

Arte, Artificación y Redes Sociales.

Análisis sobre la narrativa infinita de
una obra de arte: el caso Las Meninas.

Stefanía Sahakian

Dir: Dr. Sebastián Castro Rojas | Co-Dir: Dra. Mariana Maestri





Universidad
Nacional
de Rosario

Facultad de Ciencia Política y Relaciones Internacionales
Maestría en Comunicación Digital Interactiva

Arte, artificación y redes sociales.
Análisis Sobre La narrativa infinita de una obra de
arte: El Caso Las Meninas.

Autora: Stefanía Sahakian
Director: Dr. Sebastián Castro Rojas
Co-directora: Dra. Mariana Maestri
Rosario, noviembre 2024

Secretaría de Investigación y Posgrado Riobamba 250 Bis. Monoblock N° 1 - C.U.R. - 2000EKF Rosario,
Santa Fe. Argentina +54 341 480 8521/22. Fax +54 341 480 8520 <http://www.fcpolit.unr.edu.ar>
investigacionyposgrado@fcpolit.unr.edu.ar

Dirección Maestría en Comunicación Digital Interactiva Córdoba 1814 - 2do. piso of. 124 - S2000AXD
Rosario, Santa Fe. Argentina +54 341 480 2620/22 int. 124
<http://www.unrinteractiva.com.ar/cdiunr@gmail.com>

Resumen

Este Proyecto de Tesis es un análisis exploratorio sobre la forma en que las obras de arte clásicas circulan con intervenciones de otros artistas en plataformas digitales, específicamente en Instagram, a partir del caso de “Las Meninas”, de Diego Velázquez. Observaremos las apropiaciones que tres artistas digitales hicieron de esta obra maestra, en las cuales encontramos rasgos de *artificación* (Shapiro, 2004) con elementos propios del mundo de internet.

El joven concepto de artificación, que aglutina los procesos de transformación que están sucediendo dentro del ámbito artístico nos permitió pensar y describir las condiciones actuales de producción y circulación de piezas que poseen un sedimento de una obra perteneciente al “mundo del arte” (Danto, 2013) pero que circulan en las redes sociales gracias a una novedad: algún material, lenguaje u objeto que no pertenece a la esfera artística y que modifica el sentido de la obra original.

La exploración de este tema nos permitió proponer una maqueta de una aplicación para el Museo de Arte Contemporáneo de Rosario. El objetivo de esta app es darles la posibilidad a los visitantes de intervenir digitalmente las obras de la colección permanente del museo, explorando el concepto de "artificación" a través de la fusión de las obras de arte con elementos contemporáneos de la cultura urbana y del entorno digital.

Arte - Mediatización - Artificación - Instagram - Comunicación

Abstract

This Thesis Project is an exploratory analysis of the way in which classical works of art circulate with interventions by other artists on digital platforms, specifically on Instagram, based on the case of “Las Meninas” by Diego Velázquez. We will observe the appropriations that three digital artists made of this masterpiece, in which we find features of artification (Shapiro, 2004) with elements from the world of the Internet.

The young concept of artification, which brings together the transformation processes that are taking place within the artistic field, allowed us to think about and describe the current conditions of production and circulation of pieces that have a sediment of a work belonging to the “art world” (Danto, 2013) but that circulate on social networks thanks to a novelty: some material, language or object that does not belong to the artistic sphere and that modifies the meaning of the original work.

The exploration of this topic allowed us to propose a model of an application for the Museum of Contemporary Art of Rosario. The aim of this app is to give visitors the opportunity to digitally intervene in the works of the museum's permanent collection, exploring the concept of "artification" through the fusion of works of art with contemporary elements of urban culture and the digital environment.

Art - Mediatization - Artification - Instagram - Communication

Agradecimientos

A la Universidad Pública de Rosario. Por transformarme la vida. Por ser casa y trinchera de sueños, de producción científica y de orgullos.

A mis docentes/maestros de la Universidad Nacional de Rosario, aquello/as que despertaron, fomentaron y formaron en mi la vocación por la investigación y la docencia.

A mi director, Sebastián Castro Rojas, por ser uno de mis maestros desde la carrera de grado y asumir el compromiso de seguir formándome en posgrado. Gracias por la dedicación paciente y atenta, por los disparadores en las conversaciones y por el acompañamiento ineludible en este nuevo trayecto de formación.

A mi co-directora, Mariana Maestri, por dejarme filiarme académicamente a ella y ser una de mis referentes fundamentales. Gracias por compartir conmigo cada espacio generosamente y ser enérgica en estas nuevas etapas de formación.

A mamá, por el amor, por el apoyo, por el ejemplo. Por la incondicionalidad.

A Margarita y a Jazmín, mis hijas, mis florcitas, por ser mis motores y entender las horas de estudio, de escritura y de vocación de mamá.

A Andrés, por cebar amor y camaradería hasta largas horas de la noche mientras yo escribía. Por paternar a la par.

A mi hermana, Antonela, por las horas de tía mientras yo escribía.

A mi tía Caro, por sus lecturas y comentarios amorosos.

A Soledad, por ayudarme con el diseño de la portada artificada.

A mis compañeros y amigos de Comunicación UNR, Gonzalo H., Gonzalo J., Camila, Ramiro, Juan Manuel, Eric, Sofía, Agustín, Karen, Victoria, Manuel, quienes de diferentes maneras –con lecturas, comentarios o conversaciones–, acompañaron siempre generosamente la escritura de mi tesis.

A Lucía F. Cívico, Vane Mazzeo y Aníbal Rossi, por sus lecturas y comentarios.

A mis amigo/as Lucía, Sofía, Nadine, Ludivine y Juan, por el aguante.

A mis abuelos, Dora y Lolo, por abrirme la valija de pinturas todas las tardes en mi infancia, que aún hoy me dejan jugar.

Índice

Motivación personal	8
Introducción	10
Sección A	13
1. Primera Parte: Antecedentes, Miradas y Lecturas Sobre El Objeto De Estudio	13
1.1. Estado del Arte o <i>El Caballete</i>	13
1.2. Del Lebenswelt Al “Webwelt”	18
1.2.1. Elementos Del Webwelt	20
1.2.2. Intervenciones Analógicas De Obras De Arte Clásicas	22
1.3. La Narrativa Infinita De Una Obra: Las Meninas	28
2. Segunda Parte: El Marco	34
2.1 Marco Teórico o <i>Selección de Pigmentos</i>	34
2.2. La Circulación Del Arte En Jardines Digitales Vallados	42
2.3. Instagram, Una Heterotopía	45
3. Tercera parte: Las Meninas, Una narrativa infinita	49
3.1 Metodología o <i>La Técnica</i>	49
3.2. El Lienzo Digital, Un Palimpsesto	55
3.3. Experiencia 1: Las Meowninas	56
3.4. Experiencia 2: ¿Yo Soy Guapa?, Una Pregunta Contemporánea	64
3.5. Experiencia 3: Las Obras Deshabitadas de David Bokeh	69
3.5.1. #ArteDesubicado	71
4. Reflexiones o Pinceladas Finales	76
Sección B	81
5. Maqueta: Artificar (En) El Museo	81
5.1. Descripción y Justificación	81
5.2. Objetivos	82
5.3. Funcionalidades De La App	83
5.4. Definición de Audiencia	84
5.4.1. Estrategias Específicas Para Audiencias	85
5.4.2. Artificar con infancias.	85
5.4.3. Artificar con Personas Mayores.	86
5.4.2. Retroalimentación	87
5.5. Obras y autores seleccionados para la app	88
5.6. Arquitectura y experiencia de usuario	90
5.7. Elementos para artificar las obras del museo	91
5.8. Identidad visual	96
5.8.1. Paleta de colores	96
5.8.2. Tipografía	97
5.9. Iconografía y botones	98

Sección C	99
Bibliografía	99
Referencias electrónicas	102

Índice de Imágenes

Figura 1. Lolcat “I can has cheezburger” _____	p. 29
Figura 2. L.H.O.O.Q., obra de Marcel Duchamp (1919) _____	p. 31
Figura 3. L.H.O.O.Q. Afeitada, obra de Marcel Duchamp (1965) _____	p. 32
Figura 4. Restauración del Ecce Homo de Borja (2012) _____	p. 33
Figura 5. Trama narrativa que se desprende de “Las Meninas” _____	p. 36
Figura 6. Obras de la serie “Las Meninas”, de Pablo Picasso _____	p. 38
Figura 7. “El número secreto de Velázquez”, de Salvador Dalí _____	p. 39
Figura 8. “La salita”, de Rafael Solbes y Manuel Valdés _____	p. 40
Figura 9. Viñeta de “Las meninas”, de Santiago García y Javier Olivares _____	p. 41
Figura 10. Cuadro ilustrativo del corpus _____	p. 53
Figura 11. Variables y subvariables _____	p. 54
Figura 12. Las Meowninas or Fashion Victim _____	p. 57
Figura 13. Detalle de la Reina, Las Meowninas _____	p. 59
Figura 14. Detalle del gato en el techo, Las Meowninas _____	p. 59
Figura 15. Carrusel “Las Meowninas” en Instagram de @FatCatArt _____	p. 61
Figura 16. Carrusel “Las Meninas” en Instagram de @DavidBokeh _____	p. 70
Figura 17. “La familia de Felipe IV en casa de la familia de Carlos IV” en Instagram de David Bokeh _____	p. 73
Figura 18. “La mudanza” publicada en el instagram de @DavidBokeh _____	p. 75
Figura 19. Prototipo de la pantalla interactiva en el Museo _____	p. 83
Figura 20. Pantalla “Selección de obras” _____	p. 90
Figura 21. Prototipo de la pantalla de edición de la app _____	p. 95
Figura 22. Diferentes versiones de la obra artificada _____	p. 96

Motivación personal

Aura

“El motivo personal me instaló en una lectura inquieta, como devorada por la pulsión. Toda lectura -incluidas las académicas- es personal, y pone en escena un acontecimiento vital singular, irrepetible”.

Valdettaro, S.

Este trabajo nace de una mirada.

O quizás de aquello que Walter Benjamin llamó “aura”: ese poder que posee una obra de arte para obligar a alzar la mirada y a fijarse.

Este trabajo nace de ad-mirar una obra, pero sobre todo a sus huellas; no sólo las que posee de las otras miradas, sino las de la cantidad de historias y versiones que se desprendieron sobre y desde aquella obra de arte.

En uno de los primeros años de mi carrera de grado, cursando Epistemología de la Comunicación –materia de la que hoy soy docente– me encontré con *Las Meninas*, de Velázquez, a través de *Las palabras y las cosas*, de Michel Foucault. Me fasciné tanto con aquella obra (pero también con la lectura que Foucault hacía sobre la obra) que para exponer mi trabajo, llevé a clase una reproducción enorme de Las Meninas enmarcada entre cuatro maderas oscuras, pesadas y exageradas, que tenía en mi casa –honestamente no recuerdo si en el año 2009 era muy complejo conseguir un proyector o al menos, un televisor en el aula para mostrar la obra, en vez de circular con aquel mamotreto por *la Siberia*. Quiero creer que sí, que por eso se me ocurrió llevar a clase semejante armatoste, y no por un mero berrinche romántico–. La cuestión es que aquel día, la Familia de Felipe IV se paseó conmigo en su barroco soporte, circuló entre los afiches (también exagerados) de las agrupaciones políticas estudiantiles; reposó impávida en una silla del bar de la facultad y se exhibió ostentosamente en un salón del primer piso de la Facultad de Ciencia Política y Relaciones Internacionales, contrastando con toda otredad propia de aquel espacio, de la facultad..

Desde esa época, soy “fan” de esta obra y de sus miradas.

Me gusta pensar que esa jornada en la facultad puede funcionar como una pequeña metáfora del corpus de investigación de este trabajo final de la Maestría: una obra de arte clásica puesta a circular en un contexto que no es propio del ámbito artístico (pero, ¿cuál es el espacio propio de una obra de arte hoy?), por los “pasillos” de un espacio habitado en su mayoría por jóvenes, que se mueven veloces, que están de paso y que la miran en ese transitar. Así llegué a analizar algunas formas en las que circula Las Meninas en el entorno de Instagram, un espacio que no era su hábitat. Pero no rastreamos las copias de la obra original, sino la obra con las intervenciones de artistas o usuarios-expertos digitales. Analizaremos cuáles fueron las transformaciones de las obras para adaptarse a estos nuevos entornos en los que se hibridan con materiales y prácticas que no pertenecían al mundo del arte.

Introducción

La expansión del mundo del arte hacia las redes sociales ha tenido consecuencias en la producción y la circulación de las obras. El presente trabajo es un análisis exploratorio sobre la forma en que las obras de arte clásicas circulan con intervenciones de otros artistas en plataformas digitales, específicamente en Instagram, a partir del caso de “Las Meninas”, de Diego Velázquez.

Partimos de la observación de la presencia viral¹ de esta obra en redes sociales con nuevos objetos agregados a la obra original. Fueron en diferentes momentos, a través de distintos artistas, y seleccionamos 3 experiencias en las que pudimos detectar que la obra de Velázquez aparecía como sedimento de una producción contemporánea: “Velaske, yo soi guapa? (Las Meninas Trap Mix)” (2017), un video realizado por Christian Flores, “Las Meowninas, or Fashion victim” (2017), de Svetlana Petrova, para su proyecto Fat Cat Art; y las apropiaciones de David Bokeh para sus series “El arte de quedarse en casa” (2020) y “Arte desubicado” (2021), realizadas durante la Pandemia por COVID.

Sostenemos que es gracias a estas novedades que se le agregan a la obra clásica Las Meninas, que ingresa al flujo de la web y logra llegar a nuevas audiencias en el presente, aunque modificada.

En el ecosistema mediático actual se ha generado un entramado socio-técnico-cultural mucho más complejo y rico en cuanto a posibilidades de producción, circulación y consumo de 'bienes' culturales. Como establece Valdetaro (2008),

“En la conformación del lazo social moderno concurren varias dimensiones que van rearticulando las relaciones sociales y los espacios públicos y privados... Dichas dimensiones -racionales, críticas, reflexivas, intelectuales; y también somáticas, corporales, pasionales, sensitivas-, y sus entrecruzamientos, conforman un tejido socio-cultural que adquiere distintos valores según sea la modalidad de la mediatización predominante en distintos contextos espacio-temporales, y producen, por lo tanto, sujetos sociales peculiares” (p. 27).

¹ Con “presencia viral” nos referimos a la gran cantidad de impresiones (es decir, cantidad de veces que aparece en pantalla) y alcance que obtuvo un contenido en redes sociales.

El surgimiento y la instalación omnipresente de las redes sociales ha modificado, entre otras cosas, el vínculo de estos nuevos sujetos con los bienes materiales y simbólicos. El acceso a los objetos se hace de manera mucho más “instantánea” a través de estas plataformas que presencialmente. Se acortan los pasos para comprar un producto (con dos o tres clics, la compra está hecha), para acceder a un libro en formato digital o para, por ejemplo, contemplar una obra de arte (con solo googlear el nombre, se puede ser espectador en segundos). Mariana Maestri (2023) sostiene que:

“la percepción y el conocimiento se vieron alterados por la conectividad que nos permite compartir de manera casi instantánea, sentimientos, saberes, valores, emociones, etc., de modo que el contexto de producción y recepción de las prácticas sociales se encuentra situada en la amplia y compleja red llamada cibercultura” (p.127)

Según esta autora, la cibercultura es un horizonte de posibilidades que existe desde el surgimiento de la web 2.0 y podemos afirmar que persisten y aún más, se han potenciado en el entorno actual de mediatización. En la cibercultura asistimos a un estallido de los contenidos generados por usuarios (CGU), producciones hechas por un usuario de las redes sociales que luego lo comparte en estas plataformas (Scolari, 2012).

La experiencia aurática descrita a comienzos del siglo pasado por Walter Benjamin (2007) ha mutado en nuestra época, donde la reproducción digital de obras de arte se ha vuelto una práctica ordinaria y en la que las audiencias han adquirido las herramientas, aptitudes y espacios para ser productoras de contenidos. Y estos cambios han modificado no sólo la contemplación, sino también la producción artística que, quizás a partir de una actitud estética (es decir, posicionándose desde la perspectiva de los espectadores), ha comenzado a adaptarse a las audiencias contemporáneas, incorporando materiales y procedimientos artísticos nuevos, propios de la cultura digital.

Gracias a las tecnologías digitales, el arte se ha vuelto parte de lo cotidiano, las obras de arte irrumpieron en uno de los espacios que más habitamos: nuestras pantallas. Y aquí no oponemos este espacio al ‘real’, damos por superado ese debate. Lo virtual es real. Internet es hoy una habitación más de nuestros hogares, solo que cambia la interfaz: no ingresamos a través de una puerta, sino a través de una pantalla. Entramos, lo habitamos, *experimentamos* allí, nos comunicamos, estudiamos, nos entretenemos, trabajamos, pagamos nuestros servicios y hacemos las compras allí: es real. Para continuar con la metáfora edilicia, cada miembro de la casa que atraviesa la pantalla, entra a una habitación distinta, un cuarto propio virtual.

Esta investigación tiene como objetivos describir la expansión del “mundo del arte” (Danto, 2013) hacia las redes sociales y analizar la producción y circulación de obras de arte clásicas intervenidas con objetos que no les eran propios. Además, elaboraremos una maqueta en la que proponemos una estrategia para artificar en el Museo de Arte Contemporáneo de Rosario (MACRO).

Las conjeturas acerca de estas mutaciones del ámbito artístico las realizaremos a partir de la observación de tres experiencias de viralización en redes sociales de la obra *Las Meninas* a partir de la intervención de la obra original por distintos artistas digitales. Que estas plataformas —espacios que no forman parte de las instituciones tradicionales del arte— sean nuestro escenario principal para analizar la circulación de obras revela una hipótesis de partida: las fronteras del arte han comenzado a liquidarse y los contenidos, las prácticas y actores del ámbito artístico comienzan una hibridación con materiales, actores y lenguajes de otras esferas.

En este sentido, analizaremos experiencias de artistas digitales que han producido a partir de la obra *Las Meninas* nuevas obras que circularon a través de redes sociales, específicamente en Instagram. En estos casos de reproducción digital de la obra maestra de Velázquez, hemos detectado rasgos de lo que se denomina “artificación”, entendido como la “transformación del no-arte en arte” (Shapiro, 2004, p. 1). Esta acción de artificar transforma no solo a la obra, sino también a las prácticas (operaciones, gestos y formas de hacer que antes pertenecían a otros ámbitos distintos al arte) y a los sujetos (que obtienen el estatus de artistas). Los artistas sobre los que trabajaremos son Svetlana Petrova, Christian Flores y David Bokeh.

Al abordar estas experiencias, esperamos comprender mejor las transformaciones del arte en relación con las mediatizaciones actuales, haciendo foco en cómo las redes sociales han jugado un papel clave en esta transformación.

Sección A

1. Primera Parte: Antecedentes, Miradas y Lecturas Sobre El Objeto De Estudio

En esta primera parte, recuperaremos las lecturas, autores y antecedentes que han sido armazón sobre la cual comenzamos a esbozar interrogantes y miradas sobre nuestro objeto de estudio.

Por último, rescatamos dos casos de intervención de obras de arte clásicas que sucedieron en contextos de producción previos a la adopción de internet de manera global a los que consideramos como predecesores de lo que señalamos como casos de artificación (o *desartificación*) de obras de arte clásicas.

1.1. Estado del Arte o *El Caballete*

Este trabajo se sitúa en el “interesante entrelugar, alrededor del diseño, del arte y de la comunicación” (Ledesma y Maidana, 2009, p. XX) que comenzó a gestarse en las últimas décadas, con las tecnologías digitales como soportes de producción, circulación y consumo.

Desde los inicios del siglo XX, la comunicación ha asumido una “posición imperialista: invade todos los saberes y todas las profesiones” (Valdettaro, 2015, p.17), ha permeado las fronteras de otros campos de conocimiento, se ha entrometido con otras prácticas profesionales, ha enriquecido perspectivas provenientes de otras áreas y se ha inmiscuido con objetos de estudio que pertenecían a otros ámbitos, como el Diseño gráfico, la Política, los Recursos Humanos, la divulgación científica, etc.

El campo de estudios de la comunicación ha tenido consecuencias teórico epistemológicas por el surgimiento de medios que han modificado “todos los ámbitos vitales de la experiencia moderna” (Ibid., p.26). y que nos permiten expandir también nuestro análisis hacia nuevas esferas, como el mundo del arte —que es el dominio empírico del cual nos ocuparemos en este trabajo— atravesado por las mediatizaciones.

En las experiencias que seleccionamos para analizar, se fusionan textos, herramientas y lenguajes que provienen de diferentes disciplinas (la comunicación, el diseño y el arte) para producir nuevas obras a partir de la intervención de “Las Meninas”, de Diego Velázquez. Estas piezas circulan y se consumen a través de las plataformas digitales. Recuperaremos aquí

algunas lecturas sobre estos diferentes dominios que han sido andamiaje para el inicio de nuestra tesis.

La expansión del mundo del arte

Se reconoce como antecedente para pensar el objeto de estudio lo trabajado en relación a las transformaciones en el campo del arte y de las tecnologías de reproducción en los trabajos de Mario Carlón, desde la sociosemiótica, quien plantea que “tras la emergencia de la posmodernidad el arte y los medios entraron en una nueva y más compleja relación” (2010, p.2) y describe una serie de cambios de la mediatización del arte en los medios digitales:

- “1. La digitalización progresiva de una serie considerable de discursos artísticos.
2. La extensión del “mundo del arte” en la red.
3. La creación de nuevas obras, proyectos, espacios e instituciones
4. El desplazamiento e instalación de discursos artísticos en espacios virtuales de carácter no artístico”. (Ibid, p. 10)

En nuestro trabajo nos enfocaremos en el punto 2, “La extensión del ‘mundo del arte’ en la red”, para analizar la migración de las obras de arte (no de los museos e instituciones del mundo del arte, sino de las obras autónomas) a las plataformas digitales y también, reflexionaremos acerca de la creación de nuevas obras, mencionado en el punto 3. A estas nuevas piezas las caracterizamos como “artificaciones”, es decir, mezclas de obras de arte clásicas con otros textos que no provienen del mundo artístico. Los artistas contemporáneos articulan los actuales sistemas de mediatización con nuevos sistemas de producción de sentido para generar estas particulares mixturas que son puestas en escena en las redes sociales. Nos encontramos en un momento de expansión del arte hacia nuevos espacios y con la adopción de nuevos procedimientos, a partir de los cuales se ha modificado todo el entramado del campo artístico e incluso el estatuto mismo del arte.

Si nos situamos en la dimensión de la producción de las obras, es gracias a estos nuevos sistemas de producción de sentido (a las herramientas, técnicas, lenguajes y/o softwares de edición), que se abrieron más posibilidades materiales, simbólicas e incluso económicas para los autores contemporáneos. “Las operaciones de cut & paste que habilitan los programas de edición, las aplicaciones y la disponibilidad de imágenes en Internet potencian las oportunidades de descontextualización y recontextualización de las imágenes, los

sonidos y los textos” (Lenarduzzi: 2019, p.97) y en este sentido, recorreremos en nuestra tesis diferentes escenas en las que la familia de Felipe IV, pintada por Diego Velázquez en el siglo XV, es podríamos decir “cortada y pegada” por tres artistas.

Desde el punto de vista de la circulación, los autores pueden exhibir sus obras en la web sin los requisitos que encuentran en las instituciones de arte tradicionales y que muchas veces son restrictivos. En esta línea, encontramos trabajos como los de Boris Groys que nos movilizan a pensar de qué manera Internet no sólo ha modificado la circulación de las obras, sino también el proceso de trabajo de los artistas. “Bajo el régimen del museo, el arte se producía en un lugar –el atelier– y se mostraba en otro –el museo” (Groys; 2014, p.136). Muchos artistas hoy producen sus obras directamente en la pantalla, muestran el work in process de la obra en las redes sociales. El espacio en el que se producen las obras es el mismo en el que son exhibidas y en el que serán contempladas (si es que podemos seguir usando este verbo en la época de la inmediatez), ya que “el surgimiento de Internet borró esa diferencia entre producción y exhibición del arte” (Ibid, p.136). En la web, las tres dimensiones del discurso artístico (producción, circulación y recepción) coinciden “espacialmente” (aunque no temporalmente).

