



ELÍAS
CALERO
PÉREZ.

HORNACINA

Y

FETICHE.

Trabajo de Fin de Grado en Bellas Artes
Itinerario Proyectos Transdisciplinares
Universidad de La Laguna
2022.

Tutorizado por Adrián Alemán Bastarrica y
Ramón Salas Lamamié de Clairac.

ÍNDICE

Resumen, abstract, palabras clave _____ 5

Introducción _____ 7

El Barroco no es pasajero, volvamos a él _____ 9

Alegoría y símbolo

El mundo alegórico contemporáneo

Nuevas preocupaciones

La hornacina como exaltación del fetiche _____ 37

Pintura y marco

La hornacina

La hornacina contemporánea

Conclusión _____ 64

Bibliografía _____ 66

Anexo _____ 69

RESUMEN, ABSTRACT, PALABRAS CLAVE

Este trabajo pone en manifiesto al género Barroco como un fantasma presente en nuestra contemporaneidad, atravesando distintas derivas conceptuales y referenciales que aluden a ello. Con cierto tono crítico hacia una sociedad cuyos objetos se ven envueltos en concepciones fetichistas y autocomplacientes más allá de su función.

Del mismo modo, esta investigación se centra en elementos anacrónicos como la hornacina, sus aplicaciones en tiempos pasados y su evolución hacia el plano simbólico contemporáneo como ventana hacia lo que existe pero no se ve o a lo imaginario.

Por otro lado, se abarca la problemática del medio digital como soporte artístico y las concurrentes cavilaciones clasicistas que lo recusan y que se ven satirizadas en la obra personal.

This work highlights the baroque genre as a central axis of our contemporaneity, going through different conceptual and referential drifts that allude to it. With a certain critical tone towards a society whose objects are involved in fetishistic and self-indulgent conceptions.

Similarly, this research focuses on anachronistic elements such as the niche, its applications in the past and its evolution towards the contemporary symbolic plane as a window to the non-existent or imaginary.

BARROCO – VANIDAD – HORNACINA – VENTANA – PINTURA – OBJETO – VIRTUALIDAD – CONTEMPORANEIDAD



INTRODUCCIÓN

En un mundo globalizado cuya sociedad consumista pretende poner todo a disponibilidad de los individuos¹, los objetos producidos por dicho sistema capitalista carecen del carácter meramente funcional que antaño se pretendía para convertirse en fetiches y pura vanidad. Tal es así, que, si en el Barroco existía “una relativa oscuridad que evitaba los detalles y los perfiles agudos, siendo al mismo tiempo un estilo que, en lugar de revelar su arte, lo escondía”², en nuestra contemporaneidad el detalle y lo presuntuoso juegan tal papel protagonista que se han adherido a la propia psique del ser humano actual. La necesidad, oculta bajo el velo de la libertad, de destacar sobre el resto, de generar identidad propia.

Se podría decir pues, que regresamos al Barroco en cuanto a la idea del objeto como entidad superficial, vacua e irrelevante frente a lo inevitable de la muerte, lo que conlleva a su vez a una actitud vanidosa del ser. Del objeto disponible como distracción a lo indisponible, a aquello que está, pero no se ve, que no queremos ver.

¹ Hartmut Rosa, Lo indisponible (Barcelona: Herder, 2020).

² Helmut Hatzfeld, Estudios sobre el Barroco (Madrid: Gredos, 1966).



**EL BARROCO NO ES PASAJERO,
VOLVAMOS A ÉL**

“Una vez terminado el juego, el rey y el peón vuelven a la misma caja.”

Proverbio italiano.

ALEGORÍA Y SÍMBOLO

Resulta casi imposible no pensar en el Barroco cuando de alegorías se habla. En torno a este hecho cabe recalcar la importancia de este movimiento a la hora de generar imágenes alegóricas mediante la composición en base a objetos o elementos que trascienden su carácter funcional.

Antes de entrar en cuestiones alegóricas contemporáneas debemos saber diferenciar al símbolo de la alegoría, puesto que ambos conceptos presentan divergencias que han sido objeto de reflexión por parte de diversos autores de gran relevancia.

Para Walter Benjamin, la **alegoría** supone la expresión propia del barroco, aunque también considera a la forma estética alegoría como alternativa crítica a la concepción del arte como símbolo que predomina en la estética clásica y el Romanticismo³.

Según el propio Benjamin “mientras en el símbolo⁴, con la transfiguración de la caída, el rostro transfigurado de la naturaleza aparece fugazmente a la luz de la redención, en la alegoría está ante los ojos del observador la *facies hippocratica*⁵ de la historia como paisaje original paralizado. La historia, en todo lo que desde el principio tiene de inoportuno, de doloroso, de desviado, se expresa en un rostro –no, en una calavera”.

De esta manera, el símbolo supone un único significado expreso mientras que las alegorías contienen un alto nivel de especulación. Si bien podríamos entrar en más detalles en cuanto a estas teorías lo principal es entender a la alegoría como “una forma de comprender la verdad”.

La figura clave de la alegoría temprana es el cadáver. La figura clave de la alegoría tardía es en cambio la ‘rememoración’ La ‘rememoración’ es el esquema de la transformación de la mercancía en objeto de coleccionista. – Walter Benjamin.

La alegoría barroca ve el cadáver sólo desde fuera. Baudelaire también lo observa desde dentro. – Walter Benjamin.

El entorno objetual del hombre asume con menos contemplaciones cada vez la expresión de la mercancía. Y, simultáneamente, la publicidad tiende a disimular el carácter de mercancía de las cosas. A la engañosa transfiguración del mundo propio de las mercancías se opone su distorsión en lo alegórico. La mercancía trata de mirarse a sí misma a la cara, y su humanización la celebra en la puta. – Walter Benjamin.

Del soñador procede [en Baudelaire] la estereotipia en el motivo, la seguridad que rechaza cuanto estorba, su afán de disponer, a cada vez, la imagen al servicio del pensar. Pues el soñador se encuentra en casa cuando se encuentra entre alegorías.

Jan Lievens
Vanitas, bodegón con libros, 1674
83,6 x 54 cm

³ "Muy alejado de tal y como ve el clasicismo en la alegoría una forma de expresión anticuada, una relación convencional entre particular y universal, una 'técnica de imágenes lúdica', - Goethe y Schopenhauer tienen una opinión negativa respecto a la alegoría - Benjamin ve en la alegoría la expresión propia del barroco. El símbolo forma parte del orden de lo religioso y sagrado, la alegoría es un proceso especulativo." Jean Michel Palmier (2009: 911-912). Vanessa Vidal Mayor, "Alegoría barroca e imagen dialéctica: el esfuerzo de Walter Benjamin y Theodor W. Adorno para pensar la dialéctica de la naturaleza y la forma estética", *Laocoonte (revista de estética y teoría de las artes)* n°4 (2017): 199-213.

⁴ «... contra la desafortunada confusión entre símbolo y alegoría. La alegoría es una representación más o menos artificial de generalidades y abstracciones perfectamente cognoscibles y expresables por otras vías. El símbolo es la única expresión posible de lo simbolizado, es decir, del significado con aquello que simboliza. Nunca se descifra por completo. La percepción simbólica opera una transmutación de los datos inmediatos (sensibles, literales), los vuelve transparentes. Sin esta transparencia resulta imposible pasar de un plano a otro. Recíprocamente sin una pluralidad de sentidos escalonados en perspectiva ascendente, la exégesis simbólica desaparece, carente de función y de sentido». Henry Cobin.

⁵ Apariencia característica del rostro humano cuando está próximo a su muerte; aspecto lívido de la cara, con la piel retraída, nariz afilada, ojos hundidos, etc.





Desinterés, 2022
Azulejo y tierra
120 x 60 cm





El hogar fetiche, el paso del tiempo como ruptura del interés humano.



León Trotsky sostiene que la creación artística es 'una deformación, una alteración y una transformación de la realidad según las leyes particulares del arte'. Esta excelente formulación, tomada en parte de la teoría de los formalistas rusos de que el arte consiste en el extrañamiento de la experiencia, modifica cualquier noción simple del arte como reflejo. Pierre Macherey lleva la posición de Trotsky aún más lejos. Para Macherey, el efecto de la literatura es esencialmente deformar más que imitar. Si la imagen coincide punto por punto con la realidad (como en un espejo), entonces es idéntica a ella y deja de ser una imagen. El arte barroco, que presupone que cuanto más nos distanciamos del objeto, más fiel será su imitación, es para Macherey el modelo de toda actividad artística; la literatura es esencialmente paródica. - Terry Eagleton

De acuerdo con el célebre epígrafe del Capital (Marx, K., 1976, pp. 101-117), un objeto "físicamente sensible" se transforma en uno metafísico, suprasensible: la mercancía... Como los cadáveres en las alegorías barrocas, adquiere vida propia.

EL MUNDO ALEGÓRICO CONTEMPORÁNEO

Siguiendo esta línea y adentrándonos ya en tiempos contemporáneos, surge la cuestión del **objeto** mercantil como alegoría a una verdad artificial fabricada por un sistema capitalista voraz y obcecado en instaurar falsos valores (precios⁶ y cualidades meramente publicitarias) hasta el punto de que a cambio de una cierta cantidad de dinero puedes beber "la chispa de la vida" (Coca-Cola).

Si en el Barroco se instaba a valorar la vida y la naturaleza frente a lo material a través de imágenes alegóricas poéticas y profundas, en la actualidad lo superfluo de la abundante disponibilidad de objetos genera un conformismo social generalizado en cuanto a las imágenes que estos emiten, es decir, una flor marchita en una *vanita*⁷ barroca es sinónimo de muerte y fugacidad del tiempo mientras que hoy en día nos cuesta decidir qué flores (incluso de plástico) quedan mejor con el color de las cortinas del salón⁸. Tal es este hecho que hasta el propio ser humano se presta a convertirse en mercancía⁹ y fetiche.

El fetichismo de lo material no es más que el resultado de una falsa libertad de elección en una sociedad que se rige bajo unas premisas egocentristas. El mundo está tan colmado y globalizado que el individuo siente la necesidad de sentirse incluido y, en muchas ocasiones, de destacar sobre el resto, puesto que la razón de existir del ser contemporáneo se reduce al mero hecho de complacer (aunque esto se oculte bajo el velo de la autoestima).



Tout doit disparaître
Colección Jean-Marie Donat.

⁶ las cosas se relacionan con su precio tan arbitrariamente como, en el Barroco, la calavera se relaciona con la sujeción del hombre al tiempo". Karl Max, *El Capital* (Barcelona: EDITORS, 2008) p. 43

⁷ La vanitas es un género artístico que resalta la vacuidad de la vida y la relevancia de la muerte como fin de los placeres mundanos. Wikipedia.

