



MENCIÓN: Bellas Artes

TÍTULO: Flanerie piando

ESTUDIANTE: Elena Sempere Martínez

DIRECTOR/A: Sergio Luna Lozano

PALABRAS CLAVE: apropiacionismo, colección, privado/público, archivo, comunicación, desecho

RESUMEN:

El trabajo *Flanerie piando* consiste en la recopilación de diversos mensajes publicados en la red social *Twitter* que posteriormente han sido ordenados atendiendo a pensamientos inmediatos con el fin de crear una narración experimental en forma de diario.

Este relato se ha materializado imprimiendo cada *tweet* en tarjetas publicitarias envasadas al vacío para protegerlas de agentes ajenos.

La idea del libro parte de la tradición del apropiacionismo que se inicia con las vanguardias artísticas del siglo XX y tiene su continuación en las prácticas artísticas contemporáneas relacionadas con internet y otros medios como la fotografía y la música.

Índice

pág/s.

1. Propuesta y Objetivos	4
2. Referentes	5
3. Justificación de la propuesta	7
4. Proceso de producción	10
5. Resultados	12
6. Bibliografía	17



1. Propuesta y Objetivos

La democratización de la cultura ha llegado a tal punto que no la necesitamos consumir. En la actualidad digital distinguir entre creador y receptor carece de sentido y esto aunque en un principio puede resultar algo positivo conlleva a la despolitización completa del medio. En un medio con estímulos-proyectil, lo que debería haber sido una entrada a lo común ha acabado en una privatización de lo público, en la que la intimidad ajena y propia son ahora nuestra dosis principal de entretenimiento.

La obra gráfica producida tiene como pretexto tomar lo digital y banalizado de la red social Twitter ajeno y convertirlo mediante el juego de búsqueda y hallazgo del *flâneur* en un proyecto narrativo coleccionable, que obvie la problematización de la información diaria descontextualizada en forma de diario en el que ya no es necesario escribir pensamientos propios.

Los objetivos que nos hemos planteado para la realización de este trabajo son los siguientes:

- Experimentar con la red social Twitter para la creación de un diario
- Usar el formato archivo como soporte artístico
- Indagar en el azar como estrategia artística
- Reflexionar sobre la noción de intimidad como entretenimiento



2. Referentes

En primer lugar, la obra *Statics* de Joachim Schmid, (1995-2003) se trata de una recopilación de materiales reutilizados acumulados que quería usar. El autor junta fragmentos uniendo materiales visuales y textuales como revistas, tabaco, libros o postales entre otras cosas. Joan Fontcuberta decía que el trabajo de Schmid tiene sus orígenes en la idea de que exceso, desperdicio y basura son efectos paradigmáticos del capitalismo tardío.¹



Figura 1. Joachim Schmid, *Statics* (invitation cards for art exhibitions), 1996, 60 x 70 cm



Figura 2. Joachim Schmid, *Statics* (women's fashion catalogue), 1999, 60 x 80 cm

Partners curada por Ydessa Hendeles (2003), fue una exposición que combinó material de diversos artistas reconocidos como Diane Arbus o Paul McCarthy entre muchos, con una serie de imágenes de fotoperiodismo, fotografías vernáculas anónimas y objetos vernáculos antiguos. También incluyó su trabajo *The Teddy Bear Project* (2002), instalación construida por fotografías de osos de peluche en álbumes familiares. Hendeles añadió además notas a la exposición para facilitar la comprensión de las piezas ya que consideró que iba más allá de la esfera de relacionados en el arte contemporáneo. Esta pieza de inventario y recopilación ha captado mi interés por la figura del oso de peluche. Lleva satisfaciendo la necesidad humana de cariño genuino décadas y es consecuentemente un poderoso objeto de mercado, sin quitarle sin embargo su carácter íntimo casi liberándolo de su concepción como producto.



