  
plexiglás  
Medidas variables



propias de la naturaleza en realidades creadas mediante la tecnología. Como la propia artista indica “he estado leyendo acerca de los intentos de crear versiones artificiales de la luminosidad natural-nácar, ópalos, bioluminiscencia... Trato de imitar a la naturaleza, aunque no podemos hacer una copia idéntica”<sup>72</sup>.

Otro aspecto muy importante de su trabajo es su interés por la “cibersensualidad” o cómo la sensualidad se manifiesta en internet. Como a través de la pantalla experimentamos el deseo en imágenes donde no necesariamente aparece un cuerpo o partes de él, sino que los estímulos que recibimos muchas veces provienen de la observación de materiales sintéticos cuyas propiedades físicas nos atraen: “son imágenes de elementos húmedos, brillantes, sexys, y tu cuerpo reacciona a ello, pero solo estas observando unos pixels, es todo una ilusión. [...] Es algo como el cibersexo, pero visual.”<sup>73</sup>

En su trabajo se vale de técnicas digitales y otras más tradicionales, como el dibujo, la escultura y la pintura, y

<sup>72</sup> Íbidem. P 32.

<sup>73</sup> GRAVER, D. (2014) “Interview: Jennifer Mehigan” en Coolhunting. Nueva York: < <http://www.coolhunting.com/culture/interview-jennifer-mehigan>>

trabaja en distintos formatos (instalaciones, videos, fanzines, lienzos...).

En la mayoría de sus piezas juega con la hiperestimulación visual mediante objetos provenientes de la imaginería sexual, como cadenas o dildos, etc. O bien combina fragmentos metálicos, capas de colores fluorescentes en spray, collages digitales de formas líquidas, amorfas, orgánicas, pero de colores saturados, artificiales, etc. En un constante juego entre lo erótico y lo extraño, entre lo sensual y lo abyecto.





## **4. Sobre la obra**



## **4.1. POSICIONAMIENTO**

Con esta obra no pretendemos construir significados o narrativas, sino que trabajamos desde la consciencia del post-humanismo e internet y se nutre de su contenido conceptual, al que se hace constante referencia. Nuestra posición ante estos planteamientos conceptuales mantenemos una actitud de “celebración” de las condiciones actuales derivadas del uso de la red como actividad diaria, tanto en relación al planteamiento -más cercano a la sociología o la antropología- del tratamiento del cuerpo en nuestro momento actual, como en el uso de una estética “preciosista”, que coincide en muchos puntos con la estética utilizada en la publicidad.

Por otro lado, durante todo el proceso de producción, hemos intervenido en las piezas lo más mínimo con el objetivo de generar obras que no evidencien marcas personales de autor. Este aspecto se mantiene tanto en aquellas en las que presentamos los objetos o materiales en el mismo estado en el que se adquieren, como en las que a partir de materiales industriales fabricamos estructuras y reproducimos distintos objetos.

## **4.2. PROCESO CREATIVO**

### **4.2.1. Recogida de imágenes**

El proceso de realización de las obras comienza con la apropiación de imágenes de internet, sobre todo de la consulta diaria de la plataforma Tumblr.

La visualización conjunta de estas imágenes en nuestras carpetas del ordenador nos permite reconocer que la mayoría pertenecen a tres ámbitos concretos: el deporte, la salud y la higiene.

Se trata de imágenes estetizadas, con características propias de fotografía de *stock*: que o bien provenían de bancos de imágenes, o son generadas por otros usuarios mediante software de modelado en tres dimensiones (donde también entra en juego la extrañeza de no saber qué es lo que estas viendo realmente, si una documentación de algo real, o un renderizado 3D).

Comparten una estética caracterizada por el uso del primer plano cerrado, la luz diáfana que evita la aparición de sombras acusadas, el uso repetido del agua o fluidos artificiales, materiales sintéticos con texturas atrayentes, etc.

Hablamos de imágenes sensuales, que nos remiten constantemente al tacto, al contacto, pero que a la vez son muy frías, limpias, asépticas, de una estética clínica, que no implican riesgos físicos. Estos aspectos son propios de la estética publicitaria, donde los gestos son controlados y estetizados.

## **4.2.2. Objetualización de la imagen**

### **4.2.2.1. Trabajo de taller**

A la hora de materializar las imágenes que consumimos en la red, no hablamos de una traducción específica de cada elemento que aparece en la imagen, sino que nos valemos de materiales u objetos de consumo que se repiten en la mayoría de ellas y terminan por generar un imaginario o que responden a una estética concreta, como ya hemos dicho, cercana a la publicidad.