⁸ "Un mundo en el que todo se convierte en mercancía es un mundo devaluado. Hasta las estrellas, hasta la poesía, se vuelven valor de cambio." Sergio Braulio Véliz Rodríguez, "A contrapelo una deriva materialista por la ciudad de los pasajes de Walter Benjamin", *Revista Filosófica El Búho* n°17 (2018): 02-52.

⁹ "La conversión de la mujer en artículo de masas, -la "profesional" ligada al uso de los cosméticos- hace de la prostituta el "máspreciado botín en el desfile triunfal de la alegoría": la mercancía que se mira a sí misma a la cara. La banalización, el vaciamiento de la experiencia que supone el sexo repetitivo y automatizado de los burdeles, semejante al del juego compulsivo y al del trabajo en las fábricas expresándolo-, amparan la calificación de "burdel" al historicismo, y de "puta" a un discurso que petrifica "lo sido" en la forma del "Érase una vez". Frente a esa experiencia repetitiva, mecánica, automática de la historia se alza la del historiador materialista, que es "única". Sergio Braulio Véliz Rodríguez, "A contrapelo una deriva materialista por la ciudad de los pasajes de Walter Benjamin", *Revista Filosófica El Búho* n°17 (2018): 02-52.



Nuestro trayecto en la vida viene determinado por el mundo que habitamos. Un mundo donde poner todo a disponibilidad se ha convertido en norma, donde los objetos que crean nuestro entorno se han convertido en fetiche de esta disponibilidad. Surge aquí pues, la cuestión de cómo y quiénes somos los seres humanos dentro de este entramado, de cómo nos construimos y desarrollamos bajo estas premisas.

Mis fetiches, 2022
Objetos diversos en bolsas de plástico
100 x 100 cm







“MODA: (...) somos hermanas (...). Digo que nuestra naturaleza y usos comunes son los de renovar continuamente el mundo; pero tú, desde un principio, te arrojaste a las personas y a la sangre; yo me conformo a lo sumo con las barbas, los cabellos, los vestidos, los muebles, los palacios y cosas semejantes.” (Leopardi, Giacomo., 2013, p. 14).

El ser humano contemporáneo se convierte pues en una alegoría a la vanidad y la presunción puesto que, inevitablemente, construye y forma parte del modelo de sociedad capitalista donde el objeto fetiche es, por excelencia, su fuente de ingresos y, por lo tanto, su medio de vida.

Pasarela de moda en la bolsa de Nueva York
ofrecida por Balenciaga en colaboración con Adidas
Balenciaga Resort, 2023
Look 62



Los budistas suelen defender la idea de que una piedra es más feliz que un ser humano, entendiendo a la piedra como entidad perfecta, la cual no necesita nada para ser piedra, simplemente lo es. El ser humano, en cambio, se constituye a partir de falsas necesidades extrínsecas a su ser, creadas por la sociedad del consumo en la que habita. Lo curioso de esto es que, dicha sociedad busca continuamente convertir a la piedra en parte su entramado, aunque, irónicamente, la piedra siga siendo piedra y el humano la necesite para ser humano.



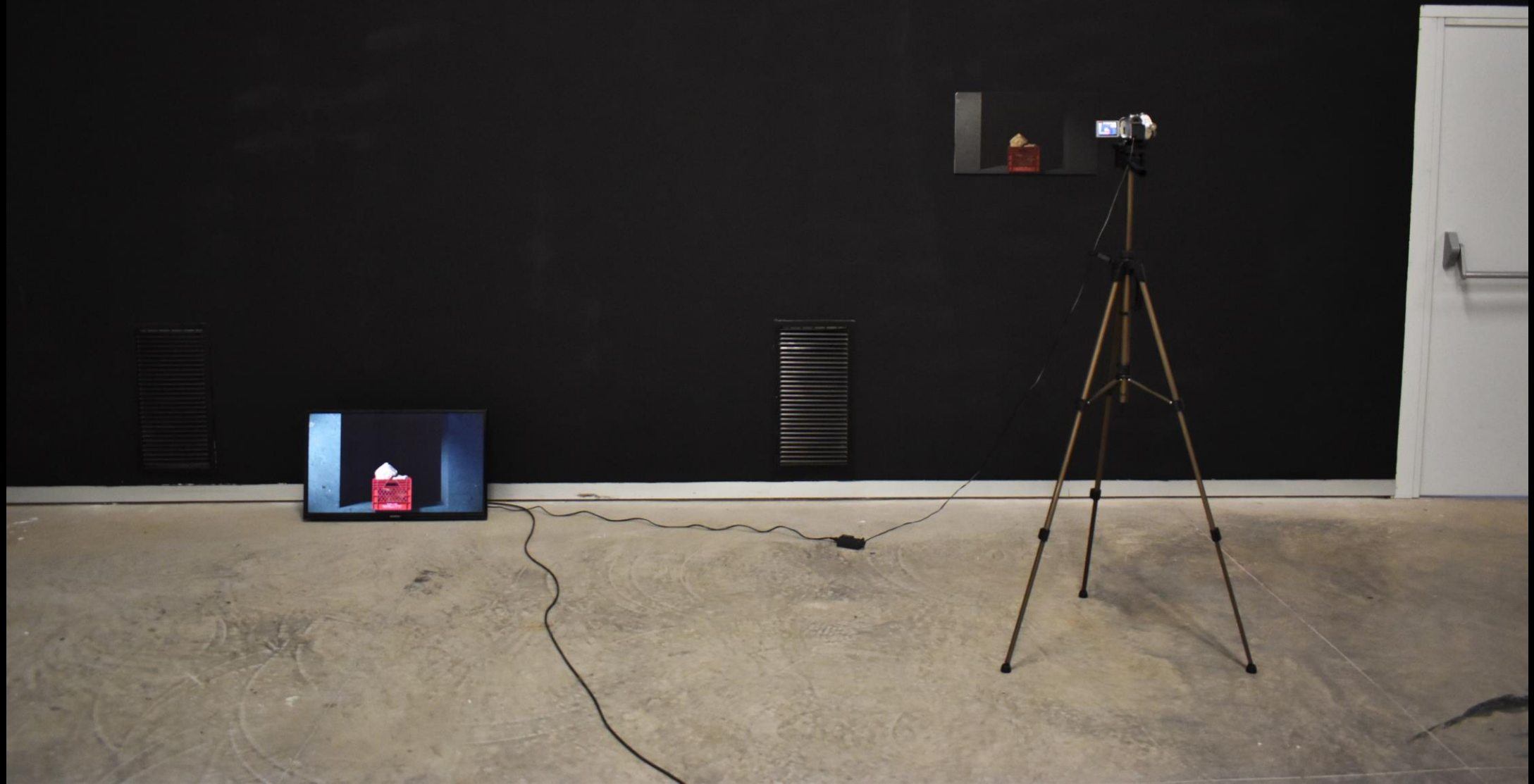


WARNING

USE BY OTHER THAN REGISTERED
OWNER PROHIBITED BY LAW

Volvamos al Barroco, pero hagámoslo desde una perspectiva actual. Critiquemos a la mercantilización y fetichismo global con sus propias armas. Utilicemos el objeto como alegoría al intento desesperado de nuestro mundo de intentar poner todo a disponibilidad del individuo vanidoso. Y, aunque como seres contemporáneos que somos formemos parte inevitablemente de esta sociedad, contamos con el arte como herramienta de epifanía y cambio.

Expectatio, 2022
Instalación, tinta sobre PVC
150 x 300 cm



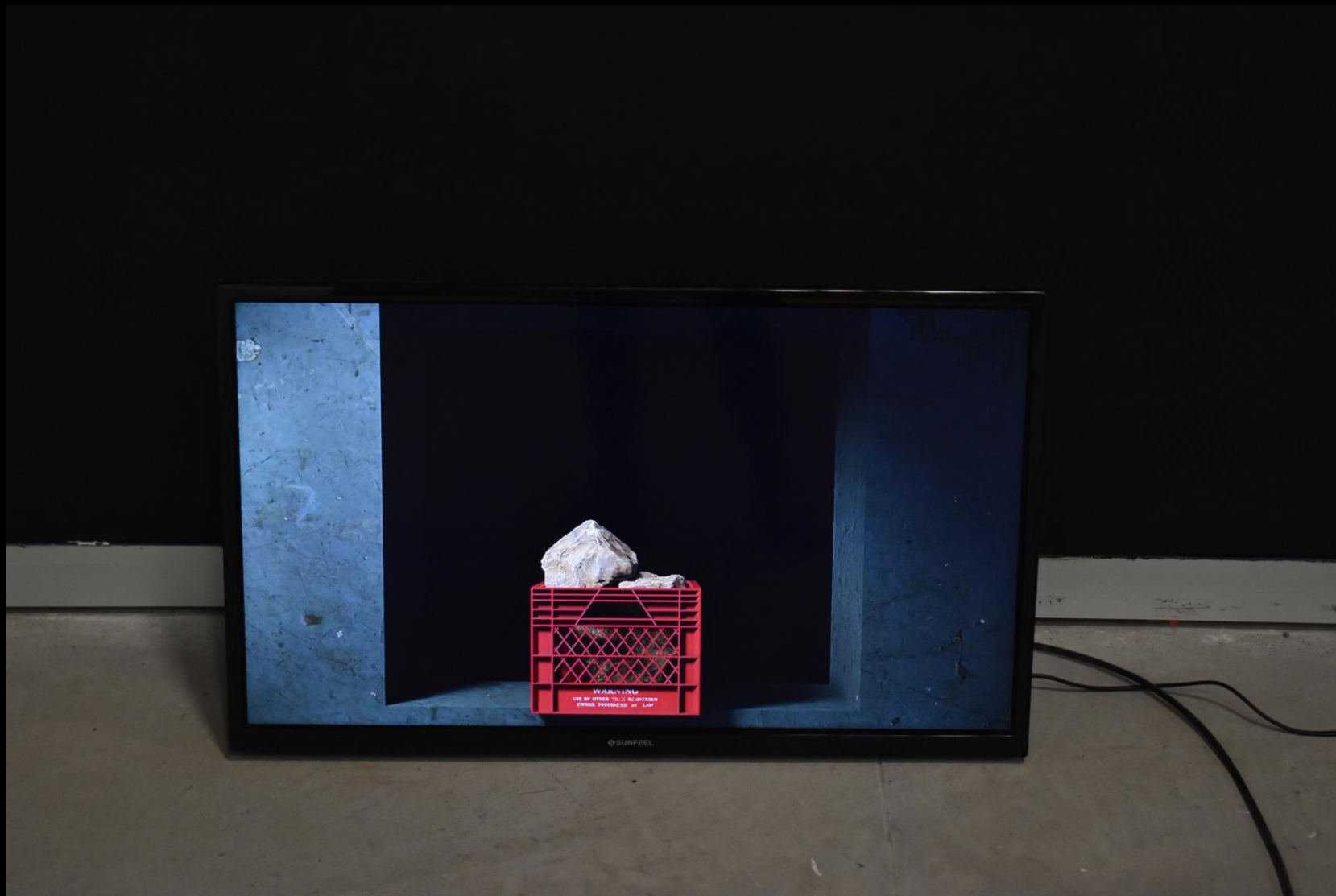
Existe en mí la necesidad intrínseca como ser humano y artista contemporáneo de trasladar el pensamiento e imagen barroca a mi temporalidad. Hornacina, fetiche y pintura *vanitas* en una misma imagen. Juan Sánchez Cotán, pintor español destacado por sus bodegones y naturalezas muertas sobre hornacinas será un referente clave en mis obras por la inclusión de estos tres elementos en sus piezas.