Figura 3. Ydessa Hendeles, *Partners* (*The Teddy Bear Project*) 2003



Figura 4. Margarete Steiff en *Partners* (*The Teddy Bear Project*)

¹ Casper Jim *Celebrating photographic garbage*, lensculture
<https://www.lensculture.com/articles/joachim-schmid-celebrating-photographic-garbage>

A continuación, resulta de interés la obra *Working on my novel* de Cory Arcangel, (2014) que es una recopilación de *tweets* de individuos que están aparentemente trabajando en su novela. Este libro captura la esencia sofocante del acto de cualquier actividad creativa en el clima cultural actual. Está empujada por un narcisismo confuso que va de la mano con el aburrimiento y la procrastinación del acto creativo en sí, y se queda en la apariencia de ser un realizador en potencia y por ello válido. Esta pieza captura perfectamente el discurso de la era post-internet y del mismo modo se puede ver como arte-archivo. Además de tratarse de una novela, que entendemos como una forma creativa percibida como intelectual y seria aunque acabe siendo una forma de diario pero con valor comercial.

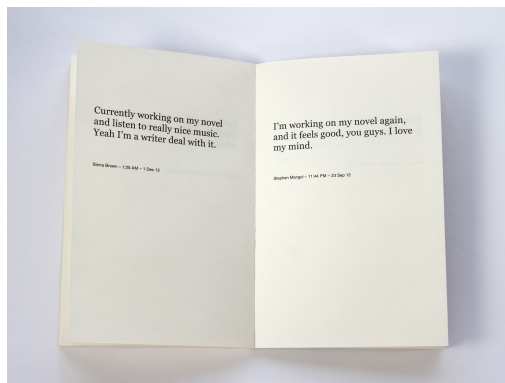


Figura 5. Cory Arcangel, *Working on my novel*, 2014

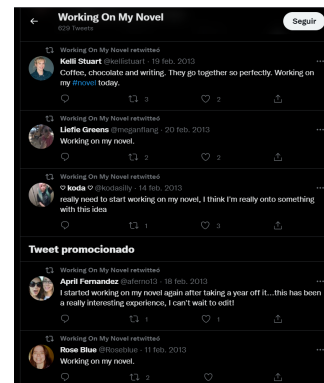


Figura 6. *Working on my novel* página twitter, 2014

Por último tenemos la pieza *Mass Ornament* de Natalie Bookchin, (2009) que es un vídeo de recopilaciones de gente grabándose bailando la misma canción con los mismos movimientos. Este vídeo capta “nuestra” condición neoliberal en la que “nosotros” somos todos supuestamente individuos y en la que lo privado parece haber triunfado sobre lo social. Acciones grabadas en el hogar repetitivas como el impulso de tuitear pensamientos casi predeterminados que aporten a la razón de ser de tu perfil compartido y banalizado por ti mismo. Y ver esto no es algo únicamente negativo, puede suponer una revelación de una comunidad inconsciente que se puede rastrear a partir del archivo masivo.

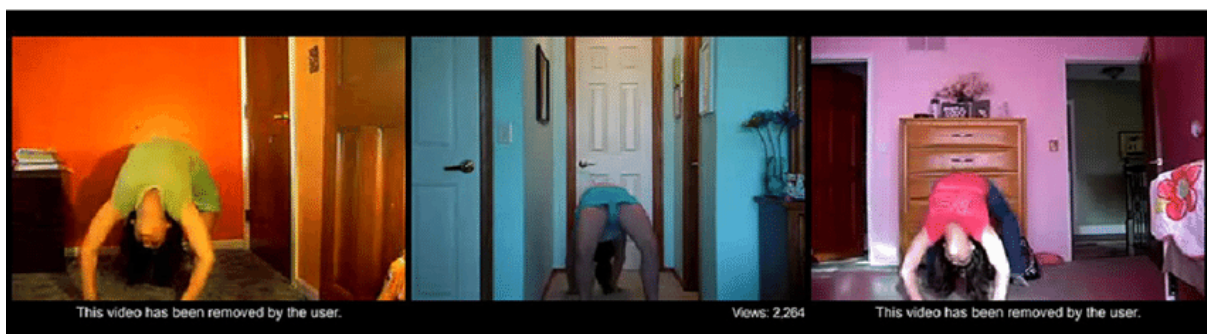


Figura 7. Natalie Bookchin, 2009.