**Fig. 25**  
M Reme Silvestre

*A ver si...*, 2014  
Losetas de pvc e  
impresión digital.  
4 x 41 x 33,5 cm



En otras ocasiones las imágenes se imprimen sobre papel o sobre acetato, y se combinan con la estructura de estos materiales y objetos. Las usamos como recurso formal y compositivo dentro de la pieza.

Durante toda la producción se mantienen los siguientes intereses:

- El uso de formas básicas como guiño a la herencia minimalista.
- La combinación de elementos blandos, (papel, gel, espuma, tejido,...) y duros, con una resistencia mayor al paso del tiempo (metal, policarbonato, resina...) en una misma pieza.
- La representación o presentación de sustancias líquidas.

En el trabajo de taller se diferencian dos modos de actuación: uno que se basa en un juego de combinatoria de materiales industriales sin manipular, en crudo, presentados de la forma en que los encontramos o los adquirimos.

En este proceso de experimentación, las obras se construyen en relación a las características del espacio

**Fig. 26**  
M Reme Silvestre

*A ti ya no te subo...*,  
2014, Láminas de  
espuma  
22 x 10 x 40 cm



donde se muestran, es decir, no son obras cerradas, sino que dependiendo del momento expositivo pueden combinarse de manera distinta.

Y otro en el que se producen piezas meditadas, bocetadas previamente, y que son resultado de una exploración previa del comportamiento de los materiales industriales elegidos para su materialización.

#### 4.2.2.2. Relación de obras

Dentro de la primera línea de trabajo encontramos piezas como la que lleva por título **A ver si...**, que nos sirve como ejemplo de ejercicio de descontextualización en la que el elemento, -en este caso las losetas de pvc, usadas normalmente en instalaciones deportivas para el aislamiento de suelos- resulta irreconocible fuera de su contexto habitual. Las losetas, en este caso, están combinadas con una impresión sobre papel de una imagen digital.

Otro ejemplo es la pieza titulada **A ti ya no te subo**, en la que de un modo más minimal, presentamos la forma

**Fig. 27**  
M Reme Silvestre

*Exlovers swimmers*,  
2014, Tubo de aluminio y  
tejido  
Aprox. 70 x 55 x 57 cm



básica que tienen las láminas de espuma -utilizadas normalmente como protección en la instalación de suelos- como módulos repetidos que dan lugar un bulto monocromo.

Por último, la pieza ***Exlovers Swimmers***, está compuesta por un tubo de metal encontrado, junto con un trapo serigrafiado con un motivo de gotas de agua, adquirido en un bazar.

Estas tres piezas que acabamos de nombrar son posibles combinaciones fruto del proceso de experimentación. En el anexo 01 que incluimos en el CD que acompaña esta memoria escrita, mostramos también la documentación fotográfica de otras cuatro piezas realizadas mediante el mismo proceso.

Pasamos ahora a hablar de las piezas que forman parte de nuestra segunda línea de trabajo -las cuales también podemos consultar en el anexo 02 incluido en el CD-, que, como hemos nombrado anteriormente, consiste en la construcción de obras también objetuales, pero meditadas -y con una forma cerrada e inamovible- a partir de la manipulación de materiales industriales y la exploración de



**Fig. 28**  
M Reme Silvestre

*Sin título*, 2015  
Esterilla, resina,  
impresión digital sobre  
acetato, pegatina,  
tapón de oídos y  
purpurina.  
Aprox. 30 x 190 x 200  
cm



sus posibilidades.

***Sin título***, consiste en la combinación de un elemento adquirido: una esterilla de *fitness* que funciona como un plano monocromo, una forma geométrica y fría de reminiscencia minimal, y cuatro reproducciones en resina epoxi transparente elaboradas a partir del molde de una botella deportiva.

La esterilla se dispone en el suelo y apoyada en la pared, junto con las cuatro botellas dispuestas de manera arbitraria y caprichosa también en el suelo.

Las botellas combinan la resina transparente con purpurina y distintos objetos en su interior, dándole una apariencia preciosista y artificial y generando desconcierto a cerca de su fisicidad, ya que no queda claro si es una pieza maciza o se trata de un recipiente transparente que contiene algún tipo de sustancia artificial, o si estamos ante un objeto sólido o blando, pesado o ligero.



**Fig. 29**  
M Reme Silvestre  
*Sin título, 2015*

Detalle.

El proceso de elaboración de los objetos de resina comienza con la preparación de un molde de silicona de la botella de plástico original. Una vez seca la silicona, extraemos la botella y volcamos la cantidad necesaria de resina –previamente mezclada con purpurina– para rellenar el molde por completo.

