

SUBJETIVIDADES OTRAS EN LAS MANIFESTACIONES ARTÍSTICAS EN REDES SOCIALES: FICCIONES Y REALIDADES

OTHER-SUBJECTIVITY IN ARTISTIC PRACTISES ON SOCIAL MEDIA: FICTIONS AND REALITIES

Henar Pérez Martínez

Universidad de Cádiz, España
henarpmar@gmail.com

Para citar este artículo:

Pérez Martínez, H. (2019). Subjetividades otras en las manifestaciones artísticas en redes sociales: ficciones y realidades. *Commons. Revista de Comunicación y Ciudadanía Digital*, 8(1), 156-185
<http://dx.doi.org/10.25267/COMMON.2019.v8.i1.05>

Fecha de recepción: 10/03/2019. Fecha de aceptación: 11/04/2019

Resumen

Uno de los elementos claves del desarrollo global de las tres últimas décadas es, sin duda, la expansión de la comunicación y su democratización. Internet y las redes sociales han jugado un papel fundamental, ofreciendo a los usuarios convertirse al mismo tiempo en creadores, productores, espectadores y consumidores de contenidos. Los artistas cuyas obras analiza el presente artículo utilizan las argucias que ofrecen las redes sociales para subvertir y reflexionar acerca de prácticas muy extendidas entre los usuarios de las plataformas sociales en internet. En muchas ocasiones, las relaciones sociales en línea pasan necesariamente por la compartición descontrolada de intimidad a través de la cultura *selfie* y de la autoproyección de una identidad digital. Se analiza, por tanto, una selección de manifestaciones artísticas que exploran la representación del yo y la creación de subjetividades otras en el entorno web 2.0 teniendo como plataforma principal de creación, distribución, comunicación y representación: la red social.

Palabras clave

Arte contemporáneo, redes sociales, subjetividad, autorrepresentación, globalización

Abstract

Throughout the last three decades, one of the main elements of global development has been democratization and, as a consequence, the spread of communication. The internet and social networking sites have allowed users to become creators, producers, spectators and, content consumers. Thus, the present article analyses the artworks of artists who use the strategies that social networking sites offer to subvert and reflect on the widespread practices of users on the internet on social platforms. In addition, online social relationships often undergo an uncontrolled sharing of privacy through selfie culture and self-projection of a digital identity. Therefore, a selection of artistic manifestations is examined in the web 2.0 environment. These artworks explore the representation of the self and the creation of other-subjectivity as its main creation, distribution, communication and representation platform: the social network.

Keywords

Contemporary art, social media, subjectivity, self-representation, globalization

1. Algunas ideas preliminares

El ingente desarrollo tecnológico de las dos últimas décadas y el protagonismo de internet y las comunicaciones *on-line* han confirmado la carrera hacia la “Aldea Global” que vaticinó Marshall McLuhan, ya en los años 60 del pasado siglo en su publicación *Understanding Media* (McLuhan & Powers, 1989). El propio contrasentido del oxímoron de una aldea global indica un espacio reducido, aparentemente abarcable por una comunidad que se ve subyugada a la veloz difusión de la información, constituyendo, así, lo local parte esencial de la propia comunicación global.

En sus reflexiones, McLuhan explora el impacto estructural de las tecnologías sobre la sociedad, dándose cuenta finalmente de que todos los medios de comunicación y tecnologías tienen una base fundamentalmente lingüística; pues en su esencia generan un tipo de lenguaje que proviene del afán del ser humano por extenderse a través de sus sentidos en el medio que le rodea, en definitiva, por comunicar. Bruce R. Powers recuerda que en una ocasión Marshall McLuhan le dijo:

La verdad no es copia. No es un rótulo ni una reflexión mental. Es algo que hacemos con el encuentro con el mundo que nos está haciendo. No tenemos sentido en el conocimiento y en la repetición. (...) Representación, no réplica. (McLuhan, 1989: 17)

Se puede percibir de las palabras de McLuhan que la comunicación tiene su base en la relación social, y las tecnologías son el medio, el lugar de encuentro donde relacionarnos. Además, contradice de manera clara y frontal la teoría platónica que afirma que este mundo es un reflejo imperfecto y defectuoso del mundo de la verdad y de las ideas.

En esta esfera global de internet, y específicamente de la web 2.0, las prácticas artísticas se llevan a cabo fuera de las instituciones artísticas y del elitismo propio de las megaexposiciones y ferias comerciales de arte (aunque sí tienen representación en estos espacios institucionalizados). Se podría decir que se rompe la barrera propia de la “institución-arte”. Sin embargo, esta perspectiva resulta un tanto reduccionista y simplificadora. Según Juan Martín Prada, los artistas que empezaron a trabajar en internet no solo buscaban salir del círculo mercantilizado del arte y cuestionar fórmulas como los procesos de “fetichización” que se les suponen a los sistemas de exhibición y comercialización del arte. Sin embargo, pocos de ellos estaban en contra del sistema del arte (Martín Prada, 2015: 18–21). Las prácticas artísticas que son objeto de estudio de este artículo tienen a las redes sociales y a internet como su principal medio de expresión de ideas, son ese vehículo que nos ayuda a relacionarnos. La tecnología y las plataformas sociales en línea intervienen al menos como mediadoras; no siempre son trabajos que hablen sobre el sistema-red (Martín Prada, 2015), sino que este es su campo de actuación, su herramienta principal para poder transmitir conceptos, lo que el pincel es al pintor.

1.1 Algunas aspiraciones de la investigación y fundamentación de las manifestaciones artísticas seleccionadas

La presente investigación se enmarca en un ámbito de estudio interdisciplinar y transversal y, por ello, se pretende interconectar doctrinas como la Teoría de la Comunicación, la Sociología, la Filosofía, la Teoría de la Imagen, la Estética y la Historia del Arte. Se considera que esta miscelánea de disciplinas es necesaria para abordar con éxito un tema de rotunda actualidad y que se encuentra en constante desarrollo y evolución.

Por otro lado, la autoría aspira a esclarecer cuestiones como la construcción de la identidad en las redes sociales; la creación de múltiples subjetividades en las que se diluye la veracidad y la especificidad del ser físico con la ubicuidad y lo etéreo de lo digital. Es en este asunto, donde la expresión “subjetividad otra” citada en el título del artículo se torna esencial para poner de manifiesto que se frecuenta la subjetividad desde la alteridad, es decir, la construcción de yoos alternativos, diversos y enfrentados al yo real (si es que existiese).

