



**HEY  
LITTLE  
POSTMODERNISM**

# TRABAJO FIN DE GRADO

CONVOCATORÍA JUNIO 2018



UNIVERSIDAD DE LA LAGUNA  
FACULTAD DE BELLAS ARTES

TUTORES ACADÉMICOS: MANUEL ALBERTO CRUZ GONZÁLEZ  
MARÍA DEL MAR CABALLERO ARENCIBIA

ALUMNA:

LENA FINKELDEY

lenafinkeldey@gmail.com

# AGRADECIMIENTOS

Primero quiero agradecer tanto a mis tutores Manuel Cruz González y María del Mar Caballero Arencibia como a Ramón Jesús Salas Lamamie de Clairac, Juan Francisco Acosta Torres y María Laura Benavente Sovieri por su acompañamiento y consejos que recibí durante la elaboración del trabajo.

Además, quiero también dar las gracias a Laura Flores, puesto que su trabajo relacionado con los souvenirs me ayudó en la búsqueda de referentes y me inspiró.

Y por último agradecer a mi familia, a Javi, a mis amigos y todos los que me apoyaron y aconsejaron durante todo el proceso.

*En aquel preciso momento el hombre se dijo:*

*Qué no daría yo por la dicha  
de estar a tu lado en Islandia  
bajo el gran día inmóvil  
y de compartir el ahora  
como se comparte la música  
o el sabor de la fruta.*

*En aquel preciso momento  
el hombre estaba junto a ella en Islandia.*

*(Jorge Luis Borges)<sup>1</sup>*

---

<sup>1</sup> Jorge Luis Borges, *La Cifra*, (Madrid: Alianza Editorial S. A., 1981), 61

# ABSTRACT

El siguiente trabajo se entiende como análisis de la instantaneidad, del mundo contemporáneo, utilizando el arte como reflejo de él. La cultura visual postmoderna, contemporánea entendida como nuevo lenguaje comunicativo se aplica a través de los medios como la fotografía y la tecnología, encontrando aquí, el mundo postmoderno, su fuente de alimentación inagotable.

El trabajo culmina en la tematización del souvenir, entendido como la representación por excelencia de la posmodernidad, concentrando todas las problemáticas contemporáneas en su existencia tanto lingüísticamente/metafóricamente como material/físicamente.

Palabras claves: posmodernismo, souvenir, arte, cultura visual, capitalismo artístico

The following work is understood as an analysis of instantaneity, the contemporary world, using art as a reflection of it. The postmodern and contemporary visual culture understood as a new communicative language is based on resources like photography and technology. The postmodern world finds in these resources its inexhaustible source.

The work culminates with the focus on souvenirs. These are understood as the ultimate representation of postmodernity, containing all contemporary problems in its linguistic/metaphorical and material/physical existence.

Keywords: Postmodernism, souvenir, art, visual culture, artistic capitalism

1	LA POSTMODERNIDAD
25	EL ARTE EN LA POSMODERNIDAD
27	EL ARTISTA POSTMODERNO
29	EL CAPITALISMO ARTÍSTICO
45	EL SOUVENIR
55	CONCLUSIÓN
57	BIBLIOGRAFÍA
59	ANEXO PICTÓRICO

# LA POSTMODERNIDAD

La posmodernidad está construida por características que marcan el día a día. Las características acuden a nuestro aquí y ahora y afectan en su esencia a la manera en la que percibimos el mundo.

La gran característica que abarca todas las demás parece ser el sentimiento de pérdida e indiferencia. Este sentimiento en general se transmite por la crisis de la identidad y la pérdida de memoria histórica que termina, como consecuencia, en la nostalgia y la utilización del archivo como forma de recuperación de lo perdido.

Baudrillard menciona que el mundo hoy en día se ha convertido en una forma estética de sí mismo, como consecuencia del simulacro<sup>1</sup>.

Esta estetización se ha transformado en una estetización de lo cotidiano. Brea describe este mundo como un “mundo fantasmagórico”<sup>2</sup> cuya culminación es

“la apropiación capitalista del mundo al transfigurarse todo lo existente en la forma fetichizada de las mercancías.”<sup>3</sup>. Se mercantiliza y se banaliza al mismo tiempo lo cotidiano y se convierte la imagen estetizada en mercancía que se introduce en el flujo capitalista. La cultura visual se ha convertido tanto en lenguaje generalizado<sup>4</sup> como en mercancía. Esta introducción de la estetización de la imagen se puede observar en las redes sociales, las plataformas de representación estética por excelencia o plataformas del simulacro. La creación de espacios y situaciones artificiales se ha desarrollado como el verdadero creador de sentido vital. Es decir que la memoria pictórica que se crea dentro de las redes sociales quieren ser la representación fiel de uno mismo a través de la cual se intenta recuperar lo que el individuo echa en falta: el pasado.

<sup>1</sup> Jean Baudrillard, *El complot del arte*, (Buenos Aires: Amorrortu, 2006), 45-46

<sup>2</sup> José Luis Brea, *Las tres eras de la imagen*, (Madrid: Ediciones Akal, 2010), 71

<sup>3</sup> Ídem

<sup>4</sup> Joan Fontcuberta, *La furia de las imágenes*, (Barcelona: Galaxia Gutenberg, S.L., 2016), 37





Sin título  
Fotografía digital, 2016

Fontcuberta identifica la sociedad de ahora como una sociedad "marcada por la flexibilidad y porosidad de una nueva relación con el espacio tiempo."<sup>5</sup>. Esta nueva relación con el espacio tiempo se llama *instantaneidad*.

La instantaneidad tiene como efecto que la presencia en el aquí y ahora transmite una imposibilidad de poder cambiarla (la historia) o controlarla<sup>6</sup>. Esta pérdida de conciencia histórica no solo remite al pasado sino también al futuro. El pasado está concebido como algo fugaz y el futuro como algo inimaginable<sup>7</sup>, lo cual nos encadena en el presente instantáneo "en cambio constante"<sup>8</sup>. La instantaneidad con su forma cambiante, el pasado fugaz, y el futuro inimaginable requiere la levedad y lo efímero como condición esencial para la autointegración en el *flujo contemporáneo*.

