

quevivaelmonstruoinmortal



quevivaelmonstruoinmortal Estás llorando o es un filtro?

Borja Gutiérrez

Tutorizado por Ramón Salas y Adrián Alemán

TFG BELLAS ARTES

JULIO 2021



8.582 Me gusta



Añade un comentario...

Publicar



## ÍNDICE

---

OBRAS PREVIAS	5
INTRODUCCIÓN	16
EL AUTODISEÑO	18
LA FORMA ÚLTIMA DEL DISEÑO ES EL SUJETO	22
YO DIGITAL	28
AUTORREFERENCIALIDAD	35
ANEXO I	41
REFERENCIAS	48



## *OBRAS PREVIAS*

---



**"21:23H"**

73x100cm

Óleo sobre lienzo

2017



**“VIA COMO 6, ROMA”**

70X100cm

Óleo sobre lienzo

2018



**“AMBIVALENTE”**

200x141cm

Óleo sobre lienzo

2019

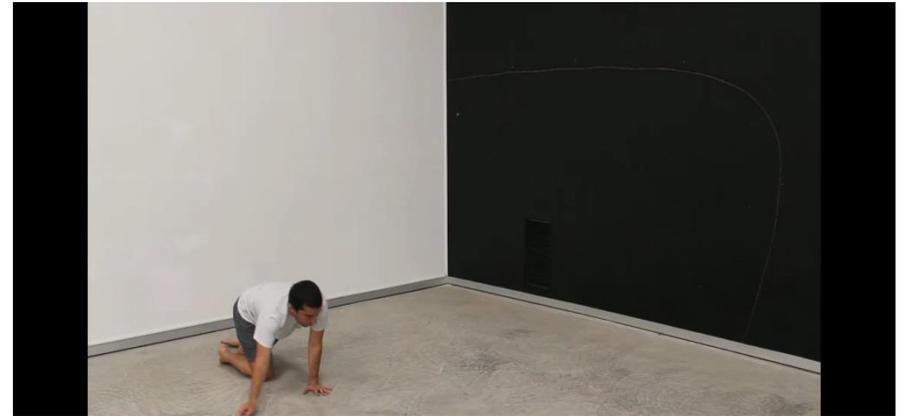
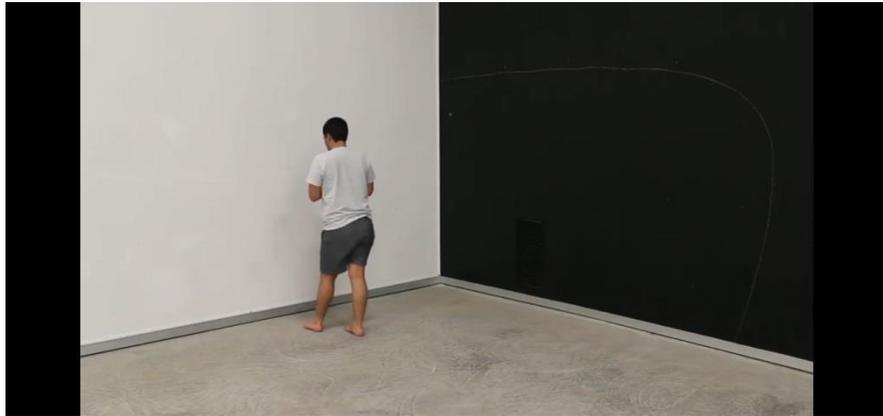


**“UNA CONVERSACIÓN PENDIENTE”**

40x50cm

Óleo sobre lienzo

2020



**“ESPACIO”**

Performance

2019

<https://youtu.be/l4tRiBdiMk>

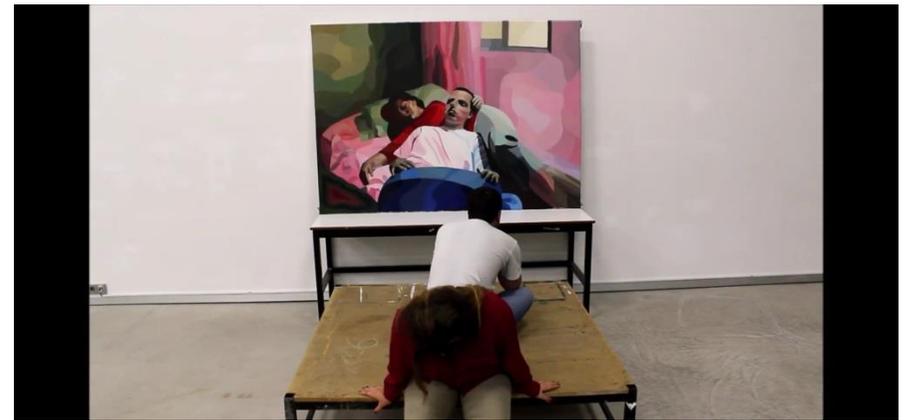


**“CADA DÍA UN POCO MÁS”**

Performance

2019

<https://youtu.be/aNz8DLLxMxk>



**“AMBIVALENTE 2.0 (LIVE-ACTION)”**

Performance

2019

[https://youtu.be/ngLzbCE\\_PVM](https://youtu.be/ngLzbCE_PVM)



**"CISNE"**

Performance

2019

[https://youtu.be/CXO\\_jmSxxmM](https://youtu.be/CXO_jmSxxmM)



“MÁSCARAS”

Performance

2017

<https://youtu.be/8msy8ikKB7E>



Nietzsche declaró la muerte de dios y con ella, la libertad propia de los individuos para construirse a sí mismos, mostrarse en sociedad y buscar su lugar dentro los grupos urbanos o círculos sociales que existentes. Toda una *declaración de intenciones* que determinó que nos convirtiéramos en nuestro propio objeto, bajo la mirada de un yo-artista, y, a la vez, en objeto de exposición pública, en la que nosotros mismos gestionamos una imagen que encaje en el Paisaje social y cultural. Por su parte, Boris Groys explica que:

La muerte de Dios implicó la desaparición del observador del alma, a quien, por siglos, se le dedicaba su diseño. Por lo tanto, el lugar del diseño del alma cambió. El alma se volvió la suma de las relaciones en las que participaba el cuerpo del hombre. Antes, el cuerpo era la prisión del alma; ahora el alma se volvía el ropaje del cuerpo, su apariencia social, política y estética. De pronto, la única manifestación posible del alma era la apariencia de la ropa que usaba una persona, las cosas cotidianas que la rodeaban, los espacios que habitaba. Con la muerte de Dios, el diseño se volvió el medio del alma, la revelación del sujeto oculto dentro del cuerpo del hombre.

Por eso, el diseño adoptó una dimensión ética que no tenía antes. En el diseño, la ética se volvió estética; se volvió forma. Donde alguna vez estuvo la religión, ahí emergió el diseño. El sujeto moderno tenía ahora una nueva obligación: la del autodiseño... (2014, p.21)

La construcción del yo se estetiza, e implica un concepto alternativo de artista que, más que crear realidades autónomas *ex nihilo*, se estiliza y transforma en un determinado contexto. Observa la realidad, la analiza y, en su paisaje de subjetividades, crea sentido. O, más exactamente, lo performa. Se trata de un sentido *íntimamente* ligado a su propia existencia, vivido, ligado a una autoimagen y a las expectativas de los demás, que le impulsan a transformarse en una especie de realidad integral, de obra de arte total, social, cada vez menos ligada a preconcepciones dogmáticas y donde todo cabe y todo es permisible siempre que encaje en –o genere, o regenere– repertorios sociales. Ese yo artista se comporta, se performa, *de cara a* un exterior constituyente que le devuelve la mirada, en una lucha por proyectar una identidad que nunca coincidirá exactamente con la que se percibe y nos devuelve el entorno.

La utopía vanguardista se ha cumplido. El arte y la vida se han fundido. Eso altera radicalmente el papel del propio artista, digamos “profesional”, que no dispone de más ámbito de especificidad que como analista de estas circunstancias. Hoy, como pretendía Beuys, todo ser humano es un artista, se gestiona como imagen con criterios fundamentalmente estéticos. Y el artista solo aporta un plus de conciencia sobre esta realidad, convirtiéndose en una suerte de antropólogo de la imagen. En ese intercambio de papeles se desarrolla mi trabajo, en el que se delega la condición de artista para asumir la de un analista cultural que percibe la forma que otros performan. Observo a los sujetos como artistas y, simultáneamente, como obra, y me limito a dar forma a lo que, de otro modo, se disolvería en vida, tratando de desconstruir como su propio ser envuelve en un entorno íntimo que siempre será exterior a ellos mismos.