Las prácticas artísticas analizadas en la tercera sección de este ensayo han sido seleccionadas por resultar los casos más claros y representativos de cinco líneas de expresión de la subjetividad en la red social. Estos ejemplos se consideran paradigmas artísticos de la imaginación o invención de proyecciones de sujetos u objetos como “otros” y, sin embargo, atienden todos a una representación común que acabará siendo normativa. En primer lugar, Amalia Ulman crea, a través de su cuenta de Instagram, un estereotipo de la feminidad célebre, sobreexponiendo a su personaje a la crítica colectiva en red. Laís Pontes pone en marcha la imaginación colectiva y serán los usuarios los que creen estas subjetividades, prestándoles ella su propia imagen. Por el contrario, Intimidad Romero subvierte los anteriores procesos recurriendo a estrategias de ocultación. En cuarto lugar, Penélope Umbrico realiza una búsqueda masiva de imágenes online que, habiendo sido colgadas para distinguirse por su belleza o la singularidad de una mirada particular, terminan por confundirse en un sinfín de representaciones parejas. Por último, Lu Yang crea avatares surgidos de la hibridación de infinidad de referentes culturales nipones y chinos haciendo gala de un manejo absoluto de la tecnología y de la realidad virtual. El resto de referentes artísticos que aparecen a lo largo del texto contribuyen a una mejor comprensión de los supuestos expuestos.

En definitiva, por todo lo anterior, se considera que el método más eficaz para desentrañar estas cuestiones es a través de una disertación a modo de ensayo; metodología que se encuentra enraizada en la tradición de la Estética y la Filosofía del Arte.

2. Algunas cuestiones teóricas e ideológicas

La globalización estética es un proceso constitutivo de la sociedad contemporánea que hace referencia a los puntos de encuentro e intersecciones que las redes de comunicación globales, cada vez más desarrolladas e integradas, generan. Aunque la cultura global produce cierta descentralización y desterritorialización, los tránsitos culturales siguen siendo desiguales pues predominan los flujos direccionales Norte/Sur y existen escenarios preponderantes, persistiendo una dominación simbólica de los países del centro sobre los de la periferia. No obstante, la globalización es, a menudo, entendida como la manera definitiva de singularización, estandarización y homogeneización del mundo en favor del capitalismo y el neoliberalismo. En lo que atañe a la cultura y al arte, podemos encontrar códigos universales de representación que siendo análogos manifiestan multitud de diferencias. Al mismo tiempo, el proceso globalizador ha complicado las relaciones sociales. Las relaciones primarias o secundarias se establecen mediante vínculos directos interpersonales o bien suceden a través de roles desempeñados en la vida social en un contexto espacio-temporal específico. Ahora, el modo en que nos relacionamos, comunicamos o establecemos intercambios culturales es de carácter indirecto y se encuentra mediado por las tecnologías (García Canclini, 2012).

Rasheed Araeen considera que el multiculturalismo incipiente, al menos en la última década del siglo XX, era el gran obstáculo para generar un paradigma artístico internacional, pues contribuye a que los discursos estén asentados en las culturas originarias y la exotización que impide conseguir una cultura mundo (Fisher, 1994).

Se tiende a afirmar que solo las últimas generaciones han tenido acceso a una era global, siendo un fenómeno aún hoy en desarrollo. En la década de los noventa, comienzan a aparecer reflexiones que tratan de comprender la realidad multicultural en proceso, la visión creada desde Occidente de una proyección global de la idea de pluralismo cultural. El Nuevo internacionalismo (Fisher, 1994).

Por otro lado, con la llegada de la era posindustrial se transforman las estructuras de trabajo tradicionales, las actividades laborales se deslocalizan y se expanden de forma horizontal; ahora, la generación de redes internacionales de contactos ha perdido su halo simbólico (Gielen, 2014) y la expresión artística y la cultura no son ajenas a este fenómeno.

En el arte occidental del siglo XX hay numerosos movimientos que aluden al primitivismo del “otro”. El arte naif que trata de expresarse desde la mirada y el sentir de un niño aún por descubrir el mundo; el primitivismo que muestra su deseo de manifestarse como el otro no condicionado por la cultura occidental; en el surrealismo, el otro se revela a través del subconsciente; mientras que, en movimientos como el expresionismo abstracto, el informalismo en Europa o el *art brut*, el autor se desinhibe e identifica con el otro por medio de una gestualidad aparentemente espontánea. Sin embargo, en el arte de la era global, estas manifestaciones artísticas se distinguen por la autoconciencia de sí mismas y la integración de las especificidades culturales. Pese a esto, una sobreidentificación con el otro puede comprometer la otredad. En la clasificación de “el otro” cabe todo aquello que es distinto a nosotros mismos, todo lo que tenemos enfrente y no a nuestro lado.

Desde que en 1989 se celebrase en el Centro de arte Pompidou de París, la exposición *Magiciens de la Terre*¹, con un claro discurso anticolonialista y de carácter utópico; han sido muchas las exposiciones y megaexhibiciones que han aspirado a representar la globalidad estética, queriendo eliminar cualquier prejuicio distintivo en el mirar. Así, lo justifica Joaquín Barriendos:

1. <https://www.magiciensdelaterre.fr/>

En muy poco tiempo el mainstream trasegó su limitado territorio y se puso a la búsqueda de la periferia. La alteridad, lo exótico y lo diverso, en una palabra, lo Otro, como en los viejos tiempos del expansionismo colonial, suscitaron el interés de los museos, las galerías, las macroexposiciones y las ferias comerciales de arte contemporáneo. (...) La escenificación de lo multicultural se convirtió, en un abrir y cerrar de ojos, en la materia prima de toda exhibición internacional. (Barriandos, 2007: 166)

En 2009, se celebra la Trienal de la Tate Modern de Londres, *Altermodern*², en la cual Nicolas Bourriaud puso de manifiesto que la posmodernidad estaba llegando a su fin para dar paso a una altermodernidad emergente. Los focos centrales del arte se trasladan; la movilidad (real o virtual), el viaje, el intercambio identitario, la transnacionalidad, la hibridación cultural, y por supuesto, la alteridad, son los asuntos que ahora están en cuestión en la esfera artística global. Teniendo todos ellos en común una significación y un sentido transitorio. La principal aportación de *Altermodern* a la estructura establecida del arte es que invita a repensar la situación desde la perspectiva de una nueva era líquida, una nueva era que no es lineal y que se caracteriza por tres tipos de nomadismo: el espacial, el temporal y el semiológico (Bourriaud, 2009).

En este ámbito y en la actualidad global, las redes sociales juegan un papel fundamental. Las plataformas online de interacción social han contribuido a difuminar los límites entre el yo y el otro gracias a estrategias de representación y autorrepresentación ficticias que se presentan como realidades en este medio.

Resulta muy válido y oportuno recuperar aquí la aclaración que realizan Claudio Maldonado y sus compañeros sobre la comunicación-otra (en su caso refiriéndose a las tácticas de comunicación indígena). Este tipo de comunicación supone un nuevo abanico de posibilidades de significación y de relación y explican: “no se está aludiendo sólo a discursos oposicionales al sistema de medios hegemónicos, sino a innovadoras formas de representar la realidad desde la validación de la alteridad” (Maldonado Rivera, Velásquez Reyes & del Valle Rojas, 2015: 173). Se suscribe sin conjeturas.