Una vez solidificada la resina, para conseguir su total transparencia, lijamos toda la superficie de la botella con lija de agua, y posteriormente la pulimos con esponja de pulido, tal y como se muestra en el siguiente video: [vimeo.com/136975034](https://vimeo.com/136975034)

En tres de las reproducciones, se introduce en el molde pequeños objetos que quedan oclusionados dentro de la resina. Como un tapón de oídos, una pegatina decorativa usada para carrocerías de coche, o una impresión digital de la imagen de una intervención quirúrgica dental (una situación que implica dolor, pero que se muestra de una forma aséptica, teatralizada e idealizada).



**Fig. 30**  
Paso 1.  
Lijado.



**Fig. 31**  
Paso 2.  
Pulido.



**Fig. 32**  
Resultado.



**Fig. 33**  
**M Reme Silvestre**  
*Nothing left inside,*  
 2015

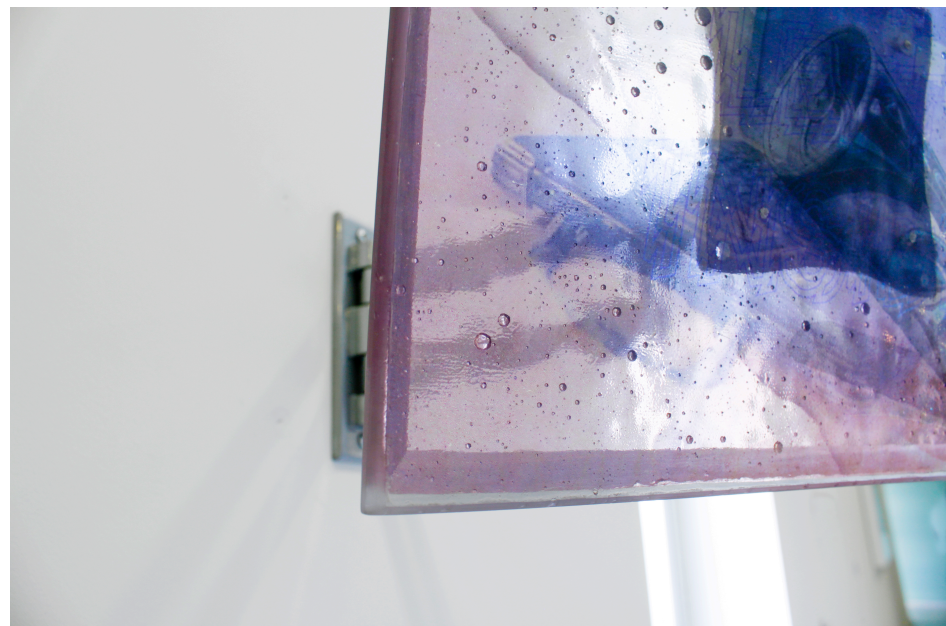
Resina, impresión  
 digital sobre  
 acetato, brazo  
 metálico  
 extensible.

Aprox. 25 x 32,5 x  
 35 cm



**Fig. 34**  
**M Reme Silvestre**  
*Nothing left inside,*  
 2015

Detalle



La siguiente pieza lleva por título ***Nothing left inside,*** y consiste en una imagen digital impresa sobre acetato transparente, la cual introducimos entre dos placas de resina poliéster. La placa de resina la combinamos con un brazo metálico extensible -usado normalmente como soporte para pantallas de televisión planas-, de este modo, la pieza pasa a tener un carácter más tridimensional, al separar la placa de la pared, e incorporando el brazo como parte de la pieza, no como mero soporte.



**Fig. 35**  
**M Reme Silvestre**  
*Don't circulate.*  
2015

Policarbonato,  
impresión digital  
sobre acetato y gel  
fijador.

34 x 34 x 34 cm



Como podemos apreciar en la fotografía de detalle, la imagen que se encuentra entre las dos placas, funciona meramente como elemento que tiñe de color la placa de resina.

