

# **COMPARTO, LUEGO EXISTO: UN ACERCAMIENTO AL ARTE EN LA ERA DE INTERNET**

GARAZI URETA OFIZIALDEGI

ARTEAREN HISTORIA

2015/2016

HAIZEA BARCENILLA GARCÍA

ARTEAREN HISTORIA ETA MUSIKA SAILA

## RESUMEN

Los objetivos de este proyecto son adentrarse en el ciberespacio para poder más tarde valorar algunos de sus efectos en el sistema artístico. Para ello realizaré una visión general de Internet para aproximarme al efecto que este ha tenido en las formas de comunicación que se dan entre diferentes capas de la sociedad así como en la circulación de datos e información. Por último destacaré algunos ejemplos para poder comprender el impacto directo que ha tenido en el sistema artístico.

En el primer bloque del trabajo por lo tanto se tratarán algunas de las ventajas y desventajas de la red y la manera en que los sujetos se enfrentan a este nuevo espacio. En el segundo bloque se abordarán a través de varios ejemplos las estrategias que los museos y galerías han llevado a cabo para ajustarse a las necesidades de un nuevo sujeto, el cibernauta. Para finalizar tendré en cuenta nuevas formas artísticas surgidas en torno a este medio. Para ello utilizaré como ejemplos la obra *The Beggar's Opera* de Dora Garcia y *Somebody* de Miranda July.

El objetivo de este trabajo era muy ambicioso dada la amplitud del tema escogido. Esto ha hecho que los ejemplos se vean reducidos y que la cuestión se haya visto tratada de una manera más general. Asimismo la actualidad de la materia estudiada así como su veloz transformación ha dificultado encontrar gran variedad de referencias académicas, muchas de estas se encuentran desfasadas. Es por esta razón que se ha recurrido a menudo a fuentes de la red: páginas web oficiales, entrevistas en revistas online, etc.

Me gustaría subrayar también que es posible que este proyecto quede obsoleto en poco tiempo. Durante este proceso me he topado con dominios web nombrados al inicio que al volver a ellos ya habían desaparecido. Igualmente, a través de los Hipertextos mi ruta ha ido transformándose llevándome en ocasiones a encontrar información valiosa y propuestas originales, en cambio, otras veces adentrándome en la confusión. Ha sido imposible aglutinar todo lo que he conocido a lo largo de este recorrido, pero valoro este estudio como un acercamiento a un ámbito con el que los estudiantes de historia del arte no estamos familiarizados en las aulas.

## ÍNDICE

<b>1. INTERNET, SU IMPORTANCIA Y SUS CARACTERÍSTICAS</b> .....	4
1.1. ERA LÍQUIDA .....	5
1.2. LOS SUJETOS EN INTERNET: CONFIGURACIÓN SOCIAL .....	6
1.3. INTERACTIVIDAD Y CULTURA COLABORATIVA.....	7
1.4. CIBERCULTURA .....	9
<b>2. SU INFLUENCIA EN MUSEOS Y EN FORMAS DE COMUNICACIÓN DEL ARTE</b> .....	11
2.1. MUSEOS.....	11
2.2. GALERIAS .....	15
<b>3. NUEVAS FORMAS ARTÍSTICAS EN LA ERA DE INTERNET</b> .....	19
3.1. THE BEGGAR’S OPERA, DORA GARCIA .....	19
3.2. <i>SOMEBODY</i> , MIRANDA JULY.....	24
<b>4. CONCLUSIÓN</b> .....	29
<b>5. BIBLIOGRAFIA</b> .....	31
5.1. REFERENCIAS DE PRENSA .....	32
5.2. FUENTES .....	33

## 1. INTERNET, SU IMPORTANCIA Y SUS CARACTERÍSTICAS

Desde la creación de los ordenadores personales y la facilidad de estos para conectarse a Internet nuestro mundo ha cambiado completamente, redefiniendo así todas las esferas de la vida cotidiana, científica, ideológica e institucional entre otras. Nos hemos adentrado en una nueva etapa en la que el cambio es constante, en el que la satisfacción es breve y pasajera y se da una persistente devaluación y envejecimiento de las ideas.

El nuestro es un período histórico edificado en torno a Internet, alrededor del que se están definiendo los nuevos sistemas para la circulación de datos e información. Resulta imposible hablar de medios definidos, puesto que se entiende como única ley consistente la transformación incesante. Debemos pensar este nuevo espacio como un ágora moderna; siendo la primera herramienta a la que se acude en busca de respuestas, donde surgen nuevas ideas, se discuten y comparten. Las ventajas del mundo virtual en la circulación de información son claras: la instantaneidad y la oportunidad, así como la variedad, que son infinitas.

Pensemos en Twitter<sup>1</sup>. En su web dicen “ofrecer a todo el mundo la capacidad de crear y compartir ideas e información al instante, sin ningún tipo de obstáculos”<sup>2</sup>. Cuenta con 320 millones de internautas que generan cada mes contenido a través de los *tweets*<sup>3</sup> y la aplicación se ofrece en más de 35 idiomas, sin contar todos en los que se escriben<sup>4</sup>.

La idea de esta red es simple: se trata de un gigantesco mar de ideas y datos donde los usuarios tienen la posibilidad de seguir según sus preferencias y de ser seguidos<sup>5</sup>. La información circula boca a boca, o en este caso, a través del *retweet*<sup>6</sup>. Añadiendo el

---

<sup>1</sup> Red Social gratuita fundada en 2006, página web: Twitter.

<sup>2</sup> *Ibid.*

<sup>3</sup> Actualización de estado en Twitter resumida en 140 caracteres.

<sup>4</sup> Página web: Twitter.

<sup>5</sup> La opción de seguir a un usuario nos da la posibilidad de visualizar todo el contenido compartido por este de manera directa.

<sup>6</sup> Herramienta de la plataforma para compartir contenido publicado por otros usuarios.

carácter <#> a una palabra (*hashtag*) podemos seguir su hilo y leer todos los Tweets que contengan esta, pudiendo seguir así las tendencias mundiales sobre el tema que deseemos.

Esta es solo una de las muchas herramientas para el tráfico de información que podemos encontrar online, pero sin duda, es un buen ejemplo de lo expuestos que estamos a ella. Por un lado la red es una fuente inagotable de información, sin embargo, esta circulación también acarrea otra característica: el cementerio incalculable de datos que nunca serán leídos. Este olvido lleva incluso a la creación de sus propias plataformas, como Forgotify<sup>7</sup>, web que recoge más de 4 millones de canciones que nunca se han escuchado en Spotify<sup>8</sup>.

### 1.1. ERA LÍQUIDA

Zygmunt Bauman señala la nuestra como una era líquida. Según Bauman, no hay leyes ni ideas que se prolonguen durante mucho tiempo – sucede lo contrario que en el anterior, el período sólido- puesto que cuando estas están por afirmarse, surge otra u otras recogiendo el testigo de las anteriores. En esta época acelerada no hay un fin, sino que el fluir del mismo es el propio fin<sup>9</sup>. También se refiere a la globalización del mundo, en el que es posible hablar de estéticas globales. La consecuencia de esta mutación, según el teórico, es una realidad caótica, esto es, está dominada por la incertidumbre puesto que ninguna idea perdura suficiente tiempo. En sus propias palabras “los objetos útiles e indispensables de hoy son, casi sin ninguna excepción, los desechos de mañana. Todo es prescindible, nada es verdaderamente necesario, nada es insustituible. Todo nace con la marca de la muerte”<sup>10</sup>.

Podríamos señalar, entonces, que Internet ha hiperconectado el mundo, nos hallamos ante una sociedad globalizada que utiliza como vínculo de unión el libre acceso a la red. El uso de este recurso está cada vez más normalizado de manera que medios

---

<sup>7</sup> Ver: <http://forgotify.com/> [Consulta: 20-01-2016.]

<sup>8</sup> Servicio digital de música que posibilita el acceso gratuito a millones de canciones.

<sup>9</sup> ZYGMUNT, B., *Tiempos líquidos. Vivir en una época de incertidumbre*, Barcelona, Tusquets, 2007, pp. 7-8.

<sup>10</sup> ZYGMUNT, B., *Arte, ¿líquido?*, Madrid, Ediciones sequitur, 2007, p. 45.

como el papel están siendo rápidamente relegados ante su amenazante y económica llegada. Los museos y galerías se adaptan a estos nuevos sistemas: páginas webs oficiales, redes sociales, museos virtuales, etc.<sup>11</sup> Nuevas estrategias de comunicación y marketing así como de divulgación informativa nacen cada día, amenazadas, de nuevo, con la inminente avenida de otra novedad. Vivimos en un constante cambio y renegociación. El mundo se va ajustando gradualmente a las nuevas reglas que un público, cada vez más amplio, variado y sediento de novedad y originalidad va configurando. Es indispensable ser alguien online hoy en día, como dice el artista Shimi Cohen, “I share, therefore, I am”<sup>12</sup>.