---

5 Joan Fontcuberta, *La furia de las imágenes*, (Barcelona: Galaxia Gutenberg, S.L., 2016), 21

6 Ídem

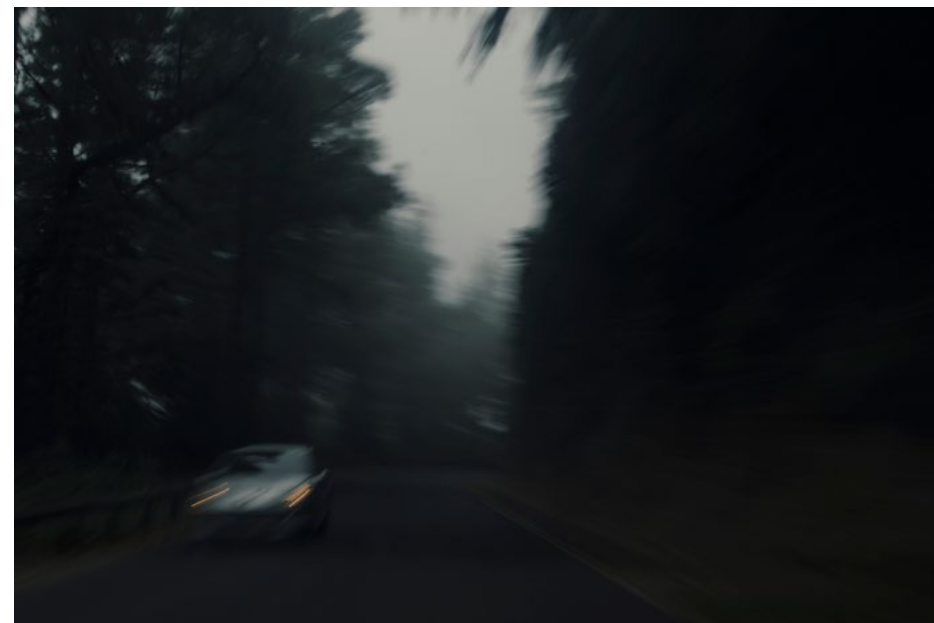
7 Ídem

8 Ídem

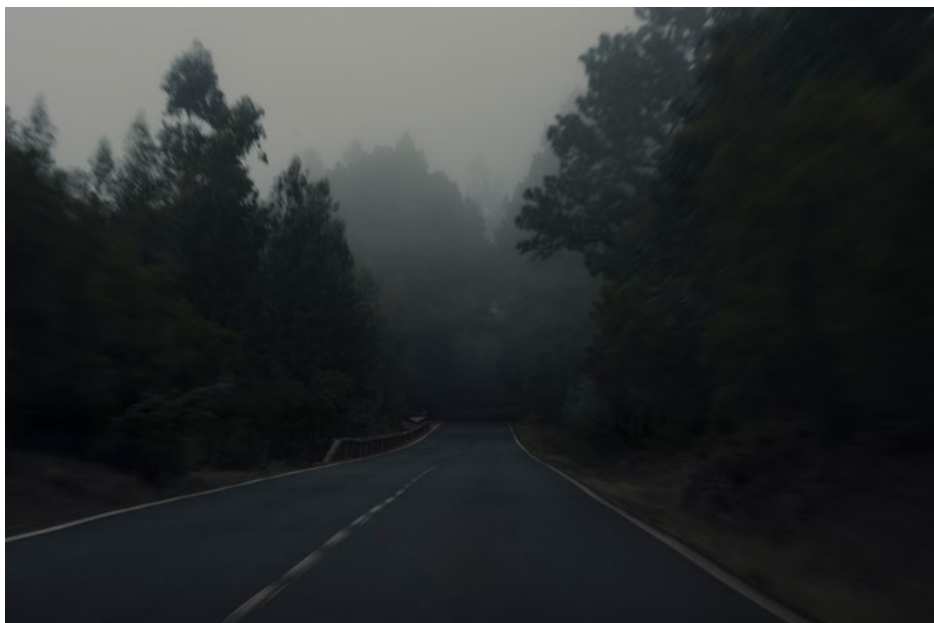




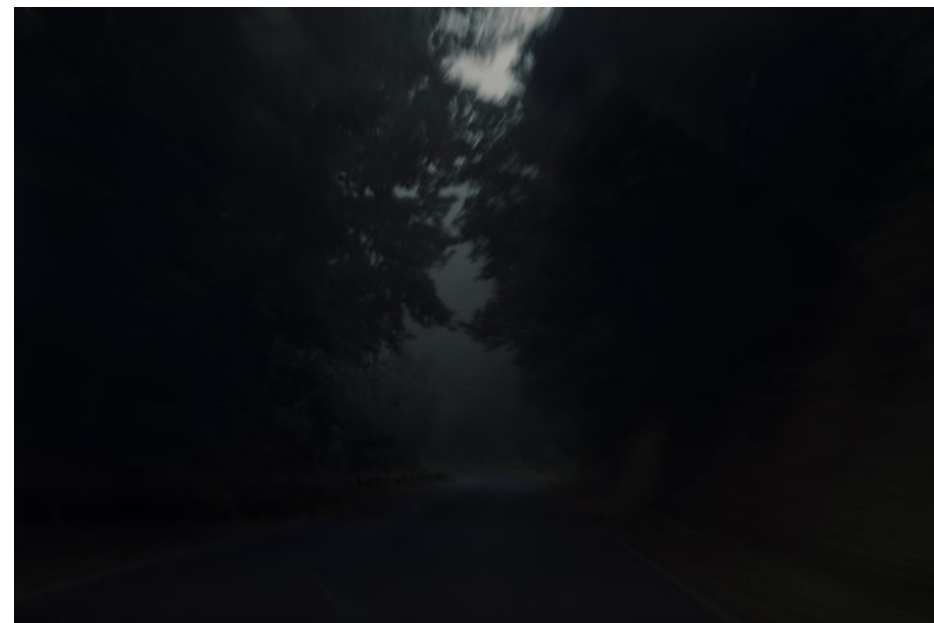
**Serie sin título I**  
Fotografía digital  
2017



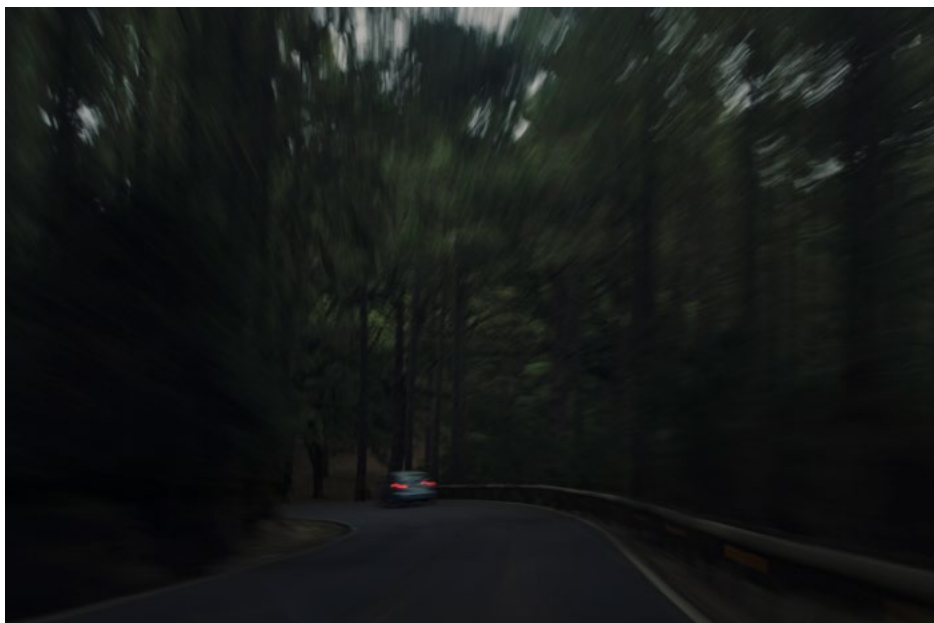
**Serie sin título II**  
Fotografía digital  
2017



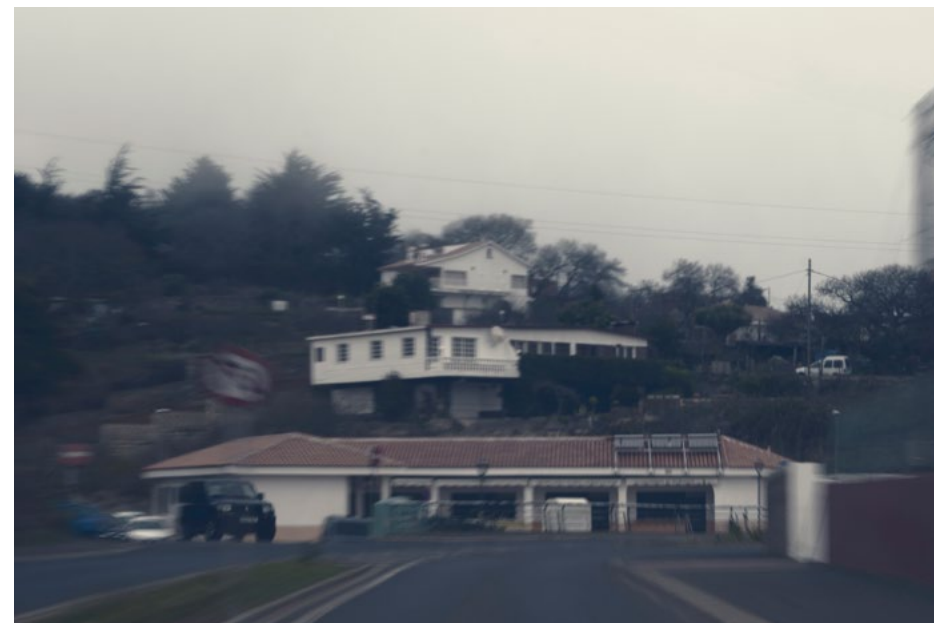
**Serie sin título III**  
Fotografía digital  
2017