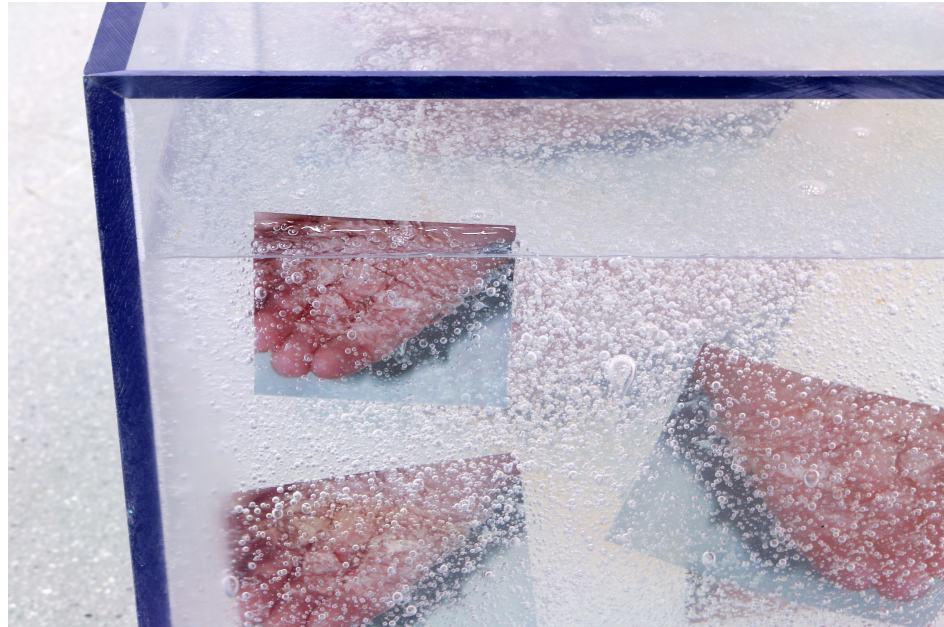
Por otro lado, volvemos a crear un juego en la percepción de las propiedades físicas del material, en este caso hemos manipulado la resina en estado líquido, para que queden registradas pequeñas burbujas en la superficie de la primera placa, sobre la que dejamos caer la impresión sobre acetato.

De esta manera conseguimos un registro que simula o es visualmente semejante a la textura del agua, tanto por la transparencia como por la irregularidad de la superficie de la placa, debido a la reacción de la misma resina durante su secado, y las burbujas de aire. En el siguiente enlace podemos observar el proceso de elaboración de la pieza:  
[vimeo.com/136967867](https://vimeo.com/136967867)



**Fig. 36**  
**M Reme Silvestre**  
*Don't circulate,*  
 2015

Detalle.



***Don't circulate*** es el título de otra pieza compuesta por treinta litros de gel fijador de pelo y siete impresiones digitales sobre acetato contenidos en un cubo de policarbonato transparente cuyo proceso de realización podemos ver en este video: [vimeo.com/136972998](https://vimeo.com/136972998)

En esta obra confluyen nuestros intereses por las formas básicas, contundentes y frías de herencia minimalista, junto con el uso de sustancias artificiales, en este caso de gel fijador, un fluido vinculado a la higiene y la belleza, y cuya consistencia gelatinosa permite la suspensión a distintos niveles de las imágenes impresas sobre acetato.

Las siete impresiones suspendidas dentro del gel, muestran la misma fotografía reproducida a distintos tamaños. En ella reconocemos un fragmento de una mano en un gesto que bien puede recordarnos al cualquier spot publicitario relacionado con el cuidado del cuerpo, y sobre la cual se precipita algún tipo de líquido transparente.

El tamaño de la obra, la instalación en el suelo y su contenido (un gel denso con gran cantidad de burbujas de aire que no permite ver claramente qué elemento contiene)



**Fig. 37**  
**M Reme Silvestre**  
*Son.* 2015

Toallero de metal  
 cromado e  
 impresión digital.

86 x 60,5 x 6 cm

nos obliga a acercarnos a ella para apreciar todos los elementos. No obstante, volvemos a estar ante una pieza que no nos permite una comprensión total de las propiedades físicas de aquello que observamos ¿Se trata de una masa rígida o blanda?

Por último, **Son** es una pieza de pared, compuesta por una impresión digital de una imagen apropiada de internet manipulada, y un toallero de metal cromado.

La fotografía muestra la repetición de un fragmento de



**Fig. 38**  
M Reme Silvestre  
Vista de la  
instalación *O en*  
*su caso*.

cuerpo masculino con una musculatura bien formada y definida y una piel bronceada, rociada con un líquido que bien podría ser agua o aceite, para conseguir un mayor atractivo e impacto visual. Podríamos estar ante un cuerpo mejorado artificialmente para una competición de culturismo.

Por otro lado, superponemos a modo de mosaico –un recurso utilizado normalmente en el diseño publicitario de *photocalls*<sup>74</sup>– el logotipo de una conocida empresa fabricante de telefonía móvil, el cual también hemos manipulado suprimiendo el nombre y quedándonos solamente con el símbolo. No utilizamos este elemento por su contenido semántico o narrativo, sino como elemento formal y compositivo que pueda generar tensión visual.

Por último, la imagen se sujeta en la estructura de un toallero, un elemento cuyo contexto habitual es el baño, un espacio dedicado a la higiene y cuidado del cuerpo.

<sup>74</sup> Panel que normalmente se encuentra en la entrada de los eventos, donde aparecen los logotipos de las marcas patrocinadoras del mismo.