2. <https://www.tate.org.uk/whats-on/tate-britain/exhibition/altermodern>

Así, el presente ensayo se centra en aquellas manifestaciones artísticas recientes que utilizan las redes sociales para inventar, imaginar, crear o identificarse con nuevas subjetividades, con identidades creadas específicamente en el entorno de la web 3.0³. Aquí, la “subjetividad otra” hace referencia a estas identidades inventadas por los usuarios para ser expuestas y percibidas como un yo-otro desde la perspectiva metafísica de la alteridad o la capacidad de ser otro. En 1961, Emmanuel Levinas, en su ensayo *Totalidad e Infinito*, expuso “la idea de lo Infinito en nosotros” (Levinas, 2002: 103).

El Infinito aparece como un espacio en el que poder desarrollar la alteridad, el lugar donde el ser puede trascender y expresar su exterioridad gracias a la infinitud de lo distinto. Levinas, justifica más adelante: “No es la insuficiencia del Yo la que impide la totalidad, sino lo Infinito del Otro” (Levinas, 2002: 103). Es por ello que, en este estudio, se han seleccionado algunas prácticas artísticas en las que el ser trasciende a sí mismo exteriorizándose en subjetividades otras.

Los individuos de la sociedad actual globalizada tienen la continua necesidad de identificarse, de proyectar la propia imagen y reconocerse en ella, pero esta acción resulta cada vez más ardua, pues las identidades no son estáticas, sino que se transforman a la vez que el individuo experimenta, aprende y avanza. Por ello, se deduce más abarcable un ejercicio de búsqueda de la diferencia.

3. La web 3.0 es el término que designa la evolución de la web 2.0 hacia una mayor interacción y participación de los usuarios en la red y que hace posible la creación de contenidos en línea sin necesidad del uso del navegador.

La búsqueda de identidad es la lucha constante por detener el flujo, por solidificar lo fluido, por dar forma a lo informe. Nos debatimos tratando de negar o al menos de encubrir la pavorosa fluidez que reina debajo del envoltorio de la forma; tratamos de apartar los ojos de visiones que esos ojos no pueden penetrar ni absorber. Sin embargo, lejos de disminuir el flujo, por no hablar de detenerlo, las identidades son semejantes a la costra que se endurece una y otra vez encima de la lava volcánica, que vuelve a fundirse y disolverse antes de haber tenido tiempo de enfriarse y solidificarse. (Bauman, 2006: 89)

En definitiva, la estética globalizada tiene que ver con la rápida obsolescencia y la constante regeneración en la que se desvanecen, no solo las obras de arte sino, cualquier cosa que está diseñada o destinada a una existencia en un espacio determinado de tiempo, sufriendo mutaciones paulatinas y adaptaciones a sus nuevos entornos y contextos. Así, la incesante renovación de lo simbólico y lo estético se adivina una característica principal de la sociedad y de la comunicación actual.

2.1 La movilidad en el espacio virtual: lugares y no-lugares

En este contexto es importante resaltar los dos elementos principales que intervienen en el “giro de la movilidad”: por un lado, la dimensión física y más natural del movimiento y, por otro lado, la dimensión simbólica y política derivada de cuestiones generadas a causa de un creciente capitalismo cognitivo en el que las redes sociales se convierten en actor primordial. Es en este recodo donde quiere hacer hincapié el presente estudio, así como en las tendencias de las últimas décadas hacia la exploración de espacios digitales y viajes virtuales a través de una aparente movilidad incorpórea en la red global, en el ciberespacio (Barriandos, 2007).

No obstante, en el ciberespacio, en el que se desarrollan intervenciones artísticas, se deben olvidar cuestiones reduccionistas como: patria, origen o nación. Así, la red es un espacio concebido como un “no-lugar” (Augé, 1992).

El lugar y el no lugar son más bien polaridades falsas: el primero no queda nunca completamente borrado y el segundo no se cumple nunca totalmente: son palimpsestos donde se reinscribe sin cesar el juego intrincado de la identidad y de la relación (Augé, 1992: 45).

Como indica Marc Augé en esta cita, tanto los lugares (físicos, naturales y palpables) como los no-lugares (intangibles y virtuales) son espacios para la construcción de identidades, historias de vida y establecimiento de múltiples tipos de relaciones. Por ello, la sensación de habitar un no-lugar, tal vez, se podría emparentar con el sentimiento de lo sublime que Kant describió en 1764 como encontrarse al borde de un abismo una emoción agradable pero temible al mismo tiempo, la noche en contraposición al día (Kant, 2004: 165). Ese habitar un espacio inexplorado y desconocido es, hoy para el arte, un generador de emociones elevadas e ideales. De este modo, conectados a la red podremos experimentar el sentimiento de lo sublime. La actividad en el espacio virtual origina esa sensación de placer incontrolable, atraídos por la luz azul⁴ de la pantalla en la supuesta intimidad de un espacio privado, los usuarios se sienten frente al precipicio del ciberespacio global aún un tanto desconocido, al punto de ser engullidos.

4. La luz está compuesta por rayos de diversos colores; cada rayo del espectro visible tiene una longitud de onda distinta, siendo los rayos ultravioletas de longitud de onda más corta (pertenecen al espectro no visible) y los infrarrojos más larga. La luz azul está en el límite entre lo visible y no visible al ojo humano y resulta muy atractiva. Esta luz la desprenden todos los focos de luz tanto naturales como artificiales y es la que desprenden todas las pantallas de los dispositivos digitales y que consigue absorber toda nuestra atención.

Una vez superada la época en la que internet y las redes sociales formaban un espacio de investigación para el arte y la sociedad asume e integra completamente este nuevo método; las redes sociales se convierten para las prácticas artísticas en un lugar de expresión, de invención y de exploración, sin necesidad de cuestionar el potencial crecimiento de las tecnologías consumidas de manera global por todos.

Ahora, internet, las redes sociales y las tecnologías están plenamente popularizadas y democratizadas, por ende, no podemos hablar en exclusiva de un arte de internet (como surge el *net-art* en los años noventa) con un afán investigador de este nuevo medio. No solo artistas sino todos los agentes que intervienen en el proceso total del arte hacen un uso indistinto de las redes como medio de comunicación, de expresión, de creación, de transgresión o de subversión. Esta generalización supone nuevos intereses y la posibilidad de crear paisajes, escenarios y personajes artificiales, suponiendo una controvertida, cautivadora y ficticia realidad.

En la segunda etapa de la web 2.0, se rompe el muro que separaba radicalmente al emisor del receptor; se difuminan los límites entre alguien que por un lado controlase la información y en el lado opuesto un público pasivo. Desde entonces los medios de comunicación emisores y los que antes eran receptores manejan las mismas herramientas para transmitir; habiendo provocado así una democratización e hiperexpansión de la información, que Marshall McLuhan ya había vaticinado sobre los medios de comunicación masivos y que Susan Sontag recupera: “Los medios se han erigido en sustitutos del mundo que nos antecedió. Aún si deseáramos recuperar ese mundo anterior solo podemos hacerlo mediante un estudio intensivo de las formas en que los medios han engullido” (Sontag, 1973: 197).