**Serie sin título IV**  
Fotografía digital  
2017

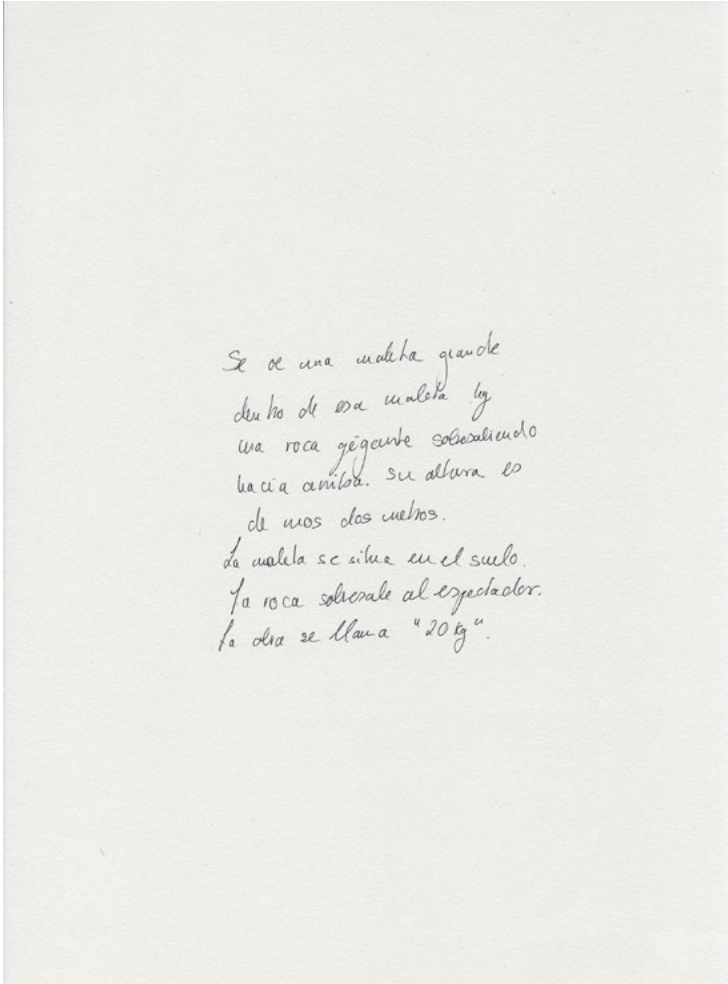


**Serie sin título V**  
Fotografía digital  
2017



**Serie sin título VI**  
Fotografía digital  
2017

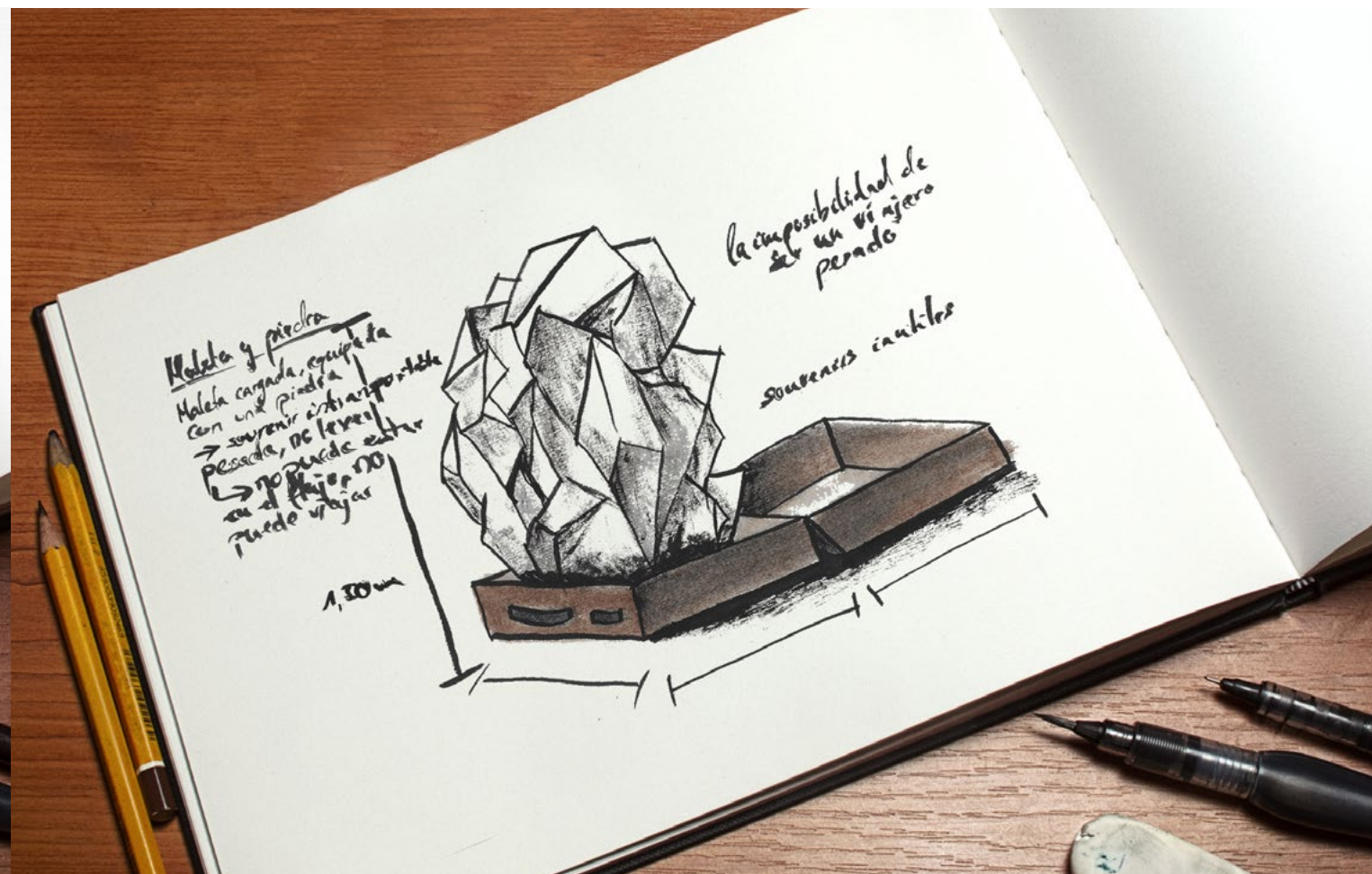
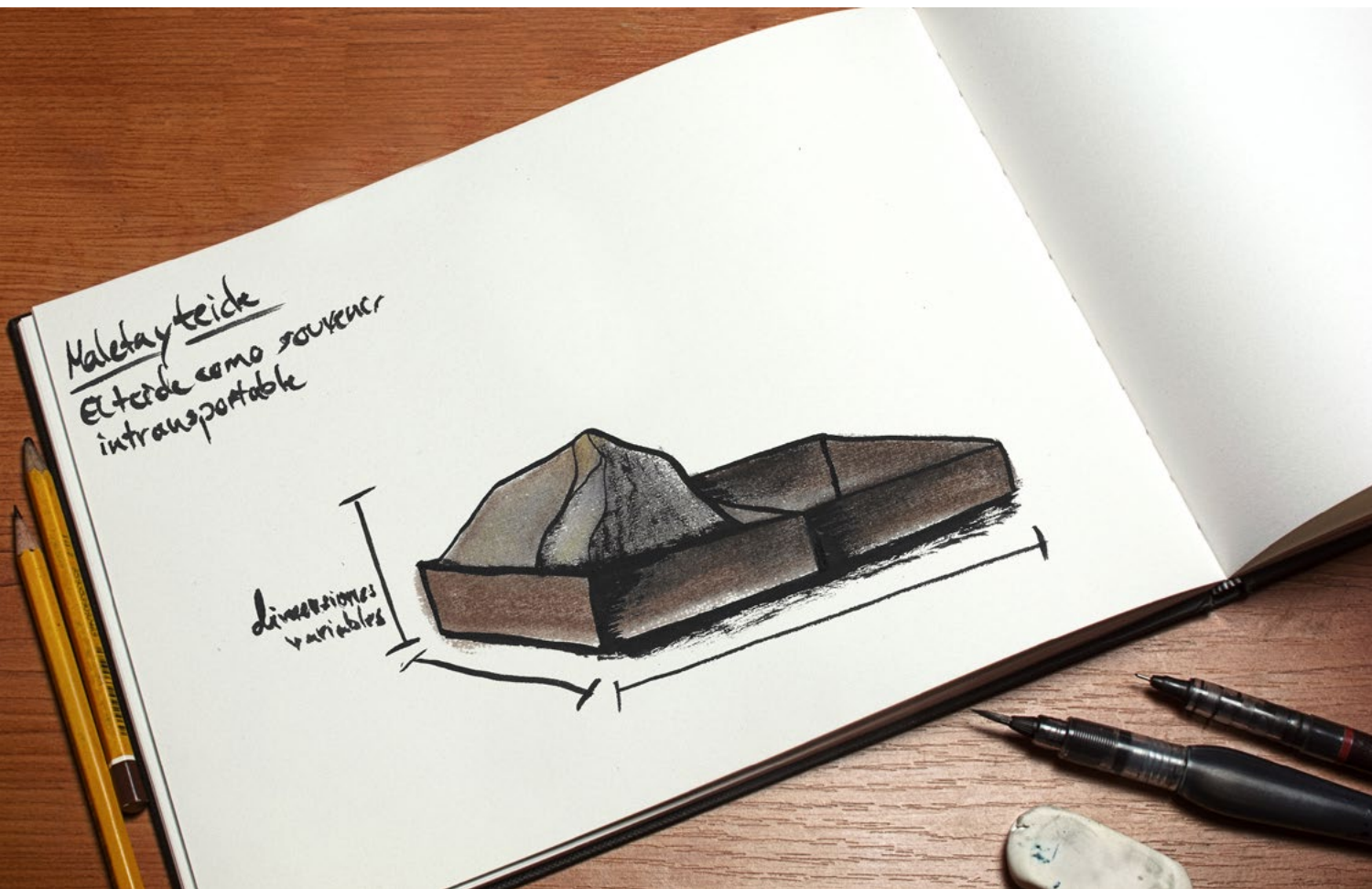
*Fui a un lugar lejano que me llamó. Me acomodé en una casa sin decoración y sin muebles, pero no quería comprarme nada porque sabía que un día iba a volver. Un día tendría que coger todas mis pertenencias y guardarlas en una única maleta para poder llevarlas conmigo. No puedo permitirme más de 20 kg. No puedo pesar más.*