Arte y tecnología

Son de suma relevancia los antecedentes que se presentan en los trabajos de Walter Benjamin para pensar y poner en tensión el mundo del arte (1930; 1939) con las tecnologías de reproducción. En esta etapa de reconocimiento de lo producido en esta línea de estudios, será central para nosotros la figura de este autor, a quien retomaremos permanentemente, ya que “la reflexión sobre la tecnología en relación con el arte aparece como punto central de los desarrollos benjaminianos de la década del 30” (Valdettaro; 1999; p.111).

Tal como plantea Walter Benjamin en su célebre texto sobre la obra de arte en la época de reproductibilidad técnica (2007), las tecnologías de reproducción comenzaron a influir no sólo en la circulación del arte heredado, “sino que también conquistaban un puesto específico entre los procedimientos artísticos” (Ibid, p. 150). La reproducción de las obras de arte clásicas no es novedad, sin embargo Internet ha brindado más dispositivos, lenguajes y materialidades digitales para que el arte desborde de sus barreras hacia nuevas esferas de la sociedad. Si la modernidad estaba en vinculación con la reproducción mecánica, nuestra contemporaneidad se vincula con la reproducción digital (Lenarduzzi, 2019). En este sentido, desde hace algunos años, el ámbito artístico comenzó a verse afectado, intervenido y potenciado por las

tecnologías digitales llegando éstas también no sólo a modificar su circulación, sino a ser parte de las formas de producción de las obras. Nos detendremos brevemente sobre la figura de este valioso autor para ponderar algunas de sus ideas que son fuente para este trabajo.

Benjamin dirigía su mirada hacia el cine y la fotografía, como dos nuevos medios de reproducción revolucionarios por su alcance y sus efectos no sólo en el mundo del arte sino sobre la experiencia moderna en general. Escribió quince “tesis acerca de las tendencias evolutivas del arte bajo las actuales condiciones de producción” (1935, p. 148) en las que desplegó una artillería de ideas, conceptos e hipótesis que aún iluminan cualquier análisis sobre arte y medios de comunicación.

Alessandro Baricco lo caracteriza bien: “Él nunca intentaba entender qué era el mundo, sino, en todos los casos, saber en qué estaba convirtiéndose. Quiero decir que lo que le fascinaba, en el presente, eran los indicios de las mutaciones que acabarían disolviendo ese presente” (2008, p.24).

Walter Benjamin ha escrito sobre diversos temas, sus tesis sobre el drama barroco alemán, sus trabajos sobre Baudelaire, Poe, Goethe, sus estudios sobre los pasajes de París. Pero en un momento de la historia decidió que era necesario también preguntarse sobre el Ratón Mickey, por eso en la década del treinta, Benjamin escribe: “Es una existencia llena de prodigios que no sólo superan los de la tecnología, sino que se ríe de ellos (...) Lo más notable es que todos ellos surgen sin maquinaria, improvisados, del cuerpo de Mickey Mouse” (citado en Ibarlucía, 1998, p.31) . Benjamin entendió que había algo de ese personaje animado que formaba parte del “sueño del hombre contemporáneo” y sin temor a abordar un objeto que podía ser considerado parte de lo banal de la cultura, escribió sobre él. La fusión entre naturaleza y máquina formaba parte del entramado onírico de principios del siglo XX.

En un breve artículo llamado “Onirokitsch” Walter Benjamin sentenció: “Ya no se sueña con la flor azul. Quien hoy despierte como Enrique de Offerdingen debe haberse quedado dormido” (Benjamin, 1925, citado en Ibarlucía, 1998, p. 29), haciendo referencia a cómo el sueño romántico, el anhelo por la poesía, el genio ya no formaba parte del deseo colectivo.

Para Benjamin, el sueño era “una forma de experiencia históricamente construida”, tal como la percepción. Es decir, que lo cultural y lo histórico modifican la estructura biológica perceptiva e influyen en los sueños y analiza cómo la generación que “entre 1914 y 1918 despertó del espeso sueño del siglo XIX a la pesadilla del siglo XX” (Ibarlucía; 1998, p. 30), sueña con lo banal, con aquello que le alivia la experiencia traumática en la vida cotidiana.

Estos escritos nos han sido potentes disparadores para analizar lo pulsional de las generaciones contemporáneas en los escenarios digitales. ¿Cuál es el sueño de los sujetos

contemporáneos? ¿Qué personajes ficticios crean para sobrevivir a la espesa capa de lo real? ¿Acaso ingresar a la pantalla no es sumergirse ya en lo onírico? ¿Qué textos retoman del pasado? Las nuevas producciones artísticas que analizamos son creaciones desde las ensoñaciones de los artistas digitales que desde el presente “citan” a artistas anterior, del mundo del arte, pero para intervenir sus obras con textos de su contemporaneidad. Quizás para aliviar el sentido de las originales o mitigar los mandatos de épocas pasadas. O quizás sólo por el placer de nuevas miradas sobre el pasado.

Consideramos que Benjamin es aún uno de los autores más relevantes para pensar las transformaciones actuales en el campo del arte y de las tecnologías de reproducción. La clarividencia de sus obras y las formas de su escritura, en montaje, de manera fragmentaria y *constelando* (hoy podríamos decir linkeando) citas, textos, imágenes, lo afirman en el presente, a tono con las formas de lecturas contemporáneas. El trabajo de Beatriz Sarlo sobre Walter Benjamin nos fue fructífero para reflexionar acerca de esto. A través de su escritura, Benjamin “Establece y reforma obsesivamente, las partes que luego serán capítulos; copia textos escritos por otros, pasándolos a sus cuadernos como si fueran calcomanías que, en ese tránsito del libro al cuaderno, produjeran nuevas imágenes” (Sarlo, 2011, p.41).

Podemos pensar en esos montajes que Benjamin hace en su escritura como análogos a las formas actuales de reproducción de las obras de arte en las plataformas digitales. Las obras circulan en las redes sociales con agregaciones de otros textos-imágenes. Lo que Walter Benjamin hizo con el Ángelus Novus de Paul Klee, ¿no es acaso una especie de artificación? Esa operación de tomar una obra de arte y resignificarla, sumando su mirada, su producción escrita, nos sirve como envión para analizar los movimientos actuales de los artistas digitales. El Angelus Novus de Klee se transformó en El Ángel de la Historia de Benjamin. Es una obra nueva.

1.2. Del Lebenswelt Al “Webwelt”

Arthur Danto, en “¿Qué es el arte?” dice que:

“El único cambio importante que caracterizó a los años setenta y que ha perdurado hasta el presente es que muchos artistas empezaron a rechazar los tradicionales <<materiales para artistas>> y empezaron a usar cualquier cosa en sus obras, sobre todo objetos y sustancias de lo que los fenomenólogos denominan Lebenswelt: materiales comunes a la vida cotidiana y del mundo en que vivimos” (2013, pp. 35-36).

Danto recupera el concepto de Lebenswelt de la fenomenología para describir el proceso por el cual los artistas de la década del setenta, del siglo XX, llevaron la vida real al arte, cuando se concebía que la realidad era lo que el arte debía representar. Este gesto de los artistas de las vanguardias modificó la manera de entender el arte (Ibid, p.37).

Retomamos esta cita de Danto porque encontramos una similitud con las prácticas de los artistas contemporáneos que hemos seleccionado para analizar en esta tesis. La diferencia con los artistas del siglo pasado, es que como los contemporáneos trabajan en el espacio digital desde el inicio, utilizan materiales de lo que proponemos llamar el “*webwelt*”, el mundo de la web.

Antes de profundizar en la idea de *webwelt* que proponemos, debemos situarlo históricamente. Para eso, tomamos como referencia el trabajo de Mario Carlón (2013), en el cual nombra a la época actual como “contemporánea”, con dos características principales: “La adopción social definitiva de Internet y de modos de hacer característicos del Arte contemporáneo” (2013, p.4). Es decir que muchas prácticas del mundo del arte se han expandido a otros ámbitos, principalmente gracias a la consolidación de internet con sus plataformas, herramientas y nuevos lenguajes. Esta es una de las razones por la cual una característica del mundo del arte se ha desplazado para nominar a una época.

Podemos agregar como particularidades de esta época contemporánea el alcance global de las redes sociales, la multiplicación anual de los usuarios de cada plataforma, las transformaciones en la circulación discursiva, las nuevas narrativas y estrategias comunicacionales (transmedia, crossmedia, etc.) y la plataformización general de diferentes espacios de la vida social. Desde el punto de vista de la “poética” del arte (Groys, 2014, p. 15), internet, entre otras cosas, ha posibilitado que existan cada vez más productores y artistas que

pueden exhibir y vender sus obras a través de las plataformas digitales, por fuera del circuito tradicional del mercado artístico.

Carlón reflexiona acerca de las diferencias entre modernidad, posmodernidad y contemporaneidad a partir de la relación entre arte, medios y comunicación que se generó en cada época. El autor reconoce algunas operaciones de producción de sentido contemporáneas que provienen del mundo del arte pero que se han expandido a los que él define como "mundo de la cultura masiva" y "mundo de Contenidos Generados por Usuarios (CGU)" (Carlón, 2013, p.11). ¿Cuáles son las operaciones a las que se refiere Carlón? "la intervención, la apropiación y el montaje, en gran medida todas nacidas en el Arte en la era moderna" (Ibid.). Surgen en la modernidad en el mundo del arte y a través de los artistas de vanguardia se expandieron en el campo del arte durante la posmodernidad. En la época contemporánea, se instalaron en el mundo de los medios digitales a través de los CGU.

Debemos aclarar que nosotros no nos enfocaremos en los contenidos generados por usuarios "anónimos" o amateurs sino en aquellas producciones generadas por artistas, a quienes consideramos "usuarios-expertos" de la web, ya que poseen la formación técnica e intelectual tanto en el campo artístico como de los softwares de diseño digital.

Para arrojar algo de luz sobre esta difusa categoría de "contenidos generados por usuarios", Carlos Scolari los clasifica según las operaciones retóricas que realizan:

"En retórica, las cuatro operaciones clásicas –originalmente conocidas como la quadripartita ratio– son la adición (adiectio), omisión (detractio), transposición (transmutatio) y permutación (immutatio). La adición se basa en la expansión narrativa, mientras que la omisión se ubica en las antípodas y hace referencia a la substracción de elementos de un relato; la transposición modifica el orden de los elementos y la permutación se basa en la substitución de un componente por otro dentro de la narración" (Scolari, 2012, pp. 38-39).

En este sentido, podemos pensar a todas las producciones que elegimos sobre Las Meninas como contenido generado por usuarios expertos (en el análisis de cada caso retomaremos la clasificación de Scolari para describirlas), ya que cada una de ellas realiza una operación retórica distinta sobre la obra original.

Nuestro trabajo se sitúa en la época contemporánea y las tres experiencias que tomamos fueron realizadas por los artistas digitales Svetlana Petrova, David Bokeh y Christian Flores, que han puesto todo su expertise para intervenir, apropiarse y hacer montajes sobre la

obra de Diego Velazquez, agregándole algunos materiales de lo que percibimos como parte de la cotidianidad digital. Estas nuevas producciones contienen objetos y lenguajes que si bien no son propios de la web, los entendemos actualmente como característicos de este espacio debido a su presencia constante, como los gatos, los montajes digitales, la animación audiovisual, etc. Estos elementos, lenguajes y herramientas son a los que consideramos como representativos del *webwelt*.

1.2.1. Elementos Del Webwelt

Comencemos por los gatos. Estos animales se han vuelto populares en el ecosistema digital gracias a los *LoLCats*, que en los albores de la web aparecieron para hacer de ésta un espacio más entretenido y participativo.

Los Lolcats nacieron en el año 2005 dentro de una página web de foros llamada *4chan*. Se trata de fotografías de un gato acompañadas de un texto gracioso, escrito como si fuera enunciado por el animal, con errores de ortografía y de sintaxis. Es una parodia de la jerga de internet, que ha sido muchas veces caracterizada negativamente como destructora del lenguaje. El término “Lolcat” es una combinación del acrónimo en inglés “lol” (laugh out loud, reír a carcajadas) y de la palabra “cat” (gato).

La primera vez que los lolcats se volvieron realmente populares fue a través del sitio web *I Can Has Cheezburger?*, una plataforma que funcionaba como un blog en el que se compartían imágenes de animales con textos sobreimpresos. En enero de 2007, uno de sus creadores publicó una imagen tomada de otro sitio (Something Awful) que contenía a un gato con el texto: “*I can has cheezburger?*” (Figura 1), de esa imagen derivó el nombre de este sitio web que tenía picos de un millón y medio de visitas por día.

Figura 1 Lolcat “I can has cheezburger”



Nota. Este es el primer Lolcat que se popularizó en 2007 a través del sitio web homónimo, <https://icanhas.cheezburger.com>

Desde la aparición de los lolcats, los gatos en internet son más populares que en el antiguo Egipto. Es en ese sentido que desde los inicios del siglo XXI, estos animales son parte de lo que proponemos llamar “webwelt”. Veremos más adelante la artificación con estos animales en uno de los casos que tomamos como objeto de estudio, el de Svetlana Petrova, “Las Meowninas”, desarrollado en su proyecto Fat Cat Art, al cual podríamos identificarlo como un descendiente de este formato.

Por otro lado, las prácticas como el montaje digital, el borrado y la intervención, son también prácticas del entorno digital y estos artistas las desarrollan en el software de Adobe, Photoshop. En el capítulo *Photoshop para la democracia* Henry Jenkins analiza de qué manera a través de esta herramienta, los activistas y fans incorporan temas de la cultura popular en las campañas políticas (Jenkins, 2008). Nuestro ámbito de análisis es otro, pero podemos aplicar la misma afirmación para decir que es gracias a este software que los artistas analizados en

este trabajo integran elementos de la cultura popular (en este caso, de lo que nosotros llamamos *webwelt*) en el mundo del arte, artificando obras de arte clásicas como *Las Meninas*.

Photoshop tiene más de treinta años y se ha convertido en la herramienta por excelencia para la creación y edición de imágenes. Uno de sus fundadores, John Knoll, declara en una entrevista en la revista de diseño *Experimenta.es*: “La aplicación continúa potenciando a las personas para que sean creativas y trabajen a través del diseño y la fotografía de maneras que nunca hubieran podido imaginar o hacer tan fácilmente antes de que Photoshop existiera” (Castresana, 2018, s/p). Los procedimientos artísticos se han visto afectados también por herramientas como esta, que permiten generar y retocar imágenes, en donde las operaciones de apropiación, intervención y montaje son protagonistas.

Como detallamos antes, estas prácticas surgieron en la Modernidad para expandirse luego a la Posmodernidad y estallan en lo contemporáneo, en las prácticas cotidianas de las pantallas. En el siguiente punto, mencionaremos dos antecedentes analógicos de intervención y apropiación de obras de arte clásicas realizadas en distintas épocas y que funcionan como antecesoras de las que tomamos para analizar en el entorno digital.

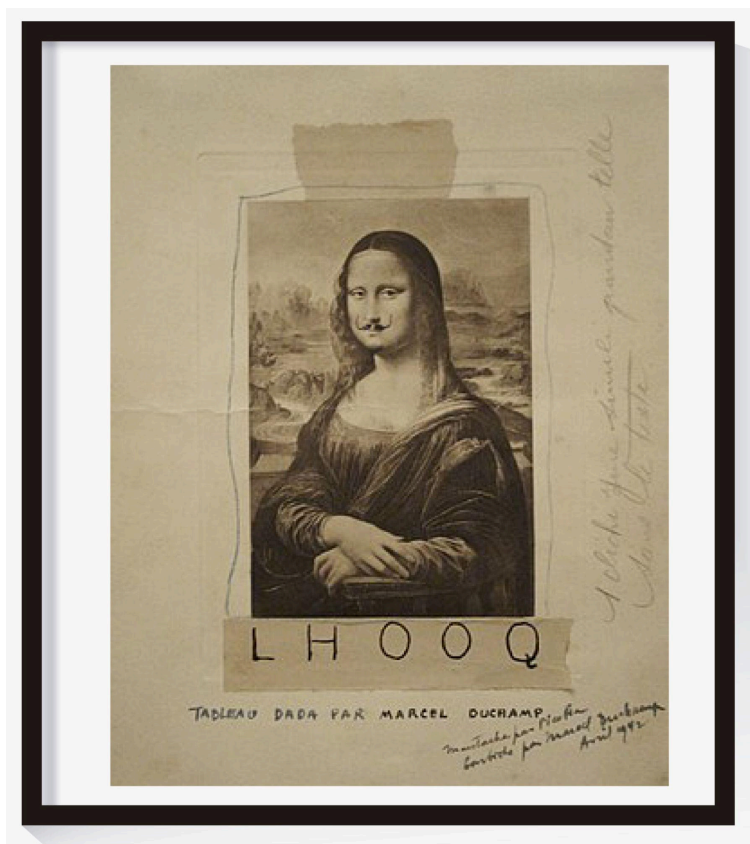
1.2.2. Intervenciones Analógicas De Obras De Arte Clásicas

El primer caso que recuperaremos es la apropiación e intervención de Duchamp sobre *La Gioconda* de Leonardo da Vinci en la época moderna. Además, en segundo lugar, retomamos la restauración del *Ecce Homo* de Borja, que se desarrolló en un momento que podemos señalar como “bisagra” entre la época posmoderna y la contemporaneidad, ya que fue un suceso que se deslizó desde el mundo de las artes hacia los medios masivos y luego irrumpió en las redes sociales.

En 1919, Marcel Duchamp dibujó con lápiz bigotes y barba sobre sobre una reproducción de *La Gioconda* en una postal de 21 por 13,8 centímetros que se puede observar en la Figura 2. Utilizó siglas para renombrarla: L.H.O.O.Q.², homófono de una frase elevada de tono en francés. Hizo varias reproducciones de esta obra en distintos soportes y tamaños.

² En un acto de provocación, el artista renombra a la obra de Da Vinci con estas siglas que se leen en francés: “Elle a chaud au cou”.

Figura 2. *L.H.O.O.Q.*, obra de Marcel Duchamp (1919)



Luego, en el año 1965 hizo una segunda versión de la obra, una reproducción a color de La Gioconda que mide 8.7 por 6.2 cm, sin intervenciones de dibujo, sólo que la nombró “*L.H.O.O.Q. rasée*” (Figura 3), es decir, afeitada. Su primera intervención a la obra de Da Vinci, con lápiz, tuvo tal repercusión que le permitió apropiarse de la obra original y simplemente, cambiarle el nombre, sin agregarle objetos dentro del lienzo.

El hecho de que esa nueva versión de 1965 hiciera referencia a su obra de 1919, en vez de a la obra original del siglo XVI, demuestra también la ruptura que existió a partir de esta primera intervención con la obra original pero sin “profanarla” o modificarla realmente (el original seguía montado en el Louvre, sin bigotes ni barba) sino citándola para desviar el sentido y ponerla en circulación en una nueva época, con un nuevo significado, para nuevos espectadores. Duchamp realizó una apropiación de esta obra a partir de una reproducción, la intervino con un dibujo y le dio un nuevo nombre. Una obra nueva y una nueva experiencia estética en el público.

Figura 3. *L.H.O.O.Q. Afeitada*, obra de Marcel Duchamp (1965)



Artistas como Marcel Duchamp con su mingitorio –o Andy Warhol más adelante, con sus readymades como las cajas de sopa Brillo (Warhol)– comenzaron a permear en el mundo del arte preguntas acerca de la función misma del arte y de los artistas. Y de alguna manera, habilitaron estas prácticas en la contemporaneidad, dentro del espacio digital, que abordaremos en este trabajo. Estas nuevas formas de producción y circulación de las obras sacuden nuevamente a la percepción y a las formas de hacer arte.

El segundo antecedente que detectamos offline pero que tuvo un efecto online global, sucedió durante la interfaz entre la época posmoderna y la contemporánea, ya que fue el de la restauración fallida de la obra *Ecce Homo* de Borja (Figura 4). La obra original era una pequeña pintura al óleo, del pintor español Elías García Martínez que databa de la década de 1930.

A principios del siglo XXI la pintura contaba con signos de deterioro, por lo que se le encargó su restauración a una aficionada a la pintura, que terminó modificando por completo la representación del Cristo coronado con espinas.

Figura 4. *Restauración del Ecce Homo de Borja, por Cecilia Gimenez (2012)*



El contexto mediático de esta profanación colaboró para que este suceso se volviera un fenómeno no sólo en los medios masivos tradicionales sino también en plataformas de la web. Un corresponsal de la BBC europea dijo que el resultado se parecía a un “boceto a lápiz de un mono muy peludo con una túnica que no le ajusta bien” y esto generó una catarata de memes³ sobre la obra que se transformó en #EcceMono.

En este caso, vemos por primera vez la articulación entre una práctica de una artista sobre una obra de arte clásica, los medios masivos y las redes sociales, por eso pensamos a este momento como bisagra entre la posmodernidad y la época contemporánea. Sin dudas, la

³ En este tablero creado por Vanesa Mazzeo en Pinterest hay registrados algunos de los memes sobre el tema: ar.pinterest.com/vanemaz/eccehomo

restauración que Cecilia Gimenez hizo del *Ecce Homo* de Borja la convirtió en una nueva obra, de su autoría, y esta obra se volvió un hito gracias a la circulación en las redes sociales.

El fenómeno #EcceMono es para nosotros un síntoma de lo que comenzaba a ocurrir en la esfera artística y su desborde hacia las plataformas digitales. La diferencia que destacamos en relación a las experiencias que seleccionamos en este trabajo, es que esta artista ha trabajado directamente sobre el lienzo original y no sobre una reproducción, es decir, en este caso la reproducción ha reemplazado al original, que ya no existe. Nathalia Lavigne, curadora e investigadora de cultura digital sostiene que “Cecilia Giménez creó algo totalmente diferente, con mucho más impacto que la pintura original” (Suzuki, 2022).

Este caso fue el primero en el que la obra migró autónoma a las redes sociales, y circulaba con objetos y significados que se iban agregando por otros usuarios anónimos que intervenían las producciones digitales derivadas de la obra.

En las redes sociales estas intervenciones no sólo son habituales, sino que son condición para que una obra circule. Lo que moviliza a los contenidos en el flujo de la web es la novedad, es el objeto agregado que genera un sentido nuevo, usualmente vinculado a la actualidad. “Cuando las técnicas de registro (grafismos, impresiones mecánicas, fotografía, fonografía, cinematografía) se hacen norma, lenguaje, están dadas las condiciones para que se puedan retorizar, expandir, y para que cualquiera de sus operatorias sea utilizada para cambiar de nivel de sentido”, sostiene Gastón Cingolani (12 de noviembre de 2021). En el ambiente digital observamos que las herramientas de producción (el dibujo digital, el montaje, la fotografía móvil, la intervención digital, etc.) han llegado a ser adoptadas por la mayoría de los usuarios de la web 2.0, habilitando la capacidad de cambiar el sentido de cualquier discurso.

La modificación de una obra clásica con nuevos materiales, objetos, herramientas, es lo que motoriza su circulación en las redes sociales, que depende siempre del grado de interacción de los usuarios con ese contenido. La circulación de las obras de arte clásicas (sin agregaciones) en las redes sociales no se da con un objetivo meramente exhibitivo del original, salvo en las redes sociales o sitios webs de museos, galerías y otras instituciones tradicionales relacionadas al arte.

Daniel Briguet escribía en la década de 1990 que:

“La mediación tecnológica, a la par que disuelve lo específicamente estético, anuncia lo que podríamos llamar la estetización del mundo. El objeto producido por el dispositivo tecnológico es -en un sentido- vuelto a producir: sustraído del continuum de las cosas, el dispositivo lo restituye bajo un nuevo aspecto”.