3. Justificación de la propuesta

“Partiremos de los gabinetes de curiosidades como inquietud de cierto grupo de personas por objetos desconocidos, la creación de pequeñas colecciones y museos, cómo la acumulación puede convertirse en un trastorno y cómo los coleccionistas crean sus colecciones artísticas, el artista empieza a crear sus propias colecciones y cómo las colecciones se convierten en objeto artístico.”²

En este trabajo hemos partido de varios conceptos que nos han resultado imprescindibles para su desarrollo, como la idea de *coleccionismo*, *objeto-fetiché* y *acumulación*.

Con el coleccionismo nos referimos al cambio de valor de los objetos, su valor con el que fue creado como objeto de consumo se pierde para convertirse en algo inútil. El fetiché por un sentido residual del objeto es la respuesta del coleccionista a un entorno hecho para el consumo del producto funcional que rechaza con la acumulación de ciertos elementos elegidos para su contemplación y no su uso. En cuanto a la acumulación la hemos considerado otorgándole un sentido personal al objeto que debería ser funcional.

No se puede ignorar la importancia del objeto en su espacio. El objeto define y diferencia el entorno, en el caso de espacios hechos para coleccionistas como son los rastros de antigüedades, el individuo se encuentra ante un proceso de búsqueda y hallazgo de lo que capte su atención. Es la figura del *flâneur* de Baudelaire del París del siglo XIX, un paseante despreocupado que deambula por las calles sin rumbo y lentamente como resistencia a una muchedumbre en un espacio que empieza a caracterizarse por la prisa y la velocidad. En este caso, en una forma de mercado insignificante (mercado-illo) como resistencia al mercado de primera mano.

Evidentemente no estamos hablando del coleccionista de arte en un sentido elitista, sino del coleccionista de desechos, el trapero que queda como alegoría al historiador en el *Libro de los pasajes* de Walter Benjamin. Para Benjamin, el trapero, consciente de la rápida obsolescencia de las mercancías, es un arqueólogo urbano que desentierra las mercancías pasadas de moda para comprender las nuevas.

Benjamin entiende también el coleccionismo como un gesto infantil. Los niños encuentran objetos concretos de su interés en el terreno residual, en aquello apartado por la sociedad, y crean su mundo llevándolo todo al disfrute propio. Este sentido pueril va de la mano con el proceso del azar, lo aleatorio y casual en la búsqueda de piezas descartadas. El coleccionista, desde esta perspectiva, forma su pequeño microcosmos en la acumulación de artículos sin un sentido práctico a los que otorga valor. Un valor, según Benjamin, más allá del adueñamiento de esos objetos. Su manejo (táctil), el juego de ordenarlos y desordenarlos, el recorrido para adquirirlos o la exposición de estos en el espacio hogareño, privado.

El objeto encontrado como campo de acción artística responde a una liberación del uso y función que se otorga a los objetos y por los cuales son reconocidos, clasificados y calificados en la cotidianidad, al igual que en la colección. El *objet trouvé*, estrategia creativa desarrollada por el Dadá y el surrealismo a partir de productos de desecho casualmente hallados o el *ready-made* del más que nombrado ya Duchamp. Estos descubrimientos despertaron en su momento la pregunta de hasta qué punto llega la autoría de una obra artística. También en el siglo XX con la entrada de la fotografía y el cine, la experiencia aurática de la que habla Walter Benjamin en *La obra de arte en la época de su reproductibilidad técnica* en 1936, se disipa y es sustituida por una reproducción mecánica de la realidad. Con la destrucción del aura se percibe una emancipación de las masas, del espectador. Y asociado a la autoría podemos referirnos también a la cuestión de los derechos de autor.

² Alvar Beltrán, Carmen (2017) Arqueología del objeto encontrado. Tesis de licenciatura. Universidad Politécnica de Valencia

Por otro lado, a finales de 1880 se consolida la moderna cultura de masas, modificando las necesidades culturales y consolidándose los nuevos modos de producción, democratizando los bienes de consumo y el acceso a la cultura. La idea de *copyright* acaba de nacer con la imprenta, instaurándose el esfuerzo intelectual como propiedad privada.