Una de las consecuencias de este desarrollo constante es la posible devaluación de formatos. Es posible que en varios años, como ya ha sucedido con los disquetes, parte de los soportes actuales sean ilegibles, creando un espacio vacío de información para las generaciones futuras.

## 1.2. LOS SUJETOS EN INTERNET: CONFIGURACIÓN SOCIAL

Los sujetos nos hemos dividido en dos realidades: la online y la offline, siendo la primera una extensión de nosotros mismos si tenemos en cuenta nuestra creciente presencia en las redes. Con la llegada del *Smartphone*, además, podemos exhibirnos independientemente del lugar en el que nos encontremos<sup>13</sup>. El control sobre nuestra imagen está en nuestras manos. Podemos ser quienes nosotros deseamos ser, enseñar y editar<sup>14</sup>. En definitiva, mostrar nuestra versión mejorada y alterar la percepción que el resto de usuarios tiene sobre nosotros<sup>15</sup>. Nos convertimos en exhibicionistas y *voyeurs*.

---

<sup>11</sup> Hay una amplia bibliografía que se irá citando a lo largo del trabajo.

<sup>12</sup> “Comparto, luego existo”, traducción propia, COHEN, S., *The Innovation of Loneliness*.

<sup>13</sup> El libro “*Educación, tecnología digital y patrimonio cultural. Para una educación inclusiva*” de la editorial Trea se centra en la utilización de estos dispositivos en el ámbito cultural.

<sup>14</sup> No se puede hablar de libertad total puesto que el control ejercido por los gobiernos y las instituciones es cada vez mayor. Hoy en día surgen muchos debates en torno a la censura y la libertad de expresión.

<sup>15</sup> RODRÍGUEZ IBÁÑEZ, M., *Cómo la Red ha cambiado el arte*, Gijón, Ediciones Trea, 2012, pp. 123-136.

Así, encontramos en Internet la primera fuente y la más exhaustiva imagen de la configuración social y parte del relato de la historia que nosotros mismos estamos escribiendo<sup>16</sup>. La red es entonces el medio más importante hoy para la producción, transmisión y almacenamiento de ideas. Por lo tanto podemos afirmar que es la principal manera de digitalizar nuestro día a día hasta tal punto que un cambio en este sistema podría adentrarnos en una etapa de oscuridad.

Como señala Eduardo Kac, otra de las libertades que Internet proporciona al usuario es la posibilidad de crear su propio discurso comparando varias fuentes simultáneamente<sup>17</sup>. El autor también hace referencia a la riqueza de métodos comunicativos y experiencias presentes en la red. Estas son posibles gracias a la facilidad de integrar imágenes, textos, vídeos, etc. e hipertextos. El hipertexto es un método para ordenar y conectar información, ofrece al usuario la libertad para organizar su propio recorrido<sup>18</sup>. Esto es, clicando en diferentes hipertextos – vinculados por medio de enlaces– se abren diversas posibilidades, pero como apunta Román Gubern, es el cibernauta el que elige si seguir esa ruta o iniciar una alternativa<sup>19</sup>. Este recurso para asociar ideas es similar al de las conexiones cerebrales de los humanos<sup>20</sup>.

### 1.3. INTERACTIVIDAD Y CULTURA COLABORATIVA

La interactividad es una de las características más importantes de este nuevo espacio, esto es, la oportunidad para compartir información y relacionarse con otros cibernautas. Cualquier sujeto con conexión es ahora libre de poder crear, alterar y participar en la producción de contenido; no sólo informativo, también es posible intervenir en proyectos artísticos. Julián Aragonese, teniendo en cuenta esta capacidad,

---

<sup>16</sup>BELLIDO GRANT, M.L., *Arte, Museos y nuevas tecnologías*, Gijón, Ediciones Trea, 2001, p. 90.

<sup>17</sup> KAC, E., *Telepresencia y Bioarte. Interconexión en red de humanos, robots y conejos*, Murcia, Cendeac, 2010, p. 109.

<sup>18</sup> BELLIDO GRANT, M.L., *Ob. cit.*, pp. 77-79.

<sup>19</sup> GUBERN, R., *Del bisonte a la realidad virtual. La escena y el laberinto*, Barcelona, Anagrama, 2003, p. 174.

<sup>20</sup> BELLIDO GRANT, M.L., *Ob. cit.*, p. 79.

expone la idea de que en este sistema hay algunas obras artísticas que carecen de final, puesto que están en constante cambio. De la misma manera señala que la autoría de la obra suele quedar al margen, evidenciando que la singularidad de estos proyectos reside en esta misma idea<sup>21</sup>.

Un buen ejemplo de esto podría ser “The Johnny Cash Project” en el que usuarios de todo el mundo colaboran<sup>22</sup> en la producción de un videoclip. Cada usuario/creador tiene la oportunidad de componer un dibujo, o varios, para una secuencia del vídeo a través de una herramienta proporcionada por la web. Dado que la posibilidad de creación no tiene límite, existen una infinidad de resultados y tenemos la elección, si no queremos participar en el proceso creativo, de elegir imágenes y formar nuestro propio videoclip. Clicando en cada diseño podemos conocer su autoría, procedencia e incluso puntuarla<sup>23</sup>.

Entre los múltiples ejemplos que encontramos que buscan hacer partícipe a los internautas, nos topamos con casos ocurrentes como el “Museo del selfie”. Esta iniciativa promovida por la directora de arte danesa Olivia Muus trata de crear un juego entre el espectador y las obras mezclando una tendencia de gran actualidad: el *selfie*<sup>24</sup>. Instagram<sup>25</sup> es la pared virtual del museo y cualquiera puede participar en él. De la misma manera, el gobierno italiano utilizó un método similar para la divulgación del arte en el año 2014<sup>26</sup>.

---

<sup>21</sup> ARAGONESES, J., “Arte total, un nuevo Renacimiento” en Dyaz, A. y Aragonese, J. (coords.), *Arte, Placer y Tecnología*, en Madrid, Anaya Multimedia, 1995, p.19.

<sup>22</sup> La cultura colaborativa es nombrada en gran parte de la bibliografía que he utilizado a lo largo del trabajo como consecuencia directa de la red. “[...] cultura colaborativa como lugar de encuentro [...] no como producto final. Es la cultura colaborativa lo importante, el hecho de que se produzca, la posibilidad de su existencia, y lo que realmente es revolucionario es la acción social y psicológica que produce.” RODRÍGUEZ IBÁÑEZ, M., *Ob. cit.*, p. 95.

<sup>23</sup> Página web: *The Johnny Cash Project*.

<sup>24</sup> CHAMPIONS, M., “Presenting your latest favourite new Tumblr – The Museum of Selfies”, *The Independent*, (2014).

<sup>25</sup> Red Social para compartir imágenes y vídeos. Ver: <https://www.instagram.com/museumofselfies/> [Consulta: 21-01-2016.]

<sup>26</sup> ““Selfie”, una nueva estrategia para divulgar el arte en Italia”, *ABC*, (2014).

#### 1.4. CIBERCULTURA

El término cibercultura<sup>27</sup> se refiere a todo aquello generado en la red, en otros términos, a toda la memoria colectiva que se ha desarrollado o lo está haciendo en el ciberespacio<sup>28</sup>. Como hemos podido comprobar, en esta nueva realidad no existen fronteras fijas; nos encontramos ante un sistema global, democrático y sin límite en la capacidad de almacenamiento.

La gran cantidad de datos que se nos sugieren así como de imágenes, noticias y relatos propios –blogs personales, video blogs etc. – son testigos de una cultura participativa en la que diversos sujetos se convierten en creadores a través de las TIC<sup>29</sup>. Como bien apunta Steve Aukstakalnis la cibercultura se crea en “[...]un entorno informático que reúne múltiples ordenadores, múltiples usuarios y múltiples conjuntos de datos[...]”<sup>30</sup>.

Tan solo en el año 2009 se produjeron un número de datos equivalentes a los generados durante toda nuestra historia hasta ese momento; diariamente se crean alrededor de 2.5 trillones de bytes que van en crecimiento<sup>31</sup>. *24HRs in Photos* es una obra del artista Erik Kessels formada por impresiones amontonadas que corresponden al número de fotografías que se comparten en la Web Flickr<sup>32</sup> en un día<sup>33</sup>.

---

<sup>27</sup> RODRÍGUEZ IBÁÑEZ, M., *Ob. cit.*, pp. 73-136.