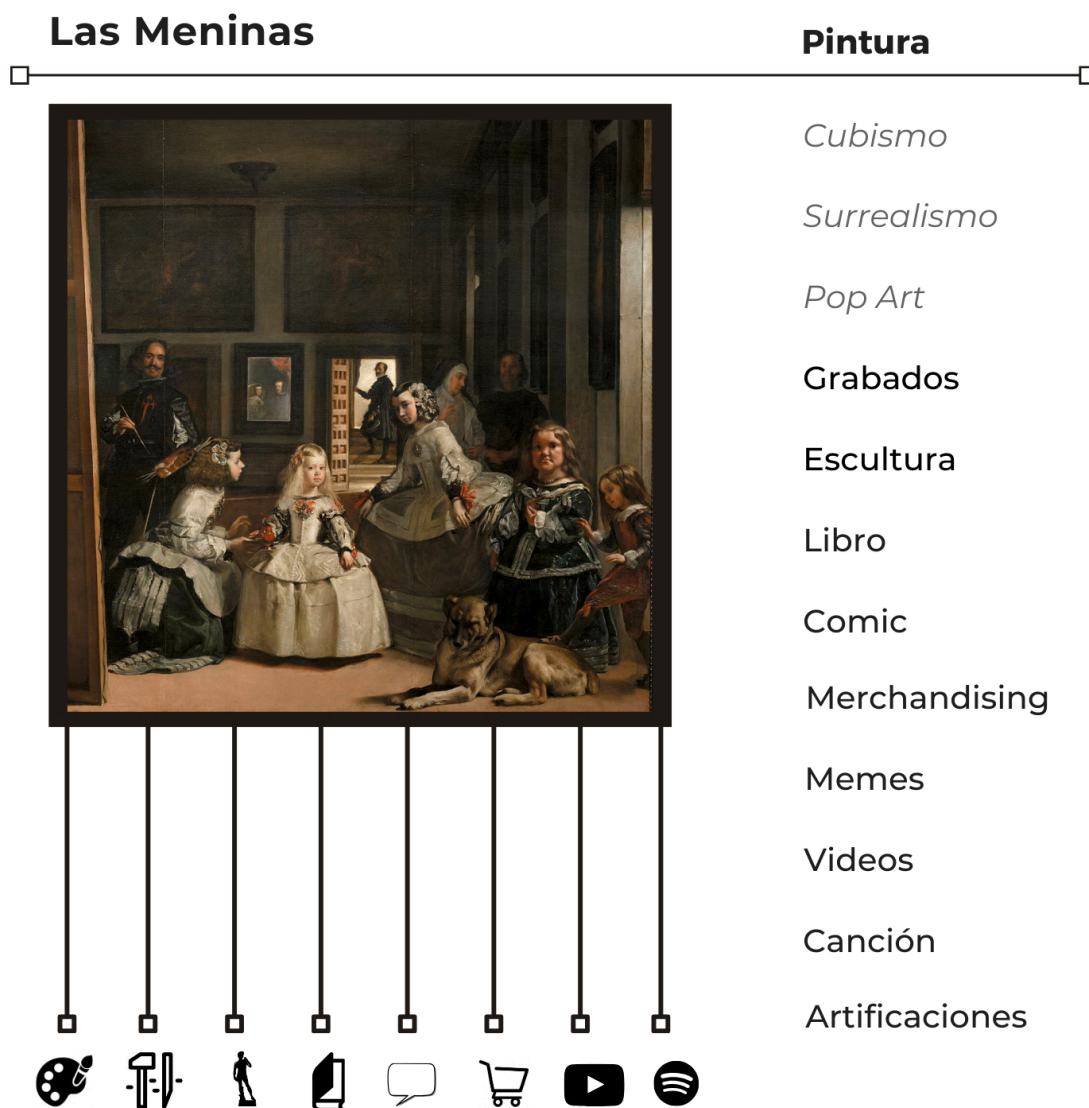
Acaso esta frase resume y explique con clarividencia lo que es la artificación hoy, en la época de las redes sociales. La estetización del mundo, la posibilidad de volver artístico-estético cualquier elemento (las redes nos permiten incluso artificar nuestro propio rostro, mezclándolos con filtros que “embellecen” la imagen) y en esa transformación, la obra se vuelve a producir, distinta, híbrida, compuesta ahora por algo exógeno a su hábitat anterior.

Retomaremos a Walter Benjamin (2007) para decir que la reproducción digital de las obras de arte “libera” a las obras de su encierro en museos y las lleva al encuentro no sólo de nuevos públicos, sino de nuevos artistas que las reviven, con un aspecto más a tono con la escena contemporánea en la que serán consumidas.

En la Segunda Parte de este proyecto trabajaremos sobre el espacio donde circulan y donde se reciben estas nuevas obras artificadas (o desartificadas): Instagram.

1.3. La Narrativa Infinita De Una Obra: Las Meninas

Figura 5. Trama narrativa que se desprende de “Las Meninas”



Nota. Nos inspiramos en los “mapas transmedia” diseñados por Carlos Scolari en su libro Narrativas Transmedia (2013) para visualizar las expansiones narrativas que la obra de Diego Velázquez tuvo en diferentes materialidades, plataformas y lenguajes. Si bien en este trabajo no revisaremos grabados, esculturas, merchandising ni memes, las agregamos en el mapa para dar un panorama un poco más completo de la complejidad de la trama narrativa comenzada por Diego Velázquez en el siglo XV.

“El pintor está ligeramente alejado del cuadro”

Michel Foucault, Las palabras y las cosas

En 1656 Diego Velázquez dio la última pincelada de óleo sobre el lienzo de tres bandas de tela cosidas verticalmente, en el que se representa a La familia de Felipe IV. La última pincelada sobre aquel lienzo, pero no la final sobre aquella imagen, sobre aquel discurso, que fue expandiéndose y circulando a través de otros soportes y lenguajes en el tiempo, hasta llegar, en la última década, al vibrante lienzo en píxeles.

A continuación, haremos una breve recapitulación de algunas reproducciones plásticas que pudimos detectar de esta obra. No profundizaremos sobre cada caso porque lo que nos interesa es ilustrar el poder que tiene esta clásica obra de arte que desde su creación fue admirada, citada y adorada. Es como si cada época o movimiento artístico hubiera tenido la necesidad de dejar su huella sobre aquella obra de arte, que no deja de conversar con cada nueva generación gracias a las apropiaciones de distintos artistas.

Tres siglos después, en 1957, Pablo Picasso se encerró durante cinco meses y realizó una serie de cincuenta y ocho variaciones sobre Las Meninas (Figura 6). A través de la técnica cubista, propuso nuevos enfoques y maneras de fragmentar la escena, en algunos casos reproduciendo a la obra en su totalidad y en otros, retomando a algunos de sus personajes.

Una de las características interesantes del proyecto de Picasso es su serialidad: él consideraba a las cincuenta y ocho pinturas como un conjunto integral. Cuarenta y cinco de las obras son variaciones de Las Meninas, el resto estuvo dedicado exclusivamente a enfocarse en algunos personajes como la infanta Margarita, Isabel de Velasco y María Agustina de Sarmiento. No concebía a estas obras de manera separada, tal es así que donó la serie completa al museo de Barcelona, donde aún hoy están expuestas.

Figura 6. Obras de la serie “Las Meninas”, de Pablo Picasso (1957)



En la obra “El número secreto de Velázquez” (Figura 7), Salvador Dalí, desde el surrealismo, reemplaza a los personajes de Las Meninas por números. Algunas teorías sugieren que imita la disposición de las estrellas de corona boreal. La posición de la infanta representa la ubicación de la estrella y el resto de las figuras aparecen dispuestas de la misma forma que en la propia constelación.

A Velázquez, al hombre situado en la puerta del fondo y al bastidor les asignó el mismo número, el 7. Si comenzamos a interpretar esta escena basándonos en la simbología de cada número, nuevas historias surgirían de cada personaje.

Figura 7. “El número secreto de Velázquez”, de Salvador Dalí.



En la década de 1970, Rafael Solbes y Manuel Valdés, del grupo artístico valenciano Equipo Crónica, realizaron “La salita” (Figura 8), actualizando a la familia real en una sala de estar del siglo XX, con las saturadas técnicas del pop art, rodeados de todos los dispositivos técnicos propios de esa época. En este lienzo, reemplazan a los personajes de Marcela de Ullóa y del hombre que conversaba a su lado por sus autorretratos y quitan al hombre en la puerta del fondo. De los reyes ni noticias en esta escena del siglo XX.

El equipo Crónica le ha proporcionado a esta obra los elementos que necesitaba para ser una escena verosímil del siglo pop.

Figura 8. “La salita”, de Rafael Solbes y Manuel Valdés



En el 2015 el cómic “Las meninas”, de Santiago García y Javier Olivares, editada por Astiberri, ha ganado el premio a mejor obra española en el Salón Internacional del Cómic de Barcelona. “Esta no es sólo la historia de una obra de arte, sino la historia de cómo una obra de arte se transforma en un ícono cultural”, dice en la contratapa de esta historietita maravillosa e inteligente, que relata la vida de Velázquez y la historia de Las Meninas, de algunos de sus personajes e incluso de quienes han retomado la obra (vemos a Pablo Picasso dibujando la serie de sus variaciones, a Michel Foucault analizando la obra y escribiendo sobre ella, o al equipo Crónica pintando La Salita, por mencionar algunos).

Desde el siglo XX al menos, cada movimiento artístico ha dejado su huella sobre Las Meninas. Cada artista que rehizo Las Meninas le modificó o agregó objetos, lenguajes y sentidos nuevos a esta obra que no agota sus posibilidades narrativas sino que a través de cada reproducción, las multiplica. Podemos pensar a estas nuevas producciones como un montaje de miradas de los diferentes autores a través de la historia, que se han fascinado (o *fanatizado*) con un relato y que han tenido la pulsión de construir alrededor de él. En la Figura 9 se puede ver una viñeta de García y Olivares que ilustra un poco nuestra idea alrededor de Las Meninas de Velázquez.

Figura 9. Viñeta del cómic “Las meninas”, de Santiago García y Javier Olivares.



“Las Meninas” es también todas esas miradas de artistas y expertos que se han posado sobre ella para estudiarla, contemplarla, admirarla y producir a partir de ella nuevos textos.

Podríamos seguir relatando interpretaciones plásticas de esta reconocida obra maestra de Diego Velázquez —las que mencionamos son sólo algunas—, pero continuaremos directamente en el espacio en el que nos interesa hacer foco: las redes sociales, ya que detectamos que estos gestos sobre la obra original (apropiación, intervención, resignificación del sentido) que ocurrían offline, se potencian en el espacio digital y nos permitirán reflexionar acerca de las condiciones actuales de la producción, circulación y consumo de las obras de Arte.

2. Segunda Parte: El Marco

En este espacio, primero, recuperaremos autores, ideas y conceptos que funcionaron como un marco de nuestra reflexión teórica acerca de las experiencias que seleccionamos, haciendo foco sobre todo, en el concepto de *artificación*.

Por otro lado, analizaremos el entorno de las redes sociales como espacio contemporáneo de circulación y de recepción de las obras de arte, pensando en Instagram como plataforma fundamental en este sentido, debido a sus gramáticas y a su historia original como red social de nicho para la publicación de imágenes. Este sitio de red es el que *enmarca* a las obras contemporáneas que decidimos analizar y a los sujetos en una nueva experiencia estética. Reflexionaremos acerca de estas cuestiones ambientales, desde el punto de vista de la producción y la circulación de las (re)producciones seleccionadas.

2.1 Marco Teórico o Selección de Pigmentos

En este apartado revisaremos los conceptos y autores que fueron para nosotros los diferentes “pigmentos” con los cuales ejecutamos nuestro trabajo. Cada uno de ellos, desde diferentes miradas, posturas y ámbitos empíricos, constelados, puestos en articulación y también, a veces, en tensión, para tener, a través de ellos, una *paleta* (para seguir con la metáfora artística del título) de matices más ricos.

De circulación, sentidos y otras miradas

En este trabajo reflexionaremos acerca de una de las instancias más importantes de las obras de arte clásicas⁴, que es la circulación, en el contexto actual, es decir, en plataformas digitales con intervenciones realizadas por artistas contemporáneos. Rastreadremos en cada obra que seleccionamos las “huellas” que nos permitan indagar acerca de sus condiciones de producción y analizaremos de qué manera los objetos que los artistas digitales agregan sobre la obra original modifican su sentido. Según Eliseo Verón,

⁴ Con “obras de arte clásicas” nos referimos al corpus de obras que pertenecen al sistema de bellas artes, a lo que Arthur Danto en el texto denominado *¿Qué es el arte?* (2013) llama “mundo del arte”.

“La posibilidad de todo análisis del sentido descansa sobre la hipótesis según la cual el sistema productivo deja huellas en los productos y que el primero puede ser reconstruido a partir de una manipulación de los segundos (analizando productos, apuntamos a procesos)” (1993, p.124)

Aquella interrelación del producto con su contexto de producción son las huellas mediante las cuales analizaremos las diferencias y las correspondencias entre la obra original y las nuevas producciones, las que nos permitirán observar la transformación infinita de Las Meninas. Por otro lado, los nuevos elementos en las obras actuales, nos permitirán abducir las huellas del contexto contemporáneo.

Retomaremos también el concepto de mediatización de Verón, para quien “el funcionamiento de las instituciones, de las prácticas, de los conflictos, de la cultura, comienza a estructurarse en relación directa con la existencia de los medios” (Verón, 2001, p.15). Y es en esta relación con las tecnologías que se reestructuran y modifican las formas de producir sentido. Analizaremos las operaciones que se realizan sobre las obras de arte clásicas a partir de la incorporación de nuevos textos y herramientas, en el contexto de mediatización contemporánea.

Además, desde la Sociosemiótica retomaremos el análisis que realiza Oscar Traversa en dos artículos en la revista digital LOÏE, “Salomé, dos milenios después” (enero 2019) y “La otra Salomé” (septiembre 2018), en los que analiza las reproducciones de la historia de “Salomé”. Luego de hacer un breve recorrido por las reproducciones artísticas en las que la figura de esta joven bailarina persiste a través de los siglos, Traversa se pregunta qué es lo que asocia a los autores o artistas que listó, además de haberse referido a Salomé:

“Al menos tres tópicos centrales en la actividad productiva del arte o la palabra pública los acercan. Veamos: la primera propiedad que los reúne consiste en que si todos han trabajado el núcleo temático general “Salomé”, lo transformaron de algún modo, operaron diferencias respecto de su origen oral o escrito, dieron lugar a rupturas de escala; la segunda propiedad común es que todos aportaron a un cambio de escala a partir de la diversificación de la audiencia y de la multiplicación de variantes discursivas; la tercera los asocia en que, en conjunto, sustrajeron a Salomé del mundo religioso (deseándolo o no) para trasladarlo al raso pasional y profano patentizado en lo estético, traccionando a su vez –al actor principal y agente del conflicto- la danza, a ese mismo espacio” (Traversa, 2019)

En el punto “El lienzo digital, un palimpsesto” recuperaremos estos tres tópicos que propone Traversa para pensar el proceso de transformación textual de la obra original de Velázquez, en el transcurso de estos más de cuatro siglos de persistencia de *Las Meninas*.

Por otro lado, los trabajos de Mario Carlón (2012; 2013; 2016; 2022) sobre la contemporaneidad y su relación con el mundo del arte y la tecnología nos serán fundamentales en esta tesis para situar las experiencias que trabajamos (todas en el marco de lo contemporáneo) y reflexionar acerca de los cambios de sentido en la circulación en la época actual.

Entrar En Ambiente

Marshall McLuhan utilizaba la metáfora del pez en el agua para insistir en la idea de que los medios son generadores de ambientes o de entornos sinestésicos, que se vuelven invisibles: el pez no se da cuenta de que habita en el agua hasta que lo sacan y no puede respirar. En cada época se naturaliza el ecosistema generado por las tecnologías hasta que, por algún motivo, se deja de percibir o de experimentar ese “hábitat” y —aunque no dejamos de respirar— toda la infraestructura normalizada sobre la que se erigen prácticas y patrones de comportamientos cotidianos, entra en crisis. Aparece.

Cada nueva tecnología que ingresa al sistema modifica, potencia (y atrofia) las formas de percepción social, de comunicación, de conocimiento, de organización, de vinculación, etc. En cada contexto mediático naturalizamos las formas de *ser-con* (Mitcham, 1990) las nuevas tecnologías, sin alcanzar a profundizar en la manera en que cada medio modifica las prácticas, los conocimientos, los vínculos, los sentidos, etc. Retomamos los aportes de Marshall McLuhan sobre la Ecología de medios, ya que desde esta corriente podemos analizar no sólo a las tecnologías de comunicación sino también a los cambios que éstas generan en los sujetos cognitiva y perceptivamente. Es un nicho teórico potente que abarca el análisis de “casi todos los aspectos de los procesos de comunicación, desde las relaciones entre los medios y la economía hasta las transformaciones perceptivas y cognitivas que sufren los sujetos a partir de su exposición a las tecnologías de la comunicación” (Scolari, 2010, p.18). McLuhan sigue siendo un fundamental para pensar el campo de las mediatizaciones y si bien podríamos decir (en palabras de él) que fue “contrambiental” a la academia científica en la que él se desarrollaba —por sus formas de producción y el impacto que sus textos y dichos tenían en la sociedad— escribió cuestiones importantes que aún hacen eco para analizar el sistema sensorio-perceptivo y su relación con los medios.

En la actualidad, internet es base y torrente de todos los medios de comunicación y la adopción global de los medios digitales ha generado “un ambiente híbrido, mediático y social..., en el que la circulación del sentido es muy distinta de la que acontecía hasta hace muy poco en todos los ámbitos de la ciudad” (Carlón, 2013, p.3), ya que los antes considerados pasivos receptores, se han transformado en ávidos productores que realizan contenido permanentemente y lo ponen en circulación en las redes sociales.

Nuestro desafío en esta tesis fue tomar una postura “*meta*” para investigar prácticas y objetos que son cotidianos dentro del entorno digital al cual pertenecemos. Es decir, como aquellos peces mcluhanianos, intentamos sumergirnos en las aguas de internet, para recorrer espacios que transitamos diariamente y describirlos.

Aura

Las reflexiones acerca una de las consecuencias de la reproducción técnica del arte, desde las que Benjamin propuso y construyó la idea de aura como aquella “manifestación irreplicable de una lejanía (por cercana que pueda estar)” (1935, p.XX) también nos aportaron elementos teóricos claves para construir los antecedentes del campo de nuestro trabajo.

En ese concepto de aura (en realidad, en tensión con él) cristalizó a su vez varias cuestiones propias de la nueva experiencia estética moderna. Por un lado, la condición de originalidad de una obra, es decir, posee aura porque es única, es auténtica y eso es irreproducible.

En las reproducciones técnicas el aura se liquida, la copia tiene cada vez más independencia del original. El autor también aclaró que esta distinción entre la obra original y la copia es en realidad una construcción del mercado del arte: “La imagen de una Virgen medieval no era auténtica en el tiempo en que fue hecha, lo fue siendo en el curso de los siglos siguientes, y más exuberantemente que nunca en el siglo pasado” (Benjamin; 2007, p.150)

Por otro lado, en la idea del aura benjaminiana leemos la capacidad de las obras de arte de hacer que los sujetos levanten la mirada frente a ellas. Esta cualidad casi mágica, propia de la esfera del arte, es también una de las características fundamentales de la experiencia estético-perceptiva actual que desarrollaremos en el capítulo sobre artificación.

Además, dentro de este concepto encontramos la cuestión del “aquí y ahora”, la espacialidad y el tiempo de existencia de una obra de arte, que “remite tanto a las circunstancias en que fue concebida como a los usos de que ha sido objeto” (Briguet, 1990). Y en este sentido, pensamos también en el contexto (social, histórico, político, etc.) en el que se

realizó la obra, ya que la reproducción “arranca” a la obra de su tradición. Ricardo Diviani sostiene que “La fuerza de la originalidad de estas ideas reside en que la destronación de la contemplación lejana y teológica ha sido producto de los mismos cambios tecnológicos que esta sociedad ha generado” (1996, p. 3), lo cual nos remite además a otro autor del cual nos nutrimos para la realización de esta tesis, Marshall McLuhan y su postura sobre la tecnología como modeladora de las formas perceptivas y cognitivas.

El modo y la manera en la que percibimos están condicionados “no sólo naturalmente, sino también históricamente” (Ibid, p. 153). Al analizar la experiencia perceptiva del cine en relación a los estímulos que los sujetos modernos recibían en su cotidianidad urbana, el autor nos inspira a pensar las nuevas formas de producción y reproducción en la web en relación con las formas en que nos vinculamos, conocemos, trabajamos, nos movilizamos, etc., en la actualidad.

Cultura de la conectividad

Recuperamos aportes de la autora Jose Van Dijk sobre las condiciones de sociabilidad actual a través de las plataformas y aplicaciones digitales.

“A medida que la web 2.0 maduraba y se convertía en una infraestructura funcional, los usuarios desplazaron un número cada vez mayor de sus actividades cotidianas a entornos online [...] Este desplazamiento provocó a su vez un cambio en las plataformas, que pasaron de proveer una utilidad genérica a brindar un servicio personalizado” (Van Dijk; 2012, p. 13).

Van Dijk escribe una historia crítica de las plataformas desde lo que consideramos una postura ecológica de los medios de comunicación, ya que sostiene que éstos evolucionan junto con las prácticas culturales de los usuarios y que a su vez, “moldean la vida cotidiana de las personas” (Ibid.) generando una socialidad que se erige alrededor y a través de las plataformas en red.

Utilizaremos los conceptos de esta autora en el apartado “La circulación del arte en jardines digitales vallados” para introducirnos en el análisis de la red social Instagram.

Artificación

“La artificación no puede tener lugar sin el arte; necesita el arte como su punto de referencia y fuente de ideas y prácticas”

Naukkarinen, Ossi (2012)

“Nos interesa el proceso por el cual algo se transforma en artístico (o puede dejar de serlo: desartificación)”

Gastón Cingolani (2024)

Reconocemos como concepto fundamental para este proyecto, el definido por Roberta Shapiro como “artificación” (2004), es decir, aquellos “procesos de transformación del no-arte en arte” (2004, p.1). Esta idea nos permite analizar las formas en que se reproducen y circulan obras de arte clásicas intervenidas, en las redes sociales.

Este concepto es relativamente nuevo en la academia, siendo trabajado desde inicios de la década del 2000, por autores en su mayoría de origen nórdico o norteamericano, para analizar las formas en las que el arte se ha extendido hacia otros ámbitos, poniendo en jaque las fronteras entre lo que es arte y no-arte, con la creación de algo nuevo (Shapiro 2004; Naukkarinen 2012; Von Bonsdorff 2012; Dissanayake 2008; Heinich y Shapiro 2012; Fabbri 2019; Shiner 2016). Fue introducido por Roberta Shapiro en el XVII Congreso de la Asociación Internacional de Sociólogos de Lengua Francesa (2004) en donde lo propuso como “un nuevo campo de investigación para la sociología del arte, bajo el ángulo del cambio social y cultural” (Shapiro, 2004, p.1), entendiendo que la artificación describe el proceso de modificación y expansión del mundo del arte pero también la emergencia de formas nuevas de producir y consumir arte.

Si bien no hemos podido detectar trabajos que aborden el tema específico de la artificación en las redes sociales, recuperaremos algunas ideas y desarrollos de autores que nos han permitido construir esta investigación.

La relación arte-comunicación-tecnología es una articulación fundamental para abordar nuestro objeto de estudio. Al analizar los casos que seleccionamos, esperamos comprender mejor las mutaciones del arte en relación con las mediatizaciones actuales, haciendo foco en cómo las redes sociales han jugado un papel clave en esta transformación.

Las experiencias que seleccionamos no son copias exactas de las obras originales, por eso las señalamos como (re)producciones, con el paréntesis, porque si bien contienen a la obra

tradicional de Las Meninas, son obras completamente nuevas. Podemos pensarlas en términos de una cita de nuevos artistas a la obra de Velázquez, pero esa cita es puesta en articulación con nuevos lenguajes, formatos o sentidos, relacionados al contexto de producción contemporáneo.

Ese gesto, de articular una obra de arte con algo que no es arte nos remite al concepto de “artificación”, es decir los “procesos de transformación de no-arte en arte” (Shapiro, 2004), pero con la característica de que la obra original sigue siendo la protagonista del nuevo producto, es decir es una disolución de lo artístico en lo “mundano”, en lo ordinario. Intentaremos reflexionar acerca del estatuto de estos fenómenos ¿podemos llamar a estas obras que circulan en redes sociales “artificaciones”? ¿O estamos ante un tipo de lo que conocemos como “contenido generado por usuarios”? ¿Son ambos fenómenos a la vez?

El concepto de “artificación” fue introducido por Roberta Shapiro en el XVII Congreso de la Asociación Internacional de Sociólogos de Lengua Francesa (2004) en donde lo propuso como “un nuevo campo de investigación para la sociología del arte, bajo el ángulo del cambio social y cultural” (Shapiro, 2004, p.1), entendiendo que la artificación describe el proceso de modificación y expansión del mundo del arte pero también, que trae aparejados la emergencia de formas nuevas de producir y consumir arte, y los cambios en las relaciones y en las instituciones del arte.