El mundo queda suplantado por un mundo pretérito que los *mass-media* han devorado; y aún hoy los usuarios, como espectadores, estamos asimilando. El veloz desarrollo de la tecnología, las ciencias de la información y de sus herramientas provocan que los usuarios vayamos permanentemente a rebufo de ellas, nos protegen y al mismo tiempo nos proporcionan una zona de confort en aquel no-lugar.

Asimismo, la incorporación de las tecnologías de la información y la comunicación y la revolución electrónica que se produce de manera global, se produce un cambio fundamental: la introducción de estas tecnologías en la vida cotidiana de las personas. Esta irrupción se convierte en un arma de doble filo que, por un lado, aprovecharán los medios de comunicación masivos más tradicionales como la radio o la televisión, contribuyendo, así, a la homogeneización, y por el otro, impulsarán a la población de receptores hacia la emancipación y la disponibilidad de la información (Martín Barbero, 1987).

No obstante, la democratización de internet no está basada únicamente en la disponibilidad universal de la información, sino también en la bi-direccionalidad que ofrecen las plataformas sociales en red, que proporcionan la generación de comunicación entre personas que crean comunidad. En este sentido, la esfera blog juega un papel fundamental como herramienta social (Martín Prada, 2015). Los blogs nos ayudan a comprender que la información proviene de personas y, por tanto, siempre tendrá un sesgo subjetivo. Sin embargo, al propiciar la configuración de comunidades participativas en las que se fomenta la libertad de expresión y opinión, permite que la información sea activa y plural y se entienda de forma colectiva, deviniendo, de este modo, en conocimiento.

Este entorno otorga un espacio donde practicar relaciones de igualdad entre individuos, colectividades o compañías; sitúa a todos los usuarios en un plano horizontal hiperconectado y aleja la práctica artística del *establishment* y del predominio de la institución y de una reducida élite del mundo del arte más tradicional.

Hardt y Negri teorizaron la globalización recuperando conceptos como el “rizoma” de Deleuze y Guattari (Deleuze & Guattari, 2002) y la liquidez posmoderna de Bauman (Bauman, 2006). En *Empire* (Hardt & Negri, 2000) ya nos advirtieron de que debíamos virar nuestro foco de atención. En la macroestructura flexible e indeterminada que representa el “Imperio”, la multitud se convierte finalmente en su principal poder político. La multitud no está formada simplemente por la unión de naciones e individuos, sino que es el particular poder de una “nueva ciudad” (Hardt & Negri, 2000). Una nueva ciudad global habitada por una nueva ciudadanía compuesta por la multitud conectada, cuyo telos es el reconocimiento como sujeto político y cuyo artefacto de acción principal es el sistema-red.

En este sentido, es impracticable que un sujeto político pueda quedar al margen de la creciente espectacularización de esta sociedad posmoderna. La incesante compartición de vidas en la red social teatraliza lo veraz e inventa lo simulado, generando infinitas correspondencias entre lo propio y el otro. Como consecuencia se originan estereotipos de representatividad condicionados por el otro:

La alienación del espectador en beneficio del objeto contemplado (que es el resultado de su propia actividad inconsciente) se expresa así: cuanto más contempla menos vive; cuanto más acepta reconocerse en las imágenes dominantes de la necesidad menos comprende su propia existencia y su propio deseo. La exterioridad del espectáculo respecto del hombre activo se manifiesta en que sus propios gestos ya no son suyos, sino de otro que lo representa. Por eso el espectador no encuentra su lugar en ninguna parte, porque el espectáculo está en todas. (Debord, 1967: 30)

Del pensamiento de Debord se deduce que todos formamos parte del espectáculo; se sobreexpone lo doméstico en detrimento de la privacidad, sufriendo el anquilosamiento de nuestra propia representatividad, y quedando, finalmente, atrapados en estándares aclamados por la sociedad en red.

Este marco nos emplaza a ambos lados de un espejo, en el cual el reflejo de la realidad es artificio y lo inventado, del mismo modo, deviene realidad, fusionándose ficciones y realidades en verdades virtuales. Véase Narciso devorado por la seducción de su propio reflejo.

2.2 El selfie como generador de identidad digital

Desde su aparición, el ser humano ha querido dejar evidencias de su existencia. Movidas por una especie de pánico a caer en la amnesia, las personas tendemos a querer ser retratadas o queremos autorretratarnos, con el fin de dejar una huella o un recuerdo de un instante específico. A lo largo de la historia la auto-proyección de identidad ha sido realizada de un modo un tanto megalómano: faraones, emperadores, reyes, dictadores todos querían plasmar su grandilocuente imagen a través del arte.

Las imágenes permiten paralizar un momento en el espacio-tiempo, para poder volver a él en tantas ocasiones como se quiera; José Luis Brea expone que:

(...) ello es así porque son ellas mismas las que están detenidas, estatizadas. Ellas capturan, y retienen, un tiempo único –son todo lo contrario, por ejemplo, de un espejo, siempre dispuesto a llenarse de cualquier presente, infieles siempre los espejos para entregarlo a lo intemporal. Y si lo logran es porque su tiempo interno –no, para ellas no hay narración, no hay secuencialidad– es precisamente uno, único, un tiempo congelado, detenido, estático. (Brea, 2010: 12)

El nacimiento de la fotografía provoca que los artistas se replanteen las posibilidades de representación de las artes plásticas. Entonces, la fotografía era capaz de plasmar el presente con el fin de recordar en el futuro, es decir, los autorretratos o retratos se realizaban con la intención de enviar un mensaje a alguien que no se encontraba en el instante presente, como un recuerdo futuro⁵ (Peraica, 2017). Con el desarrollo de las tecnologías, con la ya mencionada llegada de la segunda época del arte de internet y el auge de la esfera blog, esta situación se subvierte. Los usuarios de redes sociales como Instagram crean imágenes (fotografías de lugares o cosas, retratos o autorretratos) para compartir de forma inmediata; aquellas imágenes son realizadas con el propósito de hacer llegar ese mensaje a un sujeto en el mismo instante presente, como una evidencia de la existencia de un yo.

