

## Número 16 | Septiembre de 2011

## Estudios de Arte

- Investigación
- Ensayo
- Reseñas de publicaciones

## Panorama de Arte

- Entrevistas
- Exposiciones
- Premios y acontecimientos

## Noticias de la AACA

- Asamblea General
- Junta Directiva
- Otras actividades

CRÉDITOS

BUSCADOR



➤ Revistas Anteriores

➤ Enlaces de Interés

➤ Último Número

Revista Número 16 | Estudios de Arte | Ensayo | Producción, re-producción, post-producción



## Producción, re-producción, post-producción

*La culminación de los procesos de desaturización de la obra artística en el contexto de las nuevas tecnologías.*

### Resumen:

*El paradigma estético contemporáneo podría estar representado por los procesos de "postproducción", procesos que Nicolas Bourriaud detecta en algunas prácticas actuales cuyo valor artístico se reduce a la capacidad para reeditar y apropiarse de materiales artísticos preexistentes, así como de cualquier otro producto cultural que el artista, que deja al lado la figura del genio creador para acercarse a la del usuario "prosumidor", se encargue de rescatar, modificar y estetizar, llevando hasta sus últimas consecuencias la lógica duchampiana del ready-made.*

*La estética de la postproducción cobra ahora especial relevancia gracias a las herramientas facilitadas por las nuevas tecnologías. Sin embargo, para comprender correctamente el modo en que operan los mecanismos de apropiación y postproducción artísticos contemporáneos sería necesario establecer una genealogía de dichos mecanismos que debería remontarse a otros momentos de la Historia del Arte en los que también se abogó por la desaturización benjaminiana de la obra de arte, tales como el productivismo soviético o el pop-art, movimientos que radicaban el valor de la práctica artística respectivamente en las nociones de producción y reproducción.*

### Abstract:

*The contemporary aesthetic paradigm may be represented by the processes of "post-production" that Nicolas Bourriaud detected in some current practices whose artistic value is reduced to the ability to reissue and to appropriate pre-existing art materials as well as any other cultural product that the artist (who leaves the figure of the creative genius to approach to the figure of user "prosumer") edit and aestheticize leading to the end the Duchamp's logic of the ready-made.*

*The aesthetics of post-production nowadays takes a special significance thanks to the tools that the news technologies provide. Nevertheless, in order to understand properly how works the mechanisms of appropriation and post-production of the contemporary art, it would be necessary to establish a genealogy of these mechanisms. To achieve this, it should be required go back to another times of the History of Art when the artistic practices also advocated the Benjamin's forgoing of the aura of the artistic work, such as the Sovietic productivism or the Pop Art, artistic movements that lay the value of the artistic practice in the notions of production and reproduction respectively.*

**Palabras clave castellano:** arte apropiacionista, postproducción estética, productivismo, arte pop, cultura amateur, redes sociales, prosumidor.

**Palabras clave inglés:** appropriation art, aesthetic postproduction, productivism, pop art, amateur culture, social networks, prosumer.

[Foto de Portada: Imagen publicada por un usuario de la red social Tumblr en referencia al vídeo *CAN'T HUG EVERY CAT – a song about loving cats* (2011), un vídeo subido a Youtube por el usuario schmoyoho, que alude a uno de los últimos fenómenos de Internet, el Nyan Cat, un gato-tostada que vuela por el espacio, y que reedita y se apropia irónicamente del vídeo de presentación de una usuaria de eHarmony (una red social de citas) que se declara amante de los gatos].

El productivismo, corriente artística surgida en el contexto de la Rusia soviética y estrechamente ligada al constructivismo, fue una de las manifestaciones de vanguardia que con más claridad encaró la posibilidad de despojar a la obra de arte de su valor aurático, al facilitar un acercamiento del objeto artístico al ámbito industrial, debido a su interés por enfocar el arte hacia la producción de objetos "reales" de uso cotidiano. La intención de fusionar la industria y el arte, además de que respondía claramente al proyecto de poner el arte al servicio de una ideología política concreta, la del régimen soviético, tenía como objeto transformar la producción estética en un elemento más asequible a la mentalidad proletaria, resumiéndose este interés en boca de algunos autores asociados al productivismo como la necesidad de acercar el arte a la "vida".