Dentro de los desarrollos sobre la idea de artificación, podemos detectar dos miradas: una que podríamos definir como “sociohistórica”, que entiende a la artificación como una práctica cultural contemporánea dentro de un contexto social, económico, política, cultural, etc., y en articulación con otras esferas, distintas a la artística. Es decir, analiza las fronteras entre lo que es considerado el mundo del arte con otros mundos. En este enfoque podemos ubicar a Roberta Shapiro, quien tiene una mirada descriptiva sobre este proceso contemporáneo:

“La transformación del no-arte en arte es una transfiguración de personas, de objetos y de acciones. Es a la vez simbólica y práctica, discursiva y concreta. Ciertamente, se trata de recalificar las cosas y de ennoblecerlas: el objeto deviene en obra, el productor deviene artista, la fabricación deviene en creación, los observadores en público” (Shapiro, 2004)

En esta línea, encontramos autores como Naukkarinen Ossi, quien sostiene que

“El «arte» de la artificación se vuelve una especie de adjetivo, no un sustantivo”, en todo caso deberíamos cambiar la pregunta de si algo es o no arte por la de “si algo tiene más o menos arte, en una situación dada” (2012).

Además, consideramos interesante que este autor relaciona el concepto de artificación con el de estetización, diferenciándolo:

“La artificación también linda con otro concepto que goza de actualidad cultural: el de estetización. La artificación puede ser un caso especial de estetización, el cual es, no obstante, un concepto organizado de manera diferente. La estetización en sus diferentes versiones no está necesariamente relacionada con el arte en absoluto” (Ibid.).

La artificación siempre está en relación con el arte, es su fuente de recursos y su referencia. Si hay artificación, hay indicios de arte. Es propio de las obras, textos o espacios artificados poseer “algo” del arte, alguna cualidad de este mundo.

En esta postura más sociológica también encontramos autores como Nathalie Heinich (2012) y Larry Shiner (2012).

La otra mirada sobre el concepto de artificación es más “evolucionista” o “naturalista” y plantea que la artificación siempre existió, como parte natural del ser humano: “entender la participación en las artes como una parte integral y necesaria (adaptativa) de la naturaleza humana común a todos los hombres” (Dissanayake, 2008). En esta perspectiva encontramos trabajos como los de la autora Pauline Von Bonsdorff:

“Analizando los orígenes evolutivos y ontogenéticos del arte y su función en todas las culturas humanas, y al describir los criterios del arte como un grupo, el naturalismo abre la frontera entre el arte y el no-arte. Con el mismo, podemos preguntar si algunos de los cambios descritos como artificación nos permite reconocer el arte por fuera de los mundos del arte legitimados institucionalmente” (Von Bonsdorff, 2012).

Gastón Cingolani explica que: “Tomar la perspectiva de la artificación es una manera de invitarnos a mirar el proceso –no solo el resultado– por el cual algo se transforma en arte, lo que hace inviable cualquier visión esencialista del arte” (2024).

Aunque la mirada que más nos interpela es la sociohistórica, nuestro trabajo intentará tener una visión integradora de ambas líneas, poniéndolas en tensión desde una dimensión

semiótica, que se enfocará por un lado en los lenguajes a través de los cuales se transforma una obra de arte en otra cosa (acaso podríamos hablar de “desartificación” de las obras de arte clásicas a partir de la incorporación de otros textos sobre el original) y en este sentido, también nos centraremos no tanto en la obra en sí, sino en las operaciones realizadas sobre ella, es decir, en las prácticas del “artista” o usuario.

2.2. La Circulación Del Arte En Jardines Digitales Vallados

“En la actualidad, se empieza por la autoglobalización”

Boris Groys (2016)

La evolución de la web 2.0 y sus plataformas ha generado un entramado socio-técnico en el que los medios sociales ya están plenamente integrados al tejido social cotidiano. Las redes sociales son las protagonistas del menú que desplegó internet ante los ojos y dedos ávidos de imágenes de las audiencias móviles. “La presencia creciente de este tipo de plataformas impulsa a las personas a trasladar muchas de sus actividades sociales, culturales y profesionales a entornos virtuales” (Van Dijk, 2012, p.11). No sólo son fuente de información, sino también espacios de recreación, de producción, de conocimiento, de generación de polémicas, etc. Es decir, motores de la socialidad online.

José Van Dijk utiliza la metáfora de jardines vallados para referirse a cómo las plataformas “cercan” cada vez más sus espacios, funciones y estructuras para mantener a los usuarios dentro y no dejarlos ir hacia la competencia.

Retomaremos la tipificación de sitios digitales que hace Van Dijk para enfocarnos en el análisis que haremos sobre Instagram. La autora identifica cuatro tipos:

- “- Sitios de red social: priorizan el contacto interpersonal, sea entre individuos o grupos; forjan conexiones personales, profesionales o geográficas y alientan la formación de lazos débiles.
- Sitios dedicados al contenido generado por los usuarios: Herramientas creativas que ponen en primer plano la actividad cultural y promueven el intercambio de contenido amateur o profesional.
- Sitios de mercadotecnia y comercialización
- Sitios de juego y entretenimiento” (2012, p.15)

Si bien los clasifica como tipos distintos, consideramos que actualmente algunos sitios de red social funcionan también como plataformas de contenido generado por usuarios (CGU). Las fronteras entre estos sitios son cada vez más difusas debido a la convergencia de contenidos en un mismo espacio. Hoy en día podemos observar en los sitios de red social un gran flujo de CGU como memes, videos educativos, tutoriales, etc. Y no sólo lo analizamos desde el punto de vista de la circulación, sino que algunas redes ofrecen el espacio y las herramientas para la producción de este tipo de contenido de manera nativa. Instagram, por ejemplo, permite grabar voz y video, editar, agregar música, usar plantillas prediseñadas para hacer *reels*⁵ y para generar los *layouts*⁶, intervenir fotografías con textos, imágenes o stickers, etc. Es decir que no sólo circula el contenido por las redes sino que desde la última década, se incentiva a la producción dentro de la misma infraestructura de la red.

Según el “Informe Digital Global” publicado por el sitio We Are Social (abril, 2024), Instagram está entre las cinco plataformas más usadas a nivel mundial. Y mensualmente, el tiempo medio por usuario activo en esta plataforma es de dieciséis horas, veintiocho minutos. El podio de cinco lo comparte con Whatsapp, Youtube, Facebook y Tik Tok, siendo Instagram la cuarta. Sin embargo, en cuanto a afinidad con su público, el informe revela que “Los últimos datos de GWI revelan que Instagram ha consolidado su posición en lo más alto de la clasificación en cuanto a afinidad, con 1 de cada 6 usuarios en edad de trabajar alrededor del mundo, diciendo que es su plataforma social «favorita»”. En ese podio, Instagram se encuentra primera.

No debemos perder de vista el carácter corporativo de estas plataformas, que generaron una nueva infraestructura a través de la cual modelamos nuestra experiencia, percepción, formas de conocimiento, etc.: “Un ecosistema de medios conectivos, conformado por peces gordos y otros no tanto” (Van Dijk, 2012, p.12). Es importante tener estos datos presentes para no navegar ingenuamente en estos espacios suponiendo que no estamos dando nada a cambio de ingresar. Aunque los usuarios acceden de manera gratuita y “libre”, esta palabra, como sostiene Van Dijk, comenzó a significar otra cosa, “algo por lo que <se pagaba> no con dinero, sino con la propia atención; así como con los datos de perfil y de comportamiento” (Ibid, p. 173).

Una vez ahí dentro, los usuarios están también acechados por lo contingente que irrumpe en las redes sociales. Y en ese “deambular” de los ojos y del dedo sobre la pantalla,

⁵ Videos cortos que se pueden crear y ver en Instagram.

⁶ Collages que se pueden producir para las historias de Instagram

entre las fotos de conocidos, familiares, amigos y las noticias del día, aparecen también las obras de arte. La circulación de obras en sitios de red social es puesta en marcha por usuarios o por artistas, no sólo por los museos o instituciones de Arte.

Son los propios artistas como usuarios, quienes ponen en exhibición a las obras dentro de la libertad de criterios que existe en Internet, ya que tal como sostiene Boris Groys: “El deslizamiento hacia Internet es algo liberador porque Internet no es selectiva o, al menos, es menos selectiva que el museo” (Groys, 2016, p. 195). Luego, de acuerdo al “éxito” que tenga la obra en el posteo del artista, será la comunidad online la que seguirá sosteniendo a esa obra en circulación o exhibición.

En nuestro trabajo observamos los casos de circulación de la obra de Diego Velázquez, *Las Meninas*, en redes sociales con intervenciones de usuarios-artistas. Es decir, nos interesan los casos en los que se ha cambiado la autoría de la obra de Velázquez por un nuevo artista. Pero con la pervivencia del tema de la obra original. No nos enfocamos en los memes porque son anónimos y no tienen como finalidad que trascienda su autor ni buscar ser reconocidos como obras de arte.

Queremos destacar que algunos de los casos que observamos en este trabajo, han ingresado al circuito del mundo del arte. Es decir, las nuevas obras migran de lo digital a los muros físicos de las instituciones tradicionales, es decir, hacen el camino inverso a lo que ocurría con las Obras de Arte clásicas. Se exhiben en los museos o galerías pero bajo la nueva autoría. Incluso, algunas de estas obras digitales han ingresado en el mercado del arte también, a través de láminas, publicaciones y otro tipo de merchandising que administra generalmente el propio artista desde una página web.

De alguna manera, son los usuarios quienes legitiman qué obras merecen ser materializadas y expuestas en las paredes de las instituciones tradicionales, es decir, ingresar al acervo del archivo cultural gracias a sus likes, comentarios y compartidos de una obra. Y esas interacciones no sólo señalan un criterio de calidad sobre la obra sino que son las que motorizan el algoritmo para que la obra amplíe su circulación.

Entonces, uno de los circuitos actuales del arte comenzaría con las obras que se reproducen mediante herramientas digitales, que son exhibidas por los artistas en sus redes sociales, circulan allí gracias a la participación de otros usuarios y cuando tienen un alcance importante (cantidad de seguidores, likes, compartidos, comentarios, etc.), salen de las pantallas y renacen físicamente: retazos de obras anteriores y objetos nuevos, autores muertos y vivos, que gracias a los bits y el mundo digital cobran vida nuevamente.

Desde la producción y lo técnico de estas obras, son como Frankensteins digitales. Desde el punto de vista de la recepción, existen dos modalidades distintas, quienes tienen un acervo cultural más vasto y conozcan la obra original, podrán “leerlas” como reproducciones y el desvío del sentido tendrá otro efecto sobre ellos; y quienes no conozcan la obra original, verán solo una producción digital nueva.

Vamos a enfocarnos en una de las redes sociales más utilizadas actualmente que es Instagram, primero por la cantidad de usuarios que posee, es una de las cuatro redes más usadas a nivel mundial. Y además, porque Instagram tiene su origen relacionado con la esfera artística, ya que nació como una red social de nicho destinada a fotógrafos profesionales que publicaban sólo producciones artísticas.

2.3. Instagram, Una Heterotopía

“El objeto artístico subsiste en el nuevo entorno; lo que la reproducción pone en cuestión es la institución en que se funda”

Daniel Brigue (1990)

Tal como mencionamos en el punto anterior, Instagram es la quinta red social más utilizada a nivel mundial, con más de 1.5 mil millones de usuarios y la favorita entre su público. ¿Por qué nos enfocamos en cómo circula el arte en esta plataforma? En sus orígenes, Instagram era una red social en la que abundaban fotógrafos profesionales o amateurs, las fotos que se compartían allí eran de objetos, paisajes, comidas, detalles. La red estaba “vacía” de gente, en el sentido de que no había imágenes de personas en la vida cotidiana como sí vimos desde los inicios en Facebook. Y esa característica le daba a Instagram un vestigio aurático, era un lugar para entrar a contemplar fotografías que tenían alguna característica de lo artístico, eran fotos “bellas” desde el punto de vista estético y de composición.

Cuando Facebook compró Instagram, en el año 2012, trasladó muchas de sus funcionalidades y características a esta red, entre ellas, la posibilidad de etiquetar personas. A partir de allí, el paisaje de Instagram se modificó radicalmente: aparecieron rostros y con ellos, poco a poco también las fotos sociales, llenas de etiquetas. Las nuevas funciones y opciones convocaron a una migración enorme de usuarios que estaban solo en Facebook o a generaciones más jóvenes, que aún no tenían un “lugar” propio en el ecosistema de plataformas.

La red que en su primera etapa tenía un logo como homenaje a la cámara Polaroid, comenzó a poblarse de usuarios que llegaron a producir, modificar y consumir el contenido y el “paisaje” de este espacio.

Instagram, que ahora es parte de la gran Meta, posee cada vez más opciones y formatos a través de los cuales compartir o subir contenido: posteos, historias, reels, mensajería directa, por mencionar algunos. Las modificaciones en estas plataformas son permanentes ya que como sostiene Van Dijk, “lejos de ser productos acabados, son objetos dinámicos que van transformándose en respuesta a las necesidades de los usuarios y los objetivos de sus propietarios, pero también por reacción a las demás plataformas con las que compiten y en general a la infraestructura económica y tecnológica en que se desarrollan” (2016, p.14). En este sentido, esta corporación ha demostrado que lo que ve exitoso en otras plataformas de la competencia, intenta comprarlo y sino copiarlo. Así surgieron las “historias” de Instagram —que han replicado en las otras dos redes sociales propias: en Whatsapp como “estados” y en Facebook como “historias”—, ese contenido efímero, que dura sólo 24 horas, era originario de Snapchat. Facebook intentó comprar Snapchat pero como no lo logró, copió sus funcionalidades como las “stories” y los filtros para los rostros.

Más allá de los cambios que se hicieron durante estos más de veinte años, Instagram es por excelencia una red visual, las imágenes son las protagonistas de su contenido.

Instagram funciona más como heterotopía que como un museo, como los pasajes que admiraba Walter Benjamin en el París moderno, en los que convivían objetos de origen y uso completamente diferentes. Ahí dentro coexisten muchas de las experiencias cotidianas pero ahora en un espacio digital: comercios, fiestas, familia, amores, mascotas, viajes, muertes, trabajo y también, Arte.

Instagram se ha convertido en uno de los marcos de experiencia en los que las obras están presentes en el mundo digital. En este caso, nos enfocaremos en lo que se llama “feed” de Instagram, que es el espacio donde vemos los posteos (fotos o videos) de los usuarios a los que seguimos o las publicidades. Es en este lugar de Instagram donde circulan las obras de arte con sus modificaciones.

“Caminar a través de los pasajes es hacer un camino de fantasmas” (Benjamin, año **pagina**) dice Walter Benjamin. El feed de Instagram es un inframundo, vemos imágenes de escenas que ya sucedieron, que ya son pasado. Navegamos encontrando fotografías de personas u objetos que no están ahí (ni siquiera “estuvieron”, porque no hay “ahí” presencial en Instagram), son fantasmas. Entre todo ese material, las obras de arte aparecen. En su mayoría,

son obras de pintores que ya están muertos pero intervenidas por usuarios (¿autores?) presentes, muchas veces anónimos (fantasmas del presente).

Los usuarios de la web reviven a los muertos para mezclarlos con lo(s) contemporáneo(s) y crean algo nuevo, algo diferente. Remixan las obras, las intervienen, las actualizan. Algunas de estas obras que vemos se transformaron en “producciones tecno-estéticas” (Rowan; 2015) que modifican el original y le cambian su sentido con agregaciones de contenido. ¿Qué estamos mirando cuando vemos estas obras en nuestras pantallas? ¿Seguimos viendo obras de Arte? ¿Son nuevas obras que tienen como sedimento las clásicas originales?

La coexistencia en el feed de Instagram de fotografías y videos de personas, de objetos, de memes, etc., con obras de arte, de alguna forma naturaliza también nuestro contacto con el Arte. El arte irrumpe en las conversaciones o intercambios diarios. Estamos viendo una foto de un amigo en una fiesta e inmediatamente, debajo, nos encontramos con una imagen de La Gioconda transformada en un meme o una imagen de Las Meninas intervenida con gatitos.

Daniel Briguet, en “El aura y la mediación”, decía: “Cuando miramos un cuadro, no contemplamos una imagen desnuda; nuestra mirada registra a la vez la imagen plástica y la sucesión de miradas que sobre ella se han depositado”. En Instagram nuestra mirada registra la sucesión de likes o comentarios que sobre esa imagen han hecho otros usuarios. Este nuevo “marco” de las obras, cambia lo que miramos y la forma en que miramos arte.

La libido del usuario de Instagram es mirar, escrutar, ser voyeur, scrollear infinitamente. El usuario desciende con su dedo a través de la pantalla como si se sumergiera poco a poco en un pasaje onírico. El scroll a través de esta red no termina nunca, las imágenes se multiplican, luminosas, “etiquetadas”, intervenidas. Renacen eternamente imágenes desde abajo de la pantalla para sostener la mirada anestesiada del usuario. “Siempre estamos inmersos en un presente continuo de cambio. Presente continuo, en un abrir y cerrar de ojos las imágenes pasan y pasan”, sostenía Sebastián Castro Rojas en “Luz de imágenes” (2013, p. 177).

En esta red social somos como Alicia, cayendo por un hoyo que no parece tener fin más que cuando despegamos el dedo de la pantalla (y es tan costoso hacerlo, el movimiento del dedo es tan automático, maquínico, adictivo). El algoritmo está permanentemente aprendiendo sobre lo que nos gusta y ofreciéndonos contenido nuevo en base a esos datos. Dedo-Sísifo obligado a realizar una y otra vez el mismo desplazamiento para llegar al final de la pantalla, pero justo antes de aquella meta, la red se actualiza y ya hay más para mirar, hay más para seguir descendiendo. No hay fin.

3. Tercera parte: Las Meninas, Una narrativa infinita

3.1 Metodología o *La Técnica*

En este trabajo hemos optado por realizar una metodología de tipo cualitativa articulando con una perspectiva sociosemiótica, a la que nos hemos referido en el capítulo anterior, que nos permita analizar las condiciones de producción y circulación de las obras de arte clásicas en redes sociales. Nos enfocaremos en casos⁷ de artificación de la obra maestra de Diego Velazquez, *Las Meninas*, a partir de la apropiación e intervención de artistas digitales contemporáneos antes y durante la pandemia de COVID 19, en la web.

Como el presente análisis se centra en las formas actuales de exhibir y circular las obras de arte en Instagram, realizamos una etnografía digital dentro de esta plataforma. Tal como afirma Hine:

“Una etnografía de Internet puede observar con detalle las formas en que se experimenta el uso de una tecnología. En su forma básica, la etnografía consiste en que un investigador se sumerja en el mundo que estudia por un tiempo determinado y tome en cuenta las relaciones, actividades y significaciones que se forjan entre quienes participan en los procesos sociales de ese mundo” (2000, p.13).

En este caso, observaremos las formas en las que actores fundamentales del mundo del arte utilizan Instagram: por un lado, los artistas para exponer y hacer circular sus obras y por el otro, los espectadores para consumir obras de arte.

El marco temporal del trabajo queda delimitado entre Enero de 2017 y Diciembre de 2020. Se optó por focalizar la mirada en la red Instagram, dado que en ella circularon parte de las apropiaciones de las obras del autor. Al ser una obra re-apropiada y utilizada en diferentes soportes y redes, se decidió seleccionar 3 (tres) casos/experiencias que se consideran distintivas porque han conseguido viralizar la obra de Velázquez entre los públicos actuales, con modificaciones de sentido vinculadas a los discursos contemporáneos, que analizaremos en detalle. Las experiencias son: “Las Meowninas or Fashion victim”, de Svetlana Petrova (Fat Cat Art), las series “El Arte de quedarse en casa” y “Arte desubicado”, de David Bokeh y el video “Velaske, yo soi guapa? (Las Meninas Trap Mix)”, de David Flores.

⁷ Utilizamos aquí la palabra “casos” como sinónimo de experiencias y no en el sentido más canónico metodológico de “caso de estudio”. No historizaremos ni profundizaremos sobre cada experiencia, sino que las recuperaremos para analizar y esbozar una descripción de la artificación surgida en un contexto determinado de la relación entre arte, mediatización y comunicación.

Entendemos que nuestro estudio está atravesado por dos cuestiones teórico metodológicas centrales, por un lado *la obra* en sí misma y sus características distintivas. Y por otro lado, por lo que entendemos como *lo contemporáneo*, que vincula la explosión de la cultura digital, el protagonismo de las redes sociales en el ecosistema mediático y la nueva relación entre arte y medios de comunicación.

En primer lugar, definimos enfocarnos -la obra- sólo en *Las Meninas* de Velázquez porque detectamos que durante ese período de tiempo esta imagen tuvo recurrencia en el ecosistema digital, con diferentes variaciones de sentido realizadas por artistas de distintas partes del mundo, dentro del rango temporal puesto bajo análisis. Y más allá de este período que definimos mirar en esta tesis (desde 2017 al 2020), esta obra ha sido fuente de inspiración y de apropiación en todos los momentos históricos desde la última pincelada de Velázquez sobre el lienzo de 320,5 cm × 281,5 centímetros. Recuperaremos brevemente estas producciones en el capítulo [Las Meninas, una narrativa infinita](#).

Ricardo Ibarlucía define a las obras maestras como los “medios privilegiados de comunicación, dinamización y actualización de «fórmulas empáticas», entendidas como esquemas de conductas estéticas, que vinculan fuertemente lo representado con un campo afectivo” (Ibarlucía, 2022, p. 22). Nos preguntamos entonces qué es lo que ese retrato de la familia de Felipe IV posee, que no cesa de aparecer en cada época, en cada movimiento artístico, desde su primer nacimiento en el siglo XVII. “Es una de las obras pictóricas más analizadas y comentadas en el mundo del arte”⁸. ¿Qué fórmulas empáticas o de expresión, activa *Las Meninas* en un presente que no deja de citarla y de actualizarla a la mirada de los usuarios contemporáneos? ¿Qué tiene para decirnos hoy la Infanta Margarita, que incluso algunos artistas la han puesto a hablar (a trapear en realidad) en la pantalla infinita?

En segunda instancia, decidimos que este trabajo se sitúe en la época contemporánea, -*lo contemporáneo*- caracterizada entre otras cosas por la adopción global de internet, el auge y protagonismo de las redes sociales en el ecosistema digital y por la nueva relación entre arte y medios de comunicación. Las tecnologías y softwares digitales han brindado a los artistas nuevas formas de producción de sentido, retomando viejas operaciones provenientes del campo del arte como intervención, apropiación y montaje (Carlón, 2013).

Nos concentramos en el período entre 2017 y 2020 (pre y durante la pandemia por Covid-19) porque hemos detectado la circulación de la obra de Velázquez en Instagram con desviaciones de sentido gracias a las intervenciones de artistas contemporáneos. Cada apropiación le sumaba a la obra una novedad, un elemento que era externo al mundo del arte

⁸ https://es.wikipedia.org/wiki/Las_meninas

(por eso hablamos de *artificación*, por esta mezcla de fronteras del mundo del arte con otros mundos) y que era el motor que activaba el movimiento de esa obra en el flujo de las redes. Sin esa novedad en cada caso, consideramos que la circulación de Las Meninas no hubiera existido de manera espontánea en estas plataformas.

Desde una mirada sociosemiótica, entendemos a la obra como un texto, del cual analizaremos sus huellas y sus condiciones de producción. No nos enfocaremos en sus condiciones de reconocimiento. Y si bien, como plantea Verón: “No hay, por el contrario, huellas de la circulación: el aspecto <<circulación>> sólo puede hacerse visible en el análisis como diferencia entre los dos conjuntos de huellas, de la producción y del reconocimiento” (2013, p. 129), consideramos que en el entorno digital podemos rastrear algunos indicadores de la circulación de una publicación: la cantidad de “me gusta”, “compartidos” o comentarios en el posteo nos brindan una idea del alcance que tuvo. Y esto nos permitirá conjeturar acerca de la circulación de la obra expuesta. En ese sentido, nuestro abordaje será también abductivo, buscando “indicios (...) como elementos reveladores de fenómenos más generales” (Ginzburg, p. 24) en las obras contemporáneas basadas en Las Meninas de Velázquez.