Roland Barthes explica que en el momento en que se siente observado por la lente de la cámara (léase *smartphone* en el contexto actual) todo cambia, se ve impulsado a confeccionar una pose que le convierte instantáneamente en otro cuerpo, en una imagen (Barthes, 1981: 10-11)⁶. Cuando se posa frente una cámara, se está tomando el papel del fotógrafo, nos situamos en la piel del otro para así imaginar que es lo que quiere ver reflejado en la pantalla del dispositivo digital. Por tanto, se produce una multiplicación de los roles cuando un sujeto se autorretrata con su teléfono inteligente y posa en la actitud que a sí mismo le gustaría verse, basándose en unas convenciones preconcebidas. Pero, ¿qué hay de auténticamente social en las redes sociales, cuando se participa desde un dispositivo particular y en la soledad de un espacio privado o bien desde el aislamiento del yo en el dispositivo? y, ¿por qué esta aspiración constante a la autorrepresentación? Juan Martín Prada expone en *Nuevas egologías mediáticas*, que hoy el disfrute pasa necesariamente por la imagen y más concretamente por la autoimagen o lo que él ha denominado la “egofoto” (Martín Prada, 2016: 1). Hemos interiorizado el vínculo con las redes sociales como un modo de socializar. Explica que:

5. Ana Peraica recupera las ideas expuestas por Roland Barthes en su texto *Camera Lucida: reflections of photography* (1981).

6. Traducción de la autora: *Now, once I feel myself observed by the lens, everything changes: I constitute myself in the process of “posing,” I instantaneously make another body for myself, I transform myself in advance into an image.*

En nuestra presencia online tenemos que ser, en cada momento, capaces de demostrarnos poseedores de una vida “propia”. Y aunque pueda parecer paradójico, da la impresión de que en la red la vida solo se hace propia cuando ha quedado compartida, como si nada en realidad valiera la pena si no se comparte como imagen, si no asume esa dimensión distribuida y culatoria que la hace objeto de expectación colectiva. (Martín Prada, 2016: 2)

Este modo de relacionarnos está completamente integrado y asimilado por la multitud conectada. Como indica Martín Prada, las experiencias o situaciones vividas parecen carecer de importancia si no son expuestas y compartidas en la red.

A lo largo de este texto y en otras publicaciones referentes a internet, nos referimos constantemente al “usuario” como un ente dotado de ubicuidad. Kurt Caviezel, en la serie iniciada en 2006, *The users*⁷, quiso averiguar qué individuos se encontraban tras la designación de usuario. Estos usuarios se mostraban en la red a través de sus cámaras web garantizando al resto de internautas una comunicación directa de su identidad y de su individualidad, para quizá enfatizar y revitalizar la veracidad de sus vidas cotidianas.

Tras esta revisión, deducimos que como usuarios del sistema-red configuramos una máscara caprichosa que mostramos a la multitud conectada, entonces ¿existe una interacción social en la realidad o en la ficción?

7. <http://www.kurtcaviezel.ch/theusers/index.html>

3. Algunas subjetividades modeladas: ficciones o realidades

Desde que Cindy Sherman comenzase a apropiarse de las imágenes femeninas proyectadas en las películas hollywoodienses de la década de los sesenta, han sido y siguen siendo muchos los artistas que acuden a recursos apropiacionistas para poner en tela de juicio identidades basadas en estereotipos y convenciones.

Sin embargo, esta acumulación de patrones de identidad preestablecidos no solo se da en la autorrepresentación de individuos sino también en figuraciones de monumentos, objetos o lugares. La red social (plataformas como Facebook, Instagram o Flickr) es un ferviente repositorio de imágenes privadas en cierto modo manipuladas por sus propios autores-productores que acaban por convertirse en un repertorio homogeneizado de actitudes, poses, gestos y enfoques.

Podríamos redefinir la identidad digital como la capacidad del usuario para crear personajes y exhibirlos en la red como si de la creación de un alter ego se tratase. Así, cada usuario es capaz de crear múltiples identidades; deviniendo finalmente en un ser expansivo y ubicuo gracias a sus características comunes. A este respecto, Juan Martín Prada revela que:

Innumerables veces se comparó al que navega por Internet con el flâneur descrito por Baudelaire, aquel que buscaba perderse en el interior de los flujos multitudinarios y anónimos de los transeúntes de una calle para allí indiferenciarse, actuando desde una no-identidad que lo liberase de sí mismo. (Martín Prada, 2015: 156)

La creación de identidades digitales inventadas nos otorga la oportunidad de fundirnos entre la multitud. La red social nos permite como usuarios hacer parecer real la fantasía del yo imaginado, inventar una vida propia a nuestro antojo para ser presentada, para mostrar al resto de usuarios y compartir una experiencia ficticia basada en una realidad o que tiene su punto de partida en la vida física real. Una investigación artística en redes sociales muy concurrida es la invención de personalidades, historias o experiencias con el fin de explorar las reacciones que levantan en el resto de usuarios.

En el año 2014, una joven holandesa llamada Zilla Van Den Born comunicó a su familia que iba a realizar un viaje al sudeste asiático durante cuarenta y dos días, tiempo que duró el encierro en su casa en Ámsterdam. Van Den Born realizó, como proyecto de fin de carrera, un experimento para probar lo sencillo que resulta distorsionar la realidad con ayuda del retoque fotográfico, un poco de información y la actividad en redes sociales; llegando, incluso, a engañar a las personas que mejor la conocían. Realizaba llamadas por Skype a sus familiares y amigos desde su casa con distintos decorados de fondo; enviaba mensajes de madrugada para que resultase convincente el cambio de huso horario o tomó rayos UVA para broncear su piel acorde con el tiempo que estaba disfrutando ficticiamente de un exótico destino de playa. Conforme transcurre su viaje imaginado, la estudiante genera una extensa colección de imágenes con varias capas para publicarlas y compartirlas, dando así vida a la experiencia inventada. Esta acción demuestra el hecho de que los usuarios manipulamos nuestra imagen e historia, es decir, modelamos nuestra subjetividad.

El 19 abril de 2014 Amalia Ulman subió a su cuenta de Instagram una imagen titulada "Part I" y que pertenecía a una serie/proyecto llamado *Excellences & Perfections*⁸, título inicialmente en tono irónico que invocaba a una identidad digital de éxito a través de una performance en línea usando su perfil de Instagram. Este trabajo es una performance en línea en la cual, durante cinco meses, la artista se hace pasar por una celebridad o más bien se comporta como tal y exporta esa imagen a través de Instagram.

8. <https://www.newmuseum.org/exhibitions/view/amalia-ulman-excellences-perfections>

Mediante un trabajo meticuloso de escenografía, atrezo, vestuario, imagen e interpretación, Ulman consigue crear la fantasía de un estilo de vida envuelto en lujo, consumismo y estándares de belleza capitalista. Todas las imágenes creadas para proyectar este estilo de vida son unas imágenes de exceso y de una perfección absoluta pero creíbles y familiares a nuestra mirada en el entorno de la red social. Sin embargo, si observásemos estas imágenes en un anuncio publicitario de un perfume sabríamos perfectamente que se trata de un montaje. Uno de los posibles objetivos del proyecto de la artista es representar las convenciones sociales en el entorno en el que se crean esas mismas narrativas. Las redes sociales han arrebatado a los medios de comunicación de masas, e incluso al arte institucionalizado, el poder de estetizar la vida cotidiana ofreciendo a las personas las herramientas adecuadas para reconstruirse y reinventarse mediante auto-proyecciones aceptadas por el resto de usuarios-creadores, mediante “me gustas”.