<sup>28</sup> Este término fue utilizado por primera vez en la novela de ciencia ficción de William Gibson, *Neuromancer*, publicada en 1984. RODRÍGUEZ IBÁÑEZ, M., *Ob. cit.*, pp. 40-41.

<sup>29</sup> Tecnologías de la Información y Comunicación.

<sup>30</sup> AUSTAKLANIS, S; BLATNER, D., *El espejismo del silicio. Arte y ciencia de la realidad virtual*, Barcelona, Página Uno, 1993, p. 11.

<sup>31</sup> Esta muestra tuvo lugar en Barcelona y Madrid entre 2014 y 2015 en la que se abordaron varios cambios y problemas generados por la cada vez mayor presencia del ciberespacio en nuestra sociedad. Entre algunas de las obras expuestas encontramos la instalación de Erik Kessels. Página web: Big Bang Data.

<sup>32</sup> Es una web gratuita dónde los usuarios pueden crear un portfolio. Fuente: Página oficial.

<sup>33</sup> Esta obra se pudo contemplar en la exposición Big Bang Data organizada por la fundación Telefónica en el año 2015 en Barcelona y Madrid.



(Fig.1) *24HRs in Photos* instalación del artista Erik Kessels

Los riesgos de la red son señalados por varios autores. Entre ellos, Joan Josep Ordinas subraya la sobreexposición, la manipulación, la pobreza de lenguaje y su situación anárquica<sup>34</sup>. Otro gran peligro es la posibilidad de que el usuario dé por válido todo lo que encuentra online, así como la idea de que la información es conocimiento. Hemos de tener en cuenta que los mismos cibernautas son ahora partícipes de este sistema generando contenido y es por ello que gran parte de la información no pasa por ninguna clase de filtro<sup>35</sup>.

Un ejemplo destacable de creación colaborativa es la Wikipedia que actualmente es la plataforma online divulgativa más utilizada. Esta herramienta se constituye a partir de información compartida por usuarios anónimos. Según la revista científica *Nature*, es casi tan precisa como la Enciclopedia Británica<sup>36</sup>. El cibernauta por consiguiente, tiene la capacidad de ser activo – en la creación – o pasivo – mero observador o receptor - dentro de este sistema.

---

<sup>34</sup> ORDINAS, J.J., *Media Culture*, Acc L' Angelot, Barcelona, 1994, p. 101.

<sup>35</sup> Al hablar de “usuarios” me refiero a todos los usuarios de la red.

<sup>36</sup> GARAY GUTIERREZ, S., *Integración Social Digital, Social Media Internet*, Imagen Digital, México D.F., 2010, p. 24.

## 2. SU INFLUENCIA EN MUSEOS Y EN FORMAS DE COMUNICACIÓN DEL ARTE

Como se ha ido viendo a lo largo del primer apartado, Internet ha cambiado nuestra forma de percibir y recibir información. Es por ello que aquellos centros que anteriormente eran eje de la información y del saber van adecuándose paulatinamente a esta nueva realidad. La mayoría de estrategias que se están llevando a cabo, como veremos, buscan la participación de los cibernautas. Las próximas dos secciones tratarán de adentrarse, a través de algunos ejemplos, en la forma en que estos sectores se están ajustando a las necesidades de esta nueva era.

### 2.1. MUSEOS

Entre estos sectores hay que destacar el esfuerzo que están desarrollando los museos. Gracias a la riqueza de recursos como el hipertexto encontramos experiencias ricas en estímulos que se alejan de la concepción clásica que tenemos sobre la vivencia ante el arte. La información hoy en día es complementada con reproducciones de imágenes que cada vez serán de más calidad, pero la transformación radical sobre todo en la utilización de vídeos, música, juegos, etc.

En el ámbito nacional encontramos propuestas muy útiles como la herramienta facilitada por el Museo Thyssen-Bornemisza para recorrer su exposición permanente de manera virtual<sup>37</sup> o como las que incluye la nueva página web del Museo Nacional del Prado. Entre estas innovaciones se incluyen audios explicativos, vídeos con lenguaje de signos<sup>38</sup> para algunas de sus obras y digitalizaciones más realistas. Asimismo presentan listas de reproducción ordenadas por temáticas referentes a las obras del museo

---

<sup>37</sup>Ver: [http://www.museothyssen.org/thyssen/visita\\_virtual\\_permanente](http://www.museothyssen.org/thyssen/visita_virtual_permanente) [Consulta: 16-12-2015.]

<sup>38</sup> En este caso “El Jardín de las Delicias” de El Bosco. Ver: <https://www.museodelprado.es/coleccion/obra-de-arte/el-jardin-de-las-delicias/02388242-6d6a-4e9e-a992-e1311eab3609> [Consulta: 16-12-2015.]

desarrolladas con la colaboración de Spotify y Radio 3<sup>39</sup>. En la búsqueda de hacer partícipe a los usuarios se llevan a cabo actividades como “Al detalle”<sup>40</sup>, juego en el que el público ha de acertar a través de un detalle de una obra de la colección el nombre y el autor de esta. Esta iniciativa se desarrolla a través de Twitter puesto que esta plataforma permite una interacción veloz y directa entre institución y público que se ajusta perfectamente a la clave del juego.



(Fig.1) Juego “Al Detalle” realizado por la cuenta oficial de Twitter del Museo Nacional del Prado

Como apuntan Victoria Benito Lopez<sup>41</sup> Margarita Rodríguez Ibáñez, estos nuevos métodos de presentación se forman valiéndose a menudo de la opinión de los usuarios

<sup>39</sup> En algunos itinerarios se encuentran las canciones recomendadas por especialistas de Radio 3. Estas listas están disponibles en Spotify. Ver: <https://www.museodelprado.es/mi-prado/recorridos-recomendados> [Consulta:19-01-2016.]

<sup>40</sup> Figura 2.

<sup>41</sup> BENITO LÓPEZ, V., “El uso de los medios digitales y la subjetividad en el campo de la educación en el arte” en Santancana Mestre, J. y Benito López V. (coords.), *Educación, tecnología digital y patrimonio cultural. Para una educación inclusiva*, Gijón, Ediciones Trea, 2014, pp. 87-88.

recibida directamente mediante las redes sociales. Esta manera novedosa de relacionarse puede ser un gran recurso a explotar para la creación de métodos y estrategias para captar el interés de un público más variado. Esto es, posibilitan diseñar y planificar estrategias novedosas y más acordes con la pluriculturalidad. Los visitantes, pues, se suman a este sistema con un rol activo en el que su criterio queda completamente legitimado a través de su autoridad en el ciberespacio.

Margarita Ibáñez Rodríguez plantea varios factores que convierten la red en un método cada vez más utilizado por los internautas para acercarse al arte. Entre ellos destaca la entrada exenta de precio y de horario así como la intimidad que la virtualidad proporciona. Por otro lado, la posibilidad que el cibernauta tiene para establecer sus propios nexos y comparar numerosas fuentes<sup>42</sup>.

Debido a la posibilidad ilimitada de memoria de la red, estas instituciones pueden organizar un archivo exhaustivo de libre acceso. Esto propiciará facilidades para la investigación y una relación más directa con los usuarios. De la misma manera, los cibernautas podrán compartir este conocimiento y las instituciones serán así conscientes de la información más visualizada o compartida<sup>43</sup>.

Vivimos tan inmersos en el presente y en la inmediatez que estas instituciones no sólo muestran las reproducciones de las obras, sino también todo aquello que antes era ajeno a los ojos del visitante: los procesos de restauración, montajes de exposiciones, etc. Incluso es posible continuar de forma simultánea performances y otro tipo de actividades, algo impensable sin la aparición de este nuevo medio. Uno de los sectores que mejor se ha ajustado a este nuevo panorama es el de la moda<sup>44</sup>, aún así, la presencia de los grandes museos en la red es cada vez mayor.