*Se ve una maleta grande  
dentro de esa maleta hay  
una roca gigante sobresaliendo  
hacia arriba. su altura es  
de unos dos metros.  
La maleta se sitúa en el suelo.  
La roca sobresale al espectador.  
La otra se llama "20 kg".*

**Sin título**  
rotulador sobre papel,  
2018







Hey Little Luz  
Marca creada para el  
proyecto de souvenirs,  
2017

La levedad y lo efímero se consigue a través de la renuncia de *lo material*. Lo material y físico requiere un peso para la reclamación del espacio y la existencia sustancial dentro de la realidad, lo cual le convierte en un obstáculo para el alcance y la integración en *el flujo* que hay que evitar.

Si no tienes peso, eres leve y si eres leve, como consecuencia, despegas del suelo como un globo lleno de helio. Una vez en el aire no sabes si ir hacia atrás (el pasado) o hacia delante (el futuro) y te encuentras en un limbo.

El estado cada vez más inmaterial incrementa la sensación de pérdida y desvela otra problemática de la posmodernidad: la *crisis de la identidad*.

A través de la globalización ha surgido el concepto del “ciudadano del mundo”<sup>1</sup>. Una

<sup>1</sup> Manuel Castells, “Globalización e identidad”, *Cuadernos del mediterráneo* 5 (2005): 11

nueva idea de ciudadano con nuevas características identitarias. Ya no construimos identidad a través del Estado sino a través de relatos creados por el individuo mismo<sup>2</sup>. Esta individualización de la autopercepción conduce a un nuevo individualismo, a lo que Lipovetsky llama “la segunda revolución individualista”<sup>3</sup>. Esta revolución individualista se caracteriza, según Lipovetsky, por el deseo de la autorrealización, la autoexpresión, el hedonismo instantáneo y la estetización de lo cotidiano, como analiza Fontcuberta<sup>4</sup>, de la cual hablábamos anteriormente en referencia a Baudrillard y Brea. Este término de la autorrealización,

<sup>2</sup> Íbidem, 12

<sup>3</sup> Gilles Lipovetsky, *La era del vacío: Ensayos sobre el individualismo contemporáneo*, (Barcelona: Anagrama, S.A., 2000), 5

<sup>4</sup> Joan Fontcuberta, *La furia de las imágenes*, (Barcelona: Galaxia Gutenberg, S.L., 2016), 22

no es un término establecido con un fundamento teórico, sino un simple mito dentro de nuestra sociedad. En su libro “Sapiens” Harari nos habla de los diferentes mitos de la humanidad que la sustentan por una creencia en común como el mito del capitalismo de la experiencia y la autorrealización<sup>5</sup>. Un mito que simplemente utilizamos para la construcción de una identidad social amplia a través de una creencia común<sup>6</sup>. La máxima representación de este mito es la marca personal, el self-branding, una identidad corporativa que introduce la identidad personal creada dentro del sistema capitalista.

<sup>5</sup> Yuval Noah Harari, *Sapiens: De animales a dioses. Una breve historia de la humanidad*, (Barcelona: Penguin Random House Grupo Editorial, S. A. U., 2017), 132-135

<sup>6</sup> Íbidem, 43

La creación de una marca, una identidad mercantil, revela esta inmaterialización que se había mencionado anteriormente. La identidad, como dice Castell, es entonces nada más y nada menos que un invento<sup>7</sup>. Un invento que nosotros entendemos como constructo a través de material histórico y experimental<sup>8</sup>. Anteriormente se explicaba que en la posmodernidad no existe un posicionamiento histórico activo y directo, lo que desvela toda la problemática de la construcción identitaria de nuestra época.