De modo que durante estos cinco meses Ulman se somete a cambios de imagen ficticios. Una de sus simulaciones, tal vez, más significativas fue un aumento de pecho (publicó imágenes vestida con una bata y el pecho visiblemente hinchado) o un viaje de lujo a Estambul. Otras de las imágenes no necesitaban ser modificadas pues ella adoptó esas formas de vida y actuó de ese modo en la vida física real. Estas acciones evidencian que las plataformas de interacción social en la red son capaces de transmitir historias reales inventadas incuestionables por el resto de usuarios. Los seguidores de esta identidad digital inventada realizan comentarios, a veces aduladores y otras veces increpantes o con respuestas obscenas a publicaciones más provocadoras o de tono un tanto erótico.

Además, este trabajo cuestiona la retrógrada idea de feminidad concebida como una mujer delicada, débil y, en definitiva, cosificada. La exteriorización de la imagen femenina como una figura que asienta los estereotipos de mujer tan arraigados en la Historia del Arte.

La diferencia entre la práctica de Ulman y otros usuarios de las redes sociales es la intencionalidad. Al igual que ella, otros usuarios se maquillan, preparan su escenario y se autorrepresentan como un yo imaginado o deseado, pero su finalidad es la compartición de la proyección que han creado de sí mismos y no una acción subversiva, crítica y reflexiva de la conformación de la subjetividad en la red social. El usuario pretende exportar una imagen de sí mismo, un reflejo socialmente reconocido y triunfante de su persona. Sin embargo, Ulman subvierte el acto de autorrepresentación con las mismas herramientas y actuaciones, ya que lo hace desde el prisma de la difusa institución “arte”. La herramienta principal ya asumida por todos es la estetización de lo cotidiano en la red social, en este caso en Instagram que, mediante filtros, enfoques y composición amateur, muestran una realidad fingida.

Otra manifestación que nos ayuda a interpretar la construcción de identidades digitales es *Born Nowhere*⁹ (2011). Laís Pontes realiza un proyecto de investigación basado en la generación de identidades ficticias. *Born Nowhere* explora las vías de influencia de las redes sociales en la construcción de la identidad contemporánea creando personajes que interactúan en la red social Facebook un perfil que deviene real cuando comienzan a producirse relaciones sociales en red y reacciones a aquellas relaciones. De este modo, como inicio Laís Pontes sube a Instagram imágenes de sí misma modificadas y retocadas. Cada una de estas imágenes sugieren una apariencia y quizá por asociación sociológica espontánea una personalidad predefinida. Así comienza la configuración de esta multi-performance participativa en línea en la que los usuarios intervienen en la creación de perfiles, indicando la personalidad, forma de vestir, apariencia, gustos, etc. En definitiva, se alumbra una biografía completa y convincente, como si se tratase de un modelado cooperativo de una pieza de barro, como si la red social fuese Prometeo dando vida a los hombres.

9. <https://www.bornnowhere.com/>

Finalmente, esta identidad virtual construida se encarna en la propia realidad física de la artista siguiendo los patrones apuntados por los usuarios, pero a su vez los usuarios que lo deseasen podían crear otra versión de los personajes basándose en su propia experiencia y encarnándoles ellos mismos, de tal modo que las realidades físicas de los personajes también se van multiplicando. De esta investigación surgieron cuatro personajes creados por los usuarios conectados, Stacy, Amber, Shena y Julia. Amber, por ejemplo, es una mujer de 32 años nacida en ninguna parte. Era una exitosa diseñadora de interiores que decidió viajar a India para formarse en masoterapia¹⁰. A los 27 años decidió emprender este viaje para complacer a su exnovio y durante aquella experiencia se hizo vegetariana, aprendió a canalizar su energía, sembró su propia comida y estudió astronomía. Ahora vive en Brasil, con sus tres gatos y rodeada de naturaleza, pero aun así se encuentra apenada porque quiere tener un hijo al que poder llamar Yago¹¹.

Este trabajo es una muestra de la ruptura de la disolución de roles en las redes sociales; la implicación de los usuarios hace que se produzca una conversación con el yo donde cada participante personifica sus inquietudes, sus ansiedades, deseos e intimidades, pues se materializa la idea de vivir a través del otro, comprendiendo al otro y a uno mismo desde las diferencias. Es este un proyecto inicialmente ajeno y ulteriormente común que obliga a la artista a convertirse en espectadora de su propia obra de arte.

Como apunta Martín Prada, las acciones artísticas colectivas en línea, como la que aquí se describe, tienen, tal vez, en los cadáveres exquisitos surrealistas sus referentes prístinos; entendidos como una obra hecha por todos, de autoría común (Prada, 2015).

10. Técnica de la fisioterapia que usa el masaje con fines terapéuticos.

11. Muestra de biografía: Extraído de <https://www.bornnowhere.com/amber-bio-1>. She was born on November 3, 2011. Her identity was crowdsourced on Facebook. According to Facebook users, she is: Amber, 32 years old. Of Middle Eastern descent. Born nowhere. With the money she earned as a successful interior designer, she moved to India to train in massage therapy. She became a vegetarian, learned how to channel her energy, started to grow her own food, and studied astrology. She made this huge change five years ago, at 27, to please her (now ex-) boyfriend. Currently, she is single and lives in Chapada dos Veadeiros, Brazil, with her three cats. She is surrounded by nature. She is sad. She wants to have a son and name him Yago.

Born Nowhere está vivo, en constante evolución, su proceso natural y la extensión de sus vías de investigación ha provocado que los personajes creados trasciendan de Facebook a otros escenarios en *Girls on Instagram*, *Self and the Others* o *Virtual Mask*.

En *Girls on Instagram*¹² la artista y los usuarios colaboradores hacen que los personajes tomen vida de una forma más activa, impulsando su presencia virtual a través de la publicación en Instagram de fotografías durante viajes y actividades. Estas actividades están especialmente propuestas para conectar con los supuestos gustos o preferencias de cada una de las protagonistas; no solo con el fin de documentar estas vidas virtuales con experiencias personales particulares, sino también para demostrar el constante flujo de perfiles en la red social.

Por otra parte, *Virtual Mask*¹³ traspone las identidades creadas en la red al mundo físico a través de imágenes de cada personaje asociados a códigos QR para poder volver de nuevo al ciberespacio, generando así una visita en bucle. En este caso, la artista explora el uso de los códigos QR como protectores de la privacidad, escondiendo al fin las identidades individuales creadas en las redes sociales. Los retratos de los personajes creados por Pontes además ponen de manifiesto que los usuarios tienen la necesidad de refugiarse en su propia autorrepresentación virtual dentro de una red social saturada.