## EL AUTODISEÑO

---

A caballo entre los siglos XIX y XX la modernidad plantea una auténtica revolución en el mundo del diseño que rompe con su concepción tradicional y plantea un cambio radical de arquetipo estético. El diseño moderno buscó eliminar y purificar todo lo que se había acumulado en la superficie de las cosas a lo largo de siglos, para exponer su verdadera naturaleza, sintetizándola. Como no podía ser de otro modo en una civilización secular y pragmática, esta naturaleza se identificó con la función.

Pero, ¿cómo se ha transformado la visión del arte en la actualidad, desde la perspectiva de que ya no existe un ser supremo que guie y supervise lo que hacemos con nuestra vida, nuestro cuerpo y nuestro entorno? Desde el punto de vista de la subjetividad, pasamos a ser dueños de lo que construimos y, al mismo tiempo, dependemos de *mostrar* a los demás lo que espera ver. Nietzsche lo dijo: “¡Dios ha muerto! ¡Dios permanece muerto! ¡Y nosotros lo hemos matado!” (Nietzsche, 2007, p. 115). Esta metafórica frase le induce a Groys a pesar que...

Ya no podemos hablar de contemplación desinteresada cuando se trata de una cuestión de manifestación de Yo, de autodiseño, de autoposicionamiento en el campo estético, ya que el sujeto de la autocontemplación claramente tiene un interés vital en la imagen que le ofrece al mundo exterior. (2015 p.35)

Lo que nos lleva a preguntarnos cómo se produce la construcción del yo, cómo el sujeto simultanea la condición de artista y arte y cómo, como el propio arte, a falta de comitentes áulicos, depende del “gusto de época”. En relación a este “gusto”, nuestros antecedentes podrían caracterizarse por una visión secularizada de la teodicea cristiana.

El diseño moderno espera el apocalipsis, un apocalipsis que revelará las cosas, les arrancará su ornamento y las mostrará tal como son en verdad. (Groys, 2015 p.16).

De alguna manera, la posmodernidad ha cumplido esta profecía de manera paradójica. Si esa verdad moderna tenía que ver con la función, el radical olvido del valor de uso en la mercancía capitalista ha identificado esta función con la única necesidad que resta por satisfacer: mostrarse. El diseño, tanto del objeto como del sujeto, pasa de la profundidad a la apariencia, del alma al cuerpo, del secreto a la publicidad. El sujeto-artista-obra pierde lo que Benjamin llamaba aura “cultural” para adquirir una función puramente “exhibitiva”. No hace falta explicar que, en el universo de la mercancía, esta función guarda una intensa relación con los patrones de consumo. El capitalismo ha sabido leer con claridad esta necesidad de aparecer, el fin de la introspección y el ensimismamiento y el interés por la “extimidad” y la publicidad (Gómez, 2011).

Lo apunta también Groys: “en un mundo de diseño total, el hombre se vuelve una cosa diseñada, una suerte de objeto de museo, una



momia, un cadáver a ser exhibido públicamente” (2015, p.31). Cada quien es autor de su propio devenir cosa, cada quien se vuelve un artista/diseñador de su puesta en escena, de su performance, y arrastra la responsabilidad ética, política y estética que eso supone, en la medida en la que, como objeto, “marca tendencia”.

En este escenario, cobra especial interés la teoría del sujeto y el poder de Foucault. Como es bien sabido, en su última obra el filósofo francés le concedió una gran importancia al cuidado y la autoconstrucción de sí, curiosamente, a través de la desafección a la norma. Nos dio claras pistas sobre la gestión del autodiseño y la simultaneidad del papel de sujeto/objeto estético. Suponer que ya no existe quién modele, con criterios metafísicos el destino y defina lo que la esencia o naturaleza del ser *debe ser*, se presume un momento de liberación, que nos exima del cumplimiento de la norma. Sin embargo, Foucault insiste en que tal “liberación” no puede llegar a producirse: puesto que no hay un sí mismo “natural” o “esencial”, tampoco hay un yo anterior a la norma, esta es constitutiva, y su desaparición no conduce a la autenticidad sino a la dispersión. Lo que sí es cierto es que esa norma se ha hecho crecientemente difusa. En el posfordismo no existiría un poder que reprimiera frontalmente al ser humano, el poder pasaría a seducirlo en una suerte de juego que necesita de la complicidad del sujeto, que es influido pero también influye en los demás.

Analizando el poder exclusivamente como un modo de acción represivo, se concibe como prohibición, negatividad y dominación, en ese sentido el poder y la verdad se excluyen. Foucault propone evacuar esa perspectiva negativa para analizar el poder *en sus mecanismos*

*positivos*. Superada la hipótesis meramente represiva y el carácter despótico del poder, estamos en condiciones de analizar “la gran mutación tecnológica del poder en occidente” (Foucault, 1999 p.243).

Esa mutación se resume en el dispositivo del bio-poder: “no es el poder, sino el sujeto, el tema general de mi investigación” (Foucault, 2001 p.242). El poder ya no se ejerce *sobre* los cuerpos, violentamente, más bien circula *entre* ellos, seductoramente, utilizándolos como correa de transmisión. El poder está en los cuerpos, los constituye, los domina, pero depende de ellos. Por eso, este trabajo examina el ser humano como consumidor activo que re-produce estereotipos y prácticas, aludiendo a los repertorios de la subjetividad, marcados por unas pautas de consumo insostenible, y a la posibilidad de subvertirlos. La estetización del sujeto tendría que ver con esa negociación con lo que lo determina y, sobre todo, con cómo se proyecta al panorama social y cultural, a través de innumerables canales, del consumo de productos y experiencias, y de los símbolos asociados, de la proyección del deseo, de las motivaciones “propias”, que aparentemente escapan del control de cualquier macroestructura pero que, al final, se guían por ellas...

Esta concepción impulsa lo que llamamos “giro cultural”, que determina que el artista centre su atención más en lo real más que en lo excepcional, en lo mundano más que en lo ultraterreno, en lo habitual más que en lo extraordinario. En definitiva, en la cultura más que en el arte. Ahora se interesa por lo contaminado, lo palpable; ya no busca su inspiración en lo puro y espiritual, como antes del postmodernismo. El artista actual se baja de su pedestal y visita la cultura a pie de calle. Percibe en los hábitos una *inspiración* quizá no

tanto para crear imágenes como para entenderlas y hacerlas ver. Se interesa por los estereotipos

culturales y supera el lapso que separaba el arte del mundo que lo envuelve. Se interesa, en definitiva, por el “yo” como un producto emanado de la factoría social practicando su “rol de artista contemporáneo” como parte de la tarea de *autodiseño* que comparte con el conjunto de los humanos.

En la actualidad, al yo-artista, profesional o amateur, lo mueve la cultura. Ha superado, en ambos casos, su propia disciplina autónoma, y ejerce su labor en diversos contextos y escenarios inéditos, asumiendo el papel y el lugar de otros para entender el contexto social y su propia práctica, para ponerse en el lugar de coautor y dejar de lado el protagonismo individual. El artista abandona el papel del genio iluminado, autosatisfecho y descortés, y comienza a inventar su propio rol, para entender las motivaciones de los demás e incluso para reconocerse en ellas. Desde esta perspectiva, al escuchar, atender e intentar ocupar el lugar del rol del otro, en su trabajo de construir y proyectar su imagen de lo que los demás esperan ver, deviene artista en la medida en que *participa* esa responsabilidad.



## LA ÚLTIMA FORMA DE DISEÑO ES EL SUJETO

---

Esta estetización de la existencia se ha desarrollado preferentemente en el ámbito del consumo, ritual que permite a cada individuo reafirmar su identidad constantemente. Así, el consumo trasciende a la práctica económica y se constituye en un referente para la construcción simbólica de la identidad de los individuos, forma parte de los rituales de la vida cotidiana moderna, permitiendo la diferenciación individual y la pertenencia a un grupo social.

Por otra parte, el consumo simbólico es impulsado por los significados impuestos a los productos, logrando que trascienda el intercambio material y adquiera valor como símbolo. Morris B. Holbrook en su libro ensayo "The Millennial consumer enters the age of exhibitionism" (2001), sostiene que los consumidores usan ideas, imágenes y símbolos para re-configurar proyectos de identidad, o utilizan los bienes para la difusión de su propio estilo de vida y crear límites sociales o distinción.