<sup>7</sup> Manuel Castells, “Globalización e identidad”, *Cuadernos del mediterráneo* 5 (2005): 16

<sup>8</sup> Ídem

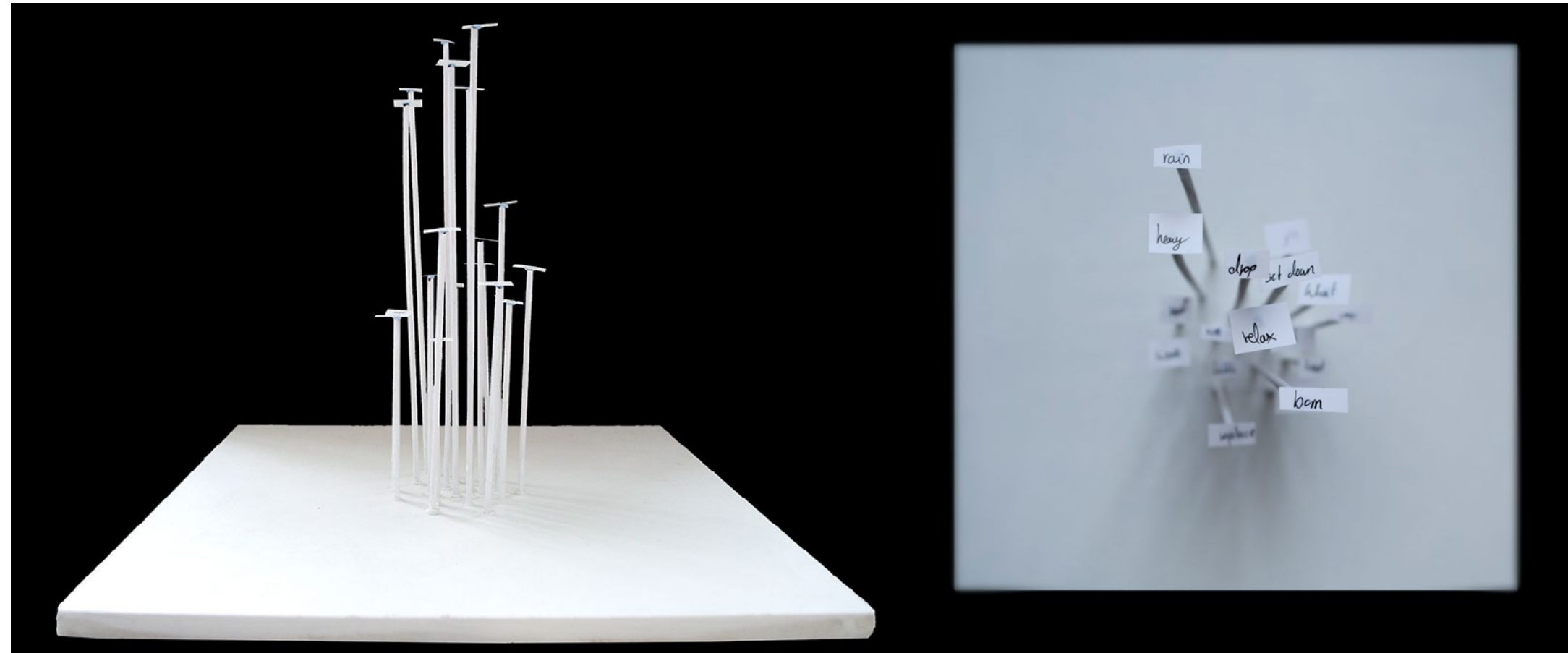
“Tanto nuestra noción de lo real como la escena de nuestra identidad individual dependen de la memoria.

*No somos sino memoria*<sup>4</sup>

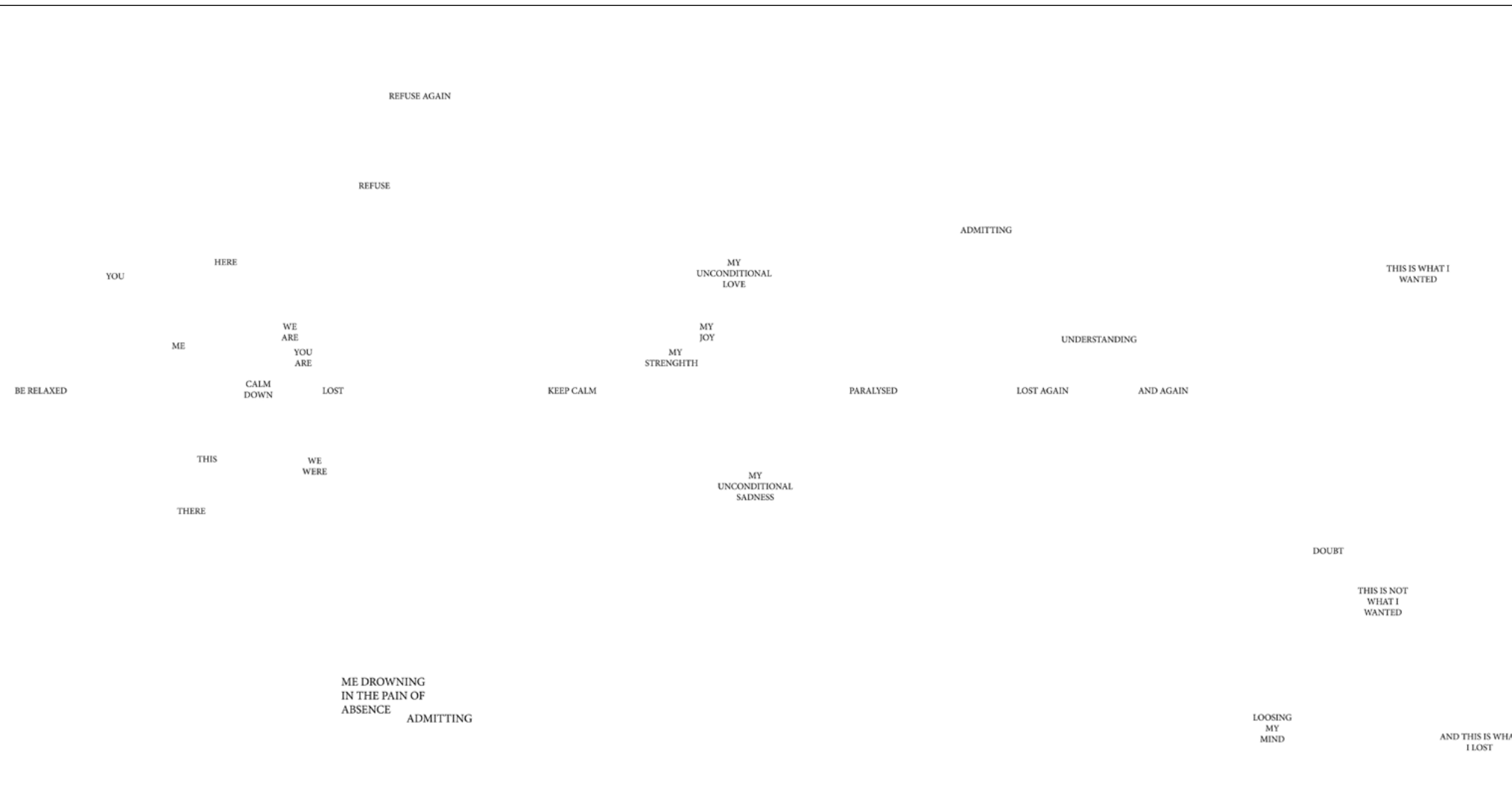
Rodeado por la inmensa cantidad de información y cultura visual, o como lo llama Baudrillard “la orgía de imágenes”<sup>2</sup>, el mundo se presenta caótico, sin orden. Este caos de información dispersa la memoria y al mismo tiempo los fragmentos identitarios que se podrían encontrar en ella. La búsqueda y la unificación de la memoria se convierte en una búsqueda de sentido e identidad. El archivo se presenta como una promesa de establecer un orden en este caos a través de la acumulación y la clasificación.