12. <http://www.laispontes.com/the-girls-on-instagram/the-girls-on-instagram>

13. <http://www.laispontes.com/virtual-mask/>

La creadora Intimidación Romero reacciona en sus prácticas artísticas contra la sobreexposición de identidades digitales usando como principal arma la ocultación y el desetiquetado definitivo. Tras macropíxeles, se esconden las identidades de personas del entorno de la artista, volviendo a un limbo de perfiles sin rostro, identidades irreconocibles. Estas identidades pasan a formar parte de una realidad virtual inespecífica. Al detectar este perfil desconocido, el gigante Facebook solicitó a la artista el pasaporte para verificar su identidad, pues Intimidación no era considerado un nombre válido, censurándole finalmente la cuenta. Como consecuencia, la artista solicitó registrar una nueva cuenta bajo el nombre Inti Romero que aún hoy está vigente. El objetivo de esta performance online es la subversión de los modos de autorrepresentación en la red; transitando de la generalización de lo que es digno de compartir en redes a la negación de la posibilidad de ver las formas comunes de experiencias privadas que solo adquieren relevancia cuando son observadas por el resto de usuarios.

Este perfil de Facebook de Inti Romero¹⁴ tiene en su metodología y fines mucho que ver con la obra de sobreexposición o de ocultación de Petra Cortright. Estas dos artistas precisamente cuestionan la tendencia que existe en la red a ser etiquetado a la trasmisión de una identidad estanca y pone en tela de juicio la hiperexhibición de la privacidad como un valor denodado. En el caso de Cortright, la artista satiriza las actitudes encontradas en los videos compartidos en plataformas como Youtube o Facebook. Por medio de la imitación, la artista cuestiona el afán de los usuarios de redes sociales al optar por visibilizar sus vidas virtuales sin incurrir en la pérdida de su privacidad. Privacidad que quedará fagocitada por la extrema homogeneización de las formas de representación y de composición. Este asunto atañe a aquellas imágenes flotantes en el sistema-red cuyos protagonistas cuelgan para evidenciar una experiencia. Son compartidas como un impulso o necesidad de hacer extensivo aquel hecho que en caso contrario carecería de alcance y trascendencia hasta que el resto de usuarios tengan la simple posibilidad de visionarla.

14. <https://es-es.facebook.com/intimidadromero>

En esta línea de trabajo, Penélope Umbrico realiza la búsqueda de imágenes etiquetadas con términos comunes como “sunset”, en *Suns from Sunsets from Flickr* (2006-ongoing)¹⁵ o “full moon” en *Everyone’s Photos Any License*¹⁶ (2015-2016). Frente a la relativamente fácil captura del sol con un simple *smartphone*, obtener una imagen nítida de la luna requiere un equipo fotográfico especializado y caro. A pesar de esto, la artista encuentra en el repositorio de imágenes Flickr 1.146.034 imágenes que representan una espléndida luna llena. La mayoría de ellas con licencia de “Todos los Derechos Reservados”. Individualmente los autores de estas imágenes conciben su fotografía como única, pero al observarla en conjunto, entre un millón de imágenes iguales se vuelve un retrato de la multitud de egos en línea, reflejo de los usuarios creadores.

Un caso muy diferente es el de Lu Yang¹⁷, una joven artista china e *influencer* que pone en marcha una esquizofrénica acumulación de personajes y formas que emergen de la hibridación cultural (anime y mitología oriental), de la hipertrofia tecnológica (propia de los países más desarrollados y dependientes de la tecnología como China y Japón), de la música popular, de la realidad virtual y de la subcultura *gaming*.

El producto de su creación es una clara celebración del control que desde internet se ejerce sobre la construcción de identidad. La subjetividad en la red queda liberada del lastre de determinismos como la nacionalidad, el género, la sexualidad o cualquier otra forma concisa de identidad. El resultado es una saturación sensible, iconográfica y espiritual que aspira a la búsqueda de nuevas visiones de metamorfosis y construcción de la subjetividad. Lu Yang resulta especialmente interesante en este contexto pues además de ser artista es un personaje influyente en las redes sociales chinas y niponas. En sus proyectos se funde la realidad digital y el espacio físico en una suerte de Frankenstein que escapa de la percepción de la vida *online* y *offline*, caracterizándose por una imaginación hiperexpansiva e inexplorada.

15. <http://www.penelopeumbrico.net/index.php/project/suns/>

16. <http://www.penelopeumbrico.net/index.php/project/flickr-moons/>

17. <http://luyang.asia/>

Creamos nuestra identidad en la red social por medio de una acumulación de imágenes de autorrepresentación que transmiten al interlocutor, qué nos gusta, cómo somos, qué actividades realizamos o hasta lo que comemos, siempre y cuando decidamos que aquello que se comparte es digno de ser expuesto en la red como nuestro “yo”. Una identidad imaginada, virtual y mejorada en base a los estereotipos socialmente predominantes de un yo corpóreo y real.

Estos estereotipos que la masa en la red quiere reproducir se generan y se refuerzan gracias o a pesar de los comentarios de los usuarios de la red y las comparticiones de imágenes que proyectan éxito. La cultura del comentario se ha visto fuertemente potenciada por web sociales como Twitter en las que con unas pocas palabras se define un pensamiento, sentimiento, opinión o idea. Esto provoca una tendencia a la superficialidad a crear micro-verdades a partir de unas pocas palabras y una imagen, fomentando el acceso a una información con poca profundidad, una información de titulares en tiempo real que en cuestión de minutos queda obsoleta. Así, la ferviente actividad de estos microblogs hace sentir al usuario permanentemente actualizado y conectado con la globalidad de la red.

Susan Sontag explica en sus ensayos *Sobre la fotografía* (Sontag, 1973) que en la actualidad no podríamos concebir el turismo separado de la fotografía, desde la popularización de los viajes turísticos en torno a la mitad del siglo XX, la cámara se antojaba indispensable. Hoy se hace inconcebible el realizar un viaje o experiencia particular sin cargar con un dispositivo electrónico que nos permita autorretratarnos, aunque sea de la forma más amateur, para la posterior exhibición en redes sociales. La máxima es “soy lo que comparto de mí”, una vez expuesto en red nos sentimos aceptados por la multitud conectada. Por ello, la constante tendencia a la instantaneidad: ahora pienso esto, soy esto, parezco esto, hago esto. De este modo, asistimos a un fenómeno en el cual la compartición de imágenes simultánea e instantánea de la supuesta actividad de un perfil otorga a la identidad (ya sea ficticia o real) cierto éxito en la red, debido a la vertiginosa obsolescencia de la información y su continua renovación. Las imágenes y videos en línea, ya sean compartidos en tiempo real o a posteriori, insinúan de un modo persuasivo que lo que ha acontecido son hechos importantes ya que son dignos de ser vistos por los otros, confiriéndoles un halo de inmortalidad.

4. Una disertación final

¿Acaso hemos vuelto a ocupar la caverna de Platón, aquel lugar en el que la realidad era un simple reflejo anómalo de la verdad?

