



UNIVERSIDAD
Finis Terrae

UNIVERSIDAD FINIS TERRAE
FACULTAD DE ARTE
ESCUELA DE ARTES VISUALES

**CHATARRA DIGITAL:
LA IMAGEN EN EL CONTEXTO DE INTERNET**

ANTONIA PAZ LUTTECKE ILABACA

Ensayo crítico presentado a la Escuela de Artes Visuales de la Universidad Finis Terrae
para optar al grado de Licenciado en Artes Visuales, Mención Pintura.

Profesor Guía Taller de Grado: Víctor Pavez Miranda
Profesor Guía Preparación de Tesis: José Tomás Fontecilla Palma

Santiago, Chile

2023

ÍNDICE

Portada.....	1
Resumen y palabras clave.....	3
La tecnología en nuestra vida.....	11
La imagen pobre.....	18
Sobre la obra.....	27
Reflexiones finales.....	29
Bibliografía.....	32

RESUMEN Y PALABRAS CLAVE

El internet y las redes sociales son herramientas indispensables hoy en día, pero para muchos usuarios han traído una sensación de atracción, y a la vez de agobio y ansiedad a la hora de utilizarlas. Estas plataformas tienen impacto en diferentes áreas de nuestra vida, su utilización trajo un cambio significativo para la comunicación, nuestra relación con la información y sobre todo con las imágenes. Estas últimas se han transformado en una manera de hacer circular la información y las lógicas digitales han permitido su manipulación y distribución sin restricciones, llevándolas a su sobreproducción y devaluación. Este trabajo analiza los cambios que ha sufrido la relación que tenemos con las imágenes en su faceta digital y explora cómo el comportamiento de las imágenes influye en la experiencia que tenemos como usuarios de redes sociales.

PALABRAS CLAVE: redes sociales, imagen, internet, consumo, apropiación, contenido

Muchas veces me he encontrado bajando en el inicio de Instagram para darme cuenta que ha pasado mucho más tiempo de lo que tenía previsto. Al revisar el tiempo en pantalla me di cuenta que he llegado a estar más de dos horas diarias en la *app*. Según datos del reporte digital de la plataforma We are social (2023) (<https://datareportal.com/reports/digital-2023-april-global-statshot>), los usuarios de android ocupan instagram un promedio de 12 horas y 30 minutos al mes, la población mundial permanece un promedio de 6 horas y 35 minutos diarias conectados a internet (independiente del dispositivo) ¿Qué dicen estas estadísticas de nuestra sociedad? ¿Cómo cambia nuestra vida al estar permanentemente conectados? ¿Cómo nos relacionamos con las imágenes que consumimos en tan grandes cantidades?

El contenido de las redes sociales pasa rápido, sin procesar, es consumido como si fueran palomitas de maíz en una bolsa interminable, apenas se mastican y no consiguen saciar. A pesar de ser contenido de poca calidad y persistencia, existe algo atrayente en él, algo casi hipnotizante. Ese consumo de imágenes ocurre como si fuese comida chatarra. No tiene valor intelectual, y al igual que este tipo de comida, carece de valor nutricional. Pero aún así nos mantiene inmersos en la pantalla, generando dependencia.

Esta inversión masiva de tiempo en redes es algo bastante extendido en la sociedad y un síntoma de la adicción a las redes sociales, que también se ha vuelto muy común. En esta misma línea, me atrevería a decir que parte de esa adicción está específicamente dirigida al consumo de imágenes. Como menciona Franco Berardi en “*Los condenados de la pantalla*”: “La raza humana, confundida por héroes burlescos hechos de engañosas sustancias electromagnéticas, perdió la fe en la realidad de la vida y empezó a creer solo en la proliferación infinita de imágenes.” (Berardi, 2014, p. 12). Esa proliferación de imágenes se ha visto en aumento gracias a las redes sociales, y es evidencia del cambio de rol que están teniendo gracias a la tecnología.