<sup>1</sup> Joan Fontcuberta, *El beso de Judas. Fotografía y verdad* (Barcelona: Editorial Gustavo Gili, S.A., 1997), 56

<sup>2</sup> Jean Baudrillard, *El complot del arte*, (Buenos Aires: Amorrortu, 2006), 27



**Sin título**  
escultura, madera y papel  
2016



Mapa  
Collage Digital  
2017

Al final son nuestras experiencias, las que definen la identidad individual. Pero teniendo en cuenta las argumentaciones de Hartmut Rosa se abre otra problemática adicional: *la problemática de las vivencias y experiencias*.

Rosa distingue entre *vivencias*, a las cuales describe como episodios experimentales y las *experiencias*, las que describe como huellas que son ligadas a nuestra identidad e historia y las cuales tienen el poder de modificarnos como individuos<sup>1</sup>. Rosa deduce que cada vez nos aproximamos más a una “época rica en *Erlebnisse* (vivencias) pero pobre en *Erfahrungen* (experiencias)”<sup>2</sup>. El capitalismo de la experiencia, aplicando las teorías de Rosa, nos facilita vivencias, episodios efímeros y fugaces, o simplemente indiferentes para nuestro constructo identitario.

El resultado de este proceso, según Rosa, es la búsqueda de una memoria externa que nos permita recordar las abundantes vivencias, puesto que las experiencias nunca se olvidan. Rosa concluye que esta memoria externa se encuentra en los souvenirs.<sup>3</sup>

<sup>1</sup> Hartmut Rosa, *Alienación y aceleración. Hacia una teoría crítica de la temporalidad en la modernidad tardía*, (Madrid: Katz Editores, 2016), 168

<sup>2</sup> Ídem

<sup>3</sup> Íbidem, 168-169





Nido y Cuerpo  
Fotografía,  
2016



Nido y Cuerpo  
Escultura de alambre  
2016



Nido y Cuerpo  
Fotografía,  
2016

# EL ARTE EN LA POSMODERNIDAD

El arte entendido como espejo del mundo refleja las problemáticas y cuestiones contemporáneas. Como cambia el entorno, cambia el arte y desvela las distintas problemáticas. En los últimos años la forma de representación ha cambiado. Las posibilidades y la complejidad de la representación no se puede reflejar mejor que en la obra *One and Three Chairs* de Kosuth (Fig.a). La obra muestra tres maneras distintas de poder representar una silla (una fotografía, un texto escrito y la silla física). Soliman López, artista español, lo lleva a un cuarto nivel de representación postmoderna. Trabajando con la nueva tecnología, convierte la obra de Kosuth en datos informáticos, los guarda en un microchip y lo traga (Fig. b). Él convierte la representación física, fotográfica, escrita en datos. Estos datos rodean y construyen el mundo en el postmodernismo, una fuente principal tanto de la sociedad como del arte. Además, López, moviéndose entre los datos y los archivos digitales, muestra con

su obra “Making disappear the Kosuth’s chair” la problemática de la inmaterialidad de las informaciones digitales y cómo esta cuestión nos lleva a una discusión sobre los límites del arte dentro de la época digital<sup>1</sup>.

*“Ahora no creemos en el arte, sino solo en la idea de él.”<sup>2</sup>*

El arte así, se muestra meramente conceptual, como podemos observar en las obras de Kosuth y López.

Baudrillard critica que el arte postmoderno ha perdido su deseo de ilusión, aumentando las dimensiones dentro de las obras. En vez de quitarles una dimensión, lo cual favorece la magia y la imaginación

<sup>1</sup> <http://www.plataformadeartecontemporaneo.com/pac/soliman-lopez-traspasando-nuestras-fronteras-digitales/>

<sup>2</sup> Jean Baudrillard, *El complot del arte*, (Buenos Aires: Amorrortu, 2006), 40



Fig a. Kosuth ; “One and Three Chairs”

del espectador, el arte intenta acercarse cada vez más a la realidad añadiendo más y más dimensiones a la obra hasta superarla y convertirse en algo hiperreal que ha perdido toda su gracia. Esto lo describe Baudrillard como la elevación de todas las cosas a la banalidad estética convirtiendo todo en transtético.<sup>3</sup>

El arte de ahora es el reciclaje y lo banal. Los artistas ya no crean algo único y nuevo, sino que cogen cosas ya producidas y las reciclan. Según Baudrillard, “el arte contemporáneo se apropia de la banalidad, los deshechos, la mediocridad como valor e ideología”<sup>4</sup> y concluye que dentro de este mundo “consagrado a la indiferen-

<sup>3</sup> Íbidem, 50

<sup>4</sup> Íbidem, 59



Fig b. Solimán López; “Making disappear the Kosuth’s chair”; 2016

cia, el arte no puede más que acrecentarla.”<sup>5</sup>. Recordando nuevamente la hipótesis de Rosa, que dice que nos acercamos cada vez más a una época rica en vivencias pero pobre en experiencias y que esto nos hace cada vez más indiferentes<sup>6</sup>, no parece sorprendente que el arte como espejo del mundo se haya convertido en lo que refleja, elevando todo a su máximo exponente, sirviéndose del método del archivo para generar credibilidad.

<sup>5</sup> Íbidem, 19

<sup>6</sup> Hartmut Rosa, *Alienación y aceleración. Hacia una teoría crítica de la temporalidad en la modernidad tardía*, (Madrid: Katz Editores, 2016), 170

# EL ARTISTA POSMODERNO

La figura del artista genio está superada<sup>1</sup>.

Ni genio, ni chamán, ni mago, ni sufrimiento, ni locura.

La figura del artista, ya no es figura. El artista se ha fundido con la persona cotidiana, el ciudadano, el vecino al lado de casa. El arte y la figura del artista se ha democratizado.

Hoy en día, como afirma Lipovetsky y Serroy, todos somos artistas<sup>2</sup>.

*“[...] los jardineros se convierten en paisajistas, los peluqueros en estilistas, los floristas en artistas florales, los cocineros en artistas culinarios, [...]”<sup>3</sup>*

Todos aspiran a una vida estética, donde ellos mismos aparecen como creativos que a través del arte pueden crear su entorno. Ser artista ya no es una ocupación marginal, sino integrada dentro del sistema económico, una profesión que da beneficios<sup>4</sup>.

Una profesión que al mismo tiempo, sufre bajo la no claramente diferenciación entre dicha profesionalidad y el mero placer de ejecutar de una afición<sup>5</sup>. El arte es visto por los no profesionales como una ocupación al margen de la profesión habitual de cada uno. En la sociedad se ha convertido en una “ocupación simple de la vida”<sup>6</sup>. Está mirada hacia el arte reduce al mismo tiempo la reputación de la misma profesión.

<sup>1</sup> Joan Fontcuberta, *La furia de las imágenes. Notas sobre la postfotografía*, (Barcelona: Galaxia Gutenberg, S.L., 2016), 127

<sup>2</sup> Gilles Lipovetsky y Jean Serroy, *La estetización del mundo. Vivir en la época del capitalismo artístico*, (Barcelona: Anagrama S. A., 2015), 93

<sup>3</sup> Íbidem, 22

<sup>4</sup> Íbidem, 95-96

<sup>5</sup> Íbidem, 92

<sup>6</sup> Íbidem, 26

*“[...] el artista se funde con el curador, con el coleccionista, con el docente, con el historiador, con el teórico... Todas estas facetas son camaleónicamente autorales.”<sup>1</sup>*

*“Compartir es mejor que poseer”<sup>2</sup>*

<sup>1</sup> Joan Fontcuberta, *La furia de las imágenes. Notas sobre la postfotografía*, (Barcelona: Galaxia Gutenberg, S.L., 2016), 39

<sup>2</sup> Ídem

# EL CAPITALISMO ARTÍSTICO

El término “capitalismo artístico” hace referencia a la teoría contemporánea de Gilles Lipovetsky junto a Jean Serroy que presentan en su libro *“La estetización del mundo. Vivir en la época del capitalismo artístico”* publicado en el 2015.