En una primera instancia esta democratización del arte es algo positivo. La diferencia entre cultura “seria” y lo cotidiano, o cultura popular, es difusa y el acceso general a la cultura ha provocado que todo espectador sea realizador en potencia. Se puede seguir hablando de una sociedad del espectáculo como la que nos mostró Guy Debord, pero ahora hemos traspasado la pantalla adueñándonos de ella, y pasado de ser espectadores de la vida de otros a espectadores de nuestra propia otredad.

En el contexto contemporáneo hay un ensimismamiento por autorrepresentarse constantemente, exhibirse y mirar cómo el otro se exhibe.

“Las imágenes pobres son por tanto imágenes populares: [...] Expresan todas las contradicciones de la muchedumbre contemporánea: su oportunismo, narcisismo, deseo de autonomía y creación, su incapacidad para concentrarse o decidirse, su permanente capacidad de transgredir y su simultánea sumisión. En conjunto, las imágenes pobres presentan una instantánea de la condición afectiva de la muchedumbre, su neurosis, paranoia y miedo, así como su ansia de intensidad, diversión y distracción.”³

Con la era post-internet, Joan Foncuberta usa la comparación imagen-proyectil para la recepción casi imposible de imágenes ante la acumulación a la que estamos expuestos. Éstas dominan la manera de relacionarse de nuestra generación, dando lugar a una recepción selectiva de una basta cantidad de información aplicada a resaltar la individualidad de uno mismo. En lugar de ser una apertura del individuo hacia la polis (político), es un repliegue del mundo dentro del pequeño asunto privado. Se sistematiza y rutiniza la irrupción de lo novedoso, en una constante de novedades en el aburrimiento que es convivir con un bombardeo de imágenes ya no consumidas.

Paradójicamente, la destrucción de la esfera privada y con ella de la individualidad, deviene en una soledad compartida propia de las masas.⁴

Pero volviendo a la figura del *flâneur* de Baudelaire, después recogida por Benjamin y los situacionistas con su concepto de deriva, para el *flâneur* lo que encuentra en las aceras de la ciudad sustituyen de alguna manera las paredes de su casa. Lo doméstico se amplía al espacio urbano, y, del mismo modo, ahora las pantallas han sustituido ese espacio. De esta manera existe una pérdida de anclaje en el espacio físico y una confusión de lo que es propio y se debe o no compartir.

Esta subversión de categorías entre lo público y privado da una completa despolitización del medio, y por ello la apropiación de lo ajeno empieza a carecer de sentido.

Por otra parte, el *copyright* en términos legales ha sido percibido como un robo para el que a su uso le falta el mérito de haber creado contenido desde cero. La industria cultural norteamericana principalmente en la música y piratería, desde principios de siglo ha hecho hincapié en los derechos de autoría del artista y en su carácter “original” en el sentido creativo y de origen. Benjamin ya problematizaba el concepto de origen. Según sus palabras, no está tanto en la creación de la misma sino en la pre y post existencia de ésta, una concepción de la obra como algo esencialmente abierto.

³ Steryl, Hito. En defensa de la imagen pobre (2008)

⁴ Cox, Marcelo. Ora et labora, La invención de la intimidad (2022) Puente editores. p 13

Esto ya lo tenemos claro en la actualidad, además de que resulta completamente imposible frenar al espectador-creador de utilizar tal casi obscena cantidad de material que conforma nuestro día a día.

“En nuestros tiempos la única obra realmente dotada de sentido crítico debería ser un collage de citas, fragmentos, ecos de otras obras.” Walter Benjamin

Dentro del ámbito digital que es por el que en la actualidad nos definimos, las redes sociales pueden ser vistas como colecciones que nos componen de una manera u otra. El concepto de colección entendida como acumulación de elementos puestos para su contemplación, con su propio valor de exhibición, que no funcional.

En este punto, también es preciso referirnos al *microblogging*, un servicio iniciado en 2006 con la intención de que sus usuarios comuniquen a su red de seguidores, amigos, qué están haciendo en cada momento. Es una forma de expresión que pasando del blog al micro insinuaba el destino más evidente de la comunicación 2.0, cada vez más rápida, vinculada a una forma conversacional. Pero nunca se ha pretendido que fuésemos nosotros los emisores de contenido, sino el propio contenido. En este sentido Twitter en concreto es un sistema escasamente reflexivo, que se mueve casi por impulsos, pensamientos inmediatos con un fin meramente recreativo.