Visto de esta forma, la elección que hacemos de productos, servicios u opciones de ocio, es un acto de participación y de construcción de sentido vital para cada individuo. Se configura como una actividad individual y social, que permite el disfrute de productos que satisfacen necesidades y deseos, pero que también aportan sentido de pertenencia o, al menos, alientan la pretensión de pertenecer. Además, proporcionan elementos que contribuyen a la autoimagen, en una sociedad que equipara el tener con el ser.

La relación sujeto / objeto es biunívoca. El producto tiene agencia y capital simbólico, aunque el ser humano, como consumidor, le otorga significado. Esto ocupa dos ámbitos: el primero es aquel en el que nos presentamos como objeto de observación al resto de las personas en un entorno social y cultural. Y el segundo es el ámbito personal, donde construimos nuestra auto-identidad a partir de los productos que consumimos, que son como símbolos frente a los demás, que nos distinguen como miembros o no de un grupo determinado. En este orden de ideas, el concepto de consumo simbólico como construcción, atraviesa, desde la sociología, esta investigación; así como también el reconocimiento de la relación entre consumo e identidad.

La identidad es la base de la autorrealización. Al respecto, Charles Taylor explica que "hablar de identidad, no es más que concebir mi vida como destino" (1996 p. 12). Al considerar la identidad como destino, Taylor apunta la posibilidad de autorrealización personal mediante la relación que tenemos con los demás basada en la elección de los bienes que delimitan la identidad y definen una mejor calidad de vida, de acuerdo a un marco cultural de significado.

De ahí que la identidad y la autorrealización sean posibles solo dentro de un paisaje de signos que se corresponden con un contexto social específico que da significado a lo que es o implica la identidad personal y la autorrealización. Asimismo, Taylor (2006) afirma que la libertad es el poder de autorrealización de nosotros mismos, suponiendo el ejercicio de la libertad positiva que tenemos capacidad de elegir el mejor modo de vida para nosotros. Esta libertad como posibilidad de autorrealización se traduce en poder de elección y en la



GOONIES





posibilidad de realizar la vida en el marco cultural y de significados que nos es dado.

En la sociedad moderna tenemos la libertad de convertirnos en lo que queremos ser, según nuestras capacidades. Pero, tal y como lo afirma Taylor, esto siempre sucederá en un proceso de negociación con los otros, ya que no logramos la auto-realización de forma autodeterminada, sino en la interacción con los demás y dentro de un marco cultural inteligible para uno mismo y para otros. Esta construcción social de la identidad y de nuestra propia historia es una corresponsabilidad negociada con el entorno social, libre y voluntariamente, pero en participación con los otros.

Siempre según Taylor, esta negociación con el entorno social en pos de lograr la identidad personal exige un reconocimiento que proviene de los demás como fuente afirmativa, y resulta determinante en la formación de la imagen de nosotros mismos. La falta de reconocimiento produce daño y dolor, que se interioriza como odio o resentimiento hacia aquellos que no valoran ni reconocen lo que somos. De ahí que el reconocimiento se proyecte en la imagen que tenemos de nosotros mismos, en un tira y afloja constante entre el reclamo y la aceptación, de unos respecto de otros; lo cual produce una interdependencia sustancial entre la formación de la identidad y el reconocimiento social.

Esto se sustenta también en la teoría de la performatividad de Judith Butler, que afirma que todo, incluso el género, es actuado, performado. La filósofa estadounidense afirma que no existe forma natural de comportarse, solo formas inducidas por repertorios sociales

que se performan miméticamente en el proceso de socialización. De ahí que la identidad solo tenga sentido en el contexto del consumo simbólico, siendo más un hacer que una sustancia, dado que la performatividad supone una actuación reiterada y inducida por unas normas sociales o estereotipos que merecen especial consideración dentro del grupo social al que pertenecemos.

El legado de Foucault es una de las herramientas predilectas de Butler, que lo revisa y reelabora para seguir la estela crítica de este autor, en la medida en que adopta, como aquél, una actitud ética de desafío al poder a través de resistencias. Nos encontramos sumidos en una constante indagación de los principios que rigen el ejercicio del dominio, con el fin de hallar el modo de su posible modificación. Apoyándose en la visión de Foucault, entiende el poder como productivo y constitutivo del sujeto en tanto que derivado de aquel. En el marco de esta teoría, Butler considera y destaca la importancia de la dimensión psíquica del poder social en la formación del sujeto, en la delimitación de los espacios interno y externo, propuesta que puede ser tenida en consideración para entender el funcionamiento del poder en la producción de las identidades.

Entender que la identidad y el poder están relacionados es relevante en esta investigación, pues se basa en la idea de que el consumismo simbólico está determinado por el contexto y determina cómo vemos y las formas de relacionarnos a través de los productos que consumimos, los cuales adquirimos ejerciendo nuestro poder de escoger, que cumple, a su vez, con los estereotipos que nos guían. Butler indica el camino a seguir para el análisis: todo cambio humano

busca subvertir la identidad, quedando así reconceptualizada como practica de significación.

Bulter y su teoría de la performatividad ahonda el pensamiento de Foucault, puntualizando la forma en la que el poder reglamentario ocasiona subordinación en los seres humanos y la sostiene reiteradamente en sus acciones. De ahí subyace la relevancia de la dimensión psíquica y los efectos formativos de la prohibición en la regulación del actuar del ser humano. Muestra que en el pensamiento foucaultiano somos diferentes al cuerpo del que surgimos, siendo por ello incompletos. Permanecemos como tales sólo por medio de la reiteración de nosotros mismos, en la que buscamos coherencia con categorías sociales que son re-articuladas y re-significadas por nosotros mismos. Según Butler, esta reiteración abre posibilidades para que nos opongamos y transformemos los términos sociales de la negociación.

Volviendo al problema que dejamos apuntado de por qué el propio sujeto deja de ser artista y cómo se convierte él en arte, conviene terminar citando de nuevo a Groys cuando afirma que...

Al asumir una responsabilidad ética y estética por la imagen que ofrecen al mundo exterior, los consumidores se convierten en prisioneros del diseño total como nunca antes, porque ya no pueden delegar en otro las decisiones estéticas. Los consumidores modernos presentan ante el mundo la imagen de su personalidad, purificada de todo ornamento e influencia externa. (2015, p. 29).