Como variables de análisis tendremos en cuenta las que observamos en el posteo de los artistas digitales: describiremos con qué objetos o lenguajes externos al mundo del arte se ha mezclado la obra original, lo cual nos permitirá reflexionar sobre el proceso de *artificación*. Analizaremos la forma de exhibición de la obra en la red Instagram con las siguientes subvariables: qué tipo de posteo se realizó en el feed (posteo, reel, carrusel, etc.), en qué formato (video o imagen), el *copy*⁹ de las publicaciones de cada artista y dentro de este ¿Se renombra a la obra nueva o se mantiene el nombre original? ¿Firma el autor contemporáneo o se usa también la firma de Velázquez? ¿Qué información se ofrece sobre la obra original y la nueva? Estos indicios nos permitirán indagar también sobre la ligazón que tiene la obra nueva con la original y reflexionar sobre la difusión del artista original.

Por un lado, como ya dijimos, todas las obras son recuperaciones de la obra maestra de Velázquez, Las Meninas, que fueron intervenidas por artistas contemporáneos digitales y que circularon durante el período 2017-2020 en la red social Instagram, es decir en un momento determinado en el que la relación entre arte, mediatización y comunicación estaba mutando, atravesando nuevos procesos de evolución de sus procedimientos y actores. No creemos que sea casual que sea también durante este período de tiempo (un poco antes, desde principios del 2000) que se introduce en la academia del concepto de “*artificación*”, es decir, hay una

⁹ Se llama “*copy*” al texto que acompaña a las publicaciones en las plataformas digitales como Instagram, Facebook, TikTok, etc.

frontera que se está permeando, una interfaz que se abre entre el arte y el mundo de las mediatizaciones.

Además, como variables dentro de la obra-texto contemporánea, tendremos en cuenta qué intervenciones se realizaron sobre la obra original —Las Meninas—, basándonos en la clasificación que propone Carlos Scolari (2012) para pensar los contenidos generados por usuarios:

“Intentaremos pensar una respuesta pensando en términos retóricos. En retórica, las cuatro operaciones clásicas —originalmente conocidas como la quadripartita ratio— son la adición (adiectio), omisión (detractio), transposición (transmutatio) y permutación (immutatio). La adición se basa en la expansión narrativa, mientras que la omisión se ubica en las antípodas y hace referencia a la substracción de elementos de un relato; la transposición modifica el orden de los elementos y la permutación se basa en la substitución de un componente por otro dentro de la narración" (p.37).

Retomamos esta clasificación para describir qué acción se realizó en cada artificación de Las Meninas que seleccionamos.

A continuación, en las Figuras 10 y 11 proponemos un cuadro que ilustra la selección de las obras de artistas digitales que constituyen el corpus de trabajo seleccionado (Fig. 10) y las variables y subvariables que se construyeron para el análisis del objeto bajo estudio y que se realizaron a partir de la apropiación de “Las Meninas” de Velázquez (Fig. 11).

Figura 10. Cuadro ilustrativo del corpus seleccionado en esta tesis.

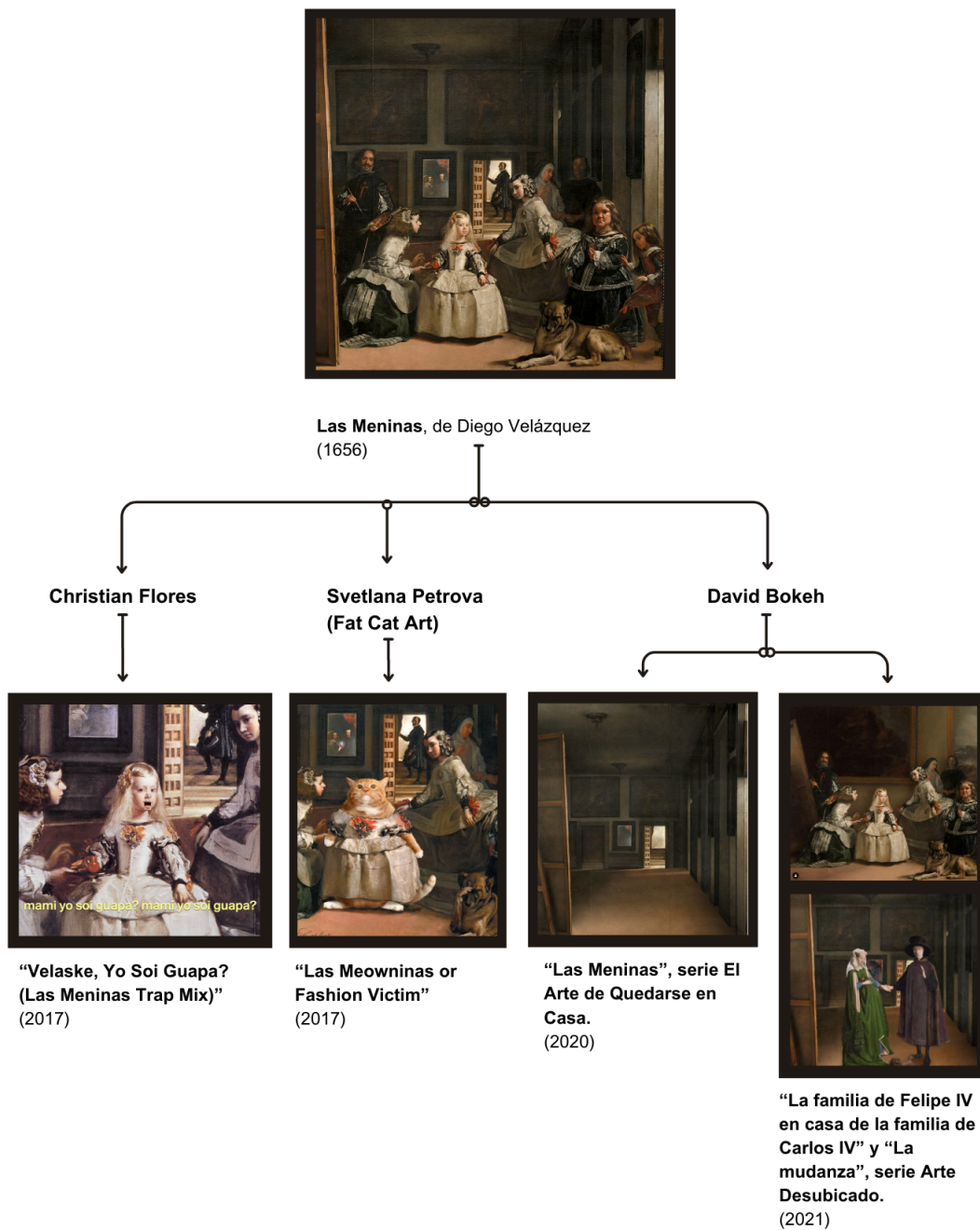
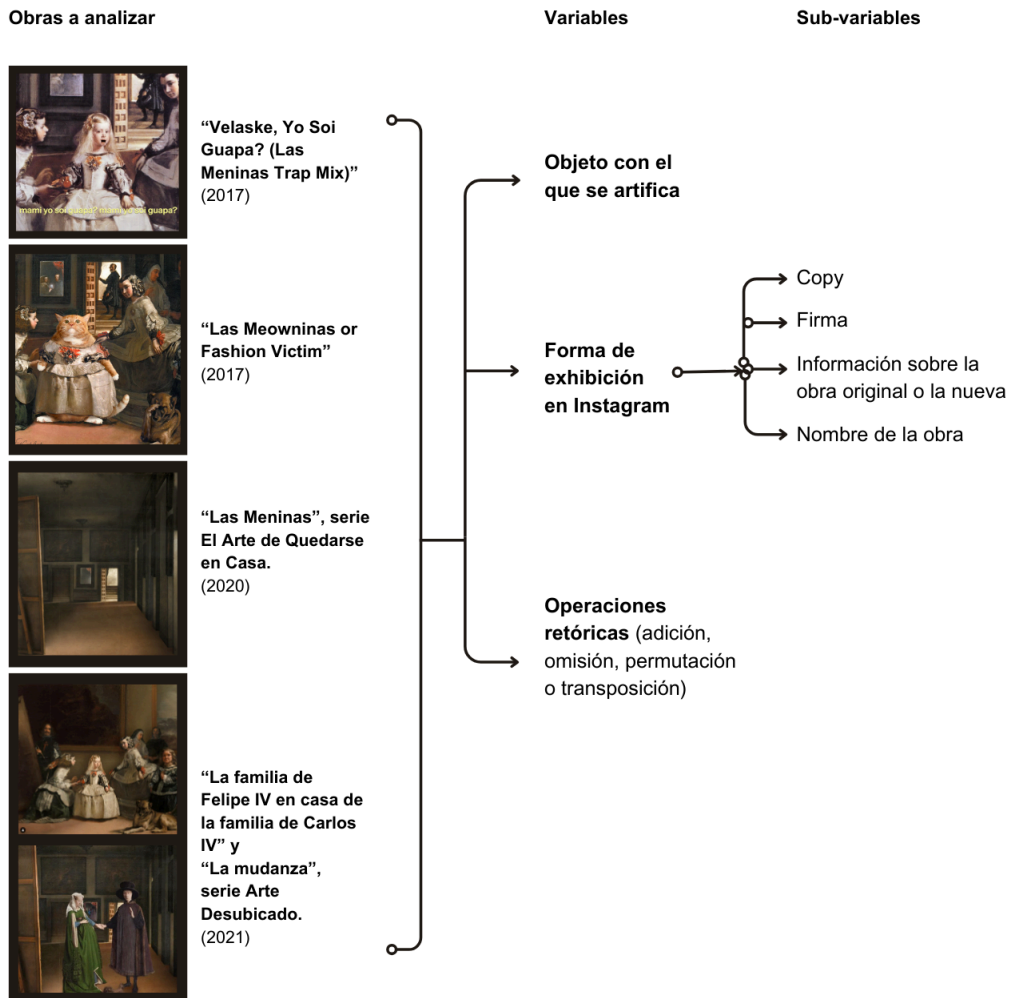


Figura 11. Variables y subvariables.



3.2. El Lienzo Digital, Un Palimpsesto

Un palimpsesto es un documento manuscrito que data aproximadamente del siglo VII, que conserva huellas de una obra anterior parcialmente borrada para hacer espacio a una nueva. Proponemos pensar a la obra de Diego Velázquez, *Las Meninas*, como un palimpsesto, ya que desde su creación en 1656, cada generación se ha apropiado de esta obra y dibuja “sobre” ella una obra nueva, que conserva el sedimento de la original. Cada época deja su marca en la familia de la Infanta Margarita, actualizándola a su tiempo y produciendo un sentido nuevo. Así, esta monumental obra de Velázquez sigue transformándose, adaptándose y modificándose de acuerdo con sus autores, su tiempo y su público.

¿Pero qué sucede con este palimpsesto en la era digital, en el auge de las redes sociales? ¿Qué herramientas o lenguajes se han incorporado a esta obra maestra, y cómo circula en las pantallas?

En este capítulo revisaremos algunas experiencias de artificación realizadas con *Las Meninas*, a partir de las apropiaciones de tres artistas digitales. En primer lugar, analizaremos la obra “*Las Meowninas*”, de Svetlana Petrova para su proyecto Fat Cat Art, en la que reemplaza a la Infanta Margarita por su mascota. Luego, reflexionaremos acerca de los cruces entre el trap, Diego Velázquez y la animación audiovisual que realizó Christian Flores en el video “*Velaske yo soi guapa? (Las Meninas Trap Mix)*”. Y por último, nos detendremos en las apropiaciones de *Las Meninas* que realizó David Bokeh, en dos series consecutivas: *El arte de quedarse en casa* (2020) y *Arte desubicado* (2021).

Tal como mencionamos en el marco teórico, Oscar Traversa, en su primera “*Carta desde mi ventana*”, publicada en la revista *LOÏE* (2019), analiza qué tienen en común distintos autores o intérpretes de una misma obra y destaca tres propiedades que nos son útiles para pensar este fenómeno de las obras de arte reproducidas y circulando en las redes sociales. La primera es “*la ruptura de escala*” (Ibid), es decir la obra es transformada en cada apropiación. Algo de su materialidad cambia según el momento histórico en el que se produce, de acuerdo a las tecnologías de reproducción existentes. Esta ruptura la notaremos en las tres experiencias que analizaremos en este capítulo.

Por otro lado, Traversa menciona “*un cambio de escala a partir de la diversificación de la audiencia y de la multiplicación de variantes discursivas*” (Ibid). Veremos en los casos siguientes la modificación del alcance de la obra de Velázquez a partir de la circulación de *Las*

Meninas en el entorno digital y cómo esto enriqueció de alguna manera también su recepción, que se complejiza una lectura en tensión entre la obra original y la obra actual.

Y en tercer lugar, Oscar Traversa plantea “la disolución de lo religioso en lo profano”. Asociamos lo “religioso” al culto y a la forma de contemplación que existe en las instituciones de arte tradicionales, y lo “profano” a las formas de producción, circulación y consumo propias de las redes sociales. Los tres artistas que analizaremos aquí han “profanado” de alguna manera a la obra original con elementos que no formaban parte del mundo del arte, sino del mundo contemporáneo y digital.

3.3. Experiencia 1: Las Meowninas

Uno de los primeros casos detectados en Instagram en 2017, donde comenzó a circular una obra basada en *Las Meninas*, pero con la Infanta Margarita reemplazada por un gato. Esta obra se titula “Las Meowninas or Fashion Victim” (Figura 12).

La autora de esta pieza es Svetlana Petrova, una artista gráfica rusa que heredó de su madre un gato pelirrojo llamado Zarathustra y que desde hace ya más de una década, interviene obras de arte clásicas con la imagen de su mascota, en un proyecto que se llama [Fat Cat Art](#), en honor al bien alimentado Zarathustra. Fat Cat Art se despliega en varias plataformas (Facebook, Instagram, Twitter, YouTube, Pinterest y un sitio web), donde la artista publica sus obras, integrándolas en el flujo de circulación digital, esa expansión constante en redes sociales que depende del atractivo de la publicación y del algoritmo de cada plataforma.

Figura 12. “Las Meowninas or Fashion Victim”, por Svetlana Petrova (Fat Cat Art).



Desde Instagram, la artista nos invita al sitio web del proyecto para conocer más sobre cada obra que postea. Allí, Petrova funda una nueva ficción alrededor de los personajes, el contexto de la obra y su autor. En algunos casos, como el de *Las Meninas*, la artista elabora una contranarrativa de la original, con un argumento conspirativo sobre por qué conocemos la obra sin el gato. En la descripción de “Las Meowninas”, escribe:

“The genius painter Diego Velazquez prepared a huge easel, his palette, and brushes to create Our portrait to please the king and his wife, Mariana of Austria (to be seen in the mirror on the wall inside the painting).

Local V.I.P. persons came to pose with Us: two dwarfs, Maria Barbola and Nicolas Pertusato, a huge mastiff (better not to remind his name!), Don José Nieto Velázquez, the head of the royal tapestry works, (to be seen at the back door).

Las Meninas, 2 maids of honor, doña Isabel de Velasco and doña María Agustina Sarmiento de Sotomayor, brought a luxurious little dress with them.

That seemed to Us rather suspicious, and We appeared to be right: the noble ladies decided to make Us wear the dress! [“Nos gustaría contar la historia que sucedió una

vez en la corte del rey Felipe IV de España, en 1656. El gran pintor Diego Velázquez preparó un enorme caballete, su paleta y sus pinceles para hacer nuestro retrato para complacer al rey y su esposa, Mariana de Austria (que vemos en el espejo de la pared interior del cuadro). Vinieron a posar personalidades importantes del lugar: dos enanos, María Bárbola y Nicolás Pertusato, un enorme mastín (¡mejor no recordar su nombre!) y Don José Nieto Velázquez, jefe de la tapicería real, (que vemos en la puerta trasera). Las Meninas (...) trajeron consigo un lujoso vestidito. Eso nos pareció bastante sospechoso, y teníamos razón: ¡las nobles damas decidieron hacernos usar el vestido!”¹⁰

El texto está escrito como si quien enunciara fuera el propio gato. La historia continúa con la queja por el talle del vestido tan ajustado que lo obligaron a usar y contando por qué en el Museo El Prado hay otra versión del cuadro, con una “niña pálida y delgada” en vez del gato:

“But nobody expected the Spanish inquisition who arrived SUDDENLY and demanded that the cat should be painted over because he was too fat!

At that time there was no campaign for natural beauty, and the great master just obeyed and painted a pale thin infanta instead of Us! [¡Pero nadie esperaba a la Inquisición Española que llegó de repente y exigió que se pintara encima del gato porque estaba demasiado gordo! En ese momento no había campañas sobre la belleza natural, y el gran maestro simplemente obedeció y pintó una infanta pálida y delgada en lugar de a ¡Nosotros!”¹¹

Según las variables de análisis que hemos definido, detectamos los objetos que se artifican en esta apropiación de la obra de Velázquez. No sólo la infanta Margarita fue reemplazada por Zarathustra, sino que en el reflejo de los reyes en el espejo del fondo, vemos que la reina tiene un iPhone con el que está sacando una foto: “Her Majesty took a snapshot and posted it on the royal Instagram” ([FatCatArt.ru](https://fatcatart.ru)). Como si la obra original de Velázquez no jugara ya con demasiadas miradas, Svetlana Petrova le agrega la de la fotografía desde el móvil que según esta narrativa, será subida a Instagram para la audiencia de la corona, como podemos observar en la Figura 13.

¹⁰ Traducción propia desde <https://fatcatart.ru/2017/01/velazques-meninas/?lang=en>

¹¹ Ibid.

Figura 13. Detalle de la Reina sacando una foto con el celular de “Las Meowninas”



Además, agrega un gato en el techo que espía desde un orificio (Figura 14) y que según el texto que acompaña a Las Meowninas, fue a mirar al gato usando el vestido y dejó comentarios positivos sobre su figura.

Figura 14. Detalle del gato en el techo en “Las Meowninas”



Por otro lado, el perro mastín cambia su gesto con respecto a la obra original y en esta producción se lleva su pata a la cara, personificando al animal con una actitud de desaprobación de la escena del gato con el vestido.

El proceso de producción de las obras del proyecto Fat Cat Art es híbrido, cuenta con procedimientos y herramientas digitales pero también con técnicas manuales. Petrova le saca fotos a su gato que retoca en su computadora y las inserta con cuidado sobre la imagen digital de una obra clásica, a través de Photoshop. Luego, imprime su obra y la pinta a mano, imitando

el estilo de cada pintor, para que la imagen del gato se vea más natural en la obra (Petrova, 2015, s/p).

Realizar una obra le lleva meses, ya que no sólo debe encontrar la fotografía con la pose del gato que mejor se adapte a la obra que usará como lienzo, sino que el retoque en el software de diseño necesita una dedicación muy grande para que quede bien recortado y luego montado Zarathustra. Cuando una obra está lista, la pone en circulación en las plataformas digitales. La web se vuelve el espacio en el que confluyen producción, circulación y consumo (en el doble sentido, de recepción de las obras y de compra). “Bajo el régimen del museo, el arte se producía en un lugar —el atelier del artista— y se mostraba en otro —el museo. El surgimiento de Internet borró esa diferencia entre producción y exhibición del arte”, sostiene Boris Groys (2014, p. 136). Este es uno de los casos en los que confirmamos esta declaración de Groys, ya que la artista produce y exhibe en el entorno digital y además, también vende sus producciones allí.

Retomando la variable “Forma de exhibición en Instagram”, vemos en la Figura 15 que la autora posteó un carrusel de tres imágenes de la obra, la primera es el detalle de Zarathustra como la Infanta, la segunda muestra algo más el entorno del gato y la tercera muestra la obra en general.

Figura 15. Carrusel “Las Meowninas”, publicado en Instagram de la cuenta @fatcatart



Nota. Posteo en el que la artista publica la obra “Las Meowninas or Fashion victim”, en mayo de 2017.

Definimos dentro de las subvariables a observar la firma que se utiliza, en este caso, la autora usa la firma de Diego Velázquez en el copy del posteo, como si esta fuera la verdadera obra del pintor. Esto tiene que ver con otra subvariable que analizamos, que es la información que se ofrece sobre la obra y que, tal como mencionamos antes, Svetlana Petrova ficciona la historia de Las Meninas y su autor. Todo el sentido de la obra original ha sido modificado por Svetlana y su *fat cat*. La artista se anima incluso a refundar la obra, inventando circunstancias y eventos sobre la historia de cómo Velázquez la pintó. La artista juega, dramatiza en el texto del copy un origen distinto de la obra de arte pero guiña el ojo a los espectadores con la firma en cursiva “FatCatArt” sobre la imagen del carrusel.

En cuanto a la otra variable dentro de la forma de exhibición, el nombre de la obra, vemos que utiliza el nombre que ella le puso, “Las Meowninas or Fashion Victim”. No aparece el nombre original en el párrafo, aunque sí lo utiliza debajo, como un hashtag: #lasmeninas. Este hashtag le permitirá obtener un alcance distinto, ya que si algún usuario busca “Las

Meninas” en Instagram, este posteo será uno de los que aparezca, es decir, con esa etiqueta ya ubica a su obra en todo lo referido a la obra de Velázquez en Instagram.

Pudimos detectar que más adelante en el tiempo, el día del cumpleaños de Velázquez (6 de junio), la artista publicó nuevamente esta obra en Instagram con un copy distinto, que nos parece interesante transcribir para analizar.

“Hoy es el cumpleaños del gran artista español Diego Velázquez. Aquí está su obra maestra, Las Meowninas con detalles”. En este texto le adjudica la obra “*Las Meowninas*” al pintor español y luego hace una lista de los detalles que muestra en el carrusel de imágenes que acompañan el copy, con emojis que hacen referencia a las figuras del cuadro. Esos detalles son los objetos que ella modificó o agregó a la obra de Velázquez: el gato Zarathustra, el iPhone de la Reina en el espejo, la reacción del perro, el gato en el techo que mira, una vista de la obra entera y por último, dice la “versión comúnmente conocida con la Infanta” – que es la obra original.

De nuevo, en este copy ficciona la historia de la obra con un tono humorístico: “La explicación de la pintura, y la reflexión del gato Zarathustra sobre moda, identidad de género y la lucha entre el amor por el talle-S de trajes lujosos y el hambre constante causado por la adicción a los camarones, están en el link de las stories!”. Svetlana Petrova ratifica la historia que cuenta en su web, es decir, que la obra verdadera de Velázquez era la que protagoniza el gato, pero que por la censura de la Inquisición Española, han pintado finalmente a una niña, porque se ve mejor con el vestido que al gato le quedaba ajustado.

Hablamos de artificación por la mezcla de esta obra propia del mundo del arte con elementos de otros mundos. Petrova no se atrevió a reemplazar al autor pero sí a la protagonista y agregó objetos que como desarrollamos anteriormente, son de lo que consideramos el *webwelt*, como los gatos, el iPhone en las manos de la reina y las ediciones que realizó la artista con softwares de retoque de imágenes, como Photoshop, para el borrado, la modificación y el montaje.

Podemos pensar que en esta experiencia el “artificado” aquí es el gato, que al mezclarse con Las Meninas de Velázquez, adquiere cualidades “bellas” y especiales, propias del mundo del arte. Ese gato gordo termina rodeado de meninas que lo sirven y lo visten, de reyes que le sacan fotos con sus móviles y de un pintor de la Corte que decide pintar su retrato.

Desde el punto de vista de la variable de operaciones retóricas, retomando la clasificación de Carlos Scolari para pensar los CGU (Scolari, 2012, p.39), esta obra realiza varias. Por un lado, la adición, ya que expande la obra original de Velázquez narrativamente con la figura del gato y la ficción que realiza sobre la obra original. Por otro lado la permutación

porque sustituye personajes de la obra original por otros, hace una parodia de la historia de la obra, agregando eventos que no sucedieron como que la Inquisición española haya llegado mientras Velázquez pintaba.

Debemos mencionar además, que las obras de Svetlana Petrova han ingresado al circuito artístico, ya que se han exhibido en galerías, en el año 2016 la artista de Fat Cat Art tuvo su primera exhibición con el título de “Meows in Museums!” en la Art Porters Gallery de Singapur. También ingresaron al mercado editorial, de la mano de Penguin Random House USA, con el título “[Fat Cat Art: Famous Masterpieces Improved by a Ginger Cat with Attitude](#)”. En el sitio web de Fat Cat Art el usuario puede comprar las obras en formato lámina o su impresión en lona. “Los lienzos Fat Cat Art se parecen a las pinturas reales”, aclara la artista con la inseguridad de la copia en el sitio web, como si las “reales” fueran solamente las obras originales.