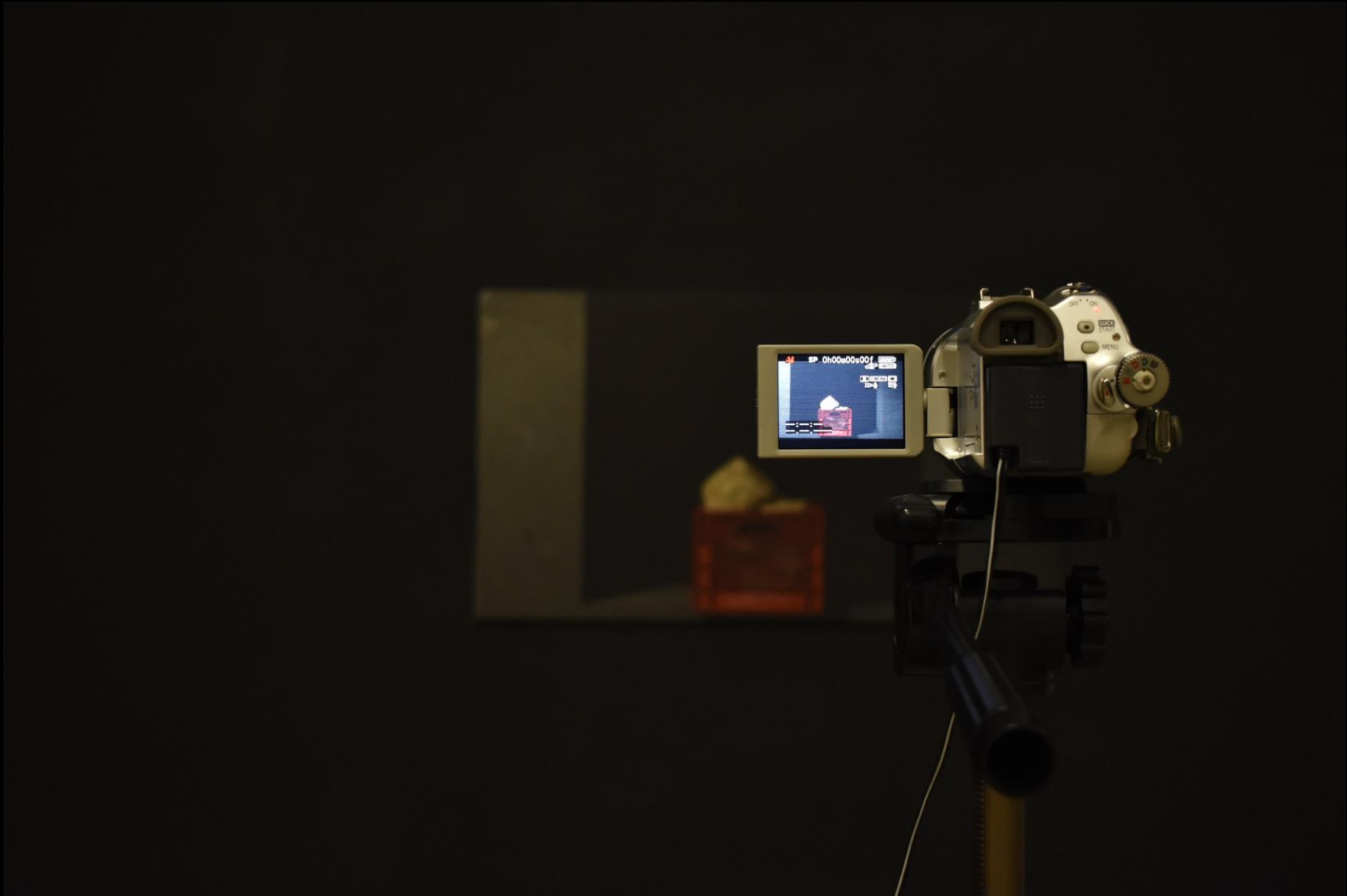
Como artista contemporáneo, y al igual que los artistas en el Barroco, cuento con herramientas de representación visual propias de mi época. Programas de creación 3D donde el carácter físico del objeto aporta una nueva dimensión a la pieza, la cual, trasladada al plano de la sala, continúa siendo una imagen bidimensional e incluso una pintura al igual que los bodegones barrocos.

En esta instalación, la imagen impresa de la hornacina y objeto 3D queda acoplada a la pared de la sala pretendiendo formar parte de la misma, vigilada constantemente por una cámara de vídeo que traslada la imagen hacia una pantalla de televisión (hornacina contemporánea).

El bucle de la hornacina y el fetiche, de estos elementos siempre presentes en la sociedad humana, de los que siempre regresan.











LA HORNACINA COMO EXALTACIÓN DEL FETICHE

— PINTURA Y MARCO

Cuando hablamos de objetos y Barroco aparece, inevitablemente, la imagen del bodegón¹⁰ y, en consecuencia, la pintura como medio artístico por excelencia de este género. Siguiendo esta línea, la pintura sobre un lienzo es, tradicionalmente, un cuadro; el cual a su vez se presenta con un marco. Es este marco el que separa a la imagen bidimensional de la realidad tridimensional y cuya finalidad se ha cuestionado a lo largo de los años.

Para poder hablar sobre la evolución del marco en la pintura es imprescindible nombrar a Víctor Stoichiță y su libro *La invención del cuadro: Arte, artífices y artificios en los orígenes de la pintura europea*. En él, su interpretación sobre la **hornacina** supondrá un punto clave para entender este proyecto y su escenificación.

Cualquier cuadro es la negación de la pared, de tal manera que el marco actúa como límite o margen entre **imagen** y realidad. Por el contrario, la hornacina constituye un modo de involucrar los objetos representados en ella como parte de la propia pared, es decir, de tratar a la imagen como parte de nuestra realidad, más allá de su dimensión física.

El carácter supratemporal de la imagen artística se cuestiona en la misma medida que la imagen se relaciona con el espacio real hasta llegar a invadirlo: al abandonar el más allá, o la eternidad imaginaria, para invadir el más acá, es decir, el mundo de los mortales, y convertirse en una imagen «venida a menos». - Víctor Stoichiță.

La disposición de la naturaleza muerta en una hornacina es un topos del género. Reaparece al final de la Edad Media y comienzo del Renacimiento, y ello se explica principalmente por el hecho de que la hornacina supone un espacio tridimensional acotado en el que se pueden colocar los objetos, relacionándose siempre con la superficie de la representación. En el caso de los cuadros susceptibles de ser colgados, funcionan como huecos que perforan la pared. La hornacina ofrece la única posibilidad de conciliar la representación en escorzo violento con una sugerencia de profundidad. Los objetos se definen como invasores del espacio real en relación con la pared del fondo de la hornacina. - Víctor Stoichiță.

Hendrick Andriessen

Una calavera, rosas, un clavel y otras flores, pipas, una lámpara de aceite y una burbuja en un nicho de piedra, 1674

47,8 x 36,4 cm

¹⁰ Francisco Pacheco, pintor y tratadista, además de suegro y maestro de Velázquez, considera este tipo de pintura un entretenimiento en el que solamente tiene cierta importancia la consecución de una exacta imitación y la utilización del color, aunque valora la maestría en la consecución de las texturas, la iluminación y la disposición de los elementos, el deleite del espectador ante la variedad de posibilidades que se le ofrecen y su aportación y servicio cuando se representan dentro de otras «graves historias». Pacheco consideraba el bodegón como un mero ejercicio de imitación de la naturaleza, en contraste con la idealización adecuada para las más elevadas pinturas narrativas, aunque admite la importancia de los detalles de las naturalezas muertas en las pinturas figurativas como medio de articular la historia, ocupando un lugar secundario en ellas para no desviar la atención. Alejandro Sáez Olivares, "De la mesa al lienzo (II). El bodegón en la pintura barroca española.", *INVESTIGART* (blog), 12 de junio de 2018, <https://www.investigart.com/2018/06/12/de-la-mesa-al-lienzo-ii-el-bodegon-en-la-pintura-barroca-espanola/>







Indivisible, 2021
Pantalla, latas y plástico
65 x 60 cm







PHILIPS

Coke ORIGINAL

12 Latas de 330 ml e

Coca-Cola

SABOR ORIGINAL

PACK AHORRO

BEBIDA REFRESCANTE AROMATIZADA.
Apresuntador ligero carbonatado. Contiene cafeína y 170K unidades ácido fosfórico y arabinosido por litro (cantidad máxima).

Contiene naturalmente ácido cítrico. Lata 100% reciclable. No contiene BPA. Proteger de la luz solar. Preservar de golpes y rasguños. Conservar en lugar fresco, seco y a temperatura ambiente. Ver fecha de caducidad y lote.



INFORMACIÓN NUTRICIONAL		100 ml (3.38 fl. oz.)
Energía	100 kcal (418 kJ)	100 kcal (418 kJ)
Proteína	0 g	0 g
Grasa total	0 g	0 g
Carbohidrato	100 g	100 g
Azúcar	100 g	100 g
Alcohol	0 g	0 g
Sodio	0 mg	0 mg

Recicla con responsabilidad. The Coca-Cola Company. Coca-Cola Beverage Factory. Calle 52 de 5ª Etapa del Lote 20-13. 05002 - Miami, Florida. 800 445 7822. www.coca-cola.com



— LA HORNACINA EN EL BARROCO

La hornacina¹¹ se ha consagrado como un elemento fundamental de la simbología religiosa, ya que su utilización como elemento arquitectónico barroco consistía en contener imágenes votivas. La colocación de dichas imágenes entendidas como ídolos en una hornacina las separaba del mundo terrenal y las exaltaba recalando su carácter divino. No es de extrañar pues que, tanto en los interiores como exteriores de las iglesias, aparecieran imágenes de santos y otras divinidades en el interior de las hornacinas. No obstante, y a modo de contradicción, en el subsuelo de dichas iglesias las mismas hornacinas tomaban un sentido totalmente opuesto. En las catacumbas, su función consistió precisamente en ocultar los restos sin vida de miles de personas, es decir, lo divino se exaltaba mientras que lo mundano se ocultaba. Esto supone, a mi parecer, la máxima expresión de vanidad que una sociedad puede alcanzar. Ocultar la muerte, algo inevitable, frente a la exaltación de lo divino, algo inalcanzable.