**Fig. 39**  
M Reme Silvestre  
Vista de la  
instalación *Tres a diez*.



**Fig. 40**  
Vista de la  
instalación  
conjunta *Quiero  
que me grites y  
me digas yes,  
que ambos  
disfrutemos de  
mi American  
Express*.



### 4.3. INSTALACIÓN EN EL ESPACIO

A la hora de mostrar nuestras piezas en el espacio, se tiene en cuenta la interacción con el mismo, es decir, las piezas dejan de concebirse como objetos aislados y pasan a formar parte de un conjunto instalativo que unifica a todas ellas bajo el nombre de la propia instalación.

Como es el caso de *Tres a diez*, una instalación que consta de siete piezas, entre las cuales observamos varias de las que hemos comentado con anterioridad en el apartado

A pesar de que en muchas ocasiones trabajemos a partir de obras cerradas y terminadas, estas también tienen un carácter provisional, no en su propia forma, pero si en el modo en que los elementos que la integran se pueden disponer en el espacio, o combinar con otras obras, materiales u objetos que vamos adquiriendo o generando, y que pasan a formar parte de nuestro catálogo de elementos con los que jugar en el espacio a la hora de la exposición.

Como podemos apreciar en las figuras 38, 39, y 40, se ha trabajado con espacios de características diferentes, los cuales nos han permitido experimentar diferentes posibilidades y documentarlas fotográficamente.

A propósito de la figura 40 cabe comentar una tercera vía de trabajo colectivo paralela a la nuestra individual. Se trata de nuestra pertenencia al colectivo PPS, dentro del cual trabajamos en proyectos expositivos junto con Andreu Porcar y Eduardo Peral, en los que sumamos los intereses concretos de cada uno respecto a la imagen de internet, para abordar el tema desde un punto de vista más amplio.

El resultado son conjuntos instalativos en los que convergen piezas de los tres integrantes del colectivo, pero la autoría de cada una por separado desaparece desde el momento en que entran a formar parte de la instalación. Al mismo tiempo que durante el propio proceso de montaje surgen nuevas piezas *insitu* fruto de la combinación de materiales de los tres.





## **5. Conclusiones**





## CONCLUSIONES

Este trabajo final de máster de carácter teórico-práctico nos ha ayudado a organizar y definir los aspectos esenciales para la construcción de nuestra producción artística.

En nuestro proceso de trabajo, las investigaciones teóricas y prácticas se han desarrollado de forma paralela, y ha sido interesante observar cómo la parte teórica, más que servir como herramienta para la explicación de la obra, terminado formando parte del proceso creativo. Esto también nos ha servido para que lo que en un principio empezó siendo un proceso intuitivo, haya terminado siendo algo más controlado y consciente.

La parte de contextualización y referentes nos ha ayudado a indagar y reflexionar sobre artistas cuyo trabajo gira entorno a conceptos que nos interesan. La comprensión de la obra de estos otros artistas nos ha permitido tomar consciencia del contenido conceptual de la misma, y también del lugar que ocupa nuestro trabajo y cuales podrían ser nuestras aportaciones al panorama artístico actual.

Cabe destacar que con este TFM no se aspira a desarrollar de forma extensa un concepto o idea concreta, sino más bien dar algunas pinceladas sobre los aspectos clave que caracterizan nuestra práctica artística. Ya que, la importancia de este proyecto está en el trabajo práctico como comprobación del estudio teórico y puesta en práctica de las ideas.

Por otro lado, también cabe señalar la experiencia de trabajo conjunto con Eduardo Peral y Andreu Porcar, que nos ha permitido generar proyectos colectivos a partir de intereses que teníamos en común, los cuales han sido

seleccionados en Intransit 2015, y también para PAM!PAM! 2016.

A título individual, también hemos tenido la oportunidad de participar en la residencia artística Aquemarropa en Alicante durante el mes de julio de 2015, la cual nos ha permitido gestionar y difundir la obra que presento en este TFM, y recibir un feedback por parte de los profesionales del sector artístico invitados.

Finalmente hacemos una valoración positiva, puesto que se han alcanzado los objetivos planteados en el inicio de esta investigación, así como también se han resuelto cuestiones aparecidas durante el proceso de trabajo.

Para terminar, cabe señalar que este Trabajo Final de Máster sirve como punto de partida, como base sólida para el desarrollo de futuras líneas de investigación tanto teóricas como prácticas.