Así, podríamos decir que la *flânerie* contemporánea tiene más cabida en las pantallas ya que estamos innegablemente desvinculados del medio físico. Hemos creado en el medio digital un lenguaje con el que categorizamos al individuo según nuestro criterio colectivo y a la vez individual. De este modo se puede entender como “paseo” el curiosear por perfiles ajenos a uno mismo de esta red social según los criterios de elección propios, apropiarnos de ellos y por tanto de sus pensamientos para relatar un diario personal. Estos perfiles se fetichizan otorgándoles cierto símbolo de estatus que conforma la categoría con la que le asociamos. El fetiche de mercancía del que hablaba Benjamin: con la experiencia del capitalismo metropolitano, fascinación de la propia mercancía como símbolo de estatus, que siendo transitorio nos eleva.

“Junto con la esfera privada, desaparece la iniciativa, y junto con esta última desaparece también la posibilidad de aparecer de un mundo en común que se construye sobre la suma de experiencias personales.”⁵

La justificación teórica del apropiacionismo en las décadas de los 80-90 parte del propósito de la descontextualización y reutilización de materiales preexistentes para su actualización política. Hoy se orienta a la transformación e integración de lo apropiado. En nuestro caso, se han transformado *tweets* en fragmentos de un relato puestos en soportes publicitarios. Se ha integrado un elemento tan transitorio como el *tweet* a un soporte físico de publicidad de bolsillo y desplegado de forma que te obligue a la acción (caminar) para consumirlo entero.

⁵ Cox, Marcelo. Ora et labora, La invención de la intimidad (2022) Puente editores. p 13

4. Proceso de producción

La primera parte del proceso de producción ha sido la recolección física de tarjetas en su gran mayoría publicitarias por distintos establecimientos y casas ajenas al entorno cotidiano a lo largo de dos meses. Hemos llegado a un total de 110 tarjetas aproximadamente. La elección de formar un archivo de tarjetas como soporte ha sido por su carácter publicitario, como una pequeña idea de la empresa, organización, etc. Debe ser concisa y digerible a la vista para que funcione. Es un objeto que apenas ocupa espacio y se tiende a la acumulación innecesaria de éste.

Simultáneamente a este paso se ha hecho la *flânerie* digital a través de Twitter. Como el tema a seguir ha sido un diario, se ha buscado una palabra clave que resuma un pensamiento, y se han elegido los *tweets* a partir de ésta. La palabra clave aparecerá destacada en cada *tweet*. Al haber sido un ejercicio digital, hemos podido realizar este proyecto en cualquier lugar en cualquier momento.



Figura 8. flânerie piando, 2022, tarjetas publicitarias y tweets impresos

El siguiente paso ha sido imprimir los *tweets* con impresora láser para poder realizar la transferencia a los soportes. Después los hemos recortado y reordenado de distintas maneras para formar un diario. En esta parte el juego ha tomado papel a la hora de juntar unos tweets con otros, el criterio a seguir era casi ilimitado.



Figura 9: flânerie piando, 2022, papeles de tweets pegados a tarjetas



Figura 10 flânerie piando, 2022, tweets transferidos a tarjetas

Una vez hecho esto hemos transferido los *tweets* sobre las tarjetas, para ya retirarlos una vez secos y tener el *tweet* impreso en la tarjeta. Retirando los papeles, hemos variado también al no dejar unos enteros y algunos hasta eliminar todo el contenido del mensaje, para así jugar con la condición residual de una pieza terminada, y transitoria del concepto de *tweet*.



Figura 11: flaneríe piando, 2022, tweets colocados en soporte

A partir de aquí el diario se ha empezado a formar de manera medianamente azarosa y por impulsos, como son los pensamientos inmediatos. Hemos elegido un formato alargado de 3 metros aproximadamente y así incentivar el paseo físico para digerir por completo la pieza. Además la hemos plastificado con papel adhesivo y sus arrugas consecuentes para dar impresión de envasado al vacío, que es por definición una técnica para sacar el aire de un producto y sellarlo para protegerlo del exterior.

Se trata pues, de una deriva digital que ha permitido la impulsividad y el juego en su proceso y reflexiona sobre nuestro sentido de intimidad y forma de comunicación.