## YO DIGITAL

---

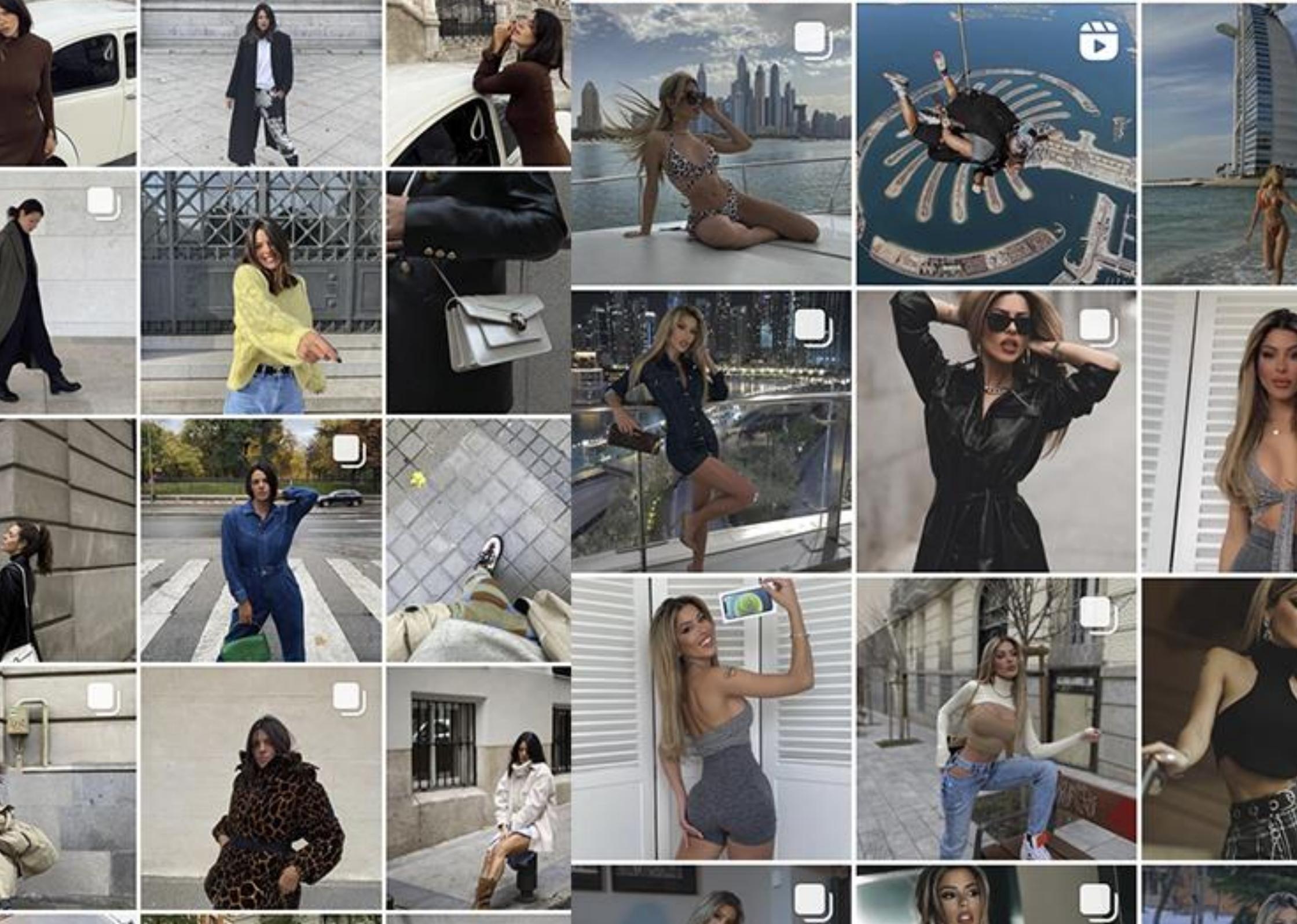
Todas estas circunstancias se han desarrollado exponencialmente en la actual sociedad digital, en la cual Internet funciona como la gran trituradora en la que todo desaparece y nunca logra alcanzar el nivel de atención pública que uno esperaba obtener y que podría estabilizar la identidad. Todo el contenido que se comparte en la red tiene una rápida caducidad, ya incluso antes de ser subido. Internet es la principal fuente de información actual, la mayoría de nosotros buscamos allí cuanto requerimos, para fines sociales, personales, académicos, laborales, e incluso para lo que no necesitamos en absoluto, pero que es igualmente consultado a diario por millones de usuarios de la red.

En los últimos años ha aumentado exponencialmente el uso de las redes sociales y los medios digitales como agentes socializadores, situación que se ha agudizado en el último año, en el cual la conexión e interacción a través de los medios digitales han alcanzado niveles históricos. Se podría decir que en la actualidad casi todas las actividades cotidianas de los seres humanos implican el uso de Internet, alguna red social y algún medio digital. En esta realidad global el mundo del arte ocupa un espacio periférico: para la mayoría el contacto con las obras y los artistas es nulo, a pesar de aplicar casi constantemente criterios estéticos. Este distanciamiento se puede explicar por varias razones. En principio, la percepción de que se trata de una esfera elitista que excluye por definición a muchas personas ha hecho que en la sociedad actual el arte brille por su ausencia; ello denotaría la necesidad de facilitar la divulgación y fomentar el interés

para llevar el arte al mundo de todos, para lo cual Internet es un espacio público ideal que no siempre es utilizado. Esto se puede atribuir en parte a la fragmentación que genera, dibujando un contexto falto de criterio y presentándose más bien como un conjunto desorganizado de gustos en disputa.

Lo interesante es destacar la paradoja de cómo una infinidad de tendencias disgregadas coexiste con pautas de comportamiento y estereotipos, y cómo la muerte del arte se identifica con su triunfo y la expansión global de la dimensión estética. En el contexto digital de las redes sociales podríamos preguntarnos entonces qué es el arte. Resolver de una vez por todas esa cuestión conduciría sin duda a la melancolía. Sin embargo, es fundamental mantenerla abierta: el arte, hoy, solo puede ser una permanente pregunta por su condición y naturaleza en un mundo en el que coexiste su absoluta improcedencia con su absoluta necesidad. El arte ha desaparecido en un contexto en el que todo, incluso las vidas, ha devenido arte hasta el punto de adquirir una condición de hábito que puede hacer olvidar su dimensión estética.

Al pasearse por las publicaciones de muchos usuarios destacados por su influencia en las redes sociales se hace evidente que su constante exposición de su cotidianidad e intimidad es trabajada como una obra creada por sí mismos para dar un *mensaje* a sus seguidores que, en la mayoría de las ocasiones, coincide con ellos mismo. Siendo Internet y la conexión digital la *galería* donde estos *nuevos* artistas exponen sus obras y crean su *arte* particular. Para los *influencers* de las redes sociales y los medios digitales, internet funciona casi como una,



mezcla de iglesia y museo, en la medida en que es el templo del culto a su personalidad donde esta es expuesta a los demás y genera y difunde aceptación que sustenta identidades como parte de un grupo social determinado.

Si cuando Nietzsche anunció la muerte de Dios perdimos el juez-espectador cabal de nuestra auténtica identidad, ahora esta solo puede girar en torno a la puesta en escena de una persona y de la consecuente aceptación que esta pueda alcanzar en un grupo social que no parece especialmente cualificado para realizar análisis sofisticados. Encajar en el medio social es a lo que se puede aspirar como premio por sobrexponerse a través de las redes sociales y los medios digitales, convirtiendo la intimidad en extimidad, imitando repertorios, siguiendo normas, y performando modelos que permiten acoplarse a un grupo social determinado. De esta manera, el surgimiento de Internet implica el regreso del espectador universal, ahora mundano y no divino. Pareciera que estamos de vuelta en el paraíso y que, como los santos, nos entregamos al trabajo inmaterial de existir bajo una mirada, si no divina, sí con capacidad de convocar el juicio final. De hecho, la vida de los santos podría describirse como un blog leído por Dios que permanece abierto incluso después de la muerte.

Bajo estas nuevas circunstancias se da por hecho que la mirada de los otros “nos cosifica” como objetos de exposición ante los demás, condicionando las posibilidades de cambio que definen nuestra subjetividad. Es por eso por lo que el artista moderno dice: no me miren a mí, miren lo que estoy haciendo; este es mi verdadero yo. En cierto modo, la exposición le da al sujeto la esperanza de sobrevivir a

su propia contemporaneidad y revelar su verdadero ser en el futuro, porque el archivo promete mantener los textos o las obras de arte y hacerlos accesibles después de su muerte. Los trabajadores del arte viven así, en palabras de Groy, entre la utopía y el archivo.

La gran incógnita del yo digital es saber hasta dónde somos capaces de proyectar en las redes sociales una vida cabal, con agencia y emancipada, y cuándo empezamos a performar una vida completamente adocenada y sin sentido. Casos como el de la influencer Celia Fuentes nos proporcionan un claro ejemplo de que la línea entre la realidad y la ficción en las redes sociales es muy fina. Poco antes de quitarse la vida, la influencer había manifestado a su entorno que el rechazo hacia la imagen que proyectaba de sí misma en las redes y la presión a la que se veía sometida por mantenerla le habían hecho caer en una depresión de la que finalmente no pudo salir.

La discrepancia entre lo que realmente sentía Celia Fuentes y lo que proyectaba a través de sus redes sociales me lleva a pensar que la actual representación de la vida en unas redes sociales convertidas en vitrina para el alma está muy unida al arte como un espacio de ficción que genera realidad, en el que la imagen da sentido simbólico a la vida y sustenta las irrealidades de personas que quieren alcanzar su identidad social a través de la aceptación, dejando de lado sin embargo el aspecto crítico y autorreflexivo que también es propio de la estética. Aspecto que, probablemente, se haya visto desplazado del ámbito, expandido, de la imagen, al de su análisis.



superstarbarby  
Barby



Sobre esta hipótesis considero que en mi proyecto no necesito “hacer obra”, porque su enfoque sociológico/antropológico, que aborda la construcción del yo e interpreta a las personas como artistas, y sus vidas como arte, es hoy el principal modo de formalizar lo que la vida hace informe y de dar continuidad al sentido crítico de la estética, ahora, en un nuevo medio. Las subjetividades se configuran en el contexto social, en la actualidad nos vemos en los ojos de los espectadores que nos miran a través de a vitrina que proporciona Internet. Hay, muchos, que aprovechan esta posibilidad para exponerse estéticamente y proyectar a la sociedad lo que esta quiere ver, convirtiendo su vida en un archivo y anclando su identidad a los niveles de aceptación que puedan medir los likes de sus publicaciones o la cantidad de reproducciones.