Para alguno de estos autores, como Lunacharski (1875-1933), crítico y literato que después de la Revolución de Octubre (1917) pasó a presidir el Narkompros (Comisariado Popular para la Instrucción Pública, una suerte de Ministerio de Educación del régimen soviético), ningún arte podría acercarse más a la vida que el arte de la producción, un arte que era depositado en manos del proletario para convertirse simultáneamente en medio instrumental y obra manufacturada de la producción industrial. Entendido en estos términos, el telos artístico cobraba una dimensión meramente utilitaria. Para Simón Marchán, con tales pretensiones, el productivismo estaba anunciando la muerte del arte en manos del trabajo y la técnica (Marchán, 1995).

El productivismo se encargó de reorientar el arte hacia actividades como el diseño textil o el diseño de mobiliario, impregnando al arte de una conciencia productiva que tuvo lugar en gran medida por la importancia que este movimiento, al igual que el constructivismo, otorgó a la técnica. Ambos movimientos obtuvieron una inspiración directa del mundo de la máquina y de los

principios de la producción mecanizada, siendo la tecnología industrial, de reciente aparición, un elemento que proporcionó una fuente directa de inspiración para este tipo de arte. Al igual que sucedía con el futurismo, la máquina, la velocidad y el movimiento se convirtieron en temas de interés en estas corrientes estéticas. En el constructivismo, se llegaban a utilizar materiales reales procedentes del mundo de la moderna tecnología, como sucedía con las construcciones de Tatlin.

No obstante, sería el productivismo el encargado de culminar con este culto a la máquina al condensar la influencia del mundo industrial reduciendo el acto creativo a un gesto prácticamente maquinal, con el concepto de “arte como producción”. Ya en 1905 se había desarrollado en Rusia una polémica acerca de la relación entre arte e industria, impulsada por las ideas del crítico Strakhov, quien en su conferencia *La tecnología y la belleza de la vida* se había encargado de señalar la urgencia de encarar conjuntamente el potencial de la producción de masas y las necesidades estéticas del entorno cotidiano. Strakhov concluía apuntando que los artistas debían recibir una formación técnica, y los técnicos una formación estética. En realidad, proponía la necesidad de una mayor porosidad de las barreras entre arte y técnica. De este modo, las propuestas utópicas de William Morris, quien en la segunda mitad del siglo XIX promulgaba que la expresión del trabajo humano debía ser entendido como expresión artística, eran introducidas en Rusia en términos industriales. Estas consideraciones serán tenidas en cuenta por estamentos oficiales del régimen soviético como el IZO (Departamento de Bellas Artes, dependiente del Narkompros), que se sumó a la propuesta de un arte de la producción, lo que implicaba una completa fusión de los aspectos artísticos y tecnológicos del proceso de producción. Como veremos, esta fusión se personificaba en la figura de un artista-productor.

Una de las propuestas más significativas que introdujo el productivismo fue la de abolir la ficción creadora del arte, introduciendo en su lugar la idea del arte como “producción”. El proceso de *fabricación* de la pieza de arte, en una sociedad comunista, se despojaba por completo de la carga genial del artista, y la pieza artística perdía gran parte de su función descriptiva, para adquirir un cariz “prescriptivo” y un potencial transformador. El arte no debía describir la realidad, sino cambiarla, alterarla, hoy diríamos performativamente, en función de unas consignas que corrían parejas a los intereses de los estamentos oficiales.

En 1921 el IZO publica una serie de artículos bajo el título *El arte en la producción*, inspirados en la necesidad de transformar los procesos de producción y la vida misma a través del arte. De esta premisa se deducía que el obrero había de acercarse de un modo participativo al proceso creativo de la producción del objeto, dejando de ser un mero ejecutor mecánico. Pero también el artista deja de ser tal, para pasar a ser un editor, un productor. Artista y obrero son términos susceptible de ser interpolados, casi homónimos: un estado soviético, tal como explica Walter Benjamin en su texto *El autor como productor* (1934), no destierra al artista, como el estado platónico, pero sí lo asimila a los procesos de producción para neutralizar los excesos del genio creador.

Así, los productos del artista han de tener, antes que una intención creativa, una intención funcional, política e instructiva, una “función organizadora”. Como explica Juan Martín Prada (2001), esto podría guardar una relación directa con el temor de Karl Marx a que el talento individual reprimiera el talento artístico de las masas; en el contexto soviético se propone que el intelectual se sitúe en la base del proceso de producción para ocupar una posición adecuada en la lucha de clases.

El proceso que limita el genio del artista es un proceso simétrico a la introducción del lector y el espectador (o como el propio Benjamin dice, del consumidor), en los procesos de producción. La colaboración del consumidor en los procesos de producción y la limitación del potencial genial del artista convergen en un mismo punto.