## **5. Índice de figuras**



Fig. 1 Imagen de Internet	Pág. 31
Fig. 2 Imagen de Tumblr	Pág. 47
Fig. 3 Imagen de Tumblr	Pág. 47
Fig. 4 Imagen de la página de Facebook Health Goth	Pág. 48
Fig. 5 Imagen de la página de Facebook Health Goth	Pág. 48
Fig. 6 Imagen de la página de Facebook Health Goth	Pág. 48
Fig. 7 Captura de pantalla de la página web Errorezine.com	Pág. 53
Fig. 8 Katja Novitskova, <i>Secret location (on Mars)</i> , 2014, vista de la instalación.	Pág. 55
Fig. 9 Katja Novitskova, <i>Secret location (on Mars)</i> , 2014, vista de la instalación.	Pág. 56
Fig. 10 Katja Novitskova, <i>Grown Potentials (Mars)</i> , 2014, Impresión digital sobre film, caucho de uretano e insectos.	Pág. 57
Fig. 11 Katja Novitskova, <i>Grown Potentials (Mars)</i> , 2014, Impresión digital sobre film, caucho de uretano e insectos.	Pág. 57
Fig. 12 Katja Novitskova, <i>Innate disposition</i> , 2012, Impresión digital sobre plástico.	Pág. 58
Fig. 13 Timur Si-Qin, <i>The struggle</i> , 2012, Mochila de deporte, pedestal, botellas de agua y piedras.	Pág. 59
Fig. 14 Vista de la instalación. Exposición colectiva Katja Novitskova y Timur Si-Qin, 2012.	Pág. 59
Fig. 15 Timur Si-Qin, <i>Truth by peace I</i> , 2015, Caja de luz, 450 x 200 cm.	Pág. 61
Fig. 16 Timur Si-Qin, <i>Premier Machinic Funerary – Part I</i> , 2012, Diversos materiales, Medidas variables.	Pág. 62
Fig. 17 Timur Si-Qin, <i>Premier Machinic Funerary – Part I</i> , Detalle.	Pág. 62



- Fig. 18 Timur Si-Qin, *Infinited Surrender, Focused Control*, 2013, Vista de la instalación. Pág. 63
- Fig. 19 Timur Si-Qin, *Infinited Surrender, Focused Control*, 2013, Detalle. Pág. 63
- Fig. 20 Timur Si-Qin, *Axe effect*, 2013, Reposas pesas, catanas y botellas de ge Axe, Medidas variables. Pág. 64
- Fig. 21 Timur Si-Qin, *Axe effect*, 2013, Detalle. Pág. 65
- Fig. 22 Jennifer Mehigan, *Eat U Up*, 2014, Inyección de tinta y pintura acrílica sobre seda y recorte de plexiglás, Medidas variables. Pág. 66
- Fig. 23 Jennifer Mehigan, 2014, Medidas variables. Pág. 67
- Fig. 24 Jennifer Mehigan, *Eat U Up II*, 2015, Impresión digital sobre plexiglás, Medidas variables. Pág. 67
- Fig. 25 M Reme Silvestre, *A ver si...*, 2014, Losetas de pvc e impresión digital, 4 x 41 x 33,5 cm. Pág. 75
- Fig. 26 M Reme Silvestre, *A ti ya no te subo...*, 2014, Láminas de espuma, 22 x 10 x 40 cm. Pág. 76
- Fig. 27 M Reme Silvestre, *Exlovers swimmers*, 2014, Tubo de aluminio y tejido, Aprox. 70 x 55 x 57 cm. Pág. 77
- Fig. 28 M Reme Silvestre, *Sin título*, 2015, Esterilla, resina, impresión digital sobre acetato, pegatina, tapón de oídos y purpurina, Aprox. 30 x 190 x 200 cm. Pág. 78
- Fig. 29 M Reme Silvestre, *Sin título*, Detalle. Pág. 79
- Fig. 30 Paso 1. Lijado. Pág. 80
- Fig. 31 Paso 2. Pulido. Pág. 80
- Fig. 32 Resultado. Pág. 80
- Fig. 33 M Reme Silvestre, *Nothing left inside*, Resina, impresión digital sobre acetato, brazo metálico extensible, Aprox. 25 x 32,5 x 35 cm. Pág. 81

- Fig. 34 M Reme Silvestre, *Nothing left inside*, Detalle. Pág. 81
- Fig. 35 M Reme Silvestre, *Don't circulate*, Policarbonato, impresión digital sobre acetato y gel fijador, 34 x 34 x 34 cm. Pág. 82
- Fig. 36 M Reme Silvestre, *Don't circulate*, Detalle. Pág. 83
- Fig. 37 M Reme Silvestre, *Son*, 2015, Toallero de metal cromado e impresión digital, 86 x 60,5 x 6 cm. Pág. 84
- Fig. 38 M Reme Silvestre, Vista de la instalación *O en su caso*. Pág. 85
- Fig. 39 M Reme Silvestre, Vista de la instalación *Tres a diez*. Pág. 86
- Fig. 40 PPS, Vista de la instalación *Quiero que me grites y me digas yes, que ambos disfrutemos de mi American Express*. Pág. 86



## **7. Bibliografía**

## LIBROS

BREA, J.L. *Prácticas artísticas e internet en las redes sociales*. Madrid. Ed.: Akal, 2012.