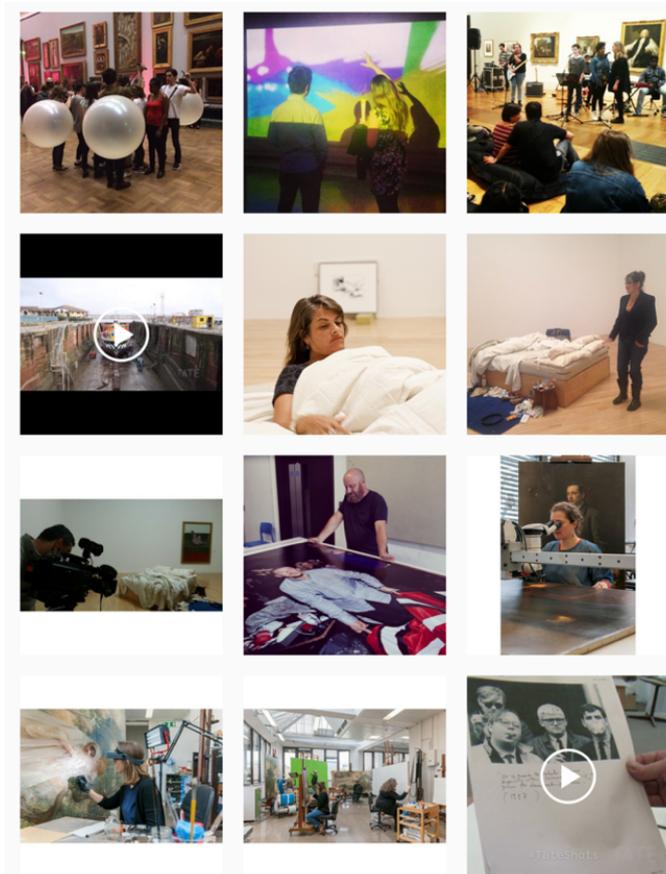
---

<sup>42</sup> RODRÍGUEZ IBÁÑEZ, M., *Ob. cit.*, pp. 247-248.

<sup>43</sup> *Ibid.*, pp. 127-136.

<sup>44</sup>La mayoría de marcas cuentan con perfiles en las diversas redes sociales y venta online. Pero fue la casa británica de moda Burberry quien en 2010 marcó la diferencia posibilitando a todo aquel que no estuviese presente en el desfile a ver este de manera simultánea online. RAWY, M., "London Fashion Week: Burberry makes history with world's first start-studded catwalk streamed live in 3D", *Dailymail*, (2010).

Una de las redes sociales con más potencial y más populares en el sector de la imagen es Instagram<sup>45</sup>. Las galerías Tate, entre otras, cuentan con su propio perfil. En él se nos hace partícipe de muchas de las cosas que suceden dentro de su edificio. En la siguiente figura vemos imágenes de obras que contiene el museo así como de actividades, performances e incluso fotografías de los conservadores de patrimonio realizando su trabajo.



(Fig.3) Perfil oficial de Instagram de las galerías Tate

Muchos museos cuentan también con sus propios canales en YouTube<sup>46</sup> donde comparten entrevistas, conferencias, reportajes, etc. Uno de los museos que tiene gran presencia en esta plataforma es El Museo Guggenheim de Bilbao que en varias ocasiones utiliza estos recursos a modo de tráiler para presentar algunas de sus exposiciones<sup>47</sup>.

<sup>45</sup> Esta red social cuenta con más de 300 millones de usuarios y cada día se producen más de 60 millones de actualizaciones, página web: Instagram.

<sup>46</sup> Web para compartir vídeos.

<sup>47</sup> Anuncio de la “Retrospectiva” de Jeff Koons, ver: <https://www.youtube.com/watch?v=PHqc5cNguBY> [Consulta: 20-01-2016.]

## 2.2. GALERIAS

Las galerías de arte juegan un papel principal en la mercantilización de obras y proyección de artistas, es por ello que Internet es un medio con gran potencial para este sector. La mayoría cuentan con páginas web y perfiles en diversas redes sociales para atraer nuevos clientes, pero los recursos del ciberespacio están sirviendo también a jóvenes emprendedores para desarrollar galerías online de forma fácil y económica. Este es el caso de Artinpocket, un espacio que nace como respuesta natural a esta realidad.

Artinpocket es un catálogo online que se organiza según diversos soportes artísticos. A su vez, los creadores cuentan con un espacio propio en el que se recogen todas sus creaciones. El único requisito para participar es que estén vivos, aunque las obras pasan por el filtro de un experto en arte, Pere Cañada, colaborador del proyecto. Esta galería online apuesta por artistas jóvenes, puesto que opinan que estos pueden conectar mejor con los que creen que serán los usuarios de esta herramienta: un público joven habituado a Internet<sup>48</sup>. Los artistas pueden exponer y vender obras en otros espacios siempre y cuando se comprometan a tener actualizado su perfil de la web. Esta nueva manera de promoción difiere de la de las galerías tradicionales puesto que estas si que piden exclusividad.

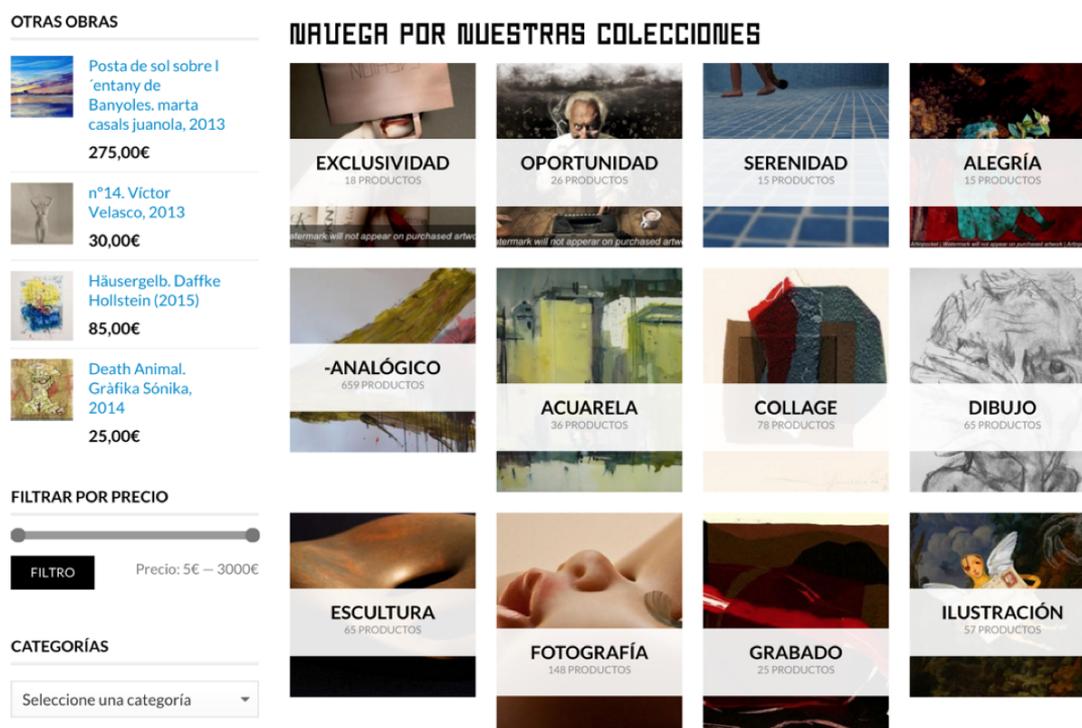
Desde la web se facilita un proveedor a los autores, pero son estos los que estipulan el precio y se encargan de los gastos de envío y seguro. El dinero queda retenido hasta que sea verificado el envío. Los clientes pueden devolver las obras en caso de que estén dañadas o quedar insatisfechos, garantizando así una compra-venta satisfactoria. Artinpocket recibe el 25% de la suma. Para facilitar una gestión segura y evitar dudas al respecto cuentan con una guía completa donde se explica todo el procedimiento, para ambas partes.

Dado que los clientes también deben registrarse, Artinpocket ha creado un sistema en el que pueden interactuar con los artistas, por lo tanto, la plataforma es entendida como otra red social. La web cuenta con una sección pública donde los clientes pueden

---

<sup>48</sup> Artinpocket, comunicación por e-mail, 24 de noviembre de 2015.

compartir sus propias vivencias. Actualmente están trabajando en una nueva tecnología para modernizar este sistema en el que se pretende aplicar inteligencia artificial<sup>49</sup>.



(Fig.4) Menú de la colección de Artinpocket

Artinpocket no sólo se limita a la venta de arte tradicional sino que apuesta también por creaciones digitales, postura que en mayo de 2014 convirtió la web en la primera plataforma nacional en abarcar este mercado. Para ello cuentan con un apartado dedicado a explicar las ventajas de este formato haciendo hincapié en la imposibilidad de pérdida de estas obras, dada su condición inmaterial. De esta manera, los clientes tienen la posibilidad de descargar estas en diferentes dispositivos electrónicos tantas veces como lo deseen. La oferta es limitada y se añaden un seguro y un certificado firmado que autentifica el producto.

El arte digital se está expandiendo y prueba de ello fue la organización de la feria de Arte Digital que Artinpocket llevó a cabo gracias a la colaboración del Convent Sant Agustí, Canon, TRAM y BlaNZ en Barcelona en el año 2014<sup>50</sup>. La muestra trató de exhibir arte digital en espacios expositivos y en otros no vinculados al sistema artístico, como hoteles, bares o restaurantes. A través de esta iniciativa querían dar a conocer este

<sup>49</sup> Artinpocket, comunicación por e-mail, 24 de noviembre de 2015.