Los ideales productivistas son retomados por Benjamin en su descripción de un proceso de refundición de las formas artísticas y políticas en el que las contradicciones terminológicas hasta entonces operantes dejan de ser efectivas: se produce la convergencia de la crítica y la producción, del lector y del escritor, de la educación y la política. Más adelante apuntaremos el modo en que la utopía productivista y benjaminiana de la fusión del consumidor y el productor parece verse encarnada en la figura del “prosumidor”, neologismo que hibrida ambos términos para hacer referencia a los consumidores en el contexto del capitalismo terciario.

Décadas más tarde del desarrollo del productivismo, el pop-art, un movimiento artístico por completo ajeno al anterior, y que reflexionaba con ironía sobre su contexto socioeconómico, al tiempo que se relaciona perversamente con los medios de producción capitalistas, se encargó de transmutar el ideal productivista del arte como producción en el del arte como reproducción, heredando no obstante la consigna latente en el productivismo de desproveer al arte de su aura creativa. El pop-art, como depositario del gesto duchampiano que instalaba la banalidad en el arte, se hizo partícipe de forma implícita e inconsciente del proyecto productivista que privaba al artista de su función de genio creador, esta vez sirviéndose de paradigma de otro de los procesos descritos por Walter Benjamin mediante los cuales se atrofia el “aura” de una obra de arte: a través de sus sucesivas reproducciones.

En su ensayo *La obra de arte en la época de su reproductibilidad técnica* (1936), Benjamin analiza el modo en que opera la obra artística en aquellas condiciones de producción que dejan de lado el valor de la creación y de la genialidad. Asume que la pieza de arte siempre había sido susceptible de ser reproducida (tradicionalmente los alumnos de los grandes maestros se encargaban de copiar sus obras) pero señala el salto cuantitativo de esa reproducción, que se transforma en un salto cualitativo: la multiplicidad de las reproducciones a las que se somete a la obra artística con el surgimiento de nuevas tecnologías altera cualitativamente sus condiciones de producción y recepción. Gracias a la aparición del “primer medio de reproducción de veras revolucionario, a saber, la fotografía” (Benjamin, 1989: 26), la reproducción técnica alcanzó un desarrollo tal como para convertirse en el propio tema del arte. El medio es el mensaje, como reza el famoso slogan de Marshall McLuhan (2009), lo cual vendría a decir que el nuevo medio reproductivo de la obra artística es el propio mensaje de dicha obra. La reproductibilidad del arte se vuelve su propio tema, poniendo con ello en cuestión el concepto de originalidad. Mientras que antiguamente el valor de lo auténtico era especialmente apreciado, esa autoridad de lo originario desaparece por el imparable desarrollo de la reproducción técnica. Benjamin pone el ejemplo de las placas fotográficas, que permiten múltiples copias de una misma imagen, y en cuyo caso es irrelevante preguntarse acerca del original (el negativo), puesto que éste no tiene valor.

La norma de la autenticidad, pues, fracasa, quedando por completo trastocada la función creativa del arte. Esto se hace evidente en todas aquellas manifestaciones artísticas que se producen a través de técnicas que permiten su reproducción indefinida

(fotografía, fotograma, más adelante imagen digital), pero el caso del pop-art es paradigmático, puesto que incluye estrategias metadiscursivas que no sólo aluden autorreferencialmente a la reproducibilidad del objeto artístico sino, además, a la producción en serie y a la reproducción infinita de los objetos de consumo que representa, otorgando al objeto artístico el mismo estatus que a dichos bienes de consumo, acercando el arte, una vez más, a las masas y a la vida.

En la era de la reproducción técnica de la obra de arte, el pop-art parece el abanderado ideal de ese proceso mediante el cual se atrofia el "aura" de las manifestaciones artísticas: "Al multiplicar las reproducciones, [el arte] pone su presencia masiva en el lugar de una presencia irrepetible" (Benjamin, 1989: 22) La reproducción le gana terreno a lo irrepetible. En ese momento, el arte se vuelve imagen, copia, reproducción, simulacro.

Podríamos aseverar que las prácticas propugnadas por el pop-art se integraron de forma determinante en la postmodernidad, incluso podríamos aventurar que perviven en el contexto contemporáneo (el que algunos aún califican de postmoderno). Para Douglas Crimp el paso del arte de la producción al arte de la reproducción es una de las características definitorias del postmodernismo, estadio artístico en el que la ficción del sujeto creador cede el sitio a la acumulación y repetición continuada de las imágenes, socavando así las nociones de originalidad y autenticidad (Crimp, 1993). No obstante, no sería necesario pensar que la época de la reproducibilidad técnica desplaza por completo a la época de la productibilidad técnica. El momento estético actual podía entenderse como una síntesis de ambas. En el momento contemporáneo la desaturización de la obra artística se lleva a cabo gracias al doble movimiento de acercar el objeto artístico a la vida y de reproducir dicho objeto indefinidamente.