Así se unen las tecnologías de la subjetividad a los repertorios formales. La subjetividad es, entonces, cuestión de archivo, de repertorio, de posibilidades de reconocimiento. Si queremos salirnos de los repertorios que nos ofrece el consumo, tendremos que crear imaginarios alternativos y críticos. Y ahí el arte todavía puede intervenir, utilizando el registro documental como forma de incidir en la economía simbólica de los imaginarios. Para ello, debe desterritorializar la identidad y sobrepasar los estereotipos de los influencer para volver a conectarse con la sociedad usando ahora sus medios preferidos: los digitales.

Para entender esta relación y desarrollar en detalle las interrogantes que dieron forma a este proyecto, consideré fundamental contar con el testimonio de alguien que, al igual que Celia, vive de las redes sociales y lidia con la creación de un yo digital, para



31



1.076 Me gusta

saber la forma en la que se crea y entender hasta dónde esa tarea puede interferir en su vida, analizando la correspondencia entre lo que publica en sus redes y lo que vive y siente cotidianamente. Judit, más conocida como “Barby” en las redes sociales, accedió a compartir su experiencia conmigo, y me proporcionó, así, el material básico para la experimentación del nuevo modelo de creación artístico-antropológica que he venido defendiendo. Transcribo a continuación el contenido de nuestra conversación:

***E. Me interesa saber cómo creaste a Barby, cómo lidias el tener un alter ego en las redes sociales y hasta qué punto Barby interfiere en tu vida. Estoy tratando el tema de la identidad en las redes sociales, cómo nos mostramos en ellas, hasta qué punto es mentira o hasta qué punto es verdad lo que proyectamos etc.***

*B. Yo padezco un trastorno de la personalidad, a parte del personaje y todo esto. O sea cómo llevo yo mi trastorno de la personalidad con esta enorme exposición en redes. No es lo mismo salir a la calle y hablar con diez personas que estar en Instagram que están viendo las historias diez mil personas.*

*Es que realmente afecta psicológicamente las redes sociales. Te pueden ayudar tanto a sentirte bien si tienes un público de la hostia que ve lo que hay más allá. Tengo también detractores y gente que está a favor.*

*Pero también te puede hundir si tienes un público de mierda como también es como el que tengo yo. Es que realmente las redes sociales está demostrado que causan muchas enfermedades*

*psiquiátricas: ansiedad, depresión, obsesión... Yo no me siento que esté obsesionada la verdad porque cuando me aburro pues mando a tomar por culo todo, ya lo he hecho un par de veces, que me desactivo la cuenta y estoy un par de días aquí tranquila en mi casa y que le den por culo al mundo.*

*Lo mío viene por cosas que tú estás hablando porque no sé si tú sabes que un trastorno de personalidad tú no naces con él, se te genera por las cosas que tú vives, a lo mejor una enfermedad mental ya como la esquizofrenia puede ser por causas genéticas o*

*así. Pero generalmente los trastornos de personalidad dicen que no tienen cura y a la vez sí. Por ejemplo a uno que escuche voces le das un medicamento y las va a escuchar y se acabó el problema. Pero una persona que tiene X factores en su comportamiento que lo han aprendido mal, no vas a hacer desaprenderlo con un medicamento, le va a hacer que se calme, que esté más tranquilo... pero no se va a curar.*

***E. Por eso quería nombrar en mi trabajo a la influencer Celia Fuentes, que se suicidó porque todo esto se le vino encima y no supo sobrellevarlo***

*B. Muchos famosos tienen trastorno de la personalidad. Yo me imagino que es porque ya eres una persona “rara” que ya pues te has hecho adoptar un rol en la vida ya de por sí, entonces como ya estás acostumbrado a ser alguien que no eres, porque como cuando tú tienes un trastorno de la personalidad, hasta donde yo lo veo, es porque tú has vivido X entonces antes ellas, por lo menos situaciones de peligro, de indefensión, de lo que sea... y pues simplemente no sabes cómo llevar ese sentimiento y lo llevas al límite. Todo va junto, que tú te quieras evadir de tu realidad con un personaje en Instagram tiene que ver con la otra realidad que*

★ 150K ★

Thank you  
@\_lovish\_thakral\_28  
@thakur\_priyu\_17  
@arpita\_217 @preetigore33  
@victoria\_fernanda\_1 @0.vcc  
@gunjan\_pathak.official  
@ashajagarwal1

By the way 150 thousands of  
thanks 🧡 I really love you so  
much all over the world ✨ 🧡

BECAUSE LOVE HAS NO  
FRONTIERS 🧡 ✨ I LOVE YOU  
MY ✨ SUPERSTARS ✨ De paso  
150 miles de gracias 🧡 Os amo  
mucho, de verdad a todos al  
rededor de todo el planeta ✨  
🧡 POR QUE EL AMOR NO  
TIENE FRONTERAS ✨ 🧡 OS  
AMO MIS ✨ SUPERSTARS ✨

*tienes después que sufres un trastorno que conlleva pues ansiedad, depresión, conductas de riesgo...*

*Entonces por así decirlo cuando yo estoy en mi papel y soy Barby entonces no me importa el resto del mundo, porque yo en ese momento soy Barby no me importa lo demás y eso a mí en verdad me ha ayudado y me ha fastidiado pero me ha ayudado en un montón de cosas. Hubo una época en la que lo llevé a vida del día a día, yo era Barby en mi vida del día a día, entonces ya dije "Me estoy propasando, vamos a bajarle un poco a esto porque esto se me está yendo de las manos". Hay otras épocas en las que yo soy Judit y no tengo la capacidad de ser Barby.*

**E. No me esperaba que tu caso llegara a ese extremo. Si quieres hablar de algo más concreto que lo veas más relevante lo incluimos.**

*B. Últimamente ya me quité un poco del personaje porque me estaba dañando, me estaba haciendo mal. Llegó un momento en el que yo, para ser yo (refiriéndose a sí misma como Judit) en Instagram, tenía que medicarme. Si no me medicaba no podía ser yo en Instagram.*

*Hubo una época de mi vida en la que yo era Barby todos los momentos de mi vida, a todas horas, yo era Barby. ¿Y qué pasaba? Que tenía problemas con gente, me peleaba... yo me creía que mi vida era un reality de Instagram. Entonces cuando yo estaba por fuera de Instagram me comportaba exactamente igual que cuando estaba dentro de Instagram. ¿En qué me estaba afectando? En tener problemas con la gente, problemas con mi familia, tener gastos abusivos por el mero hecho de pensar "al personaje de Instagram le gusta llevar esto y le gusta llevar lo otro*

*y le gusta ir de compras, el postureo de subir que se ha comprado veinte mil millones de cosas...”*

*Cuando me vine a dar cuenta y dije “¿pero qué estoy haciendo con mi vida?, ¿yo a quién tengo que demostrarle nada? ¿Por qué?*

*Corté. Hice un parón porque llegué a pensar que se iba a descontrolar. Llegué a llevarme las redes a mi vida, mi círculo era íntegramente de personas que sólo conocía de internet hasta que consideré que no me aportaba nada ese mundo. Toda la gente yo que conozco de redes sociales todos, todos, todos están fatal.*

## AUTOREFERENCIALIDAD

---

“Autobiografía”, “autorreferencialidad” y “autorretrato” son términos que proceden del griego “autos”, que significa “sí-mismo”. Un sí mismo que, como hemos visto, se convierte, en la modernidad primero y, después, en la cultura visual digital en un objeto para sí mismo. Este desdoblamiento enunciativo se acompaña de un sofisticado aparato de puesta en escena que, no por democratizado, deja de implicar altos niveles de experimentación estética, formal y conceptual. El “autos” de la autoría hace entonces referencia también a la autoconciencia.