Aunque en la pintura barroca es común encontrar representadas hornacinas como en el caso del pintor Jacob de Gheyn¹², su relación con el cuadro como negación de la pared es evidente, puesto que, existe en ellos la problemática de representar el margen dentro del margen¹³. No obstante, en ellos suelen aparecer alegorías a la muerte mediante el uso de elementos simbólicos como la calavera, algo que dialoga con el carácter barroco.

Es entonces cuando aparece Juan Sánchez Cotán, con una serie de cuadros en los cuales representa bodegones y **naturalezas muertas** sobre unas hornacinas sin fondo ni límite superior¹⁴. En ellos pinta una cantidad reducida de frutas, legumbres o piezas de caza, las cuales se sitúan en la repisa de la hornacina, frente a un fondo negro. Lo realmente fascinante de las hornacinas de Sánchez Cotán es como coloca estos elementos cotidianos frente a un vacío o espacio desconocido a la vez que los encierra o limita en un rectángulo de tal manera que lo banal, recurrente, conocido y cotidiano (disponible) se antepone a lo que no se puede ver e ignoramos (indisponible).

La disposición de la naturaleza muerta en una hornacina es un topos del género. Reaparece al final de la Edad Media y comienzo del Renacimiento, y ello se explica principalmente por el hecho de que la hornacina supone un espacio tridimensional acotado en el que se pueden colocar los objetos, relacionándose siempre con la superficie de la representación. En el caso de los cuadros susceptibles de ser colgados, funcionan como huecos que perforan la pared. La hornacina ofrece la única posibilidad de conciliar la representación en escorzo violento con una sugerencia de profundidad. Los objetos se definen como invasores del espacio real en relación con la pared del fondo de la hornacina. - Víctor Stoichiță.

La naturaleza muerta se opone a la escena evangélica como el marco se opone al cuadro. El marco participa de nuestro mundo, mientras que la imagen es una abertura hacia otra realidad. - Víctor Stoichiță.



Jacob de Gheyn

Vanitas, 1603

83,6 x 54 cm

¹¹ Se llama hornacina y nicho al hueco coronado por un arco semicircular abierto en la superficie de un muro, para colocar en él una imagen votiva, urna o estatua. Guillermo Fatás; Gonzalo Borrás, *Diccionario de Términos de Arte* (Madrid: Alianza Editorial, 1993) p. 174.

¹² Véase su pintura *Vanitas*, 1603, óleo sobre tabla, 83,6 x 54 cm.

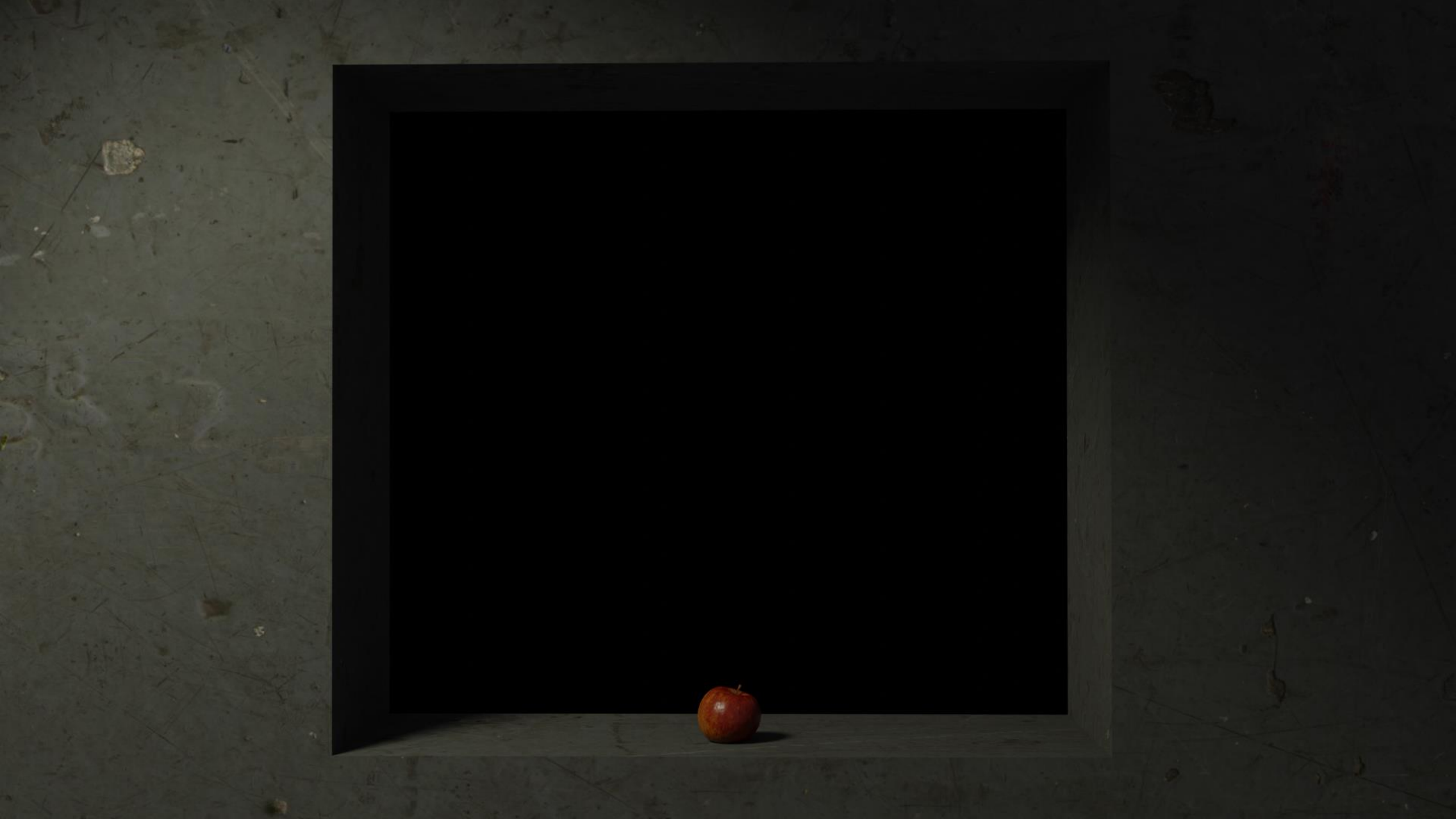
¹³ En todos ellos se establece un diálogo entre el marco real de la imagen y el marco (pintado, hecho imagen) de la hornacina. Este diálogo plantea, en cierto modo, un problema a partir del momento en que el cuadro empieza a adquirir el formato «moderno» (rectangular), mientras que la hornacina o nicho sigue siendo un elemento arquitectónico tradicionalmente terminado en semicírculo. Víctor Stoichiță, *La invención del cuadro: Arte, artífices y artificios en los orígenes de la pintura europea*. (Barcelona: Ediciones del Serbal, 2000) p. 42.

¹⁴ Los bodegones de Sánchez Cotán presentan, sin excepción, una cantidad reducida de frutas, legumbres o piezas de caza dispuestas en la repisa de una hornacina rectangular. El marco de ésta corre paralelo al marco del cuadro, como entablando un diálogo con el formato y los límites exteriores del cuadro. El antepecho y las jambas definen un espacio rectangular de profundidad limitada. De ahí que los objetos de la naturaleza muerta parezcan situarse en un marco dilatado, estereometrizado: se sitúan entre dos superficies, también rectangulares: el fondo sombrío del nicho y la superficie invisible del cuadro que perforan, con un efecto evidente de trampantojo. Víctor Stoichiță, *La invención del cuadro: Arte, artífices y artificios en los orígenes de la pintura europea*. (Barcelona: Ediciones del Serbal, 2000) p. 42.



Juan Sánchez Cotán
*Bodegón de caza,
hortalizas y fruta, 1602*
68 x 88,2 cm







Si en el género *vanitas*, se critica abiertamente la actitud vanidosa del ser humano, en esta pieza se da la oportunidad de redimir dicha actitud. ¿Qué hay más allá de lo que en un principio se ve?

Un mensaje o desafío que pretende instar, a aquel que se atreva, a subir por la escalera mientras se abandona el carácter fetichista propio del ser contemporáneo, con el mero objetivo de mirar más allá.

Curiositas, 2022
Instalación, tinta sobre PVC
600 x 55 cm



¿En perseguirme, mundo, qué interesas?
¿En qué te ofendo, cuando sólo intento
poner bellezas en mi entendimiento
y no mi entendimiento en las bellezas?

Yo no estimo tesoros ni riquezas,
y así, siempre me causa más contento
poner riquezas en mi entendimiento
que no mi entendimiento en las riquezas.

Yo no estimo hermosura que vencida
es despojo civil de las edades
ni riqueza me agrada fementida,

teniendo por mejor en mis verdades
consumir vanidades de la vida
que consumir la vida en vanidades.

Sor Juana Inés de la Cruz (1651-1695)

*Quéjase de la suerte: insinúa su aversión a los vicios y justifica su
divertimiento a las Musas.*





— LA HORNACINA CONTEMPORÁNEA

Anteriormente se mencionaba la idea de la hornacina como elemento de exaltación de fetiches religiosos, los cuales prometían dar poderes sobrenaturales a aquellos que los poseyeran o adoraran. Hoy en día, como ya anunciaba Walter Benjamin en su libro *El capitalismo como religión*, “el capitalismo sirve esencialmente a la satisfacción de los mismos cuidados, tormentos y desasosiegos a los que antaño solían dar una respuesta las llamadas religiones”. No es descabellado afirmar pues, que los productos e imágenes que producía el cristianismo durante el Barroco han sido sustituidos por una nueva religión contemporánea: el capitalismo.

Estos **nuevos fetiches** son aquellos que, ya normalizados y globalizados por nuestra sociedad, denominamos “bienes de consumo”. Tal es así, que, en una hipotética iglesia del capitalismo, en sus hornacinas deberían ser exaltados no figuras de santos ni deidades, sino dichos objetos fetiche que, por su “poder”¹⁶, consideramos como tal.

No solo los fetiches han evolucionado desde el Barroco, la hornacina también ha sabido adentrarse en nuestros tiempos, adaptándose a nuestra realidad y formando parte de ella. Al fin y al cabo, la tecnología nos ha proporcionado estas nuevas formas de hornacina. Yo mismo escribo estas palabras en el interior de una de ellas, y, probablemente, en el bolsillo de cada uno de los que leen estas líneas también se encuentre una.