Lipovetsky y Serroy diferencian cuatro edades de estetización del mundo dentro de nuestros tiempos:

1. La estetización ritual
2. La estetización aristocrática
3. La estetización moderna del mundo
4. La era transestética

---

1 Gilles Lipovetsky y Jean Serroy, *La estetización del mundo. Vivir en la época del capitalismo artístico*, (Barcelona: Anagrama S. A., 2015), 11-25

*“Después del arte para los dioses, el arte para los príncipes y el arte por el arte, lo que triunfa ahora es el arte para el mercado.” (Íbidem, 21)*

El capitalismo artístico en la era transestética tiene tres fases:

1. Capitalismo artístico restringido, caracterizado por los almacenes, el diseño industrial y que se data hasta la Segunda Guerra Mundial.
2. Capitalismo artístico extenso, localizado entre los años cincuenta y los ochenta.
3. El capitalismo artístico transestético que caracteriza el capitalismo hasta la actualidad y es definido por la disolución entre el término arte y economía y la mezcla de estilos y las hibridaciones resultantes.

---

2 Íbidem, 112

El capitalismo se ha apropiado del arte, lo instrumentaliza para poder usarlo como legitimación para los comercios<sup>3</sup>. El *hedonismo*, la *creación*, la *autorrealización*, la *expresividad* y la *búsqueda* de la *autenticidad*, valores proclamados por los artistas del siglo XIX, son los valores que prevalecen ahora en el capitalismo del consumo <sup>4</sup>.

---

3 Íbidem, 22

4 Íbidem, 24



*“A la estética de la aceleración  
hay que oponer una estética de  
la lentitud que sea preámbulo  
de los goces del mundo [...]”*

*(Gilles Lipovetsky y Jean Serroy, La estetización del mundo. Vivir en la época del capitalismo artístico, (Barcelona: Anagrama S. A., 2015), 28)*

La gente busca estos valores como pequeña oposición al consumismo, lo cual no posibilita las actividades creativas<sup>5</sup>. Todos estos valores (el hedonismo, la autenticidad) tienen como consecuencia lo que se ha destacado ya como síntoma del posmodernismo en un capítulo anterior: la pérdida de identidad. El arte aparece como una promesa a través de la cual se puede llegar a establecer la identidad “..., en una época en que la religión y la política no [la] ofrecen ya, como antaño,[...]”<sup>6</sup>.

---

<sup>5</sup> Gilles Lipovetsky y Jean Serroy, *La estetización del mundo. Vivir en la época del capitalismo artístico*, (Barcelona: Anagrama S. A., 2015), 92

<sup>6</sup> Íbidem, 92-93

*“No ya vivir y sacrificarse por principios y por bienes ajenos a uno, sino inventarse uno mismo, dotarse de reglas propias en pro de una vida bella, intensa, rica en sensaciones y espectáculos.” (Íbidem, 25)*

Siendo integrado en la vida cotidiana sin este poder de representar lo absoluto desde una posición marginal, el arte ya no es “el contrapeso a la alienación o a la inautenticidad de la vida cotidiana.”<sup>1</sup>.

El arte ha dejado de ser lo suficientemente abrumador para que haga efecto. En el capitalismo artístico el arte se convierte en algo superfluo y superficial a falta de contexto histórico por parte del espectador<sup>2</sup>, que al fin y al cabo somos nosotros en cada instante.

---

<sup>1</sup> Íbidem, 93-94

<sup>2</sup> Íbidem, 94-95



*“Nuestra época pide una salida transversal y no es otra que aplicar el imperativo de calidad a las artes de masas, a la vida cotidiana, y no sólo a la <<gran>> cultura.”*

(Gilles Lipovetsky y Jean Serroy, *La estetización del mundo. Vivir en la época del capitalismo artístico*, (Barcelona: Anagrama S. A., 2015), 354)





**Bolso**  
Montaje digital,  
2017



**Carta**  
Montaje digital,  
2017



**Orgía de la nada**  
Montaje digital,  
2017



**Orgía de la nada**  
Montaje digital,  
2017



Camiseta  
Montaje Digital,  
2017



Camiseta  
Montaje Digital,  
2017



**Imán**  
montaje digital,  
2017

# EL SOUVENIR

El souvenir parece ser la representación física de la postmodernidad, abarcando todas las problemáticas anteriormente enumeradas. Pero no se establece como una problemática añadida sino que aparece como un intento de recuperación de lo perdido.

Actualmente, sufriendo todos bajo el *síndrome del turista*, como lo llama Bauman, todos recurrimos a los souvenirs<sup>1</sup>. El mundo, con sus mitos de autorrealización y a

través de la globalización, abre sus puertas y convierte al ciudadano en un ciudadano viajero, nómada.

El souvenir se presenta en este trabajo como el culmen de todas las cuestiones postmodernas. Para poder seguir mejor las conclusiones posteriores en referencia a todas las deducciones anteriores se va a dividir la argumentación en varios subtextos:

1. El souvenir y la nostalgia
2. El souvenir y la identidad
3. El souvenir y el archivo
4. El souvenir y la memoria
5. El souvenir y el arte

<sup>1</sup> Fernando Estévez González, "Narrativas de seducción, apropiación y muerte o el souvenir en la época de la reproductibilidad turística." *Acto: revista de pensamiento artístico contemporáneo* 4 (2008): 38



Souvenirs  
Serie de Fotografías,  
2018



# EL SOUVENIR Y LA NOSTALGIA

El souvenir, según Estévez González, es el “exvoto en el altar de la nostalgia postmoderna”<sup>1</sup>. Estévez identifica la nostalgia en el turismo como una nostalgia que remite a un pasado, no vivido por el turista, sino el pasado del lugar al cual viaja<sup>2</sup>. Esta nostalgia primeramente remite al pasa-

---

<sup>1</sup> Fernando Estévez González, “Narrativas de seducción, apropiación y muerte o el souvenir en la época de la reproductibilidad turística.” *Acto: revista de pensamiento artístico contemporáneo* 4 (2008): 48

<sup>2</sup> Ídem

do, pero a un pasado especulativo por parte del turista donde éste espera ver el lugar tal como se lo imagina. Para poder ofrecer este pasado, el destino turístico crea un presente inventado y ficticio para la satisfacción del turista, al tener que eliminar las huellas del mismo turismo que marcan el aquí y ahora<sup>3</sup>. El turista está en búsqueda de otro pasado que sea estable y verdadero, al contrario de su misma historia que es fugaz e inimaginable.

---

<sup>3</sup> Ídem

# EL SOUVENIR Y LA IDENTIDAD

Estévez denuncia la pérdida de autenticidad que trajo consigo el progreso<sup>1</sup>. Con la revolución industrial y el capitalismo, como se argumentó anteriormente, se ha mercantilizado y fetichizado todo lo existente. Todo es masificado por lo tanto todo se convierte en algo indiferente en la gran masa del mundo. La confrontación y la experiencia de lo exótico y lo diferente (como culturas ajenas) se presenta como un intento de recuperación de esta auten-

---

<sup>1</sup> Íbidem, 39

ticidad perdida<sup>2</sup>.

El souvenir en este caso a primera vista no parece ser el objeto ideal para representar una solución a este problema, siendo un producto altamente masificado y generalizado. La paradoja de ser un producto industrial carente de alguna autenticidad, al cual justamente se acude para apropiarse de la misma, se resuelve en el deseo contenido de esta autenticidad prometida, tapando así toda paradoja existente<sup>3</sup>.