La autobiografía es un relato donde el autor cuenta su vida: los pormenores, triunfos, fracasos, momentos memorables o deplorables, sin ficción pero con narración, en un estilo libre y sin estructura estándar. Por su parte el autorretrato, hoy convertido en *selfie* y cada día más expandido, se relaciona con el ego y también con el auto(re)conocimiento, desarrollando un acercamiento creativo al cuerpo, los modelos de belleza, comportamiento y expresión, facilitando la construcción de la autoimagen por autorrepresentación y su integración en circuitos de significado. El sujeto, convertido en sujeto de la autoenunciación, se inscribe en la imagen social, en la que releja y explora cuestiones íntimas, relatos familiares y personales, que movilizan, discriminan y generan fuentes de información, archivos audiovisuales o conceptos de vida.

Por su parte, la autorreferencialidad, vinculada además al carácter experimental de las formas y procedimientos, permite tomar

conciencia del carácter ficcional o, al menos, constructivo, de todo el procedimiento de subjetivación, del hecho de que en estas “obras”, discurso personal, discurso social, confesión, introspección, puesta en escena, narración, fabulación y búsqueda de una verdad interna, aparecen estrechamente ligados.

Ahora el autorretrato soy yo, es el cómo me veo, es cómo cada elemento que forma parte de mí es proyectado gráficamente. Definitivamente el autorretrato como parte del yo-arte es un grito fuerte que dice a los demás: ¡así me entiendo! Una vista propia desde la más profunda sinceridad con la que el ser humano quiere proyectar su ser real; pero también dando la oportunidad de proyectar lo que no es. Desde esta perspectiva, siendo el ser humano el objeto principal del arte, siendo el arte mismo en su propia construcción del yo, el autorretrato bien a ser cómo se ve y cómo van a verlo los demás. Al exponerse por medios digitales y en redes sociales y decirle al mundo como objeto de arte cómo me veo, el ser humano proyecta no solamente lo que los demás quieren ver, sino lo que él mismo quiere ver de él, que tal vez no será lo que en realidad ve. De ahí el análisis, de ahí el estudio, partiendo de ahí viene toda la disertación sobre el ser humano convertido en arte y expuesto por medios digitales.

Y para exponerse necesita medios. Medios diversos en consonancia con las tecnologías disponibles en la actualidad. Específicamente, para exponer su autorretrato utiliza medios audiovisuales. Y es que la actualidad los autorretratos, vistos desde esta perspectiva, tiene sus propias características. Y una de ellas es el uso de equipos



que captan imágenes, y que permiten incluso realizar *retoques* a través de diversas aplicaciones para *modificar lo real* y mostrar a los demás *lo que quiero mostrar, y lo que ellos quieren ver*.

En cierta forma, presentarse en las redes sociales y en los medios digitales, modificando lo que realmente son, es para las personas objeto del arte, una forma de mantener una especial relación, íntima y privilegiada con sus espectadores, haciéndoles parecer que tienen un vínculo estrecho con el autor del autorretrato, cuando en realidad puede ser que todo lo que proyecta sea falso y construido de acuerdo a las necesidades y a las demandas de esos mismos espectadores. Todo esto arrastrado por un consumismo que convierte en una necesidad la proyección de *algo que no se es*. O incluso proyectar cosas íntimas a través de los medios digitales, que en cualquier otra circunstancia no serían divulgadas, sólo para llamar la atención de los espectadores están esperando *ver lo que quieren ver*.

Pero al hacer este análisis, al ver al ser humano como objeto del arte y siendo arte en sí mismo viajó, hasta el concepto de autorreferencia. Siendo este el que más encaja en este análisis para determinar la forma en la cual el ser humano plasma su yo y lo proyecta en su yo digital a través de los medios idóneos para llegar a sus espectadores. La autorreferencialidad en el arte parece comprobar la ambivalencia paradójica en la que éste se sitúa, siendo un problema crítico y crucial que logra mostrar los límites difusos entre lógica y estética.

Pero ¿Hasta qué punto es legítimo hablar de una autorreferencia en el arte? Y más aún, ¿cómo encaja la autorreferencia en el yo-artista? Es sin duda una re-presentación de la identificación de sí mismo por sí

mismo, alternado la propia perspectiva por la del "otro", considerando y teniendo en cuenta la perspectiva del otro, la forma en la que concibe el mundo, los intereses y la ideología del otro; sabiendo que la perspectiva *de uno* no es la única perspectiva posible que existe. Esto cuadra con lo explicado por Deleuze (1969), cuando dice que la referencia de alguien es una tendencia de acción hacia determinado objeto o hacia un fin. Y es por ello que hace falta el principio de identidad y se arriesga necesariamente la noción de diferencia.

La autorreferencia se muestra entonces como un bosquejo de replicación, en consonancia con lo explicado por Álvarez (2009), que explica que la autorreferencia es una copia inmanente, el mencionado autor la posición a como un reflejo inclusivo del ser humano en la misma obra, o incluso el pista también por este mismo autor como un bosquejo recursivo de la propia obra en sus relaciones formales, en su horizonte semántico y pragmático. Y en este aspecto sigo en consonancia con el mencionado autor, al ver esta relación dentro del concepto de autorreferencia como una relación lógica que es fundamental para entender la conexión que existe entre el dibujo lógico y el dibujo estético de esta noción.

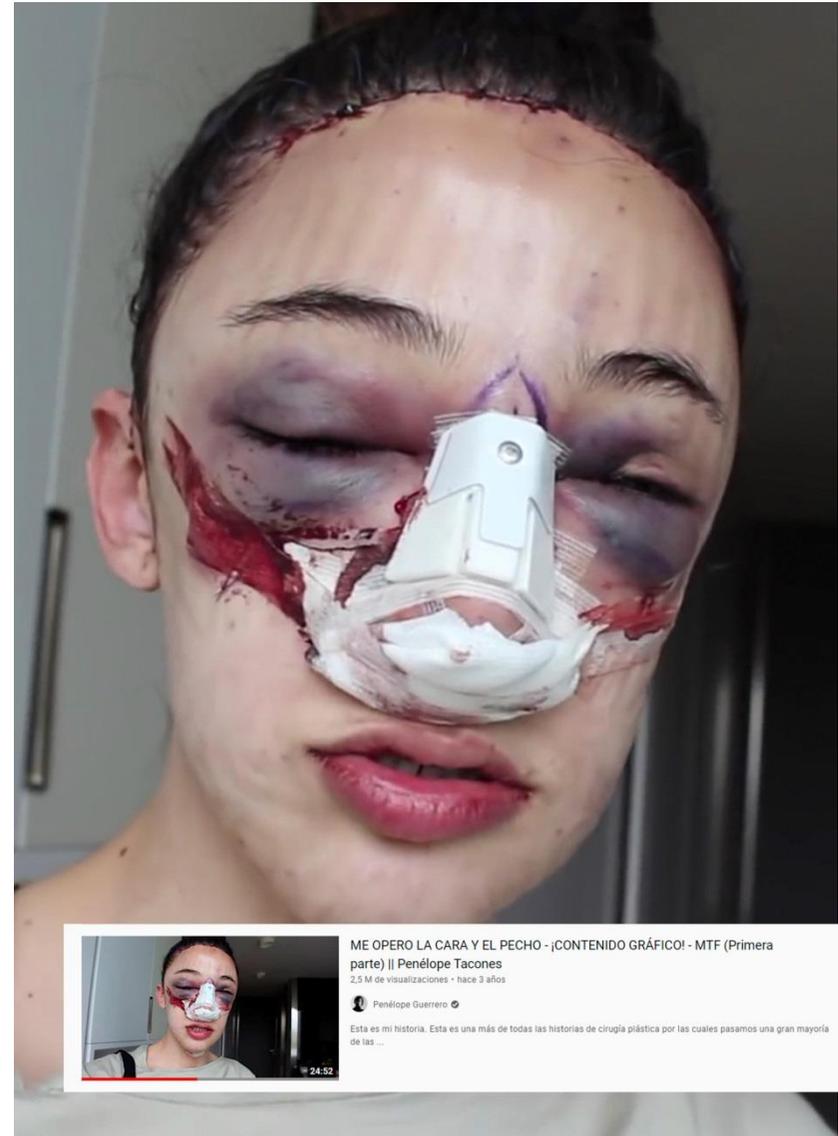
En el mismo orden de ideas, Álvarez (2009), acota sobre la autorreferencia que identifica una autónoma peculiaridad entre los objetos artísticos y los contextos que admiten la creación de la obra de arte. Bajo la concepción de este autor, las relaciones autorreferenciales son una sospecha, aunque indiscutible de la auto-organización reafirmando en la propia coexistencia de relaciones fundamentales y críticas en el centro de la concepción de lo artístico. De ahí que sea la autorreferencia el contexto ideal para enmarcar el

análisis de este trabajo, viendo el propio ser como obra de arte y entendiendo la relación intrínseca de sus expectativas y anhelos con el exterior que lo observa, lo analiza y lo acepta o no.