La pantalla es hornacina, no solo conlleva un marco, sino que su objetivo es formar parte de nuestra realidad; de hecho, lo que se encuentra en su interior nos construye como seres contemporáneos. Resulta paradójico que estas nuevas hornacinas, en cuyo interior la banalidad se extiende sin límites, formen parte del constructo capitalista/consumista. Es decir, la hornacina contemporánea ya no solo contiene objetos e imágenes fetiches, sino que la propia hornacina se convierte en uno de ellos. El fetiche exaltando al fetiche.

La sobrecarga de objetos tridimensionales y su intrínseca serialización en nuestra contemporaneidad ha sustituido inevitablemente a la representación de estos a través de la pintura, o, al menos, les ha arrebatado un sentido pictórico tradicional más allá de la imagen capitalista y fetichista que ya rezuman.

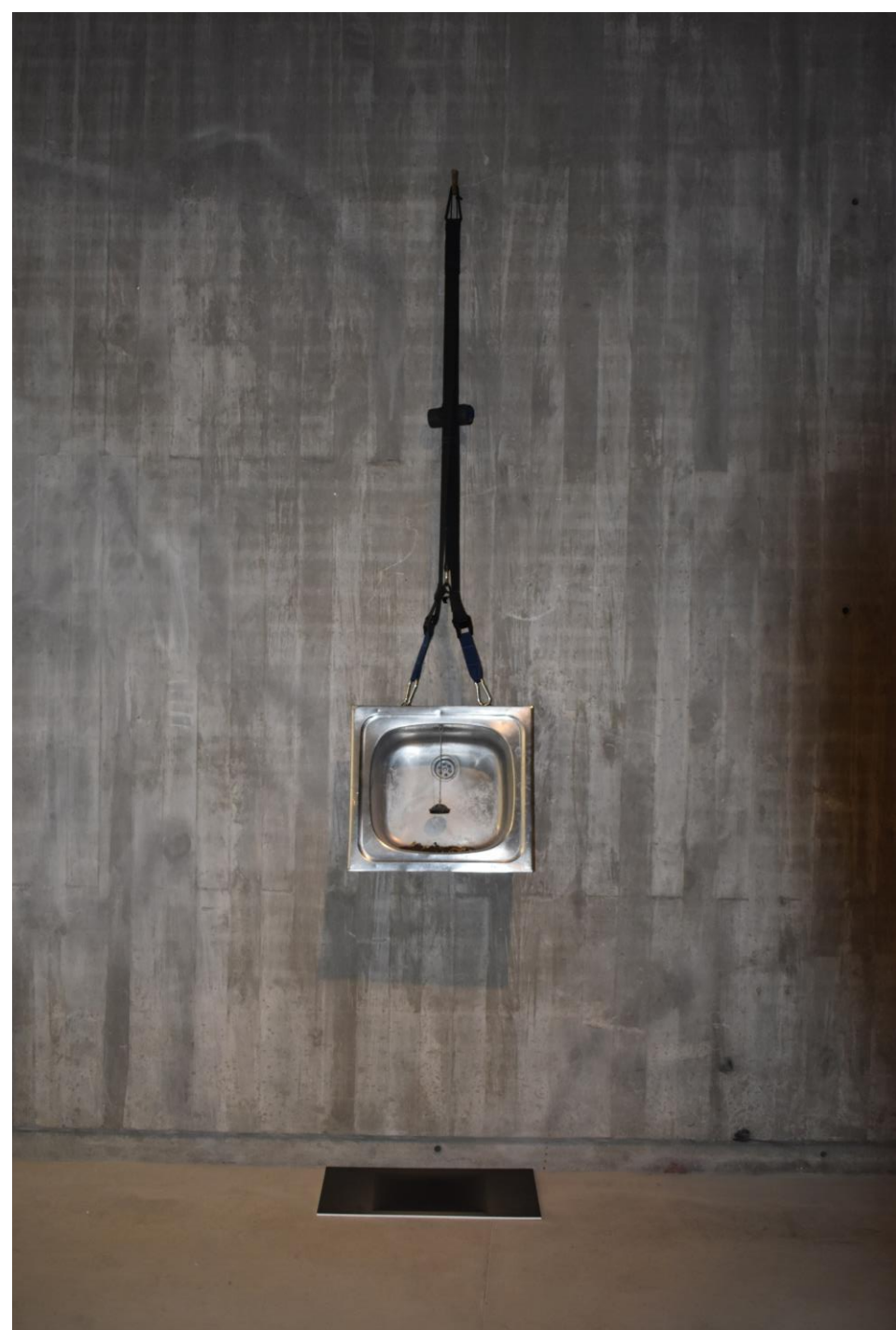
Tout doit disparaître
Colección Jean-Marie Donat.

¹⁶ Los objetos producidos por el capitalismo generan una falsa necesidad en los seres humanos, hasta tal punto de necesitar de ellos para considerarse integrados en la sociedad. Es por ello que estos objetos adquieren un poder ficticio.





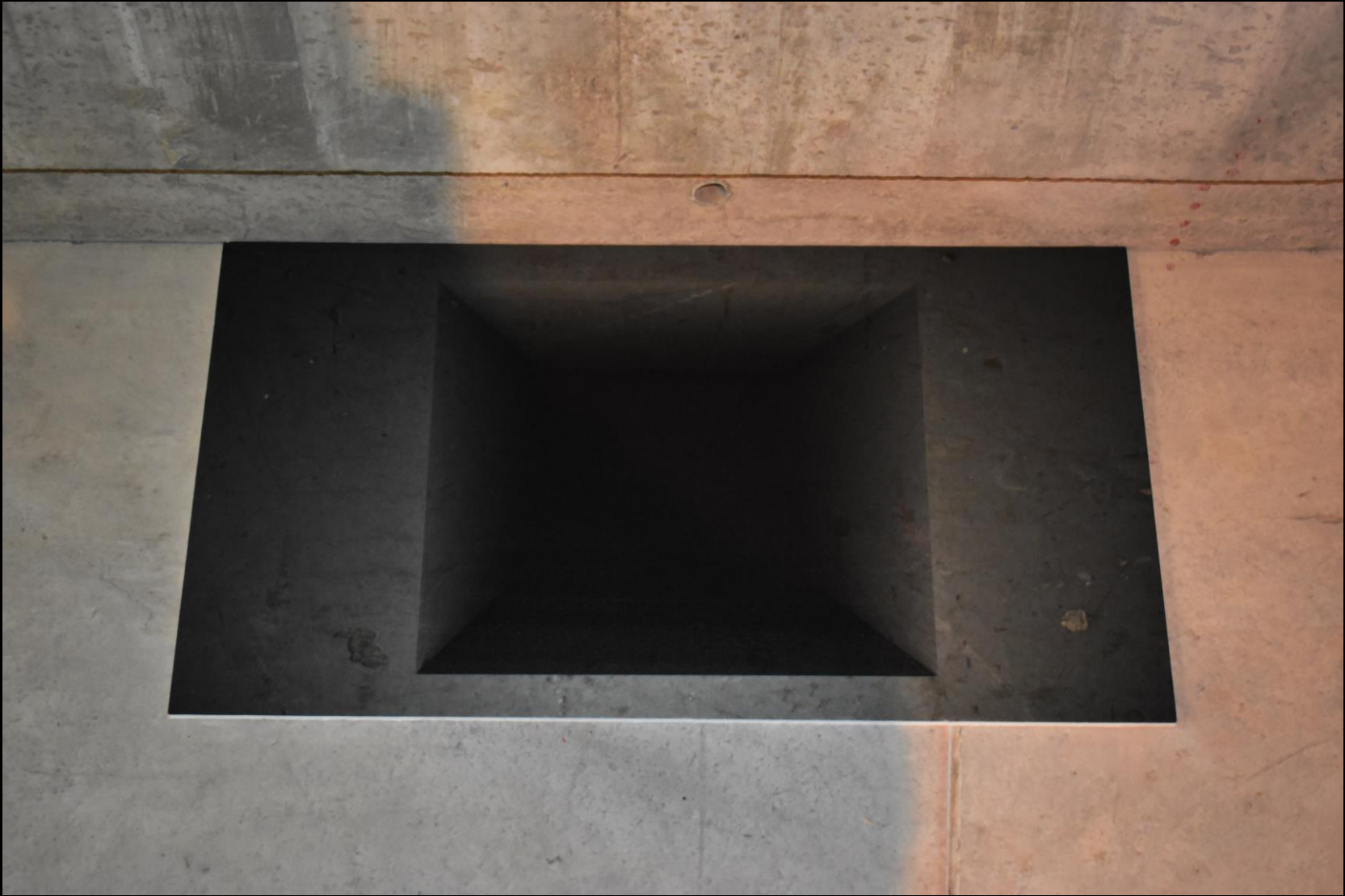




Exhaurir, 2022
Instalación, tinta sobre PVC
450 x 55 cm









CONCLUSIÓN

La pantalla es hornacina, no solo conlleva un marco, sino que su objetivo es formar parte de nuestra realidad; de hecho, lo que se encuentra en su interior nos construye como seres contemporáneos. Resulta paradójico que estas nuevas hornacinas, en cuyo interior la banalidad se extiende sin límites, formen parte del constructo capitalista/consumista. Es decir, la hornacina contemporánea ya no solo contiene objetos e imágenes fetiches, sino que la propia hornacina se convierte en uno de ellos. El fetiche exaltando al fetiche.

La pantalla es hornacina, no solo conlleva un marco, sino que su objetivo es formar parte de nuestra realidad; de hecho, lo que se encuentra en su interior nos construye como seres contemporáneos. Resulta paradójico que estas nuevas hornacinas, en cuyo interior la banalidad se extiende sin límites, formen parte del constructo capitalista/consumista. Es decir, la hornacina contemporánea ya no solo contiene objetos e imágenes fetiches, sino que la propia hornacina se convierte en uno de ellos.

— El fetiche exaltando al fetiche.



BIBLIOGRAFÍA

Alcázar Soria, María. "Artilugios ópticos y herramientas de dibujo en la obra fray Juan Sánchez Cotán". 2014.
https://elobjetivosubjetivo.files.wordpress.com/2015/02/sanchez_cotan.pdf

Arribas, Sonia. "La representación del sujeto barroco como campos de fuerzas en Walter Benjamin". Eikasia. Revista de Filosofía., marzo de 2011, 199–209.
<https://www.revistadefilosofia.org/37-11.pdf>

Benjamin, Walter. "El capitalismo como religión". KATATAY reliquias, s. f., 180–191.
http://sedici.unlp.edu.ar/bitstream/handle/10915/127662/Documento_completo.pdf-PDFA-10-14.pdf?sequence=1&isAllowed=y

Benjamin, Walter. *Libro de los Pasajes*. Traducido por Luis Fernández Castañeda, Isidro Herrera y Fernando Guerrero. Madrid: Ediciones Akal, 2004.

Brea, José Luis. *Nuevas estrategias alegóricas*. Madrid: Editorial TECNOS, 1991.