Parece revelador comprobar hasta qué punto la figura del prosumidor (neologismo surgido de la combinación de los términos productor y consumidor), ubicado en el contexto del capitalismo tardío, y que convive con la proliferación de la imagen reproducida y reproducible, refleja al mismo tiempo los ideales estéticos productivistas: el prosumidor contemporáneo es, de nuevo, el resultado de la inclusión del consumidor en los procesos de producción, así como la consecuencia de la aparente amateurización del arte, relacionada directamente con la degradación de la figura genial del artista. La profética intuición de Benjamin de que el consumidor habrá de integrarse en los procesos de producción, no sólo industriales, sino artísticos, cobra hoy una especial relevancia cuando nos percatamos de la ósmosis que se ha llevado a cabo entre las figuras del consumidor y el productor.

Resulta sugerente pensar que en el contexto del capitalismo terciario, el sistema económico capitalista sea capaz de integrar las estrategias político-estéticas del comunismo, gracias a (bio)políticas económicas como la del *do it yourself*, donde el consumidor, al igual que el proletario en el productivismo, forma una parte decisiva de los procesos creativos e industriales. La dinámica de autoservicio, la mentalidad McDonalds, la lógica de Ikea, la del sírvase usted mismo, del móntelo usted mismo, que dicta que el producto no está listo para ser consumido hasta que el usuario invierte cierto tiempo de trabajo en completarlo, parece comprender también a algunas prácticas artísticas, especialmente gracias a las posibilidades que brindan las nuevas tecnologías.

En las redes sociales, como es el caso de Youtube, Myspace y Flickr, o incluso de Facebook, Twitter o Tumblr, se pone de manifiesto que el usuario prosumidor es el encargado de generar (o re-generar) los contenidos, a menudo poseedores de un gran valor artístico. Si otorgamos un valor estético a los contenidos generados por estos usuarios de redes sociales (los ejemplos de Youtube y Tumblr se nos antojan ciertamente contundentes), deberíamos concluir que dicho arte es llevado a cabo por una figura semejante a la del artista-proletario soviético, y que el capitalismo ha asimilado estructuras de producción estéticas que tienen su origen en el productivismo comunista.

En la actualidad, la figura del prosumidor se encarga de perpetuar la lógica del arte como producción, llevando a cabo al mismo tiempo operaciones de desaturización del arte a través de su reproducción infinita. Como hemos tratado de mostrar, el prosumidor podría ser un legado de los ideales estético-industriales del productivismo, pero no podemos obviar que el paisaje en el que dicho individuo se desenvuelve no es ya el del comunismo, sino que su actividad se enmarca en el escenario capitalista, escenario sobre el que reflexionan a menudo de forma irónica y perversa los objetos elaborados por el productor-consumidor, como ya hiciera el artista pop.

Este nuevo estadio estético deudor del productivismo y el pop-art estaría caracterizado no por la producción o por la reproducción, sino por la "postproducción", un término que al tiempo que integra y sintetiza ambos conceptos implica connotaciones sustancialmente novedosas.

Postproducción es un término que originalmente hace referencia al montaje cinematográfico o musical, al subtítulado y a los efectos especiales, pero que Nicolas Bourriaud aplica al campo de la producción artística. En su opinión, lo que muchos artistas hacen desde comienzos de los años noventa es postproducir: interpretan, reproducen o reutilizan conscientemente obras realizadas por otros autores, así como cualquiera de los productos culturales disponibles. Tales artistas insertan su propio trabajo en el de otros, contribuyendo a abolir por completo la antigua distinción entre creación y copia, producción y consumo, obra original y *ready-made*. Aunque podría pensarse que Bourriaud se refiere únicamente a artistas apropiacionistas institucionalizados como Levine o Morimura, a mi modo de ver, la indistinción que establece entre el "artista" consagrado y el usuario consumidor nos permite poner a un mismo nivel al artista apropiacionista y al prosumidor que opera en las redes sociales, puesto que ambos se encargan de "postproducir" aquellos fragmentos culturales extraídos de la marea de signos en la que navegan a la deriva (una deriva rimbaldiana, en el *bateau ivre* de la cultura espectacular contemporánea).