Hoy se crean y comparten más fotos que en cualquier otro momento de la historia. Desde la aparición de la televisión las imágenes comenzaron a circular de manera

simultánea y muy rápida. Esa velocidad y cantidad solo ha aumentado con la masificación de internet. La facilidad para compartir y consumir información ha convertido las redes sociales en mares interminables de imágenes que se copian, pegan, editan, y bajan progresivamente su calidad. Constantemente consumimos fragmentos inconexos, referencias de series, películas, memes que se mezclan y separan hasta volverse irreconocibles. Estas imágenes vagan por la web sin saber de dónde vienen ni a dónde van.

Este tránsito de información ocurre en el contexto de las redes sociales. Estas son una herramienta fundamental en nuestro día a día y es difícil imaginar la vida sin ellas, sin embargo, son un concepto relativamente reciente, con la creación de Myspace en el año 2003, Facebook en 2004 e Instagram en 2010.

La masificación del acceso a internet, de la mano con sitios como los mencionados han cambiado la forma en que interactuamos con las imágenes de manera importante. En los años 2000 la televisión se había establecido como el medio de comunicación por excelencia, pero las plataformas de redes sociales trajeron algo nunca antes visto: la creación de álbumes públicos, sacando a las masas de su faceta de meros espectadores para convertirlos en observado y observador al mismo tiempo. Este concepto revolucionario ha evolucionado desde la creación de redes muy acotadas a lo que conocemos hoy, un estado de hiperconectividad constante donde podemos acceder a contenido de cualquier parte del mundo desde cualquier lugar en que nos encontremos.

La condición de observador-observado nos mantiene constantemente en alerta, estamos consumiendo el contenido de los demás regularmente y a la vez existe un incentivo a subir material propio para no dejar de ser parte. De esta interacción nacen conceptos como el FOMO *-fear of missing out-*, que se han vuelto muy populares en relación a la virtualidad, y se refiere al miedo o la sensación de ansiedad que podemos experimentar si dejamos de participar en este intercambio de contenido.

En el documental “*The social dilemma (2020)*”, desarrolladores de sitios como Google, Facebook e Instagram comparten cómo las aplicaciones están cuidadosamente diseñadas para generar dependencia, aprovechándose de una de las necesidades humanas más básicas, la de interactuar con otras personas. El acceder a contenido constantemente puede dar la sensación de estar conectando con los demás. La posibilidad de ver que hacen los usuarios que seguimos, enviar mensajes y comentarios, pretende hacernos sentir conectados, cuando en realidad este tipo de interacciones no reemplaza la interacción humana real (Orlowski, 2020).

Esta manipulación va de la mano de lo que conocemos como algoritmo, un sistema que regula y filtra el contenido que recibimos en base a nuestra interacción con él. La información de a qué foto damos me gusta, a qué personas seguimos, qué temas nos interesan y más, es almacenado para crear un perfil que identifique que tipo de material nos interesa, y consecuentemente en el que invertiremos más tiempo.

Además de la falta de interacción que promueven las redes sociales, en el metraje se mencionan diferentes problemas que estas plataformas podrían estar generando en la sociedad, por ejemplo la correlación que existe entre los problemas de autoestima y el uso de redes, el robo de datos privados (que más tarde son utilizados para vender productos a los usuarios), la facilidad para compartir desinformación o incluso el aumento en la polarización política podría estar ligada al uso de las redes sociales y la forma en que el contenido es distribuido (Orlowski, 2020).

En cuanto al contenido, la relación sociedad-imagen está estrechamente ligada al cambio que se dio en el acceso a celulares, en veinte años los teléfonos celulares pasaron de ser un artículo exclusivo a uno totalmente indispensable. Su evolución acelerada convirtió estos aparatos, que comenzaron sólo como teléfonos portátiles, en un cúmulo de herramientas muy diversas como cámaras de alta definición, mapas, envío de mensajes, entre muchas más, que desplazaron a las llamadas como una de sus cualidades menos relevantes.