Díaz, Valentín. "Severo Sarduy y el método neobarroco". Confluente 2, n.º 1 (2010): 40–59.

García Montaña, Jorge. "Budismo y ética: ¿Qué hacemos con nuestros malos sentimientos?" En-claves del pensamiento 3, n.º 5 (junio de 2009).
http://www.scielo.org.mx/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S1870-879X2009000100006

López Merino, Guillermo. "Reflexiones acerca de la imaginaria contemporánea: El origen de una nueva escuela". Revistas Científicas de la Universidad de Murcia, 3 de diciembre de 2020. <https://doi.org/10.6018/imafronte.458641>

Méndez, Sigmund. "Del Barroco como el ocaso de la concepción alegórica del mundo". Andamios 2, n.º 4 (junio de 2006).
http://www.scielo.org.mx/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S1870-00632006000100006#:~:text=La%20alegoría%20barroca%20es%20estremecida,y%20de%20la%20sociedad%20occidentales

Palenzuela Chamorro, Pablo. "Mitificación del desarrollo y mistificación de la cultura: El etnodesarrollo como alternativa". ÍCONOS., n.º 33 (2009): 127–140.

Ruiz Martínez, José Antonio. "Religiosidad y devociones en Lorca: Hornacinas, retablos y altares callejeros". Alberca 11, s. f., 131–135.

Stecher, Mariana, Ana Laura Suzzi y Rebeca Krasel. "La muerte como vanidad". 2º jornadas estudiantiles de investigación en disciplinas artísticas y proyectuales (JEIDAP), 2016.

Stoichita, Victor. *La invención del cuadro: Arte, artífices y artificios en los orígenes de la pintura europea*. Traducido por Anna María Coderch. Barcelona: Ediciones del Serbal, 2000.

Véliz Rodríguez, Sergio Braulio. "A contrapelo: Una deriva materialista por la ciudad de los pasajes de Walter Benjamin". El Búho, n.º 17 (noviembre de 2018): 02–51.
<https://elbuhorevistasaaafi.es/wp-content/uploads/flipbook/1/book.html#p=33>

Vidal Mayor, Vanessa. "Alegoría barroca e imagen dialéctica: el esfuerzo de Walter Benjamin y Theodor W. Adorno para pensar la dialéctica de la naturaleza y la forma estética". Laocoonte, n.º 4 (2017): 199–213.



ANEXO



hornacina_12344728932

Editar perfil



30 publicaciones 2 seguidores 33 seguidos

NuEstrø-MUnDö-FëtichÉ |FANZINE|



ECP 2022



PUBLICACIONES

GUARDADAS

ETIQUETADAS



28°25'18.3"N 16°18'06.8"W



28°28'15.8"N 16°15'40.5"W



28°22'44.0"N 16°34'38.3"W



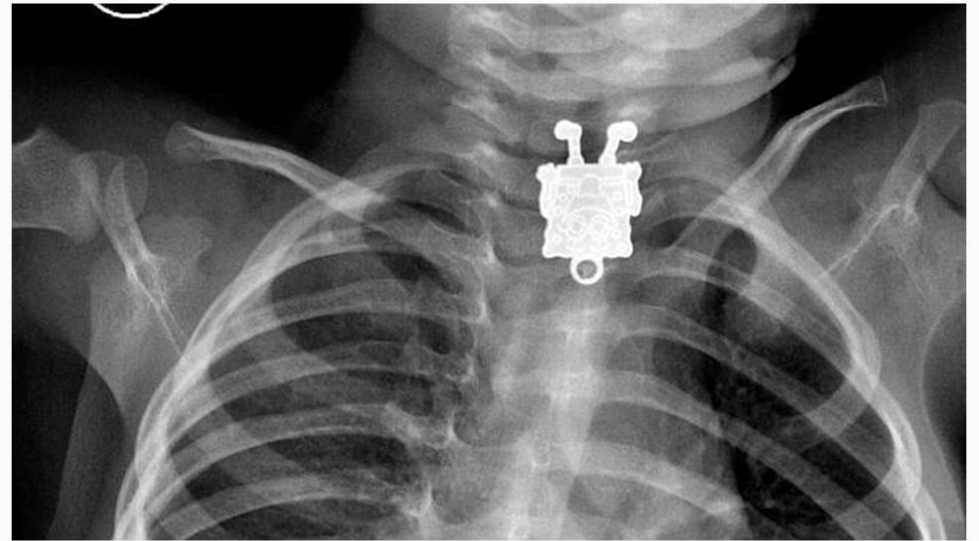
Nuestro mundo fetiche, 2022
Fanzine formato Instagram