<sup>50</sup> Dado el éxito de esta primera edición fue de nuevo organizada en 2015.

soporte artístico con el que el público no está tan familiarizado. Por ello, tanto para el formato expositivo como para ubicar los espacios donde se podían visualizar las creaciones se utilizó internet.

Para la presentación de los formatos digitales se utilizaron proyectores y códigos QR. Estos códigos compuestos por puntos almacenan información, en este caso, las obras de arte digital. Para descifrarlos es necesario un lector que se puede obtener de manera gratuita en la red, en consecuencia, el usuario necesita un dispositivo móvil con conexión online para poder disfrutar de ellas. Artinpocket encuentra esencial la utilización de este método puesto que intentan dejar a un lado las propuestas más convencionales de exposición y crear un vínculo más directo entre las obras, los espectadores y las TIC<sup>51</sup>. Estos tres pilares son fundamentales para ellos además de ser más cercanos al público al que desean atraer.



(Fig.5) Exposición a través de códigos QR de Artinpocket

---

<sup>51</sup>“#BarcelonaDigitalArt”, L’informatiu Cap de Setmana, Televisió Espanyola, (2014).

Los recursos online conllevan también nuevas formas de financiación que además encajan con la línea de esta web. Uno de los sistemas utilizados fueron los AdWords<sup>52</sup> para el desarrollo de la tipografía emplearon otra forma de pago pionera en la web, el Crowdfunding<sup>53</sup>. A través de este nuevo sistema de mecenazgo cualquier persona puede aportar una suma de dinero. Si se alcanza el objetivo planteado se recompensa a los proveedores con el producto una vez finalizado y en caso contrario, el dinero es devuelto a los participantes. Asimismo, han utilizado las redes sociales para la promoción, sobre todo Twitter y Facebook, de forma que la respuesta de los cibernautas toma una gran relevancia en el eco que tienen este tipo de propuestas.

Como podemos observar, Internet es la clave de esta galería que habita en el espacio virtual. Artinpocket es sólo posible a través de la red; sin Internet no sería posible crear este catálogo, unir a artistas dispersos en diferentes puntos de la geografía y poder llegar a un público mucho más amplio del que una galería física permite. La capacidad que tienen los clientes de poder opinar se traduce en un sistema mucho más real y cercano al público. La apuesta por arte digital es una clara señal de la dirección que Artinpocket ha tomado en el sistema artístico nacional.

---

<sup>52</sup>Este método trata de colocar anuncios en las Web, de manera que se genera dinero al clicar en ellos y con las visitas al portal. Fuente: Google.

<sup>53</sup> Este método de financiación es utilizado por parte de muchos artistas hoy en día. El documental “Capital C: la revolución del Crowdfunding” dirigida por Timon Birkhofer y Jorg Kundinger (Alemania, 2014) relata las experiencias de tres artistas independientes a los que esta práctica cambia la vida. Ver: <http://www.capitalc-movie.com/#trailer> [Consulta:16-12-2015.]

### 3. NUEVAS FORMAS ARTÍSTICAS EN LA ERA DE INTERNET

En el caso de los artistas el ciberespacio posibilita acciones realmente interesantes. La red es utilizada como medio de promoción así como fuente de inspiración. También es posible emplearla como herramienta para la creación de obras –net.art- y para impulsar acciones –performance en la mayoría de casos- en la vida real, convirtiéndose en una parte indispensable de algunos procesos creativos.

Para comenzar, es imprescindible referirse al arte que referencia directamente a Internet. El net.art<sup>54</sup> es una manifestación artística nacida en los albores de la red, concretamente en 1994 según Rachel Greene y su nombre fue dado por Vuc Cosic en 1995<sup>55</sup>. Este movimiento artístico toma como lugar de creación y divulgación el ciberespacio; es sólo posible dentro de él, nace y vive en este. Internet se convierte en material y método de visualización. Se trata de crear productos, mayoritariamente visuales, a través de un lenguaje muy técnico. El sistema binario sería para este arte como el óleo para la pintura. Dada las características técnicas tan específicas del soporte no lo consideraré en este trabajo. En cambio, me centraré en prácticas que utilizan Internet como complemento de acciones en un espacio no virtual. Para ello consideraré la obra *The Beggar's Opera* presentada por Dora García para la Skulptur Projekte Münster (Alemania) de 2007 y la aplicación para móvil de Miranda July *Somebody*. En las propuestas de ambas artistas el medio se convierte en vínculo entre estas dos realidades, en método de promoción y asimismo, en archivo del proceso creativo.

#### 3.1. THE BEGGAR'S OPERA, DORA GARCIA

Dora Garcia (España, 1965) estudió Bellas Artes en la Universidad de Salamanca y en Rijksakademie en Amsterdam. Influenciada por el psicoanálisis, las relaciones y la importancia del lenguaje, su obra, generalmente de matiz conceptual, suele jugar con las reacciones humanas, para ello habitualmente trabaja la performance. En estas, la artista queda en un segundo plano y son otros sujetos los que llevan a cabo las acciones. La

---

<sup>54</sup> RODRÍGUEZ IBÁÑEZ, M., *Ob. cit.* pp. 253-266.

<sup>55</sup> GREENE, R., “Una historia del Arte en Internet”, *Aleph-arts*, 1997-2002.

mayoría de estas suelen basarse en piezas dramáticas, fotografías, vídeos etc. Estos soportes artísticos suelen utilizarse como origen para desenvolver intervenciones en espacios públicos. El público que asiste a la representación frecuentemente ignora estar presente en ella. De esta manera García rompe la concepción clásica de las dinámicas entre artista, performer y público, generando situaciones en la vida real donde la línea que divide a estos actores se funde. Así sus propuestas juegan con la confusión, la sorpresa y el azar. En muchas de sus creaciones, como en el caso de *The Beggar's Opera*, utiliza Internet como método de conexión entre ella y los sujetos que llevarán a cabo la operación que impulsa mientras ella queda al margen. Es el caso de *El Factor Humano* (2004), *Locating Stories* (2005) y *Rezos* (2007).

Al plantear las obras desde el posible desconocimiento de la asistencia, estas se ven afectadas por el transcurso de los acontecimientos, en otras palabras, por la respuesta de los espectadores. Por lo tanto este forma parte indispensable en sus trabajos puesto que su respuesta condicionan el hilo de la performance. García juega con la confusión, el enigma y las posibles reacciones humanas que estas traen consigo. En una entrevista para las jornadas ELP cita la frase de Duchamp “son los espectadores los que hacen los cuadros”<sup>56</sup> haciendo referencia a la gran importancia que toma el público en el desarrollo de estas acciones.

*The Beggar's Opera* está basada en la pieza teatral de John Gay *The Beggar's Opera* (1728) y la versión que Bertolt Brecht hizo de ella, *La Ópera de los tres centavos* (1928). Se trata de una escultura viviente en un espacio público presentada en la Skulptur Projekte Münster del año 2007, bienal que tiene como propósito acercar la escultura a los ciudadanos. La actividad sucedía en torno a la figura de un falso mendigo, esto es, un actor<sup>57</sup> tomaba como referencia uno de los personajes de la obra dramática – Filch, un aprendiz de indigente – y partiendo de este rol comenzaba la puesta en escena en diversos puntos de la ciudad.

---

<sup>56</sup>BERENGUER, M., “Entrevista a Dora García: La crisis es un estado habitual en los artistas, nunca hemos tenido épocas de bonanza”, *Crisis Jornadas ELP*, XVI (2015).

<sup>57</sup> Los actores Samir Kandill, Jan Mech y Peter Aers, página web: “The Beggar's Opera”.

Según relata en la web del proyecto, el mendigo es el sujeto que mejor se ajustaba a las características necesarias dado que es un individuo marginal dentro de la sociedad. Esta particularidad en concreto le da el poder de participar de forma libre convirtiéndose así en impulsor de nuevas situaciones. Los actores tenían como principal guía el texto teatral, además de ello contaban con una selección de diversas tipologías de mendigos contemporáneos que la artista definió en la web. Las narraciones no tenían un inicio concreto más allá de las primeras pautas indicadas por García, carecían de un proceso escrito, sino que iban definiéndose a medida que se desarrollaba la acción a la par de las circunstancias que las estructuraban; dependían de la respuesta del público, del carácter del actor etc. Los intérpretes eran libres de interactuar con los ciudadanos y de improvisar convirtiéndose en todo aquello que desearan. Vivían en sus pieles la experiencia y era casi imposible poder diferenciar el engaño y la realidad. Tan sólo aquellos que hubiesen comprobado a través de la web oficial la localización del intérprete podían realmente saber quién era este.