La firma electrónica y la fecha de la última actualización del archivo se imprimen junto con la imagen, para que los coleccionistas puedan saber qué versión de la obra poseen, ya que la artista puede modificarla, gracias a que es una obra digital. En este sentido, podemos pensar también a estas producciones como antecedentes de los NFT (non fungible tokens) de arte digital, estos activos digitales encriptados que permiten que un archivo digital demuestre su autenticidad y que pueda ser coleccionado. Además, se registra la historia de compraventas futuras, es decir que el artista puede obtener también los derechos de autoría de cada transacción. Un NFT no es un formato nuevo de arte, ni un nuevo lenguaje, sino un certificado de autenticidad que se vende en el mercado del arte y las criptomonedas. Pero a diferencia del caso que comentamos, la obra no se vuelve tangible para ser vendida, sino que lo que compra el usuario es el arte digital, no físico.

Pero volvamos exclusivamente a la familia de Felipe IV. ¿Quedaba algo más para decir de la historia de Las Meninas? Sí, sus posibilidades narrativas son infinitas y el palimpsesto sigue pasando hacia otros artistas que se lo apropian. Y en ese sentido, las miradas y las (re)producciones han influido porque cada vez que aparecen, renuevan la atracción sobre la obra, el fanatismo de algunos artistas y la curiosidad de los aficionados.

3.4. Experiencia 2: ¿Yo Soy Guapa?, Una Pregunta Contemporánea

El mismo año que salió la obra de Fat Cat Art, el 25 de noviembre de 2017, un video alojado en Youtube ponía nuevamente en escena a la obra de Velázquez, con más de 12 millones de reproducciones en el presente, gracias a que circuló a través de distintas redes sociales e incluso en los medios de comunicación tradicionales. El video se llama [Velaske, yo soi guapa? \(Las Meninas Trap Mix\)](#)¹².

Si bien en este caso en particular nos desviamos hacia otra red social, Youtube -ya que la mayor parte de las visualizaciones se dieron en esta red base del video- la difusión de la pieza ha sido en los sitios de red social que “priorizan el contacto interpersonal” (Van Dijk, 2012, p.15), es decir, Instagram, Facebook, Whatsapp y Twitter (actual X). El video fue realizado por el español Christian Flores, originalmente para un medio digital llamado Playground, pero estalló en la web cuando fue cargado en Youtube (una red que podemos tipificar según Van Dijk como “sitio dedicado al contenido generado por los usuarios”) y luego, circuló en redes sociales —y hasta en medios tradicionales como la televisión. Este movimiento suele ser habitual en la web, es decir los contenidos que son originariamente de plataformas que por su propia “naturaleza” no permiten un torrente masivo de circulación, migran hacia los sitios de red social que motorizan su difusión debido a las diferentes posibilidades de interacción y enunciación de los usuarios. Por ejemplo, la recomendación entre pares en una red como Instagram genera un efecto de viralización mucho mayor en comparación al video solo colgado en Youtube, esperando a ser reproducido por usuarios que lleguen por azar o al video colgado en el sitio web Playground.

En esta pieza hay una pregunta que se repite desde el inicio hasta el final e incluso forma parte del título, que nos permite hacer un doble análisis de nuestra época.

Por un lado, en una modificación de sentido de la obra de Velázquez, el autor de “Velaske, yo soi guapa? (Las Meninas Trap Mix)” hace hablar (en realidad, *trappear*) a la Infanta Margarita sobre un mandato estético que se impone a las infancias y a las mujeres, un tema muy actual si pensamos desde los debates del feminismo: estar guapos.

Margarita pregunta obsesivamente a su madre y al pintor: “¿Yo soy guapa?”, y le reprocha a una de sus Meninas: “¿Por qué me dices que si no soy guapa no me casaré? Es que no es normal que con cinco años recién cumplidos, mi miedo sea no casarme”. El mismo Velázquez se suma a la conversación, calmando a la infanta confirmando que sí se casará y

¹² El video puede verse en este link: <https://youtu.be/Il6p2-40-F0?si=V4KM2UGQzGpGptbq>

que incluso morirá por las secuelas de su cuarto parto, a los veintiún años. A lo cual ella responde, aliviada, “Entonces yo soy guapa”.

Destacamos que esta producción a partir de *Las Meninas* y la que vimos en el punto anterior, la de Fat Cat Art, estén discursivamente alineadas con debates y sentires evidentemente emergentes y presentes en la época actual, sobre todo en cuanto al cuestionamiento de mandatos estéticos, físicos y morales sobre las mujeres y las niñas.

La pregunta permanente y obsesiva de la infanta, “yo soy guapa?” es una pregunta contemporánea. En el trap escuchamos a Margarita preguntarse: “Quiero salir en un cuadro de Velaske, mami, poke no me pinta a mi velaske, poke siempre salis tu i el papa? mami, sera keske io no soi muy guapa?”. Deseamos resaltar el verbo que utiliza para referirse a una obra: “**salir** en un cuadro”. Este verbo es un disparador para hacer una analogía con la ansiedad actual por “salir” en una fotografía o video y la inseguridad sobre si estamos o no guapos para aparecer. Sumergidos en fotografías, videollamadas, videos cortos y efimeros que se reproducen cada segundo en las plataformas y en distintas actividades de nuestra vida, todos somos Margarita preguntándonos si estamos guapos para “salir” ya no en un cuadro de Velázquez (o quizás, con la inteligencia artificial ahora sí, aunque en ese caso no habrá sido el sevillano el que nos haya elegido como musas) pero sí en las redes sociales o en las videollamadas de trabajo o estudios.

En la época de la cultura visual regida por las redes sociales, donde estamos todo el tiempo expuestos, exhibidos, como obras de arte, la lectura del mito de Narciso realizada por Marshall McLuhan es más actual que nunca, “El joven Narciso confundió su reflejo en el agua con otra persona. Esta extensión suya insensibilizó sus percepciones hasta que se convirtió en el servomecanismo de su propia imagen extendida o repetida” (McLuhan, 1996, p. 61). Más que nunca esclavos del diseño permanente de aquel avatar digital con que nos identificarán nuestros “amigos”. Somos Narcisos fascinados frente a las pantallas que extienden una imagen editada, modificada (¿artificada?) de nuestro propio rostro.

En este mismo sentido, Boris Groys, sostiene que desde los inicios del siglo XX vivimos en una época de la obligación del autodiseño (Groys, 2014, pp. 21-35) ya que no hay posibilidades de quedarse al margen. Durante el proceso de secularización de las artes en la modernidad, surgió también una revolución del diseño:

“Mientras Dios estaba vivo, el diseño del alma era más importante para la gente que el diseño del cuerpo. El cuerpo humano, así como su entorno, eran entendidos desde la

perspectiva de la fe como una coraza que contiene el alma. Se creía que Dios era el único capaz de ver el alma” (Ibid, p. 23)

Con la desaparición de la mirada divina, el diseño del alma se reemplazó por el diseño de los objetos cotidianos, la apariencia del cuerpo, del entorno. “El sujeto moderno tenía ahora una nueva obligación: la del autodiseño, la presentación estética como sujeto ético” (Ibid. p. 24). En las redes sociales, nos diseñamos a nosotros mismos todo el tiempo, en las fotografías y en los videos que decidimos mostrar con filtros y ediciones de las imágenes; en los posteos que realizamos, definiendo el tono y las formas en las que enunciamos; en las publicaciones que elegimos compartir o a las que decidimos ponerle “me gusta”. Todas estas acciones son eco de la pregunta constante de Margarita: “yo soy guapa?”. ¿Para quién queremos ser musas en esta tiranía de las imágenes? Somos nuestras propias musas en estas plataformas, el autoretrato permanente, el temporizador del móvil listo para tomar todas las selfies que sean necesarias para mostrarnos en las redes de la manera más guapa posible.

Y de nuevo, aparece Velázquez en plano, dejando tranquila a la Infanta: “señorita margarita yo solo cumplo ordene pero escuxe un secreto yo la estoi pintando a uste, viste ke en el kuadro sesta pintando un kuadro? po en realidad señora yo la toi pintando A USTE!!”. Entonces, Margarita se alivia nuevamente y confirma: “Entonces io soi guapa”, ya que “saldrá” en un cuadro de Velázquez.

El video usa como base a la obra de arte clásica pero la actualiza a su tiempo, al espíritu de la época actual. La apropiación de Velázquez por parte de Flores produce un sentido completamente nuevo y sumerge a la infanta de España del siglo XV, Margarita Teresa de Austria y Habsburgo, en un futuro (nuestro presente) onírico donde enuncia desde uno de los discursos sociales marginales de la actualidad, un género musical en auge: el trap, ese híbrido que mezcla hiphop, rap y reggaeton, surgido de la periferia de Estados Unidos, que suele utilizar lenguaje vulgar y misógino. El trap “No es solo un ritmo, es una poética que desde los márgenes se ha instalado en el centro de la producción simbólica musical contemporánea” (Savoini, 2023). El trap de Velaske, yo soi guapa? [está presente en Spotify](#), para escuchar de manera autónoma al video.

Cuando se le consultó al autor qué herramientas necesitó para hacer Las Meninas Trap Mix, respondió:

"Mi equipo es un iMac de 27 pulgadas de 2013 con procesador i5 y 24 GB de RAM, un disco duro Samsung de 500 GB con USB 3.0 que ni siquiera es SSD pero que me va

bien, una tarjeta de sonido Focusrite Scarlett (106,80 euros en Amazon) y un micro de shure sm58 (116,98 euros en Amazon) típico de directos. Son gadgets básicos de 100 euros lo que uso para hacer música. Me gusta que mi equipo sea lo más reducido posible. Luego parte de mi trabajo es sustituir hardware por software, así que uso programas como Adobe Premiere, After Effects y Ableton, que tiene un sistema de suscripción tipo Netflix y cada mes ofrece plugins y efectos nuevos" (Rodríguez de Luis, 2018).

Recuperamos esta cita porque consideramos que ilustra a lo que nos referimos con "usuarios-expertos". Quienes realizan este tipo de obras son usuarios de la web con conocimientos específicos en softwares y hardwares de diseño digital, en este caso también de herramientas de edición y realización audio-visual. No son usuarios que producen de manera "ingenua" y espontánea, sino que ponen toda su expertise para realizar lo que desean con herramientas y saberes profesionales.

El autor la interviene con herramientas de edición de video mediante las cuales por un lado, anima los labios de los personajes para simular que hablan y por el otro, realiza transiciones entre planos de la obra general fragmentada, que simulan distintas escenas y que, junto a la canción y a los encuadres de cada personaje, logra que tengamos la ilusión de ver en sus rostros diferentes gestos acordes a lo que trapean. Todas las voces fueron grabadas por Flores sin cambiar su timbre, ni siquiera hubo una búsqueda por parte del realizador en seleccionar voces femeninas para la infanta o las meninas.

¿Por qué hablamos de artificio en esta pieza de Christian Flores? En cuanto a la variable de análisis sobre con qué objeto o lenguajes se mezcla la obra original, en esta experiencia la obra maestra de Velázquez es mezclada con lenguajes, recursos y materialidades que son típicos de esta época, como el trap, la animación audiovisual, las transiciones de video ([en espiral o deformada](#) [0:25 a 0:27] y el [efecto onda o agua](#) [0:07 a 0:08]) o los [filtros de colores sobre la imagen de Velázquez con una superposición con efecto de "falla" o "ruido de TV"](#) [0:53 a 01:00], la [división de pantalla](#) [0:33]. La mezcla de todos estos elementos sobre la obra de Las Meninas ha creado una obra completamente distinta a la original que si bien no es una obra de arte, tiene el sedimento del mundo del arte.

Christian Flores logró que millones de personas consumieran y compartieran su producción, acercando la obra Las Meninas a nuevas audiencias que trapeaban junto con Margarita sobre una pregunta actual, escuchando su obsesión por ser bella y su deseo de "salir en un cuadro de Velázquez".

Desde el punto de vista de la variable de qué operaciones retóricas realiza, retomando la clasificación de Carlos Scolari (2012, p.39), esta obra realiza varias. Por un lado, la adición, ya que expande la obra original de Velázquez narrativamente centrándose en la historia de Margarita y sus deseos (e inseguridades), contando una trama interna del palacio entre las meninas y la infanta y dando información sobre Velázquez y su obra. Por otro lado, también vemos una permutación, ya que hubo un “pasaje de un sistema semiótico a otro” (Ibid), es decir de una obra plástica a un video animado digital y podemos caracterizar a esta obra como un mash-up entre el trap y una obra de arte.

Entonces, más allá de que este es un contenido generado por usuario, debemos señalar primero que este es un “usuario-experto” y no un usuario ingenuo, como ya aclaramos, y por otro lado, que este nuevo discurso posee algunas cualidades de lo artístico, y esta es una característica de la artificación: “Procesos en los que el arte resulta mezclado con otra cosa que adopta algunas características del arte” (Naukkarinen, 2012).

Tal como mencionamos al comienzo del análisis de esta experiencia, la circulación en Instagram de esta obra fue directamente gracias a los usuarios, que compartían el contenido de Youtube y no exhibida desde la cuenta del artista.

3.5. Experiencia 3: Las Obras Deshabitadas de David Bokeh

Y las apropiaciones de Las Meninas de Velázquez siguen.

Año 2020. Una pandemia mundial obliga al confinamiento a la mayoría de personas del planeta. Todas las actividades migran a la virtualidad. Sólo las actividades esenciales pueden funcionar offline. ¿Qué ocurre con el Arte? No es esencial.

En ese contexto de aislamiento social preventivo, donde la consigna más importante en todo el mundo era “Quedate en casa”, el artista español David Bokeh comenzó su serie “El arte de quedarse en casa”, que exhibió en distintas plataformas digitales. En su sitio web, explica:

“Preocupado al ver que no todo el mundo se quedaba en casa, como hemos visto en infinidad de medios de comunicación, recordé la tabla central de El Jardín de las Delicias, de El Bosco y pensé ¡Esto es el caos!”¹³.

Como todos los museos estaban cerrados, comenzó a “enviar” a los protagonistas de las obras a sus casas y a vaciar las pinturas clásicas de sus personajes.

A partir de esta acción de Bokeh, las obras clásicas adquirieron un nuevo sentido. El artista digital creó una nueva ficción: los paisajes, las escenas de cada obra maestra que conocíamos estaban vacías porque había una pandemia mundial, por lo tanto, los protagonistas estaban confinados en sus casas. Los personajes habían abandonado los museos, las galerías de arte. En el comienzo de una nueva década del siglo XXI, aquellas instituciones no fueron consideradas esenciales y quedaron desiertas –una metáfora que también nos hace reflexionar sobre el estado y la función de estos espacios.

Las Meninas fue sólo una de las obras que Bokeh retomó para esta serie en la que actualizó las historias originales de más de cien obras de arte en el contexto del confinamiento por el coronavirus y las exhibió a través de las redes sociales con un hashtag que nominó a su serie: [#ElArteDeQuedarseEnCasa](#).

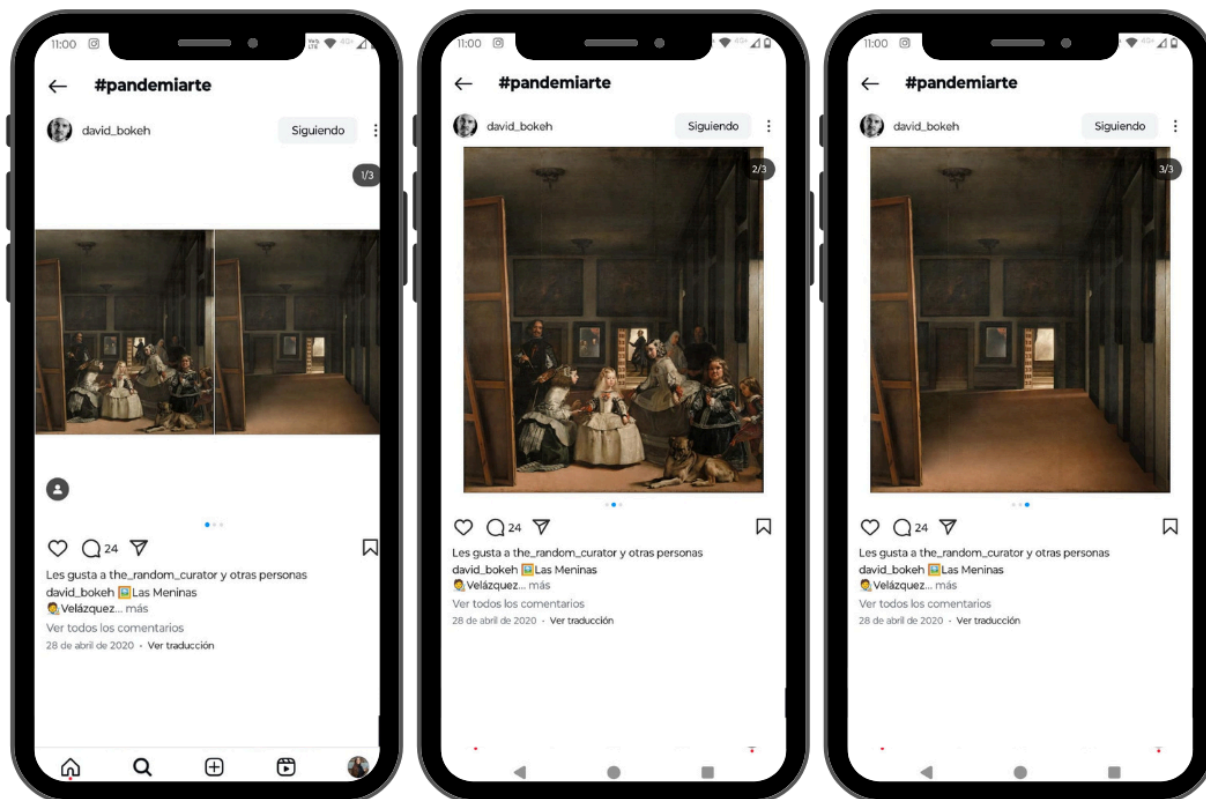
Analizando la variable forma de exhibición en Instagram, registramos que David Bokeh hizo un carrusel¹⁴ de tres imágenes para presentar las obras de esta serie. En la primera imagen muestra una pantalla dividida con la obra original de Velázquez y la obra modificada por

¹³ <https://davidbokeh.com/pandemiarte>

¹⁴ Un carrusel es una publicación en Instagram de múltiples fotografías o videos en un solo posteo. Se pueden seleccionar hasta 10 y los usuarios deslizan hacia los costados las imágenes para verlas, como si fuera un carrusel.

él, vacía de personas. En la segunda se muestra la obra original de Velázquez completa y en la tercera, la obra desierta, como se observa en la Figura 16.

Figura 16. Carrusel “Las Meninas” publicado en la cuenta de Instagram de @davidbokeh



Si observamos las subvariables (copy, firma e información sobre las obras), vemos que en el copy de Instagram el artista utiliza las dos firmas, pero diferencia con emojis a cada autor. Para Velázquez eligió un emoji de una persona con un pincel y una paleta de colores y para él utilizó una persona con una notebook, con un fondo estilo “matrix”, que muestra texto escrito en código. Él es el artista digital, no hay dudas, y a Diego Velázquez lo sostiene en primera línea, con sus pinceles y pigmentos.

No vemos firma en la imagen digital, como en el caso de una de las experiencias anteriores (FatCatArt), en las que la artista no usaba su firma en el copy pero sí sobre la imagen. En este caso es al revés, el artista firma en el copy pero no sobre la imagen.

En cuanto al nombre de la obra, mantiene el original, “Las meninas”, no renombra a su obra sino que utiliza a la original como contrapunto, la necesita como disparadora del sentido que quiere buscar en la nueva producción. En estas obras de Bokeh encontramos una cuestión

clave para su recepción y es que el usuario pueda realizar una tensión entre la obra clásica y la nueva. Si este artista hubiera creado nuevas obras sin el sedimento de las originales —que ya forman parte del acervo cultural— el efecto no hubiera sido el mismo. Lo que shockea a la mirada contemporánea es observar a esas obras maestras deshabitadas. ¿A dónde se fueron aquellos personajes icónicos de nuestro archivo cultural? ¿Qué es eso tan grave que ocurre para que nuestras obras maestras se hayan quedado sin esos cuerpos, sin esos rostros?

Si estas obras no tuvieran esa tensión que describimos con la obra original, funcionarían quizás como producciones descriptivas del estado de una ciudad, del contexto de confinamiento a nivel mundial, pero no como consigna (#QuedateEnCasa). Si la infanta Margarita, Velázquez o hasta la Monalisa se han confinado por la pandemia y se han ido a sus casas, cómo no acatar esa consigna.

Estas escenas creadas por Bokeh, que de alguna manera nos recuerdan a las fotografías de Atget (o al menos a la descripción que Walter Benjamin hacía de ellas en “La obra de arte en la época de su reproductibilidad técnica”), no sólo tienen las huellas del proceso histórico del confinamiento por COVID-19, sino que también tienen un potencial político y educador, generado por el shock que producen cuando el usuario constata la obra modificada con la obra original.

En cuanto a la variable de artificación, aquí la mezcla de Las Meninas de Velázquez es con las herramientas de los softwares de edición de imágenes, como Photoshop para poder borrar los personajes. El autor “recortó” y borró a los personajes y mantuvo sólo el fondo. En ese sentido, relacionando esta variable con la de operaciones retóricas que se realizan sobre la obra, este es un caso de omisión. Todos los personajes fueron borrados, las escenas se vuelven escenografías de un pasado que ha quedado ya sin gente. Solo ruinas para un espectador confinado, aislado, al que solo le queda mirar a través de su pantalla cómo van desapareciendo junto con esos rostros icónicos, los lazos con la tradición, desde un contexto de emergencia en el que lo esencial era mínimo (y no siempre lo vital) y desde un presente en el que parecía que ya ni el arte podría salvarse. Ni salvarnos.

3.5.1. #ArteDesubicado

Con la recuperación de la “normalidad”, Bokeh propuso el hashtag #ArteDesubicado y mostró el regreso de algunos personajes a los cuadros, pero confundidos, desubicados (casi como todos nosotros volvimos a la rutina). En esta serie observamos, por ejemplo, a los protagonistas de Las Meninas aparecer en una pintura de Goya o al matrimonio Arnolfini de Jan van Eyck, en la escena de Las Meninas.

En Arte Desubicado el artista narra algo distinto al cuadro original, y también a la obra que él mismo realizó durante la pandemia. Continúa la historia de los personajes que se habían confinados e incluso se anima a realizar un crossover de historias y autores. Este caso es similar a la apropiación que Duchamp hace con La Gioconda cuando realiza “L.H.H.O.Q. afeitada”, en el sentido que esta segunda versión de la obra de Bokeh hace referencia en primer lugar a su obra desierta y luego a la obra original de Velázquez. Hay una continuidad cronológica entre las distintas versiones de la obra.

Desde el punto de vista de la variable “forma de exhibición en Instagram”, observamos dos posteos distintos. El primero muestra un crossover entre los personajes de Las Meninas y una escena de “La familia de Carlos IV”, de Francisco de Goya (Figura 17). En ese caso, Bokeh posteo una sola imagen en la que se ve la obra completa. Analizando las subvariables (copy, información sobre las obras y firma), el artista usa como título el nombre de esta serie: “Arte desubicado” y esta vez sí renombra la obra “La familia de Felipe IV en casa de la familia de Carlos IV”. Escribe los nombres de los dos artistas de las obras originales, “Diego Velázquez & Francisco de Goya” como autores. No aparece su firma como en el caso anterior con el emoji de la persona con una notebook ni tampoco sobre la imagen. No agrega más información sobre las obras.

Fig. 17 “La familia de Felipe IV en casa de la familia de Carlos IV” publicada en Instagram



El segundo posteo, muestra un crossover entre Las Meninas y los personajes de ‘El matrimonio Arnolfini’ de Jan Van Eyck. En el que vemos a los Arnolfini en la habitación pintada por Diego Velázquez (Figura 18). Esta obra tiene a la pareja espejada, la mujer está del lado izquierdo y su esposo del contrario, con respecto a la original, y encontramos también modificaciones en el espejo, que le ha venido justo a Bokeh para realizar el mismo juego que Van Eyck hizo en su obra original. En este caso, David Bokeh publicó un carrusel de dos imágenes, la primera es la obra completa y la segunda es un video que hace zoom hasta el espejo en el que se ven las siluetas que el pintor flamenco había realizado en su obra original también, como testigos del retrato de la pareja.