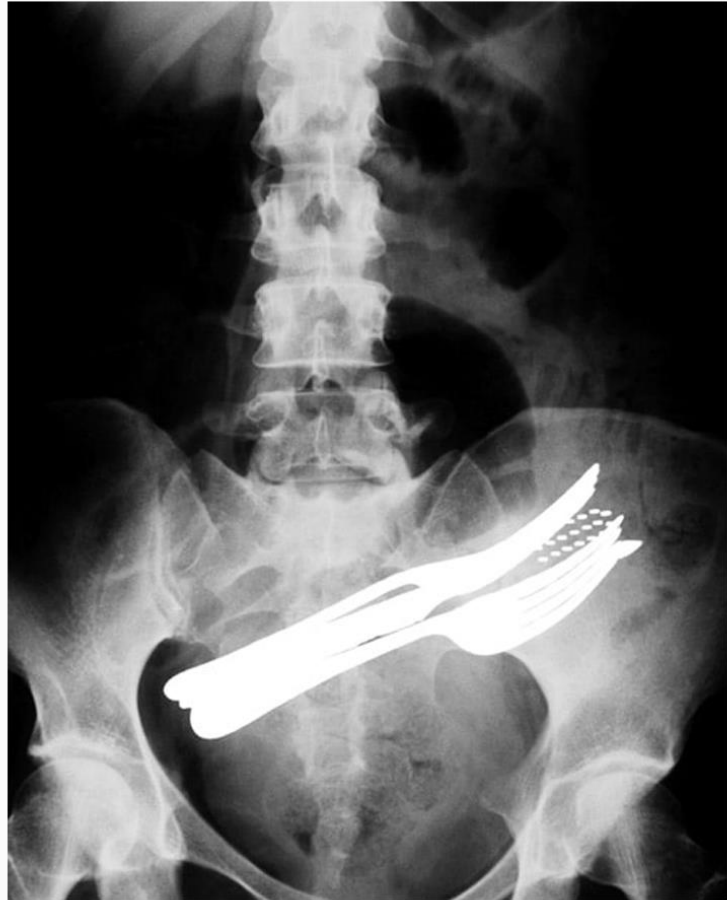
RESUMEN

EL PRESENTE AVISO DE PRIVACIDAD SE APLICA A NUESTRA SOCIEDAD CON DOMICILIO SOCIAL EN CHILE DE MENOS DE 100 EMPLEADOS (PERSONAS DE DATOS), "COCA-COLA", "NUESTROS" Y "NUESTRAS", PÁGINAS WEB, NUESTROS "PÁGINAS WEB", PORTALES MÓVILES, APLICACIONES MÓVILES Y OTRAS FUNCIONES MÓVILES INTERACTIVAS COLECTIVAMENTE, NUESTROS "APP" TODO ELLO, COLECTIVAMENTE APPS Y PÁGINAS WEB LOS "PORTALES" VINCULADOS AL PRESENTE AVISO DE PRIVACIDAD. MÁS ADELANTE PODRÁS LEER LA VERSIÓN COMPLETA DEL AVISO DE PRIVACIDAD Y UN RESUMEN POR FAVOR, TEN EN CUENTA QUE EL PRESENTE AVISO DE PRIVACIDAD NO ABOGADA, Y NO SOMOS RESPONSABLES DE LA PRIVACIDAD, INFORMACIÓN U OTRAS PRÁCTICAS DE TERCEROS CUADROTERIA, EXCEPTO LAS DE TODA PARTE QUE OMBRE UN PORTAL HACIA EL QUE ESTOS PORTALES CONTINGAN UN ENLACE LA INCLUSIÓN DE UN ENLACE EN LOS PORTALES NO IMPLICA ASAL DEL PORTAL ENLACADO POR NUESTRA PARTE NI POR LA DE NUESTROS RELACIONES ES EL RESPONSABLE DEL TRATAMIENTO/EL RESPONSABLE DEL TRATAMIENTO DE LOS DATOS EN NUESTRA SOCIEDAD CON DOMICILIO SOCIAL EN CHILE DE MENOS DE 100 EMPLEADOS COMO UTILIZAMOS LA INFORMACIÓN PERSONAL Y COMO SE RECIBE RECOGIDOS DIFERENTES CATEGORÍAS DE INFORMACIÓN PERSONAL LAS CATEGORÍAS QUE RECOGIDOS PODEN INCLUIR: INFORMACIÓN DE CONTACTO Y DE PERFIL, INFORMACIÓN SOBRE PREFERENCIAS E INTERÉS, CONTENIDO GENERADOS POR EL USUARIO IGUA INFORMACIÓN SOBRE UBICACIÓN, INFORMACIÓN PROPORCIONADA POR REDES SOCIALES Y POR TERCEROS ESTA INFORMACIÓN PERSONAL SOBRE TI SE RECIBE DE MUCHAS FORMAS ALGUNAS DE SUS EJEMPLOS INCLUYEN: CUANDO NOS REMITES INFORMACIÓN PERSONAL RECOGIDOS INFORMACIÓN PERSONAL SOBRE TI CUANDO NOS LA PROPORCIONAS ACTIVAMENTE POR EJEMPLO, CUANDO TE REGISTRAS PARA CREAR UNA CUENTA, O PUBLICAS COMENTARIOS, FOTOGRAFÍAS Y VIDEOS, O GRABAS TU VOZ EN EL CONTEXTO DE TU PARTICIPACIÓN EN UNA PROMOCIÓN, O PARTICIPAS EN CHATS CON USUARIOS CUANDO UTILIZAS NUESTROS PORTALES, RECOGIDOS NUESTROS Y SOCIOS TERCEROS EN NUESTRO NOMBRE AUTOMÁTICAMENTE CERTA INFORMACIÓN PERSONAL SOBRE TI CUANDO VISITAS NUESTROS PORTALES, CUANDO ESTÁS OFERENDOS TAMBIÉN RECOGIDOS TUS DATOS PERSONALES CUANDO INTERACTÚAS DE FORMA DIRECTA A LA VISTA A NUESTROS PORTALES POR EJEMPLO CUANDO PARTICIPAS EN EVENTOS DE COCA-COLA O CUANDO TE PONES EN CONTACTO CON NOSOTROS A TRAVÉS DE PORTALES DE NUESTROS SOCIOS, PODEMOS VINCULAR O COMBINAR LA INFORMACIÓN QUE RECOGIDOS SOBRE TI PROCEDENTE DE DIFERENTES FUENTES PARA ATENDERNOS A ASEGURAR UNA EXPERIENCIA DEL USUARIO COHERENTE INDEPENDIENTEMENTE DEL MODO EN QUE INTERACTÚAS CON NOSOTROS: ONLINE, POR MÓVIL, O EN UNA RED SOCIAL USAMOS LA INFORMACIÓN PERSONAL CON DIFERENTES PROPÓSITOS POR EJEMPLO, PARA SATISFACER TUS PETICIONES Y PONENTES EN CONTACTO CONTIGO PARA ENVIARTE PUBLICIDAD PERSONALIZADA Y CONTENIDOS Y MATERIALES PROMOCIONALES PARA ANALIZAR Y MEJORAR NUESTROS PORTALES Y NUESTRO NEGOCIO Y PARA OTROS MOTIVOS QUE SE DESCRIBEN CON MÁS DETALLE EN NUESTRO AVISO DE PRIVACIDAD. PARA SABER MÁS SOBRE LA INFORMACIÓN QUE RECOGIDOS Y COMO LA UTILIZAMOS, CONSULTA NUESTRO AVISO DE PRIVACIDAD COMPLETO, COMO COMPARTIMOS INFORMACIÓN, COMPARTIMOS INFORMACIÓN EN UNA AMPLIA VARIEDAD DE CIRCUNSTANCIAS PARA EL FUNCIONAMIENTO DE NUESTROS PORTALES, PARA RESPONDER A TUS PETICIONES PARA MEJORAR TU EXPERIENCIA, Y PARA DECIDIR DE OTRA MANERA NUESTRO NEGOCIO, POR EJEMPLO, PODEMOS COMPARTIR INFORMACIÓN CON NUESTROS SOCIOS Y COMPAÑÍAS DEL GRUPO COCA-COLA, QUE PUEDEN UTILIZAR TU INFORMACIÓN DE MANERA COHERENTE CON EL PRESENTE AVISO DE PRIVACIDAD, CON TERCEROS PARA SATISFACER TUS PETICIONES, COMO CUANDO DECIDES COMPARTIR TUS ACTIVIDADES CON TUS AMIGOS Y CONTACTOS PARA SABER MÁS SOBRE SITIOS Y OTRAS MANERAS EN QUE PODEMOS COMPARTIR TU INFORMACIÓN PERSONAL POR FAVOR, CONSULTA NUESTRO AVISO DE PRIVACIDAD COMPLETO, QUE DESCRIBES Y QUE OFERENDOS TAMBIÉN CON RESPECTO AL TRATAMIENTO DE TUS DATOS PERSONALES QUE HACEMOS NOSOTROS TENES LOS SIGUIENTES DERECHOS: ACCESO, RECTIFICACIÓN, SUPRESIÓN, OPCIÓN, LIMITACIÓN DEL TRATAMIENTO, NO SE SOMETIDO A UNA DECISIÓN BASADA EXCLUSIVAMENTE EN UN TRATAMIENTO AUTOMATIZADO, INCLUIDA LA ELABORACIÓN DE PERFILES Y PORTABILIDAD, OMBRENAS QUE CONOCAS TUS DERECHOS Y OPCIONES RESPECTO AL MODO EN QUE PODEMOS TRATAR TU INFORMACIÓN PERSONAL, EN FUNCIÓN DE COMO UTILIZAS NUESTROS PORTALES, ESTOS DERECHOS Y OMBRENAS PUEDEN EN DIRECCION INDIVIDUAL, ESCRITA, DE DERECHOS CONCRETOS, EN VIRTUD DE LA LEGISLACION SOBRE PRIVACIDAD APLICABLE, RESPECTO A LA INFORMACIÓN PERSONAL QUE MANTENEMOS, INCLUIDO EL DERECHO DE ACCESO Y DE SUPRESIÓN, Y EL DERECHO A SOSTENER DETERMINADAS ACTIVIDADES DE TRATAMIENTO. PRIVACIDAD BASADA EN INTERÉS, VISITA LA EUROPEAN INTERACTIVE DIGITAL ADVERTISING ALLIANCE LOS RECURSOS ONLINE DE LA NETWORK ADVERTISING INITIATIVE Y/O LOS RECURSOS DE DAA PARA SABER MÁS SOBRE COMO PUEDES NO RECIBIR DETERMINADA PUBLICIDAD BASADA EN INTERÉS, ALGUNAS DE ESTAS OPCIONES DE EXCLUSIÓN PUEDEN NO SER EFECTIVAS A MENOS QUE TU NAVEGACION ESTE CONFIGURADO PARA QUE ACEPTES COOKIES, ADEMÁS, SI UTILIZAS UN DISPOSITIVO INDEPENDIENTE, CAMBIAS DE NAVEGADOR O ELIMINAS COOKIES, PUEDES TENER QUE LLEVAR A CABO LA ACTIVIDAD DE EXCLUSIÓN DE NUEVO, TAMBIÉN PUEDES LIMITAR LA PUBLICIDAD BASADA EN INTERÉS MEDIANTE LOS AJUSTES DE TU DISPOSITIVO MÓVIL, SELECCIONANDO "LIMITAR SEGUIMIENTO DE ANUNCIOS" O/O "DESACTIVAR ANUNCIOS PERSONALIZADOS" (ANUNCIOS). AJUSTES Y PREFERENCIAS DE COOKIES, PUEDES OMBRENAS COOKIES Y OTRAS TECNOLOGÍAS DE SEGUIMIENTO MEDIANTE LOS AJUSTES DE TU NAVEGADOR, AJUSTES Y PREFERENCIAS DE COMERCIO ELECTRONICO, SI YA NO QUIERES RECIBIR NUESTROS COMERCIOS ELECTRONICOS DE MARKETING, PUEDES DARTE DE BAJA DE LA INSCRIPCIÓN EN TODO MOMENTO, TAMBIÉN PUEDES CONFIGURAR LAS OPCIONES DE TU COMERCIO ELECTRONICO PARA EVITAR LA DESCARGA AUTOMÁTICA DE IMÁGENES QUE PUEDAN CONTENER TECNOLOGÍAS DE SEGUIMIENTO, PREGUNTAS SOBRE NUESTRA POLÍTICA DE PRIVACIDAD Y TEN PREGUNTAS SOBRE NUESTRO AVISO DE PRIVACIDAD, POR FAVOR, NO DEBES EN RECORRIDOS A PRIVACY@COCA-COLA.COM, NTS DE ACCESOR, A, O UTILIZAR, NUESTROS, OFERTAS, ASERVIDOS DE HABLA LEÍDO Y COMPRENDO NUESTRAS PRÁCTICAS DE RECOGIDA, ADACENAMIENTO DE DATOS, TRATAMIENTO Y COMBINACION DE TU INFORMACIÓN PERSONAL TAL COMO SE DESCRIBE EN EL PRESENTE AVISO DE PRIVACIDAD, CONSULTA ANEXO 1 - ENCARGADOS DE TRATAMIENTO DE DATOS/CONSULTA ANEXO 2 - TECNOLOGÍAS DE SEGUIMIENTO DE TERCEROS RESERVEN EL PRESENTE AVISO DE PRIVACIDAD SE APLICA A NUESTRA SOCIEDAD CON DOMICILIO SOCIAL EN CHILE DE MENOS DE 100 EMPLEADOS (PERSONAS DE DATOS), "COCA-COLA", "NUESTROS" Y "NUESTRAS", PÁGINAS WEB, NUESTROS "PÁGINAS WEB", PORTALES MÓVILES, APLICACIONES MÓVILES Y OTRAS FUNCIONES MÓVILES INTERACTIVAS COLECTIVAMENTE, NUESTROS "APP" TODO ELLO, COLECTIVAMENTE APPS Y PÁGINAS WEB LOS "PORTALES" VINCULADOS AL PRESENTE AVISO DE PRIVACIDAD. MÁS ADELANTE PODRÁS LEER LA VERSIÓN COMPLETA DEL AVISO DE PRIVACIDAD Y UN RESUMEN POR FAVOR, TEN EN CUENTA QUE EL PRESENTE AVISO DE PRIVACIDAD NO ABOGADA, Y NO SOMOS RESPONSABLES DE LA PRIVACIDAD, INFORMACIÓN U OTRAS PRÁCTICAS DE TERCEROS CUADROTERIA, EXCEPTO LAS DE TODA PARTE QUE OMBRE UN PORTAL HACIA EL QUE ESTOS PORTALES CONTINGAN UN ENLACE LA INCLUSIÓN DE UN ENLACE EN LOS PORTALES NO IMPLICA ASAL DEL PORTAL ENLACADO POR NUESTRA PARTE NI POR LA DE NUESTROS RELACIONES ES EL RESPONSABLE DEL TRATAMIENTO/EL RESPONSABLE DEL TRATAMIENTO DE LOS DATOS EN NUESTRA SOCIEDAD CON DOMICILIO SOCIAL EN CHILE DE MENOS DE 100 EMPLEADOS COMO UTILIZAMOS LA INFORMACIÓN PERSONAL Y COMO SE RECIBE RECOGIDOS DIFERENTES CATEGORÍAS DE INFORMACIÓN PERSONAL LAS CATEGORÍAS QUE RECOGIDOS PODEN INCLUIR: INFORMACIÓN DE CONTACTO Y DE PERFIL, INFORMACIÓN SOBRE PREFERENCIAS E INTERÉS, CONTENIDO GENERADOS POR EL USUARIO IGUA INFORMACIÓN SOBRE UBICACIÓN, INFORMACIÓN PROPORCIONADA POR REDES SOCIALES Y POR TERCEROS ESTA INFORMACIÓN PERSONAL SOBRE TI SE RECIBE DE MUCHAS FORMAS ALGUNAS DE SUS EJEMPLOS INCLUYEN: CUANDO NOS REMITES INFORMACIÓN PERSONAL RECOGIDOS INFORMACIÓN PERSONAL SOBRE TI CUANDO NOS LA PROPORCIONAS ACTIVAMENTE POR EJEMPLO, CUANDO TE REGISTRAS PARA CREAR UNA CUENTA, O PUBLICAS COMENTARIOS, FOTOGRAFÍAS Y VIDEOS, O GRABAS TU VOZ EN EL CONTEXTO DE TU PARTICIPACIÓN EN UNA PROMOCIÓN, O PARTICIPAS EN CHATS CON USUARIOS CUANDO UTILIZAS NUESTROS PORTALES, RECOGIDOS NUESTROS Y SOCIOS TERCEROS EN NUESTRO NOMBRE AUTOMÁTICAMENTE CERTA INFORMACIÓN PERSONAL SOBRE TI CUANDO VISITAS NUESTROS PORTALES, CUANDO ESTÁS OFERENDOS TAMBIÉN RECOGIDOS TUS DATOS PERSONALES CUANDO INTERACTÚAS DE FORMA DIRECTA A LA VISTA A NUESTROS PORTALES POR EJEMPLO CUANDO PARTICIPAS EN EVENTOS DE COCA-COLA O CUANDO TE PONES EN CONTACTO CON NOSOTROS A TRAVÉS DE PORTALES DE NUESTROS SOCIOS, PODEMOS VINCULAR O COMBINAR LA INFORMACIÓN QUE RECOGIDOS SOBRE TI PROCEDENTE DE DIFERENTES FUENTES PARA ATENDERNOS A ASEGURAR UNA EXPERIENCIA DEL USUARIO COHERENTE INDEPENDIENTEMENTE DEL MODO EN QUE INTERACTÚAS CON NOSOTROS: ONLINE, POR MÓVIL, O EN UNA RED SOCIAL USAMOS LA INFORMACIÓN PERSONAL CON DIFERENTES PROPÓSITOS POR EJEMPLO, PARA SATISFACER TUS PETICIONES Y PONENTES EN CONTACTO CONTIGO PARA ENVIARTE PUBLICIDAD PERSONALIZADA Y CONTENIDOS Y MATERIALES PROMOCIONALES PARA ANALIZAR Y MEJORAR NUESTROS PORTALES Y NUESTRO NEGOCIO Y PARA OTROS MOTIVOS QUE SE DESCRIBEN CON MÁS DETALLE EN NUESTRO AVISO DE PRIVACIDAD. PARA SABER MÁS SOBRE LA INFORMACIÓN QUE RECOGIDOS Y COMO LA UTILIZAMOS, CONSULTA NUESTRO AVISO DE PRIVACIDAD COMPLETO, COMO COMPARTIMOS INFORMACIÓN, COMPARTIMOS INFORMACIÓN EN UNA AMPLIA VARIEDAD DE CIRCUNSTANCIAS PARA EL FUNCIONAMIENTO DE NUESTROS PORTALES, PARA RESPONDER A TUS PETICIONES PARA MEJORAR TU EXPERIENCIA, Y PARA DECIDIR DE OTRA MANERA NUESTRO NEGOCIO, POR EJEMPLO, PODEMOS COMPARTIR INFORMACIÓN CON NUESTROS SOCIOS Y COMPAÑÍAS DEL GRUPO COCA-COLA, QUE PUEDEN UTILIZAR TU INFORMACIÓN DE MANERA COHERENTE CON EL PRESENTE AVISO DE PRIVACIDAD, CON TERCEROS PARA SATISFACER TUS PETICIONES, COMO CUANDO DECIDES COMPARTIR TUS ACTIVIDADES CON TUS AMIGOS Y CONTACTOS PARA SABER MÁS SOBRE SITIOS Y OTRAS MANERAS EN QUE PODEMOS COMPARTIR TU INFORMACIÓN PERSONAL POR FAVOR, CONSULTA NUESTRO AVISO DE PRIVACIDAD COMPLETO, QUE DESCRIBES Y QUE OFERENDOS TAMBIÉN CON RESPECTO AL TRATAMIENTO DE TUS DATOS PERSONALES QUE HACEMOS NOSOTROS TENES LOS SIGUIENTES DERECHOS: ACCESO, RECTIFICACIÓN, SUPRESIÓN, OPCIÓN, LIMITACIÓN DEL TRATAMIENTO, NO SE SOMETIDO A UNA DECISIÓN BASADA EXCLUSIVAMENTE EN UN TRATAMIENTO AUTOMATIZADO, INCLUIDA LA ELABORACIÓN DE PERFILES Y PORTABILIDAD, OMBRENAS QUE CONOCAS TUS DERECHOS Y OPCIONES RESPECTO AL MODO EN QUE PODEMOS TRATAR TU INFORMACIÓN PERSONAL, EN FUNCIÓN DE COMO UTILIZAS NUESTROS PORTALES, ESTOS DERECHOS Y OMBRENAS PUEDEN EN DIRECCION INDIVIDUAL, ESCRITA, DE DERECHOS CONCRETOS, EN VIRTUD DE LA LEGISLACION SOBRE PRIVACIDAD APLICABLE, RESPECTO A LA INFORMACIÓN PERSONAL QUE MANTENEMOS, INCLUIDO EL DERECHO DE ACCESO Y DE SUPRESIÓN, Y EL DERECHO A SOSTENER DETERMINADAS ACTIVIDADES DE TRATAMIENTO. PRIVACIDAD BASADA EN INTERÉS, VISITA LA EUROPEAN INTERACTIVE DIGITAL ADVERTISING ALLIANCE LOS RECURSOS ONLINE DE LA NETWORK ADVERTISING INITIATIVE Y/O LOS RECURSOS DE DAA PARA SABER MÁS SOBRE COMO PUEDES NO RECIBIR DETERMINADA PUBLICIDAD BASADA EN INTERÉS, ALGUNAS DE ESTAS OPCIONES DE EXCLUSIÓN PUEDEN NO SER EFECTIVAS A MENOS QUE TU NAVEGACION ESTE CONFIGURADO PARA QUE ACEPTES COOKIES, ADEMÁS, SI UTILIZAS UN DISPOSITIVO INDEPENDIENTE, CAMBIAS DE NAVEGADOR O ELIMINAS COOKIES, PUEDES TENER QUE LLEVAR A CABO LA ACTIVIDAD DE EXCLUSIÓN DE NUEVO, TAMBIÉN PUEDES LIMITAR LA PUBLICIDAD BASADA EN INTERÉS MEDIANTE LOS AJUSTES DE TU DISPOSITIVO MÓVIL, SELECCIONANDO "LIMITAR SEGUIMIENTO DE ANUNCIOS" O/O "DESACTIVAR ANUNCIOS PERSONALIZADOS" (ANUNCIOS). AJUSTES Y PREFERENCIAS DE COOKIES, PUEDES OMBRENAS COOKIES Y OTRAS TECNOLOGÍAS DE SEGUIMIENTO MEDIANTE LOS AJUSTES DE TU NAVEGADOR, AJUSTES Y PREFERENCIAS DE COMERCIO ELECTRONICO, SI YA NO QUIERES RECIBIR NUESTROS COMERCIOS ELECTRONICOS DE MARKETING, PUEDES DARTE DE BAJA DE LA INSCRIPCIÓN EN TODO MOMENTO, TAMBIÉN PUEDES CONFIGURAR LAS OPCIONES DE TU COMERCIO ELECTRONICO PARA EVITAR LA DESCARGA AUTOMÁTICA DE IMÁGENES QUE PUEDAN CONTENER TECNOLOGÍAS DE SEGUIMIENTO, PREGUNTAS SOBRE NUESTRA POLÍTICA DE PRIVACIDAD Y TEN PREGUNTAS SOBRE NUESTRO AVISO DE PRIVACIDAD, POR FAVOR, NO DEBES EN RECORRIDOS A PRIVACY@COCA-COLA.COM, NTS DE ACCESOR, A, O UTILIZAR, NUESTROS, OFERTAS, ASERVIDOS DE HABLA LEÍDO Y COMPRENDO NUESTRAS PRÁCTICAS DE RECOGIDA, ADACENAMIENTO DE DATOS, TRATAMIENTO Y COMBINACION DE TU INFORMACIÓN PERSONAL TAL COMO SE DESCRIBE EN EL PRESENTE AVISO DE PRIVACIDAD, CONSULTA ANEXO 1 - ENCARGADOS DE TRATAMIENTO DE DATOS/CONSULTA ANEXO 2 - TECNOLOGÍAS DE SEGUIMIENTO DE TERCEROS RESERVEN