(Fig.6) *Beggar* actuando

La propia artista definió esta acción como “[...] a character who inhabits public space and who deals with it in a half improvised, half scripted way. A character marginal enough to be able to talk to everybody, to say whatever he pleases, and be there without really being noticed [...] He functions as a catalyst: he distributes information, and he provokes events that create a narrative, in the form of a conversation or an action”<sup>58</sup>.

El público por lo tanto es el último eslabón necesario para el desarrollo de esta obra. El actor necesita al espectador para llevar a cabo la acción. El papel de la artista desaparece completamente una vez que el performer comienza a interactuar con el público. Tanto este como los espectadores quedan totalmente fusionados con la realidad, donde el guion inicial queda a un lado y la improvisación toma su lugar. La obra no tiene un final específico, la narración queda anulada y varía según el contexto en el que se realiza.

Entre las tipologías que la autora presenta en su web es destacable la de mendigo como guía turístico. En este caso se debía dar información sobre la Skulptur Projekte, de manera que el juego entre realidad y ficción tomaba un carácter más surrealista, algo irónico.

A través de esta obra se dota al mendigo de un carácter artístico, se da importancia a esta figura en una sociedad en la que pasan desapercibidos a los ojos de los ciudadanos, a veces como bien apunta García, incluso llegan a integrarse con el paisaje. A través de esta acción el actor “ocupa el lugar y “pasa a ser” una escultura”<sup>59</sup>, se convierte en material artístico. *The Beggar’s Opera* también tiene contenido político, puesto que se lleva a cabo una acción aparentemente real en la que se crea una relación entre dos capas sociales que habitualmente conviven sin entrelazarse.

---

<sup>58</sup> “[...]un personaje que habita en el espacio público de manera mitad improvisado mitad escrito. Un personaje lo suficientemente marginal como para hablar con todo el mundo, para decir lo que quiera, y estar ahí sin ser realmente notado [...] Funciona como un catalizador: distribuye información y provoca eventos para crear una narración en forma de conversación o de acción.” Texto de Dora García, página web oficial de *The Beggar’s Opera* (traducción propia).

<sup>59</sup> IRURETARGOIANA LABEAGA, Z. y ELORZA IBÁÑEZ DE GAUNA, C., “Flujos entre ficción, real, virtual en el trabajo artístico de Dora García y Jonathas de Andrade”, II Congreso Internacional de Investigación en Artes Visuales. |< real | virtual >| ANIAV, Valencia, (2015)

Internet funciona como guía para saber dónde estaba colocada la escultura viviente y también para poder seguir el transcurso a través del diario que los actores llevaron a cabo como documentación del proceso. Así, fue posible y aún lo es, puesto que la página web sigue activa, ser partícipes de la experiencia. A través de esta los usuarios tienen la oportunidad de compartir sus propias vivencias y opiniones.

**Mon 01  
Oct 2007** **and then, between two shots of the camera, he's gone.**  
Posted by dora under [The Beggar's Diary](#)  
[9 Comments](#)

---

The Beggar's Diary, 30.09.2007. - Today is the day. Many, oh so many words have been used to speculate as to what would happen today, but, ironically, the day starts with a process of healing: an orthopaedist takes a look at Filch's knee at the fyal\*f.

[Read more »](#)   [Add new comment »](#)

**Sun 30  
Sep 2007** **He is a sculpture in decline, but must see to it he can make it one more day.**  
Posted by dora under [The Beggar's Diary](#)  
[1 Comments](#)

---

The Beggar's Diary, 29.09.2007. - It's raining cats and dogs in Muenster and it doesn't look like it's going to get better any time today. Filch reluctantly cancels the guided tour he has always wanted to lead, and the only thing to do now, he figures, is to sit and wait at the fyal, scoring as many free coffees as he can. There are quite a few visitors looking for him.

[Read more »](#)   [Add new comment »](#)

**Sat 29  
Sep 2007** **Alwaq olaghan! (Pleased to meet you - as a farewell.)**  
Posted by dora under [The Beggar's Diary](#)  
[0 Comments](#)

---

The Beggar's Diary, 28.09.2007

Dear Filch!  
We send you hearty greetings from Paris. At the moment we are drinking something on the Eiffel tower.  
With love, Uwe+Ricarda

Filch has received postcards in the past, but this one is special because it was not delivered to him by his friends at the info point, but by the postman, who delivered it to the following address:

Mr. Filch

## categories

---

[Letters to the actors »](#)  
[news and opinion »](#)  
[The Beggar's Diary »](#)  
[The Beggar's Evenings »](#)

(Fig.7) Extracto del diario online de “Beggar’s”

La red es, en consecuencia, una herramienta imprescindible en este proceso, se convierte en otro elemento más de esta performance. La inmediatez, una de sus características más destacables, dota a la artista, a los actores y al público del poder de informar velozmente y de un modo mucho más directo, así como a un público más amplio. Para completar el discurso online se realizaron *The Beggar's Evenings*, encuentros donde los actores podían relatar sus experiencias.

### 3.2. *SOMEBODY*, MIRANDA JULY

Enfatizando la importancia de las nuevas tecnologías en las relaciones sociales encontramos la obra *Somebody* (2014-2015) de la artista, cineasta y escritora estadounidense Miranda July (1974). July abandonó sus estudios en los años 90 para dedicarse totalmente a la creación y en esta década fue cuando comenzó a interesarse por el vídeo-arte como resultado de su preocupación por el efecto que la tecnología tiene en nuestras vidas y en nuestras relaciones, esto es, los cambios sociales derivados por las nuevas tecnologías<sup>60</sup>. Comienza a interesarse en el trato con desconocidos, lo que le llevó a desarrollar su largometraje *The Future* y su novela *It Chooses You*., ambas realizadas en 2011. Estas dos ideas están entrelazadas, puesto que las relaciones con extraños son comunes en esta era telemática. De la fusión de sus dos mayores inquietudes nace una de sus obras más recientes, su aplicación para móvil *Somebody* en un intento de, como especifica la propia artista, humanizar nuestras interacciones con la tecnología<sup>61</sup>.

La elección del medio es un paso en la carrera de la polifacética artista, puesto que anteriormente ya había trabajado con otros medios de comunicación. *We Think Alone* (2013) trató de intercambiar emails<sup>62</sup> entre varios usuarios y su último largometraje, *The Future*, nació de sus comunicaciones telefónicas con desconocidos; durante un tiempo se dedicó a telefonar números de anuncios de diferentes periódicos<sup>63</sup>. En propias palabras de July, “texting is tacky. Calling is awkward. Email is old”<sup>64</sup>, así, surge *Somebody* que utiliza el mundo virtual para crear eventos comunicativos en la vida real.

---

<sup>60</sup>“Somebody: a new messaging service by Miranda July”, *New Museum*, (2014).

<sup>61</sup> En el original, “humanize our interactions with technology”, traducción propia, *Ibid*.

<sup>62</sup> El intercambio de correspondencia fue una práctica muy común en los años 60 y 70 a manos del movimiento Fluxus, aunque ya había sido utilizada con anterioridad en forma de correo ordinario. CARRILLO, J., “Prácticas artísticas en la Red” en *Arte en la red*, Madrid, Cátedra, 2004, p. 175.

<sup>63</sup> PHILLIPS, S. Y SALFIELD, A., “Miranda July: “Strangers are exciting because you’re new each time with them”, *The Guardian*, (2011).

<sup>64</sup>“Enviar mensajes es vulgar. Llamar por teléfono es extraño. El email es viejo” , traducción propia, “Somebody: a new messaging service by Miranda July”, *Ob. cit*.

Esta App<sup>65</sup> fue lanzada el 28 de agosto de 2014<sup>66</sup> con la colaboración de la marca de moda Miu Miu<sup>67</sup>. Fue desarrollada por Stinkdigital & Neosperience y su diseño creado por Thea Lorentzen. La descarga era gratuita pero sólo estaba disponible para móviles Apple. *Sombody* es una plataforma para enviar un mensaje a un amigo pero en vez de que este lo reciba, una persona desconocida que también utilice la app se encarga de transmitirlo a su destinatario, pero de forma verbal a través de un encuentro real. Esto es, el usuario envía el mensaje a un amigo que utilice la App, pero en vez de él, lo recibe un extraño, que a través de la tecnología GPS implantada localiza al destinatario original y lo entrega oralmente cara a cara.



(Fig.8) El usuario puede elegir entre escribir (*Compose*) o entre escoger un mensaje para transmitirlo (*Floating*). (Fig.9) Mapa en el que se especifica la posición del desconocido al que se ha de transmitir el mensaje

El emisor puede elegir la manera en la que se debe transmitir: gritando, cantando, susurrando, junto con un abrazo etc. Para ello, el programa cuenta con un menú decidido por July, pero el mismo usuario tiene la posibilidad de determinarlo. A la hora de realizar la acción, el desconocido toma el rol del mensajero original, se presenta con su nombre y lo recita de la manera que es descrito. *Somebody* crea una relación que posiblemente, sin

<sup>65</sup> Abreviación inglesa para referirse a las aplicaciones.