Para el citado autor, la autorreferencia tiene su base en “la misma reflexividad estética que hace posible la experiencia del arte”. (Alvarez, 2009, p.31), agrega que “En su radical naturaleza se describen los procesos básicos en los que la realidad se va constituyendo, configurando las condiciones que hacen posible el origen, la validez y los límites del conocimiento, así como la génesis de la subjetividad y los fundamentos de la dinámica de nuestra racionalidad”. (p.31). Para luego acotar que:

Lejos de ser una argucia técnica, una triquiñuela, o un simple recurso lúdico-estético, parece ser una cuestión clave y de crucial importancia para la filosofía. Su relevancia radica en que representa, a través de la lógica de la experiencia estética, un nexo de unión esencial y una relación de copertenencia entre arte y conocimiento, mediando entre la subjetividad y el proceso constitutivo de la realidad. (p.31).

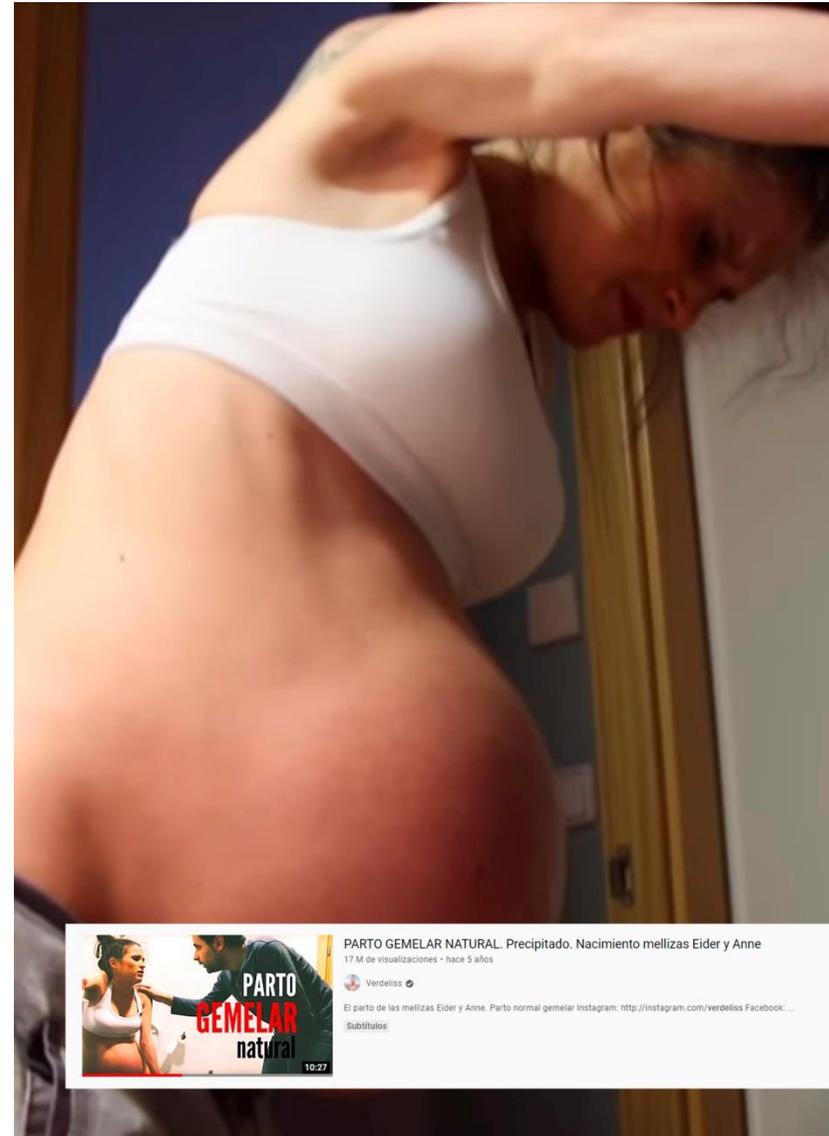
De esta forma, no es exagerado darle relevancia al autorreferencia si se coloca su propia concepción enmarcada en el contexto del arte.



Estarían sus derivaciones moduladas indiscutiblemente en una relación entre la verdad y la apariencia, con una conexión entre lo lógico y lo estético.

En este contexto la autorreferencia es entonces la proyección de la conciencia del ser humano, analizado como una contribución del arte a la vida estetizada. En la actualidad es muy común el uso de autobiografía-ficción, el uso de procedimientos de vanguardia, tratamiento digital, arte conceptual, obra de arte total y todo lo que actualmente evidenciamos en el contexto artístico. La diferencia de la autorreferencia como exposición de la vida propia del ser humano convertida en arte es que el autor la genera desde sí para sus espectadores, como una producción de su propia cultura, consecuencia de los hábitos que caracterizan a un grupo social, incluso en el contexto de cumplir normas y estereotipos sociales que le empujan hacia la proyección de su imagen. El ser humano produce autorreferencia a través de sí, más que como arte, como una forma de convertirse él mismo en arte.

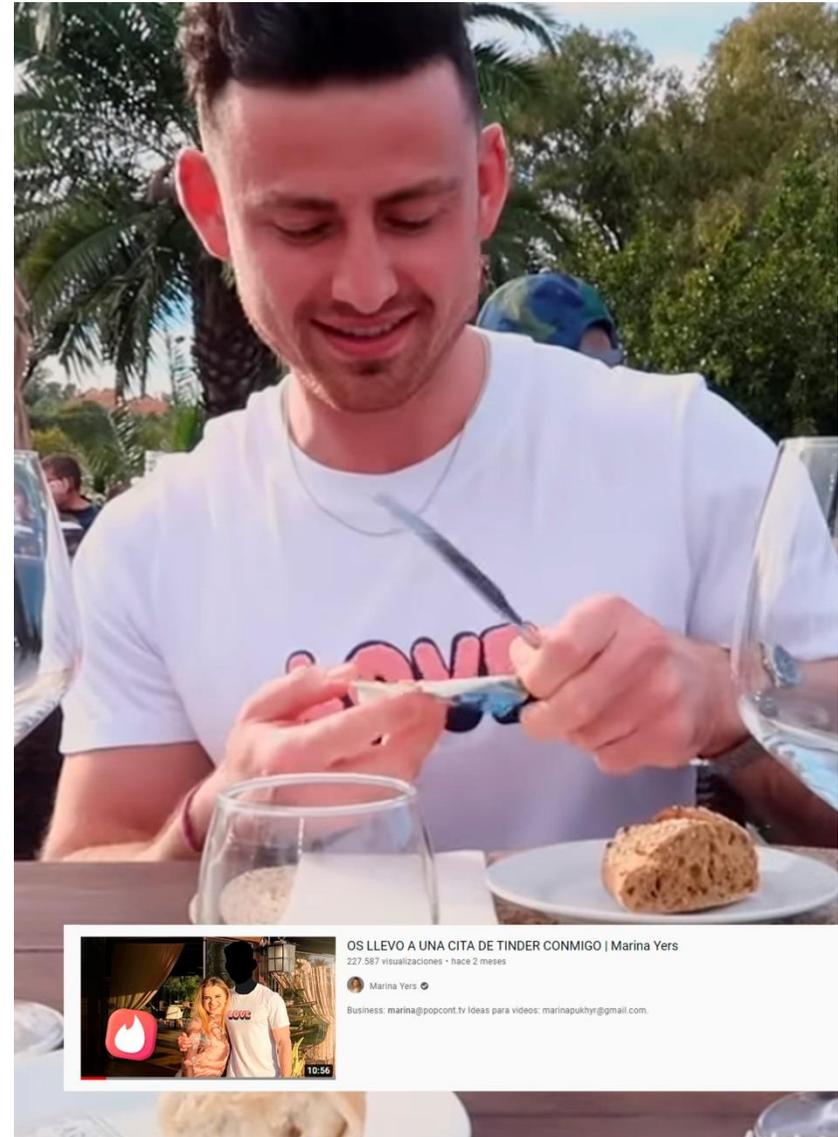
En esta relación complicada y entramada del ser humano yo-artista con el contexto que lo rodea, siendo su propio ser el producto a exhibir, se modela su conducta y proyección por hábitos consumistas insostenibles que le hacen someterse a unos patrones estandarizados que no son propios. Sin embargo esta concepción de vida tiene un potencial liberador inédito, pues al entenderla desde una perspectiva intrínseca, profunda y racional, el ser humano es capaz de hacerse dueño de su propia vida, de modelarla y transformarla su antojo, más allá de dejarse llevar por los estereotipos y paradigma sociales. El punto está



en que si es capaz de modelarse a sí mismo como arte para proyectarse y mostrar lo que los demás quieren ver, también es capaz de modelarse a sí mismo para dibujarse y esculpirse *tal cual él quiere ser*.