Analizando las subvariables (copy, información sobre las obras y firma), el artista usa como título el nombre de esta serie: “Arte desubicado” (igual que en el caso anterior) y renombra a esta obra como “La mudanza”. Escribe los nombres de los dos artistas de las obras originales, “Jan van Eycke & Diego Velázquez” como autores. No aparece aquí tampoco la firma de Bokeh ni agrega más información sobre las obras.

En cuanto a la artificio de estas dos obras de El Arte desubicado (“La mudanza” y “La familia de Felipe IV en casa de la familia de Carlos IV”) la mezcla se realiza con los retoques de los softwares de imágenes para hacer el montaje de los personajes sobre las escenas. Si bien las figuras que se agregan a las obras son parte del mundo del arte –ya que son los protagonistas de obras maestras–, el artista digital realiza una “profanación” de estas obras, arrancando a sus personajes y “pegándolos” en una obra de otro autor.

Retomando la variable de las operaciones retóricas realizadas en estas obras, detectamos que en estas obras de David Bokeh de la serie “Arte desubicado” se utilizan tres de las cuatro propuestas por Carlos Scolari (2012), omisión en el borrado de personajes, adición por la expansión narrativa que se crea contando otra historia sobre los protagonistas de la obra (están confinados por la pandemia y abandonan los cuadros y luego vuelven a la rutina pero confundidos) y la permutación (al cambiar los protagonistas de una obra por otros).

Figura 18. "La mudanza" publicada en el instagram de @davidbokeh en un carrusel.



4. Reflexiones o Pinceladas Finales

El pensador alemán Boris Groys propone dos características de la contemplación de Arte, por un lado, para que una obra de arte, que es ficción, “funcione”, es necesario “el ocultamiento del marco material, tecnológico e institucional” (Groys; 2016, p.196). En los museos, el espectador contempla una obra en una escena que se vuelve poco a poco invisible. La obra crea un ambiente junto con la mirada del espectador y quien observa es absorbido por la obra y se olvida de la institución en la que está. Boris Groys describe esta escena como “la condición previa del funcionamiento de la ficción” (Ibid.). Además sostiene que para que lo artístico funcione, las instituciones deben presentar como ficción la ficción (Ibid.).

Pero, ¿Qué ocurre en el caso de la contemplación de obras en redes sociales o en los sitios webs de las instituciones tradicionales de arte? Según Groys, el “ocultamiento del marco que ha definido nuestra experiencia de contemplación estética durante siglos encuentra aquí su fin” (Ibid. p.198). El usuario de las redes no puede olvidarse del marco porque lo está “creando” permanentemente, lo sostiene en su mano, hace click, desplaza el dedo, es imposible abstraerse y sumergirse solamente en una obra, porque inmediatamente aparece otro contenido, el usuario apenas desplaza su dedo y se encuentra con una foto de la mascota de su amigo. El marco está más visible que nunca y sabe que esa obra no es ficción, sino que esa imagen hace referencia a una obra que existe offline, en algún museo exhibida o guardada entre las colecciones privadas.

En el caso de las experiencias que seleccionamos para esta tesis, notamos que *los artistas contemporáneos presentan a las obras como una nueva ficción*. Refundan a las obras de arte clásicas (a veces, incluso, con una contranarrativa a la original, como la de Svetlana Petrova) a través de las gramáticas propias de las plataformas digitales. Eso las convierte en obras completamente nuevas, que los usuarios de la web pueden contemplar (¿sigue siendo ese el verbo?) mientras transitan la ciudad, aguardan en salas de espera o mientras se entretienen fisgoneando las redes en su tiempo de ocio. El arte irrumpe en medio de ese hábitat heterogéneo y extraño de Instragram.

Estos casos no son meras copias de Las Meninas, sino que son síntomas de las formas contemporáneas de lo artístico. ¿Qué fue artificado en cada una de estas experiencias? ¿La obra original o los objetos con los que se la mezcló? En el caso de Las Meninas de Velázquez comenzamos a pensar en la *desartificación* de esta obra de arte, que a través de la hibridación con otros materiales se ha transformado en algo distinto. Aquello que cada autor agregó a la obra original produjo un desfase en la sucesión de interpretaciones de la obra. Entonces

decimos que en este proceso las prácticas de los artistas digitales y los elementos que se incorporan a las obras originales son los que se artifican (el “gato gordo” de Svetlana adquiere características de lo artístico cuando reemplaza a la Infanta Margarita en el centro de la escena de Velázquez).

Nos preguntamos también si la artificación no es una forma de “salvar” el arte tradicional del olvido (o del archivo de los museos y galerías) y darle vida a la luz de las pantallas, para que lleguen hasta nuevas miradas, más híbridas y pixeladas.

Tal como planteó Walter Benjamin: “La obra de arte ha sido siempre fundamentalmente susceptible de reproducción” (2007, p.148), no es nueva la posibilidad de copiar una obra y ponerla en circulación. Lo que intentamos hacer es explorar de qué manera las nuevas tecnologías y en especial, las redes sociales han impactado y modificado el mundo del arte y los procedimientos artísticos, incluso hasta “profanar” las obras originales agregando, por ejemplo, gatos gordos, borrando por completo a sus protagonistas, quitando a los personajes de una obra y montándolos en otra, o haciendo trapear a la monarquía cuestionando mandatos sociales y morales, anticipando debates que caracterizan nuestra contemporaneidad.

Recuperemos aquí los tres tópicos propuestos por Traversa (2019) que mencionamos previamente, en el punto [“El lienzo digital, un palimpsesto”](#), para analizar la persistencia de una obra de arte a través de sus reproducciones en el tiempo. En cuanto al primero, la ruptura de escala, vimos que no es igual observar Las Meninas que pintó Diego Velázquez al óleo en 1618, exhibida en el Museo El Prado, que ver Las Meowninas de Fat Cat Art, circulando en Instagram, ni escuchar trapear a la Infanta Margarita en el video de Youtube “Velaske yo soi guapa”, o contemplar la habitación de la familia real desierta porque sus personajes se han confinado por una pandemia. Cada una de estas obras, posteriores a la original de Diego Velázquez, la transformaron y tienen las huellas del momento histórico en el que surgieron. La experiencia estética y perceptiva con cada uno de estos casos es distinta, aunque la figura de la Infanta y su familia persista allí.

En segundo lugar, notamos en los casos que estudiamos un cambio de escala a partir de la diversificación de la audiencia y de la multiplicación de variantes discursivas. El mundo de Diego Velázquez coincidía con el de Felipe IV, es decir, era un mundo cortesano, asomando a la Modernidad pero aún con el yugo de la Iglesia. Y si bien -según Michel Foucault- Velázquez pudo haber querido dejar algún significado oculto, contrahegemónico a ese contexto, los límites de esas condiciones de producción tienen su huella sobre la obra. La estrategia que utiliza Petrova en su proyecto Fat Cat Art tiene que ver con la utilización de técnicas y objetos propios

del mundo de la web actual, realiza un montaje digital de un gato (como ya vimos, el animal predilecto de internet desde los inicios de la web 2.0, gracias a los Lolcats) y lo hace circular en las redes sociales, donde tuvo un alcance enorme, hasta llegar incluso a galerías de arte tradicionales y al mercado editorial. La mayoría del público actual se sentirá mucho más atraído frente a la versión de Fat Cat Art, por la cercanía y familiaridad de los objetos que presenta, por el tono de la obra y por el espacio donde pueden consumirla. Parafrasearemos a Walter Benjamin (2007) para decir que la artificación de una obra de arte clásica con objetos del webwelt ha modificado la relación de los usuarios con el arte y que de retrógradas frente a un Velázquez, se muestran progresistas frente al gato Zarathustra en Las Meowninas o escuchando trapear a Margarita.

Y en tercer lugar, el tópico de “la disolución de lo religioso en lo profano” que plantea Traversa, podemos encontrarlo claramente en la obra de Svetlana Petrova, ya que no monta un gato bello, esbelto o acorde a la escena que elige de Diego Velázquez, sino que lo que agrega en esa obra maestra es su “Fat Cat”, es decir, ese gato gordo, desaliñado y desparramado sobre las obras con gesto ofuscado y que, gracias al profesionalismo de la artista, hasta parece parte de la pintura original. El original bien podría ser el del “gato gordo”, tal como insiste en el sitio web la propia autora.

El video de la infanta Margarita desesperada por salir en un cuadro de Velázquez y obsesionada con su apariencia estética, también profana toda la obra original, haciéndole mover la boca a cada personaje a través de técnicas bastante amateurs (que, según el autor, fueron elegidas a propósito), que chocan estéticamente con la obra clásica; usando el trap, ese género musical callejero y marginal, que tuvo su origen en grupos raperos urbanos; y haciéndola conversar sobre debates feministas actuales y contrahegemónicos.

Por último, el artista español Bokeh se tomó el atrevimiento de borrar los personajes pintados por reconocidos artistas del mundo del arte para instalar y reforzar una consigna urgente de su tiempo: quedarse en casa. Y eso no le bastó, sino que luego mostró a los protagonistas de las obras volviendo a la normalidad confundidos. Los acercó tanto a la manera en que toda la sociedad volvió a la rutina anterior, que desacralizó completamente a las obras.

Estos artistas utilizan al lienzo digital como si fuera un palimpsesto, con los restos de la obra original, con las huellas de otros artistas, produciendo una pieza nueva. Además, cada una de estas reproducciones son una manera de seguir difundiendo la obra de Diego Velázquez que continúa transformándose, modificándose y adaptándose, según su autor, su tiempo y su público.

El contexto tecnológico-mediático actual ha brindado nuevas posibilidades para que hacer este tipo de operaciones de apropiación e intervención de obras sea por un lado más sencillo que antes –con respecto a técnicas, tiempos y herramientas– y por otro lado, más “exitoso” en cuanto a su alcance, ya que la exhibición de las obras no depende de los requerimientos o criterios de las instituciones tradicionales de arte. Las obras se comparten en las cuentas sociales de los artistas y desde allí, despegan al encuentro de nuevos usuarios o productores. Además, muchas de estas artificaciones ingresan al mundo del arte, al circuito de exhibición artística y al mercado del arte, gracias a la performance que han tenido primero en las redes sociales, tal como sostiene Groys,

“Tradicionalmente, la reputación de un autor se movía de lo local a lo global. Uno tenía que ser conocido a nivel local para luego poder establecerse a nivel mundial. En la actualidad, se empieza por la autoglobalización. Subir un texto o una obra a Internet significa abordar de modo directo a la audiencia global, evitando cualquier mediación local” (2016, p.202).

Es por eso que entendemos que su circulación en estas plataformas es una instancia fundamental para que sean consideradas nuevas obras de arte y para que sus creadores sean reconocidos como artistas.

¿Sigue teniendo sentido la pregunta por el original? Estas obras que retoman a Las Meninas no nacieron con el objetivo de ser reproducciones de la original, sino con la idea de ser ya algo nuevo, pero con el sedimento de la obra anterior. De todas maneras, para contemplar las (re)producciones como las que seleccionamos aquí es necesaria una operación incluso más compleja que la que hace el espectador de una obra de arte tradicional, porque es necesario hacer al mismo tiempo una lectura en dos niveles: en el ámbito artístico (conocer la obra sedimento) y comprender aquello que viene de zonas fronterizas, reconocer la otredad del arte y permitirle sentido dentro de una obra maestra. Esa sería una de las formas de recepción de estas obras, la de los usuarios que conocen la obra original y en ese sentido, haría la operación que mencionamos recién. Pero podemos encontrar una segunda forma de recepción: la de los usuarios que desconocen la obra original. En este segundo caso será imposible realizar una constelación de la obra contemporánea con la original, no se generará una tensión entre el contexto de producción del primer autor y el del actual. En ese sentido, al menos desde el lado de la recepción, no hay palimpsesto sino, directamente un lienzo digital nuevo y se desplegará un sentido completamente distinto.

A partir de las tres experiencias que decidimos analizar en este trabajo, pudimos introducirnos en el joven concepto y la potente práctica que es la “artificación”, y entendimos que desde su origen, *artificar es poner en tensión*, porque presupone hacerlo desde las diferencias, unir a los contrarios abriendo una frontera desde el campo del arte. Es imposible artificar con objetos semejantes o pertenecientes al mismo ámbito, siguiendo a Naukkarinen Ossi:

“La artificación no puede tener lugar sin el arte; necesita el arte como su punto de referencia y fuente de ideas y prácticas. También necesita tener cosas que no sean arte de modo que los dos puedan ser mezclados y se afecten uno al otro” (2012, p.1).

Nos quedan abiertas aún muchas preguntas alrededor de este concepto, que como su propia definición, es también él mismo un artificio dentro de la academia, que mezcla el mundo del arte con otros ámbitos, como la comunicación, para explorar los nuevos horizontes de esta práctica (sea de origen cultural o natural) tan potente, salvadora y disruptiva en el mundo del arte.

Sección B

5. Maqueta: Artificar (En) El Museo

Título del proyecto: Artificar (en) el museo.

Sitio de aplicación: Museo de Arte Contemporáneo de Rosario (MACRO)

5.1. Descripción y Justificación

Proponemos la creación de una aplicación de edición de imágenes, que estará disponible en una pantalla táctil dentro del Museo de Arte Contemporáneo de Rosario (MACRO) y que será también descargable en dispositivos móviles. La pantalla estará dispuesta de forma vertical y será acompañada de una descripción gráfica con información sobre el proyecto.

El objetivo de esta aplicación es darles la posibilidad a los visitantes de intervenir digitalmente las obras de la colección permanente del museo, explorando el concepto de "artificación" a través de la fusión de las obras de arte con elementos contemporáneos de la cultura urbana y con lo que en esta tesis definimos como "*webwelt*".

La plataforma brindará una experiencia lúdica y educativa, permitiendo a los usuarios seleccionar obras del museo y combinarlas creativamente con objetos representativos del entorno urbano y digital contemporáneo. Este proceso de "artificación" permitirá que los usuarios del museo interactúen con las obras de una manera innovadora, generando nuevas interpretaciones en articulación con la cultura visual actual, conectando el mundo del museo con las tendencias digitales y urbanas.

Desde el punto de vista institucional, esta propuesta se integra con las formas en las que el MACRO generalmente lleva adelante acciones para reflexionar sobre lo contemporáneo. Tal como se sostiene en su sitio web, "Las particularidades de las prácticas contemporáneas son abordadas desde programas y estructuras institucionales flexibles que discuten y proponen perspectivas innovadoras en relación al patrimonio y los programas públicos". Consideramos que esta app es una manera de activar conversaciones y debates sobre el estado contemporáneo del arte y sus formas de circulación en el ecosistema digital actual.

Esta aplicación busca integrar de manera orgánica la presencia digital del museo con el recorrido físico en el mismo, atrayendo a un público más amplio y fomentando por un lado, el uso de redes sociales para la difusión de las obras y por el otro la visita de nuevos públicos al

espacio físico. La aplicación no solo ofrecerá una experiencia entretenida y creativa para los visitantes, sino que también se convertirá en una herramienta potente para que el museo se posicione en el entorno digital, difundiendo su colección de manera dinámica y participativa.

Si bien la aplicación estará instalada en una pantalla táctil grande dentro del museo, los usuarios podrán también descargarse la app en sus móviles y realizar la artificación de las obras del MACRO a demanda, donde quieran, cuando quieran.

5.2. Objetivos

Objetivo general:

- Fomentar la apropiación e intervención creativa de la colección del MACRO por parte de los visitantes a través de la app *Artificar (en) el museo*.

Objetivos específicos:

- Aumentar la presencia y circulación de las obras de la colección permanente del MACRO en las redes sociales.
- Incentivar a la producción de nuevas piezas que reinterpreten obras clásicas a partir de la aplicación móvil.
- Fomentar la interacción de los visitantes con las redes sociales del MACRO.
- Promover la realización de eventos dirigidos a públicos específicos que trabajen en torno a la colección permanente del MACRO.

Figura 19. Prototipo de la pantalla interactiva en el Museo.



5.3. Funcionalidades De La App

“Artificar (en) el Museo” es una aplicación de edición de imágenes interactiva diseñada para el MACRO, que representa una oportunidad para conectar las obras de arte clásicas con el contexto contemporáneo urbano y digital. Además, fomenta la participación activa de los visitantes, quienes podrán resignificar las obras del museo, compartir sus creaciones y contribuir a la difusión del mundo del arte en sus redes sociales.

Edición y montaje de imágenes:

Los usuarios podrán apropiarse de las obras del museo, interviniendo y fusionando objetos del "webwelt" y del contexto urbano contemporáneo, creando así nuevas producciones que resignifiquen las obras originales y las hagan circular con nuevos sentidos.

Llamada a la acción y difusión en redes sociales:

Una vez que el usuario haya completado su obra artificada, la aplicación generará un código QR para que puedan descargar su creación directamente a sus dispositivos móviles. Además, se invitará a los usuarios a compartir sus obras en Instagram, etiquetando a la cuenta

oficial del MACRO (@museo_macro_rosario). De esta manera, se fomenta tanto la interacción digital de los públicos como la visibilidad del museo en el espacio virtual.

Pantalla interactiva y espacio de uso:

La pantalla táctil formará parte de la experiencia física en el MACRO y estará en un espacio destacado dentro de la experiencia del museo, presentándose como una propuesta institucional lúdica que complementa las visitas físicas a las salas.

Acompañando la pantalla, habrá una sección física con información impresa o digital sobre el proyecto, explicando el concepto de "artificación", el papel del "webwelt" y cómo el museo promueve la interacción digital con sus colecciones. Además, estará visible un QR para descargar la app en los móviles.

5.4. Definición de Audiencia

La aplicación "Artificar el Museo" está diseñada para un público diverso, que abarca distintas edades y perfiles, pero con un enfoque particular en ciertos grupos:

1. **Adolescentes y jóvenes (15-35 años):** Este grupo suele estar muy activo en redes sociales y familiarizado con la tecnología digital, lo que los convierte en un público ideal para interactuar con esta aplicación. Los jóvenes disfrutan de experiencias creativas e innovadoras, por lo que la posibilidad de remixar obras de arte y compartirlas en Instagram puede resultar atractiva. Además, son parte de una generación ya habituada y que valora la interactividad y el juego dentro de las experiencias culturales. Por "naturaleza", este público está acostumbrado a participar activamente y no a ser meros espectadores.
2. **Usuarios de redes sociales e influencers:** Detectarlos, contactarlos y convocarlos será una tarea esencial que debe formar parte de la Comunicación del MACRO. Un mundo donde las redes sociales juegan un rol central en la comunicación cultural, esta aplicación tiene un claro enfoque en captar la atención de usuarios activos en plataformas como Instagram. Los influencers que disfrutan compartiendo experiencias creativas culturales y visuales encontrarán en esta app la posibilidad de crear contenido original y atractivo para su comunidad. Que este público etiquete al MACRO en sus publicaciones no solo amplificará el alcance de la propuesta, sino que también fortalecerá la imagen del MACRO como una institución contemporánea y conectada a las tendencias digitales.

3. **Turistas:** La aplicación puede actuar como un atractivo adicional que les permita interactuar de manera inmediata y creativa con las colecciones del museo, haciendo que su experiencia sea más memorable. La posibilidad de descargar sus creaciones y compartirlas en redes sociales también les brinda la posibilidad de llevarse un "souvenir digital" y compartir su visita con sus contactos.

5.4.1. Estrategias Específicas Para Audiencias

Además, pensamos estrategias específicas para trabajar con la app en diferentes momentos del año y que funcionarán como eventos "preñeables" para el museo, es decir, fenómenos atractivos instalar en la agenda de prensa al museo.

5.4.2. Artificar con infancias.

¿Qué ocurriría si dejáramos que los niños intervengan las obras del museo con los objetos que ellos quisieran? Esto será lo que el MACRO le proponga a las infancias en dos fechas claves.

Para el público infantil, se propone implementar actividades especiales durante dos momentos del año: las vacaciones de invierno (dos semanas en julio) y el mes de las infancias (agosto). Estas fechas serán una oportunidad para atraer a familias y escuelas, y promover la creatividad de los más pequeños mediante el uso de la aplicación interactiva.

1. Talleres interactivos:

Durante estas semanas, el museo ofrecerá talleres en los que facilitadora/es guiarán a los niños y niñas en el uso de la aplicación. Los talleres estarán diseñados para enseñarles, de manera lúdica y accesible, cómo artificar las obras del MACRO mediante la plataforma interactiva. Las actividades estarán adaptadas a diferentes rangos de edad, garantizando que tanto los más pequeños como los más grandes puedan disfrutar del proceso creativo y comprender el concepto de "artificación".

2. Impresión y exposición de las creaciones:

Dado que los niños no suelen tener acceso a redes sociales, las creaciones que realicen durante los talleres no solo podrán descargarse en formato digital, sino que también se imprimirá una selección de sus trabajos para ser expuesta en el museo.

Estas obras se exhibirán en una muestra especial durante un mes, brindando a las infancias la posibilidad de ver sus propias creaciones en el contexto del museo. Este enfoque

no solo realiza la importancia de su participación, sino que también involucra a sus familias y amigos, quienes pueden venir a ver las obras expuestas.

3. Espacio para la creatividad y el juego:

Estos talleres no se centrarán únicamente en la tecnología, sino en fomentar el juego y la imaginación. La/os docentes ayudarán a los niña/os a explorar conceptos artísticos contemporáneos de una manera divertida, promoviendo la interacción con el arte y el desarrollo de la creatividad.

5.4.3. Artificar con Personas Mayores.

Para el público de adultos mayores, se proponen una serie de actividades y talleres que aprovechen la tecnología de la app de manera accesible y enriquecedora. Se propondrá trabajar en alianza con el Programa Universidad Abierta para Adultos Mayores de la UNR, para que sus estudiantes puedan experimentar estas nuevas formas de producir y circular del arte. Se trabajará durante el mes de octubre, cuando se conmemora el Día Internacional del Adulto Mayor.

1. Talleres de introducción a la edición digital de imágenes:

Se ofrecerán talleres específicos donde docentes los guiarán paso a paso en el uso de la aplicación interactiva del museo. Estos talleres estarán diseñados de manera inclusiva, adaptándose a diferentes niveles de familiaridad con la tecnología, desde principiantes hasta aquellos con mayor experiencia.

Los participantes aprenderán a utilizar la app para artificar las obras de la colección del MACRO, mezclando elementos urbanos y digitales contemporáneos con las obras clásicas del museo. Se hará énfasis en un aprendizaje progresivo, para que la tecnología no sea una barrera.

2. Espacio de creación y socialización:

Además del aprendizaje, estos talleres se centrarán en crear un ambiente de socialización. Los adultos mayores podrán trabajar en pequeños grupos, compartiendo ideas y colaborando en la creación de sus obras.

3. Exposición de las creaciones en el museo:

Al igual que con las infancias, las creaciones de los adultos mayores serán reconocidas a través de una exposición especial dentro del museo. Después de completar sus ediciones,

una selección de las obras será impresa y exhibida en una muestra temporal, permitiendo que los adultos mayores vean sus creaciones en un entorno artístico profesional.

Esta exposición no sólo homenajea su participación, sino que también les ofrece la posibilidad de compartir su obra con familiares, amigos y otros visitantes del museo. Será una manera de reivindicar su capacidad creativa y su integración en las actividades culturales contemporáneas.

5.4.2. Retroalimentación

Si bien en los puntos *5.4.2. Artificar con infancias* y *5.4.3. Artificar con personas mayores* detallamos acciones de retroalimentación de las audiencias específicas como las exposiciones con una selección de las artificaciones, creemos importante plantear una retroalimentación en el uso general de la app por parte de las audiencias.

En ese sentido, pensamos dos capas de feedback, por un lado en redes sociales y por el otro, a partir de la recopilación de datos de uso de la app.

Retroalimentación a través de redes sociales: Incentivos para compartir y etiquetar

La app invitará a los usuarios a compartir sus creaciones en Instagram, etiquetando al museo. Para motivar este intercambio, se pueden ofrecer incentivos, como por ejemplo, realizar una selección mensual de las creaciones más originales para ser destacadas en un posteo en las redes sociales del MACRO. La selección estará a cargo del equipo de curadores del museo. A través de estas publicaciones, el museo podrá medir el alcance, el impacto y el tipo de creaciones que están generando los usuarios. Los insights de las redes sociales proporcionarán un termómetro al museo de cómo la audiencia está interactuando y compartiendo la experiencia de la app.

Además, se pueden ofrecer descuentos en la tienda del museo para quienes compartan en su Instagram su artificación.