<sup>66</sup> Una segunda versión fue lanzada en abril del 2015.

<sup>67</sup> Miu Miu, presentó la aplicación a través de un cortometraje, de la serie “Women’s Tales stories” en el Festival de Cine de Venecia del mismo año. Ver: <https://www.youtube.com/watch?v=iz13HMsvb6o> [Consulta: 20-01-2016.]

la mediación de esta, nunca hubiese sucedido. Después de haberlo recibido el receptor puede puntuar al emisor.

Casi toda la experiencia sucede fuera de la aplicación y según apuntan desde Miu Miu “the most high-tech part [...] is in the users who dare to deliver a message to stranger”<sup>68</sup>. Estas acciones tienen un carácter insólito y la emisión puede ser ineficaz, como señala la artista. Estas circunstancias deben alentar al cuestionamiento de las relaciones humanas y el modo en que tenemos de comunicarnos<sup>69</sup>. Al fin y al cabo se envía un guion y es el mensajero el que ha de intentar transmitir este de la manera más fidedigna posible. Como ella indica, lo más interesante de la experiencia sucede más allá de la App, y es que para July no se trata de un proyecto sólo sobre la comunicación, puesto que en el siglo XXI estamos hiperconectados<sup>70</sup>, sino sobre la oportunidad de crear una relación entre dos personas que no se conocían, en esa relación específica que se da gracias a *Somebody*. Esta situación extraordinaria tiene mucho que ver con la naturaleza humana dada su imprevisibilidad e imperfección. July pretende que los usuarios den un giro a su rutina diaria y exploren otro tipo de relaciones, puesto que según apunta, hoy en día es posible evitar el contacto real entre humanos por los avances tecnológicos y la variedad de Apps disponibles<sup>71</sup>. En una entrevista por Alicia Eler para Artsy describe que su intención a través de este proyecto es crear una ruptura en las dinámicas comunicativas y expresivas generadas por la gran presencia de tecnología digital en nuestras vidas<sup>72</sup>.

La primera versión de la aplicación no funcionó a la perfección, pero estos errores convirtieron, según la creadora, *Somebody* en algo más humano. De la misma manera, la reacción negativa y las dudas que surgieron entre varios de los usuarios también tiene mucho que ver con nuestra existencia, tanto el escepticismo como la incompreensión son

---

<sup>68</sup> “La más alta tecnología [...] está en los usuarios que se atreven a transmitir un mensaje a un desconocido”, traducción propia, ““Somebody” by Miranda July”, *Womens’s Tale n°8, Miu Miu*

<sup>69</sup> Traducción propia, “#BBCTrending: How Miranda July’s Somebody app really Works”, *BBC News* (2014).

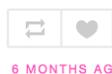
<sup>70</sup> “Miu Miu Women’s Tales #8: Somebody...” *Televisionet.net*, (2014).

<sup>71</sup> “Miranda July”, *Believer*, num°130, Otoño (2015).

<sup>72</sup> July habla de “desconexión, disociación y alineación que son comunes en la era digital”, traducción propia, ELER, A., “Miranda July on Killing Somebody”, *Artsy Editorial*, (2015).

respuestas naturales a situaciones desconocidas y estas son parte de la experiencia propuesta por July<sup>73</sup>.

Varios museos han colaborado con la artista para crear un espacio donde la acción de *Somebody* pueda suceder invitando a los visitantes de los museos a utilizar la aplicación. Entre ellos, Los Angeles County Museum of Art, The New Museum, Museo Jumex (México D.F.) etc. Desde la página oficial Miranda July invitaba a los más intrépidos a enviar sus vivencias, para ello se utilizó el *hashtag* #somebody<sup>74</sup>.



From Amy in Ohio:

"I made the decision to propose to my girlfriend through the somebody app."

(Fig.10) Una usuaria de la App comparte su experiencia a través del Tumblr oficial de la aplicación.

<sup>73</sup> “#BBCtrending: How Miranda July’s Somebody app really Works”, *Op. cit.*

<sup>74</sup> Estos testimonios se publicaron en el Tumblr de la aplicación. Ver: <http://somebodyapp.tumblr.com/> [Consulta: 16-12-2015.]

La artista contempla la obra como una unidad entre acciones reales y virtuales<sup>75</sup> dado que Internet es sólo el vínculo necesario para generar situaciones fuera del ciberespacio. La aplicación se desactivó el 31 de octubre de 2015. El proceso duró desde la salida a la desconexión de la App y todo este procedimiento, que fue parcialmente documentado – puesto que parte de la acción sucede en la vida real-, según July es comparable a la performance en un museo<sup>76</sup>.

*Somebody* es un proyecto artístico que juega con las interacciones entre desconocidos que son sólo posibles gracias al contacto inicial que se da en la red. La acción finaliza en el encuentro real, este momento es único e irrepetible y es necesario para finalizar el proceso. Algo tan simple como teclear en el móvil crea una situación que llevará a otros posibles movimientos del que pueden surgir otros más allá. A través del primer contacto en el ciberespacio se abre la posibilidad para crear eventos en la realidad no virtual, se entiende como un vínculo entre el ciberespacio y el mundo real. Por lo tanto, *Somebody* da vida a una relación que sucede en un mundo totalmente ilusorio, el ciberespacio<sup>77</sup>.

Tras analizar las propuestas de ambas artistas nos percatamos de que la red sirve como medio de comunicación y como unión entre estas dos realidades, así como de archivo y método de promoción y seguimiento de la acción. Internet se convierte en material y en una herramienta con multitud de funciones que son necesarias para la existencia de estas obras.

Tanto García como July utilizan diferentes sujetos para llevar a cabo dos performances que no tendrían sentido sin la implicación del público. En el caso de *Beggar's Opera* gran parte de los asistentes ignoran estar participando en una obra artística, en cambio, todos los usuarios de *Somebody* son conscientes de ello, aunque los receptores de los mensajes desconocen el momento en el que van a recibir uno, que no siempre han de recibir. Estas incógnitas y fusión entre actuación y realidad son clave en ambos procesos.

---

<sup>75</sup>Página web: Somebody.

<sup>76</sup> ELER, A., “Miranda July on Killing Somebody”, *Op. cit.*

<sup>77</sup>WEILER, L., “Somebody Wake Me Up Please”, *Filmmaker*, (2015).

#### 4. CONCLUSIÓN

Esta nueva realidad se ha introducido en nuestro mundo generando miles de cambios de los que parece que aún no somos conscientes. A través de este trabajo sólo he podido aproximarme a algunos de estos, pero esta aproximación evidencia que Internet se ha infiltrado en todos los aspectos de nuestra sociedad. La red ha de ser considerada como parte de nuestro mundo, debemos aprender a sacar el mayor provecho de las herramientas que nos ofrece puesto que nos es casi imposible renunciar a ella.

Podrían escribirse miles de páginas tan sólo analizando la manera en que Internet ha afectado al microcosmos de un individuo. La red es una ventana a un nuevo universo en el que los sujetos tienen el control. Todo aquel con conexión es ciudadano del ciberespacio. Esta globalidad y la democratización que se da a través del medio nos adentra en nuevos recorridos y nos da la posibilidad de entablar relaciones de una manera directa y muchas veces anónima. En la red somos capaces de generar información y de expresarnos con total libertad creando nuestro propio mundo. Asimismo nos brinda la oportunidad de informarnos y de acceder a espacios totalmente desconocidos siendo también una fuente de conocimiento. Es una herramienta en la que podemos comparar fuentes y debatir con otros individuos. Nuestra voz tiene un alcance global aunque muchas veces se reducirá a un simple eco dentro de este universo que se va expandiendo cada segundo.

Este nuevo rol de los sujetos ha afectado de manera directa a los museos. Estas instituciones que trabajaban desde dentro para salir hacia afuera están explorando este nuevo sistema comunicativo para trabajar desde fuera hacia adentro. De esta manera la opinión de los internautas es tomada en consideración para poder trabajar en propuestas novedosas. Gracias a esta globalidad que proporciona la red es posible vislumbrar de manera más real las diversas opiniones que forman nuestra sociedad. Por otro lado, no hay mejor publicidad que la que los mismos usuarios hacen, y en el ciberespacio esta tiene una proyección mucho mayor. Los sujetos nos convertimos en críticos, en jueces y en publicistas en este nuevo sistema.