LIPOVETSKY, G.; SERROY, J. *La estetización del mundo, vivir en la época del capitalismo artístico*. Barcelona, Ed. Anagrama, 2015.

SAULQUIN, S. *La muerte de la moda, el día después*. Buenos Aires, Ed. Paidós, 2010.

## CAPÍTULO DE LIBRO

BENTHAM, J. (1980) “El ojo del poder. Entrevista con Michel Foucault” en Bentham, J. *El Panóptico*. Barcelona: Ed. La Piqueta, Barcelona. Traducción de Julia Varela y Fernando Alvarez-Uría.

LANG, H., (1998) “El cuerpo como instrumento y objeto”, en Rovaletti, M.L. *Corporalidad. La problemática del cuerpo en el pensamiento actual*. Buenos Aires: Ed. Lugar.

ROVALETTI, M.L. (1998) “La objetivación del cuerpo o el cuerpo como simulacro biológico”, en Rovaletti, M.L. *Corporalidad. La problemática del cuerpo en el pensamiento actual*. Buenos Aires: Ed. Lugar.

## CATÁLOGOS

ART POSTINTERNET. Ullens Center for Contemporary Art, Beijing, 1 marzo – 11 mayo 2014. Ullens Center for Contemporary Art, Beijing, 2014.

IN BETWEEN. Sala Santa Inés, Sevilla, mayo – junio 2015. Junta de Andalucía, Concejalía de Juventud, Cultura y Deporte, Sevilla, 2015.

## REVISTAS

CECCATO, M. “Cuerpos encriptados: Entre el ser real e irreal” en *Cuadernos del Centro de Estudios en Diseño y Comunicación*. Num. 58, julio 2015.

LAMY DE LA CHAPELLE, B. “Sobre el arte postinternet.” En: *Código*. Madrid: Editorial Código, 2015, num. 88.

SANCHEZ, M. “Art and transmission” en *Artforum*. Nueva York. Verano 2013.

SMOLIK, N. “Katja novitskova” en *Artforum*. Nueva York. Septiembre 2014.

TACTELGRAPHICS. “Jennifer Mehigan Diseño Pretty Ugly” En *Ocimag*. España, Num. 58.

WAELDER, P. “Arte Post Internet. La estética relacional 2.0.” En: *Input Magazine*. Madrid: Sycen Media S.L., 2015, num. 3, ISSN: 2341-3077

## REFERENCIAS ELECTRÓNICAS

### LIBROS

LILIANA K. y DALLA D., (2014) “Encuesta a Brian Mackern” en Zerbarini, M. *et al.* Radiografía del Net Art latino. Vitalidad creativa en riesgo de extinción. Ed.: Dunken. <  
<https://books.google.es/books?id=CnplBAAAQBAJ&pg=PA11&lpg=PA11&dq=Radiograf%C3%ADa+del+Net+Art+latino.+>

Vitalidad+creativa+en+riesgo+de+extinci%C3%B3n.%E2%80%9D&source=bl&ots=xQXO4PipEg&sig=3rAOLFBIZ76o7aUNNK7\_m\_WRLtQ&hl=es&sa=X&ved=0CCIQ6AEwAGoVChMI\_s-876nKxwIVSAQaCh1RjAEI#v=onepage&q=website%20specific&f=false> [Consulta: 29/07/15]

MCHUGH, G. *Post Internet*, Brescia, Link Editions, 2011. <<http://issuu.com/linkeditions/docs/postinternet>>

MEJÍA, I. *El cuerpo post-humano: en el arte y la cultura contemporánea*. México. Ed. Universidad Nacional Autónoma de México, 2005.

<[https://books.google.es/books?id=BFVDINQAQfYC&pg=PA27&lpg=PA27&dq=MEJ%C3%8DA,+I.+El+cuerpo+post-humano:+en+el+arte+y+la+cultura+contempor%C3%A1nea.&source=bl&ots=W4lnFlnhTF&sig=eUVoTHvTAGk-j8M5-\\_ja09HSVGE&hl=es&sa=X&ved=0CCQQ6AEwAGoVChMI-My075bKxwIVgbUUCH1Y4Qjd#v=onepage&q=MEJ%C3%8DA%A%2C%20I.%20El%20cuerpo%20post-humano%3A%20en%20el%20arte%20y%20la%20cultura%20contempor%C3%A1nea.&f=false](https://books.google.es/books?id=BFVDINQAQfYC&pg=PA27&lpg=PA27&dq=MEJ%C3%8DA,+I.+El+cuerpo+post-humano:+en+el+arte+y+la+cultura+contempor%C3%A1nea.&source=bl&ots=W4lnFlnhTF&sig=eUVoTHvTAGk-j8M5-_ja09HSVGE&hl=es&sa=X&ved=0CCQQ6AEwAGoVChMI-My075bKxwIVgbUUCH1Y4Qjd#v=onepage&q=MEJ%C3%8DA%A%2C%20I.%20El%20cuerpo%20post-humano%3A%20en%20el%20arte%20y%20la%20cultura%20contempor%C3%A1nea.&f=false)> [Consulta: 02/08/2015]