En el objeto artístico postproducido convergen los intereses productivistas que trataban de despojar al objeto estético de su valor artístico y de proceder a la destrucción de su aura acercando el arte al consumidor/proletario, con el gesto duchampiano del *ready made*, del que se hace partícipe el pop-art, un gesto apropiacionista que aunque en un principio también trataba de aniquilar el arte, fue interpretado de tal manera que dio lugar a la creencia de que toda la realidad era susceptible de ser estetizada. Ambos planteamientos, el que reduce el arte a la categoría de objeto cotidiano, y el que convierte a todo objeto cotidiano en una potencial pieza artística, confluyen en el paradigma de la postproducción, y si lo hacen es porque suponen una misma cosa: rebajar el objeto artístico hasta otorgarle el estatus de objeto cotidiano o industrial anula las posibilidades de una actividad artística diferenciada de la misma manera que lo hace la total estetización de la realidad (si todo es arte, en cierta manera, nada es arte).

En este momento, el objeto artístico queda despojado de todo valor aurático. Y también ha perdido su valor genial la figura del artista, que en su actividad postproductiva se iguala con la figura del prosumidor. Para ser estrictos, al menos en el plano estético (y sería posible preguntarse si no sucede lo mismo en el plano mercantil y económico), el prosumidor no es un “productor que consume” sus propios objetos producidos, puesto que no produce *ex nihilo* dichos objetos de consumo, sino que a través de operaciones de selección e hibridación de símbolos culturales (*sampleado, retweet, remake, cover, mash-up, reblog*) se encarga de (re)elaborar su objeto “artístico”. El prosumidor no sería, entonces, un “productor que consume”, sino un “postproductor que consume” los objetos postproducidos por él mismo y por otros, y por lo tanto podría ser conveniente, o sencillamente sugerente, simplificar y resumir esta enrevesada ecuación en el término “postprosumidor”, que presentamos sólo a modo de propuesta y con un valor puramente hipotético. Este término propone además un juego, si queremos, metadiscursivo, puesto que nada parece más apropiado para referirse a las estrategias de reedición y postproducción que postproducir y reeditar un vocablo preexistente, haciendo un neologismo del neologismo. Si el lector acepta este juego que aquí proponemos, ha de ser advertido de que el post- “postprosumidor” no trata de ubicar al prosumidor en un paisaje post-media, post-moderno o post-histórico (aunque quizás debiera), sino simplemente de introducir el matiz que nos traslada de los procesos de producción a los de postproducción.

Así pues, el *postprosumidor* (empleamos este término no tanto con el objetivo de ratificarlo, sino más bien con intención de simplificar nuestros enunciados cuando nos referimos específicamente a los usuarios que al tiempo que son consumidores de contenidos, no sólo producen dichos contenidos sino que aluden con ellos a otros objetos culturales) cesa de buscar una genialidad creativa inexistente: no trata de crear algo a partir de un material en bruto, sino de trabajar con elementos que circulan en la cultura.

Si el artista productivista se convertía en un editor, el postprosumidor se convierte en un programador, en un dj, que se embarca en el juego cínico e irónico de la cita.

El paradigma del juego de citas, una de las estrategias de la postproducción, desvela una evidencia latente a lo largo de la Historia: que todo texto es susceptible de ser entendido como un juego de referencias a otros textos, como un hipertexto. Pone de manifiesto la visión de Roland Barthes de que todo texto es en realidad un conjunto de citas extraídas del conjunto de la cultura. La postproducción supone, por tanto, “la muerte del autor”.

Al mismo tiempo, al abarcar a la totalidad de la cultura, que es vista como un compendio de citas, de extractos de textos que son sucesivamente deconstruidos y suplementados, montados y desmontados, cumple con la intuición benjaminiana de que el montaje dejaría de ser un proceso acotado para pasar a ser un acontecimiento humano.