La cuestión de Internet es también tratada en la obra de diversos creadores. Es indudable que está modificando todo nuestro universo y es por ello que trabajar este concepto es una respuesta natural por parte de los artistas. Como se puede observar a

partir de las obras de Dora García y Miranda July, acciones virtuales tienen repercusión en la vida real, de manera que toda acción cibernética afecta también la realidad que nos rodea. La red sirve como vínculo para fusionar acciones ilusorias simuladas en un espacio ajeno al nuestro y el contacto real en la realidad no virtual, de modo que se convierte en un material más de estas creaciones. Es posible entender también que estas acciones alteran la desconexión que sufre el internauta y que quizá son también una llamada de atención sobre el uso excesivo de Internet. Este tipo de aportaciones indican una creciente corriente que arrastra a múltiples artistas a observar las posibilidades que brinda el ciberespacio en las diferentes relaciones entre individuos. De la misma manera, ambas propuestas reflejan la importancia que los movimientos sociales producidos en la red tienen en esta era tecnológica.

Esta nueva realidad arroja miles de preguntas en torno al futuro del arte en esta era globalizada. Como señalan varios autores, tanto el concepto de Arte como el de Artista están adentrándose en una crisis profunda, pues es indudable que la realidad virtual produce una sensación de libertad a la que muchos sujetos se adhieren para abrir su propio camino. ¿Si cualquier individuo puede moverse con total libertad a través de esta ágora, quién marca sus límites? Estas son sólo otras de las muchas cuestiones que es posible estudiar pero escapan a las posibilidades de este trabajo y de un solo proyecto. Es evidente que la inestabilidad e incertidumbre comienzan a manifestarse en todos los sectores de la sociedad, incluido el artístico.

## 5. BIBLIOGRAFIA

AUKSTAKALNIS, S. y BLATNER, D., *El espejismo del silicio. Arte y ciencia de la realidad virtual*, Barcelona, Página Uno, 1993.

BAUMAN, Z., *Arte, ¿Líquido?*, Madrid, Sequitur, 2013.

- *Tiempos líquidos. Vivir en una época de incertidumbre*, Barcelona, Tusquets, 2007.

BENITO LÓPEZ, V., *Educación, tecnología digital y patrimonio cultural. Para una educación inclusiva*, Gijón, Ediciones Trea, 2014.

BELLIDO GRANT, M.L., *Arte, Museos y nuevas tecnologías*, Gijón Ediciones Trea, 2001.

CARRILLO, J., *Arte en la red*, Madrid, Cátedra, 2004.

DYAZ, A. Y ARAGONESES, J., *Arte, Placer y Tecnología*, Madrid, Anaya Multimedia, 1995.

GARAY GUTIERREZ, S., *Integración Social Digital, Social Media Internet*, Imagen Digital, México D.F., 2010.

GREENE, R., (Traducción de Remedios Zafra del texto original “Web Work a History of Internet Art” *ARTFORUM International*, nº 9 Mayo (2000), pp. 162-167, 190  
[http://aleph-arts.org/pens/greene\\_history.html](http://aleph-arts.org/pens/greene_history.html) [Consulta: 13-12-2015.]

IRURETARGOIANA LABEAGA, Z. y ELORZA IBÁÑEZ DE GAUNA, C., “Flujos entre ficción, real, virtual en el trabajo artístico de Dora García y Jonathas de Andrade”, II Congreso Internacional de Investigación en Artes Visuales. |< real | virtual >| ANIAV, Valencia, 25-06-2015  
<http://ocs.editorial.upv.es/index.php/ANIAV/ANIAV2015/paper/viewFile/1062/536>  
[Consulta: 16-12-2015.]

KAC, E., *Telepresencia y Bioarte. Interconexión en red de humanos, robots y conejos*, Murcia, Cendeac, 2010.

ORDINAS, J.J., *Media Culture*, Barcelona, Acc L'Angelot, 1994.

RODRÍGUEZ IBÁÑEZ, M., *Cómo la Red ha cambiado el arte*, Gijón, Trea, 2012.

## 5.1. REFERENCIAS DE PRENSA

ABC, ““Selfie”, una nueva estrategia para divulgar el arte en Italia”, Italia (19-10-2014). <http://www.abc.es/cultura/arte/20141019/abci-selfie-italia-galeria-nacional-201410181831.html>

BBC, “#BBCTrending: How Miranda July’s Somebody app really Works”, USA (09-09-2014). <http://www.bbc.com/news/magazine-29089737> [Consulta: 20-01-2016.]

BELIEVER, “Miranda July”, *Believer*, San Francisco numº130 Otoño (2015). [http://www.believermag.com/issues/201511/?read=interview\\_july](http://www.believermag.com/issues/201511/?read=interview_july)

BERENGUER, M., “Entrevista a Dora García: La crisis es un estado habitual en los artistas, nunca hemos tenido épocas de bonanza”, *Crisis Jornadas ELP*, XVI (23-09-2015), <http://crisis.jornadaselp.com/entrevistas/entrevista-a-dora-garcia-la-crisis-es-un-estado-habitual-en-los-artistas-nunca-hemos-tenido-epocas-de-bonanza/> [Consulta: 09-01-2016.]

CHAMPIONS, M., “Presenting your latest favourite new Tumblr – The Museum of Selfies”, *The Independent*, UK (2014). <http://i100.independent.co.uk/article/presenting-your-latest-favourite-new-tumblrthe-museum-of-selfies--lkmLwhFmDx> [Consulta: 21-01-2016.]

ELER,A., “Miranda July on Killing Somebody”, *Artsy*, (30-10-2015). <https://www.artsy.net/article/artsy-editorial-miranda-july-killed-somebody> [Consulta: 21-01-2016.]

NEW MUSEUM, “Somebody: a new messagin service by Miranda July”, *New Museum*, USA (27-08-2014). <http://www.newmuseum.org/exhibitions/view/somebody-a-new-messaging-service-by-miranda-july> [Consulta: 21-01-2016.]

NEW MUSEUM, “Somebody: an evening with Miranda July”, *New Museum*, USA (10-09-2014). <http://www.newmuseum.org/calendar/view/somebody-an-evening-with-miranda-july> [Consulta: 21-01-2016.]

PHILLIPS, S. Y SALFIELD, A., “Miranda July: “Strangers are exciting because you’re new each time with them””, *The Guardian*, UK (19-12-2011) <http://www.theguardian.com/commentisfree/video/2011/dec/19/miranda-july-video-interview> [Consulta: 20-01-2016.]

RAWY, M., “London Fashion Week: Burberry makes history with world’s first start-studded catwalk streamed live in 3D”, *Dailymail*, UK (25-10-2010). <http://www.dailymail.co.uk/femail/article-1253171/London-Fashion-Week-Burberry-set-stream-worlds-catwalk-live-3D.html> [Consulta: 20-01-2016.]

TELEVISIÓ ESPANYOLA, “#BarcelonaDigitalArt”, L’informatiu Cap de Setmana, Televisió Espanyola, (03-08-2014), <https://vimeo.com/102546330> [Consulta: 09-12-2015.]

TELEVISIONET.TV, Miu Miu Women’s Tales #8: Somebody...” Televisionet.net, (31-08-2014), <https://www.youtube.com/watch?v=6wL00E80VQM> [Consulta: 20-01-2016.]

WEILER, L., “Somebody Wake Me Up Please”, *Filmmaker*, USA (21-01-2015). <http://filmmakermagazine.com/92390-somebody-wake-me-up-please/> [Consulta: 20-01-2016.]

## 5.2. FUENTES

BIG BANG DATA, <http://bigbangdata.cccb.org/es/big-bang-data/> [Consulta: 16-12-2015.]

COHEN, S., *The Innovation of Loneliness*, (7-2013), <http://www.shimicohen.com/The-Innovation-of-Loneliness> [Consulta: 16-12-2015.]

FLICKR, <https://www.flickr.com/about> [Consulta: 16-12-2015.]

GOOGLE, <https://www.google.es/adwords/> [Consulta: 16-12-2015.]

INSTAGRAM, <https://www.instagram.com/about/us/> [Consulta: 16-12-2015.]

MIU MIU: “”Somebody” by Miranda July”, *Womens’s Tale nº8*, Miu Miu  
[http://www.miumiu.com/en/women\\_tales/8/app](http://www.miumiu.com/en/women_tales/8/app) [Consulta:15-12-2015.]

SOMEBODY, <http://somebodyapp.com/> [Consulta:20-01-2016.]

TWITTER, <https://about.twitter.com/company> [Consulta: 20-01-2016.]

THE BEGGAR’S OPERA, <http://www.thebeggarsopera.org/intro> [Consulta: 16-12-2015.]

THE JOHNNY CASH PROJECT, <http://www.thejohnnycashproject.com/#>  
[Consulta:16/12/2015.]