## ACTAS EN CONGRESOS

BARRAGÁN MARITINEZ, C. (2015). “Cualidades hápticas de la imagen digital” en AniaV, Real/Virtual, II Congreso Internacional de Investigación en Artes Visuales.Valencia. Disponible en <<http://ocs.editorial.upv.es/index.php/ANIAV/ANIAV2015/paper/view/1141>> [Consulta 13 de julio de 2015]

SAELAN, T. (2015) “*Attention Ecology: Biological Metaphors in Post-internet Art*” en Concordia AHGSA conference. Disponible en <[https://www.academia.edu/11437863/Attention\\_Ecology\\_Bi](https://www.academia.edu/11437863/Attention_Ecology_Bi)

ological\_Metaphors\_in\_Post-Internet\_Art\_2015\_ >[Consulta 08/07/15]

## ARTÍCULOS EN WEBS

BREA, J.L. “La estetización difusa de las sociedades actuales y la muerte tecnológica del arte.” En *Aleph*. <<http://aleph-arts.org/pens/estetiz.html>> [Consulta 25/07/15]

GUTIÉRREZ, M. “Llega el antropoceno”. <http://www.lne.es/opinion/2014/02/08/llega-antropoceno/1539895.html> [Consulta 29/07/15]

VIERKANT, A. “The image-Object”. <[http://jstchillin.org/artie/pdf/The\\_Image\\_Object\\_Post-Internet\\_a4.pdf](http://jstchillin.org/artie/pdf/The_Image_Object_Post-Internet_a4.pdf)> [Consulta 5/07/15]

WEINSTOCK, T. (2014) “Health Goth is the latest trend to be spat out by the internet, so what’s the deal?”. < [https://i-d.vice.com/en\\_gb/article/health-goth-is-the-latest-trend-to-be-spat-out-by-the-internet-so-whats-the-deal](https://i-d.vice.com/en_gb/article/health-goth-is-the-latest-trend-to-be-spat-out-by-the-internet-so-whats-the-deal)> [Consulta 23/02/2015]

## ARTÍCULOS EN REVISTAS DIGITALES

BAYLY, Z. (2014) “Fatima Al Qadiri selects Timur Si-Qin” En *Dazed*. Londres: <<http://www.dazeddigital.com/artsandculture/article/17578/1/fatima-al-qadiri-selects-timur-si-qin>> [Consulta 14/08/15]



CALVENTE, M.R. (2010) “El cuerpo humano como objeto estético” en *A parte rei, Revista de filosofía*. Num. 72. Madrid: <<http://serbal.pntic.mec.es/AParteRei/calvente72.pdf>> [Consulta 04/08/2015]

COCIMANO, G. (2003) “Las reglas del deseo” en *La guirnalda polar*. Num. 83. Canadá: <<http://lgpolar.com/page/read/414>> [Consulta 22/07/15]

GRAVER, D. (2014) “Interview: Jennifer Mehigan” en *Coolhunting*. Nueva York: <<http://www.coolhunting.com/culture/interview-jennifer-mehigan>> [Consulta 05/08/15]

KOBIALKA, T. (2014) “Katja Novitskova: Are We There Yet?” en *Sleek*. Berlín: <<http://www.sleek-mag.com/showroom/2014/05/katja-novitskova-are-we-there-yet/>> [Consulta 14/08/15]

OLSON, M. (2012) “Postinternet: Art after the internet” en *Foam*. Num. 29. Amsterdam: <<http://issuu.com/foam-magazine/docs/all>> [Consulta 01/08/15]

## TESIS

FERRARA, D. *El cuerpo humano entre el arte y los medios de masas en el tránsito del siglo XX al XXI*. Tesis. Valencia: Ed. Universidad Politécnica de Valencia.

MONTT, C. (2014). *Especificidad del Net Art en medio de la estetización cultural*. Tesis. Santiago de Chile.

ÚBEDA, M<sup>a</sup>. (2006). *La mirada desbordada: El espesor de la experiencia del sujeto estético en el marco de la crisis del régimen escópico*. Tesis. Granada: Editorial de la Universidad de Granada.