Analítica de uso

La aplicación podrá tener un sistema de análisis de comportamiento de usuarios (respetando la privacidad, recopilando datos anónimos) para medir el uso de las diferentes herramientas y funciones como:

- a) Frecuencia de uso de herramientas específicas: qué herramientas son las más utilizadas
- b) Tiempo dedicado por sección: medir cuánto tiempo pasan los usuarios en cada fase del proceso de edición, lo que puede ayudar a detectar si hay partes que son confusas o difíciles de usar.
- c) Número de descargas o de compartidos en redes: Qué porcentaje de usuarios descarga o comparte su obra, lo que indica el nivel de satisfacción de la experiencia.
- d) Obras más elegidas: tener un ranking de obras más seleccionadas para artificar puede darle al museo un feedback de qué obras exponer próximamente o potenciar la comunicación de estas obras en sus medios sociales.

5.5. Obras y autores seleccionados para la app

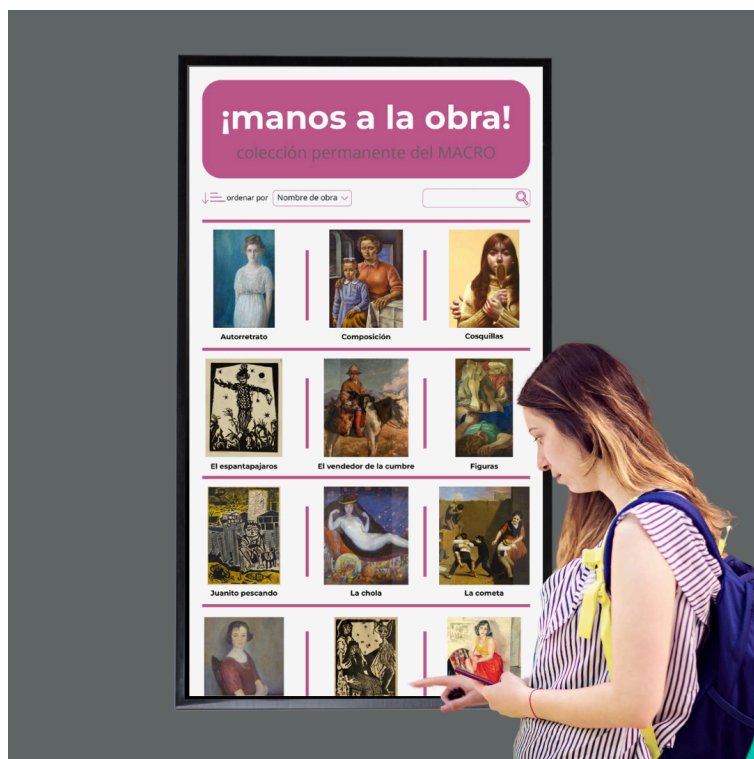
Obras seleccionadas para el proyecto	Artistas
Torre	Aizenberg Roberto
Sin título	Anónimo
Modelo	Basaldúa Hector
Retrato	Berlengieri Juan
Retrato Juanito pescando Composición	Berni Antonio

Autorretrato	Bertolé Emilia
Las Moscas El espantapajaros	Bruniard Mele
El vendedor de la cumbre	Caraffa Emilio
Cosquillas	Carricajo Javier
La cometa	Franklin Rawson Benjamin
Figuras Sin Título	Grela Juan
La Chola La niña de la rosa Retrato de Emilia Bertolé	Guido Alfredo
Foto de los Silos	

Realizamos una selección de obras que pueden ser fácilmente editables y que pueden conjugarse con otros elementos. Generalmente son retratos o figuras humanas de cuerpo entero. Decidimos no seleccionar grabados o serigrafías ya que son menos compatibles con las intervenciones digitales.

Por otro lado, agregamos una imagen de los Silos Davis (espacio que aloja al MACRO) para que pueda ser artificada por los usuarios, ya que es tradición que la imagen de los silos se modifique cada cinco años con la obra de artistas, por concurso nacional. En este caso, se invita a los visitantes del museo a jugar a ser ellos quienes modifiquen la fachada de este ya ícono frente al río de la ciudad de Rosario.

Figura 20. Imagen ilustrativa de la pantalla “Selección de obras” en la app.



5.6. Arquitectura y experiencia de usuario

La interfaz será intuitiva y visualmente atractiva, con un diseño que integre elementos del arte contemporáneo. Estará dividida en diferentes secciones para facilitar la navegación, tales como:

Pantalla de inicio/instrucciones: Al iniciar la aplicación, los usuarios verán una breve introducción que les explicará de manera visual y concisa los pasos a seguir para usar la aplicación. Esta pantalla incluirá instrucciones sobre cómo seleccionar las obras y cómo artificarlas.

Galería de obras disponibles: Un menú visual con miniaturas de las obras de la colección permanente del MACRO seleccionadas, donde los usuarios podrán explorar y seleccionar la obra que deseen editar.

Área de edición o Lienzo: La sección principal donde los usuarios podrán modificar la obra seleccionada. Tendrá herramientas de edición, como agregar objetos y efectos visuales, recortar objetos o fondo, modificar colores, borrar objetos, ajustar transparencia, etc. También contará con un sistema de capas para superponer elementos de forma controlada.

Panel de selección de elementos (Webwelt/Objetos urbanos): Un menú que contiene una biblioteca de objetos del "webwelt" (gatos, lentes pixelados, burbujas de diálogo, iPhones, etc.) y del mundo contemporáneo urbano (patitos en la cabeza, monopatinos, auriculares, etc.) que los usuarios pueden arrastrar y soltar sobre la obra seleccionada.

Pantalla de previsualización/finalización: Una vez terminada la edición, los usuarios podrán ver una previsualización de la obra finalizada antes de descargarla.

Pantalla de descarga: Una vez finalizada la edición, se generará un código QR único que permitirá al usuario descargar la obra desde su dispositivo móvil. Se les pedirá que la suban sus producciones a historias de Instagram con el hashtag #ArtificarEnEIMuseo y etiquetando al MACRO, para poder compartir luego las imágenes de los usuarios.

La aplicación tendrá la opción de conectarse automáticamente con Instagram y ofrecerá para compartir directamente en esta red. Incluirá un mensaje predeterminado sugerido con los hashtags y la mención a la cuenta oficial del MACRO. Los usuarios tendrán la opción de personalizar el mensaje y modificar los textos sugeridos antes de compartir, añadiendo comentarios personales sobre su obra.

5.7. Elementos para artificar las obras del museo

A continuación, listaremos objetos y herramientas con los cuales se propondrá la artificación de las obras propias de la colección del MACRO. Por un lado, tendremos los elementos pertenecientes al webwelt, por el otro, los objetos del mundo contemporáneo urbano y además, el usuario contará con herramientas de edición y retoque de imágenes:

Listado de elementos gráficos propios del Webwelt:

1. Lentes de sol pixelados
2. Gatos (memes de gatos, gatos en posturas divertidas)
3. Móviles (smartphones, tablets)
4. Emoticones (caras sonrientes, corazones, estrellas, fuegos, etc.)
5. Stickers de redes sociales (likes, corazones, pulgares arriba, pulgares abajo)
6. Glitches visuales (fallos digitales, interferencias)
7. Nubes de texto estilo cómic
8. Códigos QR
9. Señales de Wi-Fi
10. Barras de carga (indicadores de progreso de instalación)

11. Logos de apps populares (como Instagram, Twitter, etc., pueden estar rediseñados de manera artística)
12. Ícono de click de mouse
13. Stickers o íconos de plataformas de streaming (play, pausa, buffers)
14. Señales de alerta digital (triángulos de advertencia, alertas de sistema)

Lista de elementos gráficos propios de la época contemporánea:

1. Patitos amarillos
2. Auriculares
3. Zapatillas
4. Abanico
5. Monopatines
6. Bicicletas
7. Mochilas
8. ícono de objetivo
9. Latas de gaseosa
10. Consolas de videojuegos
11. Cámaras instantáneas (tipo Polaroid)
12. Botellas de agua
13. Totebags
14. Drones
15. Cajas de comida para llevar (tipo "take-away")
16. Móviles (smartphones, tablets)
17. Parlantes portátiles
18. Lentes de realidad virtual
19. Reproductores de música portátiles
20. Termo
21. Mate
22. Gorros
23. Cascos de bicicleta o monopatín
24. Maletines de trabajo modernos
25. Carritos de compras de supermercado
26. Paraguas de colores
27. Silos Davis

28. Paleta mata mosquitos

29. Lentes de sol

Lista de herramientas de edición y retoque de imágenes:

1. Recortar fondo: Permite eliminar el fondo de las obras o elementos para integrarlos en diferentes contextos.
2. Recortar elementos: Opción para seleccionar y recortar objetos específicos dentro de la obra.
3. Borrar objetos: Función para eliminar partes no deseadas de la imagen de manera precisa.
4. Capas: Los usuarios podrán trabajar con capas, permitiendo añadir múltiples elementos y ajustar su superposición sobre la obra original.
5. Transparencia: Ajuste de la opacidad de cada capa o elemento para generar efectos de fusión.
6. Filtros de colores y efectos artísticos: Aplicación de filtros que alteran la tonalidad o crean efectos visuales de estilo "pop art", "impresionismo", entre otros.
7. Filtros con animales: Superposición de animales digitalizados o efectos que transformen partes de la obra en figuras animales.
8. Textos: Inserción de texto con diversas tipografías, tamaños, colores y estilos.
9. Herramientas de edición básicas: Escalar, rotar, cambiar el color, transparencia, sombras, desenfoces, etc.
10. Clonación de objetos: Repetir y copiar elementos seleccionados de la obra para crear patrones o duplicados.
11. Mezcla de modos de fusión: Diferentes modos de fusión entre capas (multiplicar, superponer, pantalla, etc.) para combinar colores y texturas de manera creativa.
12. Corrección de perspectiva: Ajustar la perspectiva de elementos recortados para alinearlos con la obra.
13. Pinceles artísticos: Simulación de diferentes tipos de pinceladas (óleo, acuarela, spray) para dibujar directamente sobre la imagen.
14. Texturas y patrones: Superposición de texturas (madera, tela, papel) o patrones para crear fondos o elementos adicionales.
15. Sombras y luces: Creación de efectos de sombras proyectadas y luces para añadir profundidad a los objetos agregados.

16. Herramienta de distorsión: Permite deformar partes de la imagen para crear efectos surrealistas o abstractos.
17. Bordes y marcos: Agregar bordes o marcos artísticos alrededor de la obra para enmarcar los resultados finales.
18. Fusiones inteligentes (IA): La app puede sugerir cómo fusionar la obra original con los elementos añadidos, basándose en inteligencia artificial para ofrecer un resultado armonioso.
19. Aplicación de pegatinas y emojis: Incluir pegatinas y emojis personalizados sobre la obra, en diferentes tamaños y posiciones.
20. Colores degradados: Creación de fondos o elementos con degradados suaves entre colores para efectos visuales más ricos.
21. Transformación libre: Permite distorsionar, inclinar o estirar elementos a gusto.
22. Herramienta de pincel mágico: Dibuja efectos como destellos, brillos o chispas de luz alrededor de los elementos editados.
23. Efectos de glitch: Introducir errores visuales intencionales (como distorsiones de píxeles) para darle un toque digital contemporáneo.
24. Efectos de cámara antigua (retro): Simulación de efectos como ruido, grano de película, o distorsiones propias de cámaras analógicas.
25. Efecto 3D básico: Aplicar sombras y luces para simular que ciertos elementos tienen profundidad tridimensional.
26. Herramientas de selección rápida: Seleccionar áreas específicas de la obra o del contenido añadido para editar solamente esas zonas.

En la figura 21 veremos una maqueta de la pantalla de edición con la obra seleccionada y en la figura 22, la obra ya artificada.

Figura 21. Imagen de la pantalla de edición en la app con la obra seleccionada.



Figura 22. Imágenes de la pantalla de edición en la app con diferentes versiones de la obra artificada.



5.8. Identidad visual

El objetivo es que esta app se integre visualmente —además de funcionalmente— con el MACRO y su entorno. Y además, nos interesa que pueda relacionarse también con la ciudad de Rosario. En ese sentido, proponemos un manual de imagen que se cohesione con el museo y su entorno y además, pueda estar a la altura de las tendencias de diseño digital actuales.

5.8.1. Paleta de colores

La paleta intenta reflejar la identidad del MACRO e incorporar elementos que se relacionan con su ambiente y con la ciudad en general:

Rosa magenta (#CC5796): El color principal del logo actual del MACRO. Será el color predominante en los elementos interactivos clave (botones, íconos principales, etc.).

Gris ceniza (#CDCDCD): Un tono gris suave que evoca la estructura industrial de los silos y nos proporciona una base neutra para el diseño de la app.

Blanco puro (#FFFFFF): Usado como fondo principal, permite una interfaz limpia y despejada para que las obras y los elementos gráficos resalten.

5.8.2. Tipografía

Optamos por una tipografía moderna, clara y accesible, que refleje tanto el carácter artístico como la accesibilidad tecnológica del proyecto.

Tipografía principal (Títulos):

Montserrat Bold

Una tipografía sans-serif geométrica, moderna y legible. Es ideal para títulos, y su aspecto limpio y contemporáneo resuena con la arquitectura del MACRO. Además, tiene raíces en el diseño latinoamericano, lo que la hace ideal para Rosario.

Tipografía secundaria (Textos y descripciones):

Open Sans Regular

Una tipografía sencilla y altamente legible para los textos más pequeños o descripciones. Su legibilidad en tamaños pequeños es perfecta para la interfaz de la app, manteniendo una estética contemporánea.

Tipografía alternativa para textos creativos o interactivos:

Raleway

Otra opción sans-serif más delgada y estilizada, ideal para momentos interactivos donde se quieran agregar toques creativos o lúdicos.

5.9. Iconografía y botones

Iconografía minimalista: Los íconos deben ser sencillos y reconocibles, utilizando trazos limpios para representar funciones como edición, guardado, compartir, etc. Se usarán iconos con bordes redondeados.

Botones y elementos interactivos: Los botones principales (como "Guardar", "Descargar", "Compartir") deberían utilizar colores vibrantes de la paleta, como el rosa magenta del MACRO o el amarillo cálido, para llamar la atención. Además, los botones menos prioritarios pueden ser grises o blancos con bordes sutiles de color para no sobrecargar la interfaz.

Efectos visuales inspirados en el arte contemporáneo: Puedes incorporar texturas sutiles que recuerden a técnicas artísticas como el collage, la mezcla de medios, o la pintura digital. Estos efectos pueden estar presentes en fondos o en elementos gráficos para reforzar el concepto de "artificación."

Referencias al entorno de Rosario: En detalles pequeños, como ilustraciones a mano alzada o botones de acciones especiales, se incluirán referencias sutiles a símbolos arquitectónicos de Rosario (como el Monumento a la Bandera o el Puente Rosario-Victoria), a símbolos de la cultura popular (como Messi, Olmedo) o a artistas locales (como Antonio Berni, Fito Páez, Fontanarrosa, Melé Bruniard, Nicola Costantino, etc.).

Sección C

Bibliografía

Benjamin, W. (2007). *La obra de arte en la época de su reproductibilidad técnica*. En Conceptos de filosofía de la historia (pp. 147-182). Ed. Terramar.

Benjamin, W. (2011). *Libro de los pasajes*. Edición de Rolf Tiedemann. Ediciones Akal.

Briguet, D. (1990). *El aura y la mediación. Digresiones a partir de “La obra de arte en la era de la reproductibilidad técnica”, de Walter Benjamin*. Trabajo presentado en las Jornadas Walter Benjamin en Escuela de Filosofía de la Facultad de Humanidades y Artes de la Universidad Nacional de Rosario

Buck-Morss, S. (1995). *Dialéctica de la mirada: Walter Benjamin y el proyecto de los pasajes*. La Balsa de la Medusa.

Carlón, M. (2013). *¿Del arte contemporáneo a una era contemporánea? Efecto arte y el nuevo valor del presente en la era de internet*. En F. L. Rovetto & M. C. Reviglio (Eds.), Estado actual de las investigaciones en mediatizaciones (pp. 43-61). UNR.

Carlón, M. (2016). *Registrar, subir, comentar, compartir: Prácticas fotográficas en la era contemporánea*. En P. Corro & C. Robles (Eds.), Estética, medios y subjetividades (pp. 115-132). Universidad Pontificia Católica de Chile.

Carlón, M. (2022). *¿El fin de la invisibilidad de la circulación del sentido en la mediatización contemporánea?*. En A. Hepp & G. Olivera (Coords.), Mediatizaciones, deSignis N|37 (pp. 85-102). UNR.

Carlón, M., & Scolari, C. A. (2012). *Colabor_arte: Medios y arte en la era de la producción colaborativa*. La Crujía.

Castro Rojas, S. R. (2013). Luz de imágenes. Entre Baudrillard y Virilio. La Trama De La Comunicación, 1, 177–183. <https://doi.org/10.35305/lt.v1i0.370>

Cingolani, G. (2017). *Sistemas de recomendación, mediatizaciones de lo preferible y enunciación*. En M. P. Busso & M. Camusso (Eds.), *Mediatizaciones en tensión: El atravesamiento de lo público* (pp. 23-41). UNR Editora.

Cingolani, G. (2022). *Redes de gustos: Un horizonte de sentido en la organización de las plataformas*. En X. Tobi & M. Berman (Eds.), *Interacciones mediatizadas: Antes y después de la pandemia* (pp. 95-113). UNR Editora.

Danto, A. C. (2013). *¿Qué es el arte?*. Paidós.

Dissanayake, E. (2008). *The arts after Darwin: Does art have an origin and adaptive function?* En K. Zijlmans & W. van Damme (Eds.), *World Art Studies: Exploring Concepts and Approaches* (pp. 241-263). Valiz.

Diviani, R. (2013). *El debate Adorno-Benjamin*. *La Trama de la Comunicación*, 1, 143–155. <https://doi.org/10.35305/lt.v1i0.367>

Fernández, J. L. (2018). *Plataformas mediáticas: Elementos de análisis y diseño de nuevas experiencias*. *Futuribles / Igarza Roberto*. La Crujía.

Forster, R. (2012). *Benjamin: una introducción*. - 2a ed. Buenos Aires. Quadrata Ed.

Groys, B. (2008). *Bajo sospecha: Una fenomenología de los medios*. Pre-Textos.

Groys, B. (2014). *Volverse público: Las transformaciones del arte en el ágora contemporánea*. Caja Negra.

Groys, B. (2016). *Arte en flujo: Ensayos sobre la evanescencia del presente*. Caja Negra.

Groys, B. (2023). *Devenir obra de arte*. Caja Negra Editora.

Ibarlucía, R. (1998). *Onirokitsch: Walter Benjamin y el surrealismo*. Manantial S.R.L.

Ibarlucía, R. (2022). *¿Para qué necesitamos las obras maestras?: Escritos sobre arte y filosofía*. Fondo de Cultura Económica.

Ledesma, M., & Maidana, N. (2023). *Hibridaciones del arte y el diseño*. En *Crítica del arte contemporáneo* (pp. 141-150). *Designis*, 38. UNR Editora.

Lenarduzzi, V. (2019). *Gesamtkunstwerk: Arte contemporáneo y cultura mediática en Boris Groys*. *Artilugio*, 5, 88-101.

<https://doi.org/10.55443/artilugio.n5.2019.25320>

Maestri, M. (2023). “Cibercultura: producción, circulación y consumo” en *Cultura, Sociedad y Tecnologías digitales* (pp.127-143). UNRaf Ediciones.

McLuhan, M. (2009). *Comprender los medios de comunicación: Las extensiones del ser humano* (4a ed.). Paidós. (Original work published 1964)

Naukkarinen, Ossi (2012) *Variations on Artification, Contemporary Aesthetics* (Journal Archive): Vol. 0, Article 2. Available at:

https://digitalcommons.risd.edu/liberalarts_contempaesthetics/vol0/iss4/2

Savoini, S. (2023). *Los cuerpos del t/rap: Las plataformas como territorios de visibilización de lo marginal*. En *Rostrotopías: Mitos, narrativas y obsesiones de las plataformas digitales* (pp. 127-141). ISBN 979-12-218-0853-7.

Sarlo, B. (2011). *Siete ensayos sobre Walter Benjamin*. - 1era ed. - Buenos Aires. Siglo XXI Editores.

Scolari, C. A. (2010). *Ecología de los medios: Mapa de un nicho teórico*. *Quaderns del CAC*, 34, vol. XIII(1), 9-17.

Scolari, C. A. (2012). *El texto DIY (Do it Yourself)*. En M. Carlón & C. A. Scolari (Eds.), *Colabor_arte: Medios y arte en la era de la producción colaborativa* (pp. 23-40). La Crujía.

Scolari, C. A. (2015). *Ecología de los medios: Entornos, evoluciones e interpretaciones*. Gedisa.

Shapiro, R. (2004). *¿Qué es la artificación?*

Shapiro, R., & Heinich, N. (2012). *Quand y a-t-il artification?* En R. Shapiro & N. Heinich (Eds.), *De l'Artification: Enquetes sur le passage à l'art* (pp. 267-299). Éditions de l'École des Hautes Études en Sciences Sociales.

Shiner, L. (2010). *La invención del arte: Una historia cultural*. Paidós.

Suzuki, S. (2022). *Ecce Homo: El desastre artístico que se convirtió en un meme y transformó una ciudad*. BBC News. <https://www.bbc.com/mundo/noticias-62545473#>

Valdettaro, S. (2013). *La tecnología y el arte en Benjamin. La Trama de la Comunicación*, 4, 111–129. <https://doi.org/10.35305/lt.v4i0.308>

Valdettaro, S. (2015). *Epistemología de la comunicación*. UNR Editora.

Van Dijk, J. (2012). *La cultura de la conectividad: Una historia crítica de las redes sociales*. Siglo XXI.

Verón, E. (1977). *La semiosis social: Fragmentos de una teoría de la discursividad*. Gedisa.

Verón, E. (1997). *Esquema para el análisis de la mediatización*. Diálogos de la Comunicación, (48), 9-17.

Verón, E. (2013). *La semiosis social 2: Ideas, momentos, interpretantes*. Paidós.

Watzlawick, P., Beavin, J. B., & Jackson, D. D. (1991). *Teoría de la comunicación humana*. Herder.

Referencias electrónicas

Castresana, J. (2018). *Entrevista a Thomas Knoll, el padre del Photoshop*. Experimenta.

<https://www.experimenta.es/noticias/tecnologia/entrevista-a-thomas-knoll-el-padre-del-photoshop>

Cingolani, G. (2021). *Carta VII: Dos notas sobre artificación y mediatización*. En Cartas desde mi ventana. Revista LOÏE.

<https://loie.com.ar/loie-08/cartas-desde-mi-ventana/carta-vii/>

Cingolani, G. (2021). *Carta VIII: Artes mediáticas y artes mediatizadas: Elogio del desfase*. En Cartas desde mi ventana. Revista LOÏE.

<https://loie.com.ar/loie-09/cartas-desde-mi-ventana/carta-viii/>

Petrova, S. (n.d.). *Fat Cat Art: I insert my ginger cat into famous paintings*. Bored Panda.

<https://www.boredpanda.com/famous-paintings-with-zarathustra-fat-cat-art-svetlana-petrova/>

Rodriguez de Luis, E. (2018). *El equipo de Christian Flores (Velaske io soi guapa): Ordenador, micrófono, móvil y más*. Xataka.

<https://www.xataka.com/entrevistas/equipo-christian-flores-velaske-io-soi-guapa-ordenador-microfono-movil>

Traversa, O. (2019). *Carta I: Salomé, dos milenios después*. En Cartas desde mi ventana. <https://loie.com.ar/loie-02/cartas-desde-mi-ventana/carta-i/>

Traversa, O. (2019). *Carta II: La otra Salomé*. En Cartas desde mi ventana. <https://loie.com.ar/loie-02/cartas-desde-mi-ventana/carta-ii/>

Traversa, O. (2019). *Carta III: Las vueltas de la técnica*. En Cartas desde mi ventana. <https://loie.com.ar/loie-03/cartas-desde-mi-ventana/carta-iii/>

Traversa, O. (2019). *Carta IV: ¿La técnica puede ser aburrida?* En Cartas desde mi ventana. <https://loie.com.ar/loie-04/cartas-desde-mi-ventana/carta-iv/>

We Are Social, (29 de abril de 2024) "Informe Digital Global, Abril 2024"
<https://wearesocial.com/es/blog/2024/04/informe-digital-global-abril-2024/>