5. Resultados



Figura 12. *flanerie piando*, 2022, parte frontal



Figura 13. *flanerie piando*, 2022, parte trasera



Figura 14. flanerie piando, 2022, parte frontal, detalle



Figura 15. flanerie piando, 2022, parte frontal, detalle



Figura 16. flanerie piando 2022, parte frontal, detalle



Figura 17. flanerie piando 2022, parte frontal, detalle



Figura 18. flaneríe piando 2022, parte trasera, detalle

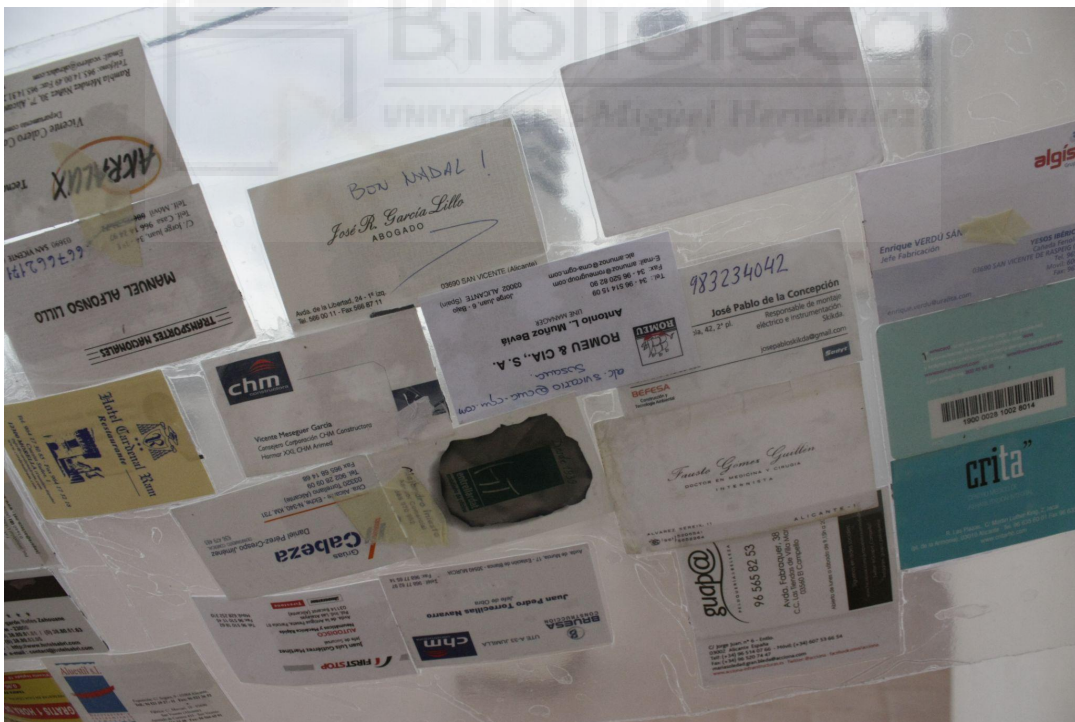


Figura 19. flaneríe piando 2022, parte trasera, detalle



Figura 20. flanderie piando 2022, enrollado

6. Bibliografía

Libros y ensayos

Benjamin, Walter. Desembalo mi biblioteca (2015) Centellas

Benjamin, Walter. La obra de Arte en su época de reproductibilidad técnica (1936) Itaca

Benjamin, Walter. Calle de dirección única (1928) ABADA

Debord, Guy. La sociedad del espectáculo (1973) Pre-textos (2ª Ed.)

Fontcuberta, Joan. La furia de las imágenes: notas sobre la postfotografía (2016) Galaxia Gutenberg

Guasch, Anna Maria. Arte y Archivo 1920-2010 Genealogías, tipologías y discontinuidades (2011) Akal

Steryl, Hito. En defensa de la imagen pobre (2008)

Cox, Marcelo. Ora et labora, La invención de la intimidad (2022) Puente editores. p 13

Documentales

Johnsen Andreas , Christensen Ralf y Moltke Henrik. *Good copy bad copy* (2007)

Ferguson Kirby. *Everything is a Remix* (2015)