La tarea del postprosumidor, en su faceta de dj cultural, se reduce al acto de seleccionar objetos culturales e insertarlos dentro de contextos definidos. Lo que el postprosumidor trata de hacer, en realidad, y siguiendo la tesis de Bourriaud, es orientarse en el caos cultural existente, consiguiendo establecer al tiempo nuevas relaciones con la cultura y las prácticas artísticas. La obras postproducidas “atestiguan una voluntad de inscribir la obra de arte en el interior de una red de signos y de significaciones, en lugar de considerarla como una forma autónoma u original” (Bourriaud, 2004: 13). El artista postproductor (el postprosumidor, si elegimos prescindir de la distinción artista/usuario), es en palabras de Bourriaud, un “semionauta”, que navega en una marea de significados. La pregunta deja de ser “qué puedo crear” para ser “cómo puedo operar con”. La obra contemporánea deja de ser vista como algo finito, terminado: puede ser postproducida indefinidamente; ya no es un producto individual, sino que es un eslabón más en una cadena infinita y rizomática de contribuciones. La cultura funciona así mediante una serie de injertos, paráfrasis, descontextualizaciones... estableciéndose un juego de referencias y de guiños culturales entre el consumidor y el artista, que se identifica plenamente como consumidor, solapándose ambas figuras.

Para Bourriaud, aunque podría parecer que la lógica del *mash up* (la hibridación), que es la que lleva a cabo la figura del postproductor, es una reacción crítica ante la superproducción de imágenes (en términos cronenberguianos, la sobredosis de imágenes), no es así. Todo lo contrario: el postproductor no vive la superproducción imaginaria como un problema, sino como un “ecosistema cultural”.

En este ecosistema de signos disponibles para el ejercicio a la vez productivo y reproductivo del postprosumidor, la apropiación se presenta como el verdadero paradigma de la postproducción. Ya no se trata de fabricar un objeto, sino de seleccionar uno entre los que existen y utilizarlo o modificarlo de acuerdo con una intención específica. Esta técnica tiene su génesis en el *ready-made*, que es llevado a sus últimas consecuencias con el apropiacionismo, una estrategia artística que propone la colectivización de la propiedad intelectual y de las formas estéticas; mediante el reprocesado, las obras pertenecen a todo el mundo. Nos dirige hacia una cultura en la que el *copyright* queda abolido; nos conduce, como el propio Bourriaud sugiere, hacia formas de “comunismo” estético e intelectual.

Si, como anunciaba Benjamin, la realidad se vuelve montaje, eso implica que podemos construir diferentes versiones de la realidad (y de ser así estaríamos entendiendo la vida como el simulacro de Baudrillard). El arte contemporáneo, que se instala por completo en la vida cumpliendo con la premisa productivista, se muestra así “como una isla de edición alternativa que perturba las formas sociales” (Bourriaud, 2004: 91), reorganizándolas. Para Bourriaud, el postproductor desprograma y reprograma la realidad, sugiriendo nuevos usos para las herramientas que se han puesto a su disposición. Habría que preguntarse, no obstante, hasta qué punto ressignifica verdaderamente esas herramientas, o si esta reprogramación no es una ficción, un juego propuesto por los proveedores de tales herramientas.

BAUDRILLARD, Jean (2006), *El complot del arte. Ilusión y desilusión estéticas*, Buenos Aires: Amorrortu.

BENJAMIN, Walter (1989), *Discursos interrumpidos I*, Buenos Aires: Taurus.

- BOURRIAUD, Nicolas (2004), *Postproducción*, Buenos Aires: Adriana Hidalgo.
- DELEUZE, Guilles y GUATTARI, Félix (2005), *Rizoma*, Valencia: Pre-textos.
- DEBORD, Guy (2008), *La sociedad del espectáculo*, Buenos Aires: La Marca.
- Del RÍO, Víctor (2008), *Fotografía objeto. La superación de la estética del documento*, Salamanca: Universidad de Salamanca.
- (2010) *Factografía, vanguardia y comunicación de masas*. Madrid: Abada.
- CRIMP, Douglas (1993), *On the museums ruins*, Cambridge, MIT Press.
- LODDER, Christina (1987), *El Constructivismo Ruso*, Madrid: Alianza.
- MARCHÁN FIZ, Simón (1995), *Las vanguardias históricas y sus sombras*, Madrid: Espasa.
- MARTÍN PRADA, Juan (2001), *La apropiación posmoderna. Arte, práctica apropiacionista y teoría de la postmodernidad*, Madrid: Fundamentos.
- MCLUHAN, Marshall (2009), *Comprender los medios de comunicación. Las extensiones del ser humano*, Barcelona: Paidós.

**Israel RONCERO**

Estudiante del Máster de Teoría y Crítica de la Cultura, Universidad Carlos III de Madrid.

Fecha de Entrega: 16/07/2011

Fecha de Admisión: 08/09/2011

<< volver



Plz Extremadura 8, of. 2, 22004 Huesca Tfno.: 678 436 313 [jpl@unizar.es](mailto:jpl@unizar.es)

**Normas para los autores**