Visto como un potencial liberador, la autorreferencia del ser humano como arte le permitirá ampliar un mundo de perspectivas positivas para crear comunidades y grupos de interés que le permitan interactuar en un ambiente intersubjetivo y cooperativo, donde los intereses, gustos e inclinaciones sean respetados y donde la intimidad no necesite ser expuesta para lograr aceptación. De ahí el impacto de transformar la visión y el contexto de la autorreferencia proyectada en los medios digitales y en las redes sociales como una forma de modelación positiva de la sociedad y de los individuos, en el marco del respeto de la individualidad en el cual el arte hace la diferencia, al exacerbar la sensibilidad necesaria que permita cambiar la concepción de cómo el mundo quiere ver a los seres humanos a través de los medios digitales, y de cómo los seres humanos se proyectan a través de ellos.

Bajo estas premisas la autorreferencia en la lógica de la experiencia del ser humano como exposición propia de su vida para basar su identidad en la aceptación social es el centro de este trabajo. Dejando planteado encontrar la relación entre la verdad y la apariencia de la autorreferencia que se extrae de la Historia de Vida que se analiza en este trabajo, para escudriñar y verá más allá de lo aparente, dejando en evidencia el necesario análisis de conciencia que se necesita para analizar los resultados de la posmodernidad en el ser humano como un gran obra de arte expandida.



*ANEXO I*

---

LA FORMA ÚLTIMA DEL DISEÑO ES EL SUJETO





Instagram is not real life  
Instagram is not real life





superstarbarby 7 h  
☆ Playboy bunny 🐰 de sasha\_soul\_art

🌟 150K 🌟



Thank you  
@\_lovish\_thakral 28  
@thakur\_priyu 17  
@arpita\_217 @preetigore33  
@victoria\_fernanda\_1 @0.vcc  
@gunjan\_pathak.official  
@ashajagarwal1

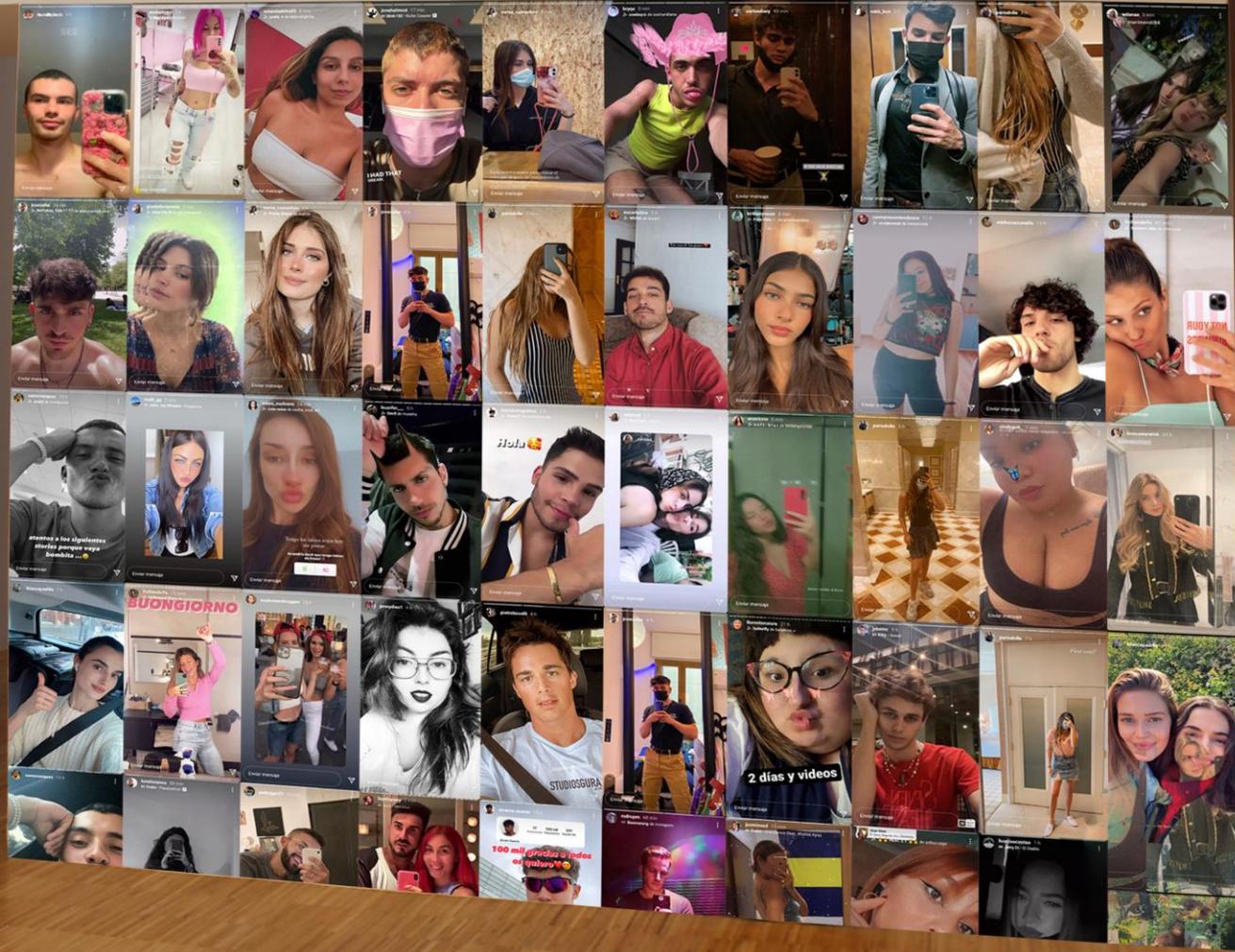
By the way 150 thousands of thanks 🌟 I really love you so much all over the world 🌟🌟

BECAUSE LOVE HAS NO FRONTIERS 🌟 I LOVE YOU

MY 🌟 SUPERSTARS 🌟 De paso 150 miles de gracias 🌟 Os amo mucho, de verdad a todos al rededor de todo el planeta 🌟

🌟 POR QUE EL AMOR NO TIENE FRONTERAS 🌟🌟 OS SUPERSTARS 🌟







## REFERENCIAS

---

- ÁLVAREZ, L. (2009). *“Realidad, Arte y Conocimiento. La deriva estética tras el pensamiento contemporáneo”*. Editorial Horsori, Barcelona.
- DELEUZE, G. (1969). *“Logique du sens. Éditions de Minuit. Paris”*. (Apéndice “Simulacro y filosofía antigua”).
- FOUCAULT, M. (1999). *“Las mallas del poder”, en Estética, ética y hermenéutica*, Vol. III. Traducción: Ángel Gabilondo, Barcelona: Paidós.
- FOUCAULT, M. (2001). *“El sujeto y el poder, en Michel Foucault: más allá del Estructuralismo y la hermenéutica”*, trad. Rogelio Paredes, Buenos Aires: Nueva visión.
- GÓMEZ, J. (2011). *“El posmodernismo ha muerto (¡al fin!)”*. [Artículo en línea]. Recuperado de: <https://www.jotdown.es/2011/08/%E2%80%94psst-psst-el-arte-posmoderno-ha-muerto-%E2%80%95por-fin/> [Consulta: Junio 2021]
- GROYS, B. (2015). *“Volverse público. Las transformaciones del arte en el ágora contemporánea”*. Caja Negra Editora. Buenos Aires.
- NIETZSCHE, F. (2007). *“La Gaya Ciencia”*. Traducción: A. Mardomingo. Madrid: Edaf.