PARA SABER MÁS SOBRE TUS DERECHOS Y OPCIONES, POR FAVOR, CONSULTA NUESTRO AVISO DE PRIVACIDAD COMPLETO.





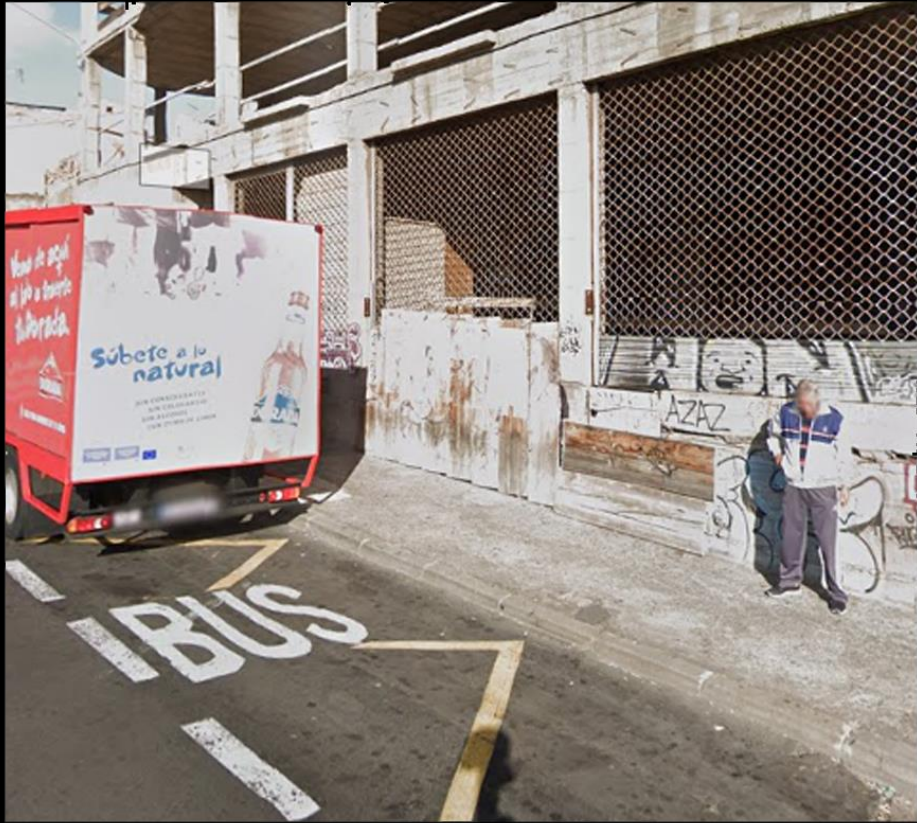












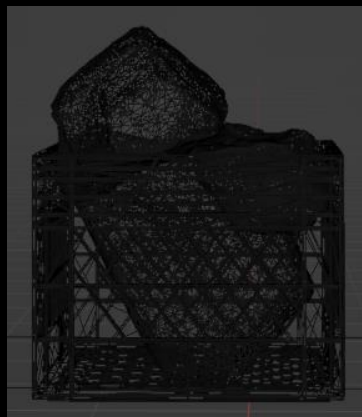








HORNACINA Y FETICHE



Universidad
de La Laguna