Decía Walter Benjamin que el aquí y ahora del original constituía la esencia de su autenticidad (Benjamin, 1989). Con el desarrollo de las tecnologías de la información y la comunicación y la revolución tecnológica a la que estamos asistiendo, existe la urgencia de matizar estos axiomas filosóficos para adaptarnos al nuevo contexto. La diferencia radica en que el aquí y ahora de la obra de arte original en la época de las redes sociales es ubicuo. En la época de la reproductibilidad técnica que nos presenta Benjamin la obra de arte se empieza a dislocar gracias a la fotografía, el cine o aparatos como los gramófonos que permitían escuchar audios desde un lugar distinto al que se estaba produciendo la música o audio en vivo. Asimismo, Benjamin afirma que es la reproductibilidad técnica la que atrofia el aura de la obra del arte (Benjamin, 1989). No obstante, las experiencias artísticas como las que se han reseñado a lo largo de este estudio no solo no han perdido su estela aurática, (gracias a la subversión de los sistemas de representación y al uso diverso de las herramientas que ofrece internet), sino que además evidencian las prácticas más habituales de los usuarios en internet: la compartición de la intimidad en red y la construcción de identidades otras.

Igualmente, podemos vislumbrar halos de verdad en proyecciones del yo que se manifiestan en las plataformas de relación social. La exteriorización de la identidad canalizada por lo digital tiene como resultado la expresión de modelos ideales de representación y autorrepresentación. Las imágenes que compartimos de nosotros han acabado por convertirse en trampas hacia la homogeneización. El “cómo quiero ser concebido por el otro” se asienta en estándares sociales aceptados y cada vez más acomodados. Como dijo Andrés Rábago: “Toda identidad es mayormente maquillaje” (Rábago, 2018).

Es la ubicuidad mencionada anteriormente la que permite que se diluya lo físico y real con lo digital e inventado, el no-lugar que facilita la construcción de identidades múltiples. El no-lugar, es el lugar inespecífico que provee de la suficiente distancia de nuestro yo para poder mudar la piel y configurar un yo-otro. Es la alteridad la que concede al yo construir la subjetividad, una subjetividad-otra que solo podrá expresarse de manera veraz a través de la red social.

Bibliografía

- AUGÉ, M. (1992). *Los “no lugares”. Espacios del anonimato* (5a). Barcelona: Gedisa.
- BARRIENDOS, J. (2007). El arte global y las políticas de la movilidad: desplazamientos (trans) culturales en el sistema internacional del arte contemporáneo [Global art and the politics. *Liminar. Estudios Sociales y Humanísticos*, 5(1), 159–182.
- BARTHES, R. (1981). *Camera Lucida: Reflections on photography*. New York: Hill and Wang.
- BAUMAN, Z. (2006). *Modernidad líquida*. Buenos Aires: Fondo de la Cultura Económica.
- BENJAMIN, W. (1989). *Dicursos Interrumpidos I*. Buenos Aires: Taurus.
- BOURRIAUD, N. (2009). *Altermodern*. London: Tate Pub.
- BREA, J. L. (2010). *Las tres eras de la imagen. Imagen-materia, film, e-image*. Madrid: Akal.
- DEBORD, G. (1967). *La sociedad del espectáculo* (17.11.13). Editor digital :minicaja.
- DELEUZE, G. & GUATTARI, F. (2002). *Mil mesetas: capitalismo y esquizofrenia*. *Neuron* (Vol. 72). Valencia: Pre-textos. <https://doi.org/10.1016/j.neuron.2011.08.019>
- FISHER, J. (1994). *Global Visions. Towards a New Internationalism in the Visual Arts*. (J. Fisher, Ed.). London: Kala Press; The Institute of International Visual Arts.
- GARCÍA CANCLINI, N. (2012). *La Globalización Imaginada. Estado y sociedad*. Buenos Aires: Paidós.
- GIELEN, P. (2014). *El murmullo de la multitud artística. Arte global, política y posfordismo*. Madrid: Brumaria.
- HARDT, M. & NEGRI, A. (2000). *Empire*. London: Harvard University Press.

- KANT, I. (2004). *Observaciones sobre el sentimiento de lo bello y de lo sublime*. México DF: Fondo de Cultura Económica.
- LEVINAS, E. (2002). *Totalidad e Infinito. Ensayo sobre la exterioridad* (6a). Salamanca: Ediciones Sígueme.
- MALDONADO RIVERA, C., VELÁSQUEZ REYES, C. & DEL VALLE ROJAS, C. (2015). Emergencia indígena , Comunicación-otra y Buen Vivir . Pensar la socio-praxis comunicativa de los pueblos indígenas. *Chasqui. Revista Latinoamericana de Comunicación*, (128 abril-junio), 165–182. <https://doi.org/1390-1079/e-ISSN1390-924X>
- MARTÍN BARBERO, J. (1987). *De los medios a las mediaciones. Comunicación, cultura y hegemonía*. México: Editorial Gustavo Gili S.A.
- MARTÍN PRADA, J. (2015). *Prácticas artísticas e internet en la época de las redes sociales* (2a). Madrid: Akal.
- MARTÍN PRADA, J. (2016). Nuevas egologías mediáticas. *Re-Visiones*, (1).
- MCLUHAN, M. & POWERS, R. B. (1989). *La Aldea Global* (3a). Barcelona: Gedisa. <https://doi.org/9788481360561>
- PERAICA, A. (2017). *Culture of the Selfie: Self-Representation in Contemporary Visual Culture*. Postdigital Science and Education. Amsterdam: Institute of Network Cultures. <https://doi.org/10.1007/s42438-018-0002-y>
- RÁBAGO, A. (2018, 23 de junio) EL ROTO. Recuperado de El País: https://elpais.com/elpais/2018/06/22/opinion/1529657889_034133.html#1529657889_034133_1529682143
- SONTAG, S. (1973). *Sobre la fotografía* (3a: 2010). Barcelona: Debolsillo.

Biografía

Henar Pérez Martínez

Universidad de Cádiz

henarpmar@gmail.com

Licenciada en Historia del Arte, Máster en Mercado de Arte y Gestión de Empresas Relacionadas y Profesora de Educación Secundaria y Bachillerato de Andalucía, en la especialidad de Geografía e Historia. Es doctoranda de la Universidad de Cádiz en el Programa de Arte y Humanidades (Línea de investigación Filosofía, democracia e identidades). Miembro del equipo de investigación del proyecto I+D titulado Internet como campo temático y de investigación en las nuevas prácticas artísticas (Programa Estatal de Fomento de la Investigación Científica y Técnica de EXCELENCIA, Subprograma Estatal de Generación del Conocimiento, Convocatoria 2017, Ref: HAR2017-82825). La materia central de su tesis doctoral es el desarrollo y evolución de las tres últimas décadas del arte contemporáneo en el entorno globalizado. Teniendo como ejes vertebradores del análisis de este contexto, la creación de identidades culturales híbridas y el gran desarrollo de las comunicaciones, tomando especial relevancia el sistema-red.