---

<sup>2</sup> Ídem

<sup>3</sup> Íbidem, 39, 46



# SOUVENIR Y ARCHIVO

Tras comentar previamente cómo el archivo se ha transformado en un método de ordenar el mundo caótico, en relación al souvenir, el archivo aparece como una necesidad para ordenar esta masificación de distintos tipos de souvenir y catego-

rizarlas<sup>1</sup> para poner orden en el mundo del souvenir y en el mundo en general.

---

<sup>1</sup> Fernando Estévez González, "Narrativas de seducción, apropiación y muerte o el souvenir en la época de la reproductibilidad turística." *Acto: revista de pensamiento artístico contemporáneo* 4 (2008): 40.

# EL SOUVENIR Y LA MEMORIA

Anteriormente se mencionaba a Hartmut Rosa, el cual describe a los souvenirs en su libro "Alienación y aceleración. Hacia una teoría crítica de la temporalidad en la modernidad tardía" como *huellas externas a la memoria*. Pero el souvenir, siendo un objeto, no solamente es huella sino la representación física del propio recuerdo

al crear una memoria materializada<sup>2</sup>. El souvenir, como dice Estévez, congela el tiempo y localiza una experiencia efímera vivida<sup>3</sup>. El souvenir es como un disco duro externo al cuerpo que obtiene la facultad de servir como apoyo al recuerdo de vivencias fugaces.

---

<sup>1</sup> Hartmut Rosa, *Alienación y aceleración. Hacia una teoría crítica de la temporalidad en la modernidad tardía*, (Madrid: Katz Editores, 2016), 168

---

<sup>2</sup> Fernando Estévez González, "Narrativas de seducción, apropiación y muerte o el souvenir en la época de la reproductibilidad turística." *Acto: revista de pensamiento artístico contemporáneo* 4 (2008): 42

<sup>3</sup> *Ibidem*, 44

# EL SOUVENIR Y EL ARTE

*“El museo es una tienda de souvenirs que tiene expuestos también los originales.”*

Clasificando el souvenir como “mercancía inútil”<sup>2</sup> con sus características de diseños banales y ridículos, se puede aplicar esta clasificación perfectamente al arte. El arte, desde el romanticismo, se ha vuelto inútil y banal, no aspira a cumplir ninguna función específica, al igual que el souvenir.

El arte, según Baudrillard, apuesta por su propia desaparición dada su insignificante, casi nula, aportación al mundo<sup>3</sup>.

<sup>1</sup> Fernando Estévez González, “Narrativas de seducción, apropiación y muerte o el souvenir en la época de la reproducibilidad turística.” *Acto: revista de pensamiento artístico contemporáneo* 4 (2008): 36

<sup>2</sup> *Ibidem*, 38

<sup>3</sup> *Ibidem*, 115

El arte alarga su funeral y cae en una situación entre la muerte y el renacer al mantener el cadáver eternamente vivo. El souvenir, según Estévez González, niega el momento de la muerte<sup>4</sup> y permanece en una muerte eterna igual que el arte. Es el intento de mantener y materializar lo efímero y fugaz.

<sup>4</sup> *Ibidem*, 47



**Take me somewhere nice**  
Fotografía Digital, 2014





100 Palmeras  
Rotulador sobre papel, 2018

# CONCLUSIÓN

No soy ni dios, ni genio, ni chamán.

El capitalismo no se puede negar, ni podemos escondernos de él. Hay que aceptar su existencia, apropiándose de él como él lo hace con nosotros, creando espacios alternativos. Espacios, que se integren en el sistema pero no se dejen controlar por él. Creando obras en forma de productos y marcas que muestran esa estrecha unidad entre el arte y el mundo mercantil anteriormente analizado.

Agotado de su reciclaje permanente, el arte no puede seguir presentándose como un oficio de alta cultura. Y menos en el capitalismo artístico. Como dijeron Lipovetsky y Serroy, hay que buscar la calidad en todos los ámbitos<sup>1</sup> para poder salir de este círculo vicioso de la muerte eterna.

Creando una marca y productos artísticos, que se introducen en el mercado, estable-

ciendo un propio espacio de arte cerca del mismo artista, que se puede ampliar en una red infraestructural de artistas locales, asociándose y beneficiándose uno del otro. Ya no estaríamos hablando de un mercado de arte utópico, fantástico, que realmente es existente pero parece ser inalcanzable, sino de un mercado alternativo en todos sus sentidos, alternativo al sistema y alternativo a la propia autonomía del arte.

La obra presentada puede parecer ligera, sin peso, en el aire, incierta. Esto no quiere ser una autocrítica, sino más bien pretende poner de relieve todos los aspectos y conceptos explicados en este trabajo: La obra quiere mostrar este contexto postmoderno en el que se está creando. La mayor parte del trabajo es inexistente pero ofrece posibilidades de materialización. Está abierto a cambios y a una difusión rápida y sin necesidad de mucha inversión.

*Al final el proyecto surge de una necesidad personal de buscar una isla, un pequeño territorio fijo en este mar inestable, incierto, perdido y en cambio permanente.*

---

<sup>1</sup> Gilles Lipovetsky y Jean Serroy, La estetización del mundo. Vivir en la época del capitalismo artístico, (Barcelona: Anagrama S. A., 2015), 354

# BIBLIOGRAFÍA

Baudrillard, Jean. *El complot del arte, Ilusión y desilusión estéticas*. Madrid: Amorrortu Editores, 2006

Borges, Jorge Luis. *La Cifra*. Madrid: Alianza Editorial S.A, 1981

Brea, José Luis. *Las tres eras de la imagen. Imagen-Materia, Film, E-Imagen*. Madrid: Ediciones Akal, 2010

Castells, Manuel. "Globalización e identidad." *Cuadernos del mediterráneo* 5 (2005): 11-20.

Estévez González, Fernando. "Narrativas de seducción, apropiación y muerte o el souvenir en la época de la reproductibilidad turística." *Acto: revista de pensamiento artístico contemporáneo* 4 (2008): 34-49.

Fontcuberta, Joan. *El beso de Judas. Fotografía y verdad*. Barcelona: Editorial Gustavo Gili, S.A., 1997

Fontcuberta, Joan. *La furia de las imágenes: notas sobre la postfotografía*. Barcelona: Galaxia Gutenberg, 2017

Harari, Yuval Noah. *Sapiens. De animales a dios: Una breve historia de la humanidad*. Título original: *From animals into Gods: a brief history of humankind.*, Barcelona: Penguin Random House Grupo Editorial, 2016

Lipovetsky, Gilles. *La era del vacío. Ensayos sobre el individualismo contemporáneo*, Barcelona: Editorial Anagrama, 2000

Lipovetsky, Gilles, and Jean Serroy. *La estetización del mundo. Vivir en la época del capitalismo artístico*. Título original: *L'esthétisation du monde*. Barcelona: Editorial Anagrama, 2015

Rosa, Hartmut. *Alienación y aceleración. Hacia una teoría crítica de la temporalidad en la modernidad tardía*. Madrid: Katz Editores, 2016

# ANEXO PICTÓRICO

Figura a (pág. 26)

<http://www.museoreinasofia.es/coleccion/obra/one-and-three-chairs-tres-sillas>

Figura b (pág. 26)

<http://www.plataformadeartecontemporaneo.com/pac/el-arte-digital-de-soliman-lopez-de-gira-por-brasil-argentina-y-uruguay/>

# **HEY LITTLE POSTMODERNISM**

Trabajo Fin de Grado  
Universidad de La Laguna  
2018