Estos avances han hecho cada vez más fácil la creación y edición de imágenes, lo que ha disminuido la brecha entre la imagen “real” y la editada. Un ejemplo de ello es la aparición de las inteligencias artificiales generadoras de imagen, plataformas que generan fotos utilizando la data de internet, dando como resultado, en ocasiones, imágenes que parecen reales para el ojo poco entrenado. Muy conocido fue el caso de una imagen creada por una IA que mostraba al Papa Francisco con un llamativo abrigo y, que logró engañar a gran parte del internet, convenciendo a muchas personas de ser una fotografía real.

En los inicios del internet la edición de fotos era algo escaso y fácil de identificar, hoy en cambio la cantidad de contenido alterado y la aparición de nuevas formas de edición, nos ha extendido la imagen modificada, pasada por filtros e incluso completamente digital como una de las más abundantes en la web. La edición hoy puede aplicarse a imágenes, video y audio, lo que cambia la forma en que recibimos y percibimos el contenido, podemos procesar como información real material que probablemente está adulterado.

Así también ocurre con la información fuera de las imágenes. Existe la costumbre de tomar todo el contenido como verídico lo que puede terminar en la rápida dispersión de desinformación. Uno de los casos más comunes, sobre todo en Chile, es la creación de memes con información falsa, pero con una intención humorística. El problema se da en que estos mantienen fielmente la estética de lo que referencian, por ejemplo, la imagen de algún noticiero famoso, e incluso llegan a utilizar nombres de usuario similares a las cuentas oficiales. Lo que puede llevar a la confusión del público general que no se percató de que este contenido es una edición.

Otro cambio importante que se produjo con el uso de las redes fue el intercambio de imágenes como forma de comunicación. El mundo digital nos permite compartir todo tipo de imágenes, como fotos, videos, gifs, en diversos formatos, y que son utilizadas como su propia forma de lenguaje. El concepto de los memes es uno de sus mejores ejemplos, tienen una lógica específica y existen diferentes tipos, pero todos se unen en la imagen. También

existe el fenómeno, relativamente reciente, de los stickers de Whatsapp, en donde la aplicación de mensajes permite enviar pequeñas imágenes como parte de las conversaciones. Elementos como estos están llevándonos a una comunicación que puede prescindir de palabras y entenderse sólo con archivos de imagen.

El intercambio de imágenes funciona gracias a su apropiación, como mencioné anteriormente, la naturaleza de las imágenes online nos permite tomarlas y manipularlas de forma libre, lo que alimenta al fenómeno de la sobrepoblación de imágenes que existen online. Estos archivos cambiantes terminan generando contenido que no puede ser rastreado, y cuyo origen deja de ser relevante. La lógica de las redes nos permite prescindir de la referencia, por ejemplo, podemos entender el meme de una serie que nunca hemos visto, y que comienza a ser más reconocible la referencia que el original.

Es muy común el conocer un audio viral sin tener idea de que video viene, pero el audio funciona por sí mismo, de la misma forma funcionan las imágenes y videos. La apropiación propulsa la proliferación de imágenes y es un fenómeno característico de nuestra era. Susan Buck-Morss menciona en relación a la imagen en la era digital:

La reproducibilidad de la imagen es infinita (con la tecnología digital es instantánea), y la cantidad cambia la calidad, permitiendo la reapropiación de los componentes con los cuales nuestro mundo-imagen está formado. La imagen se desconecta de la idea de ser una reproducción de un original auténtico, y se transforma en algo más. (Buck-Morss, 2009, p. 35)

Internet nos da pinceladas del mundo a nuestro alrededor a través de sus pantallas, gracias a las ya mencionadas imágenes, pero realmente nos mantiene alejados de una experiencia original verdadera gracias a esa constante manipulación de su contenido.

Es relevante hacer el análisis de los medios más utilizados hoy y el tipo de contenido que en ellos circula, el internet y las redes sociales ha significado un cambio radical en nuestra vida definiendo gran parte de ella. Convivimos a diario con este tipo de archivos lo que inevitablemente cambia, no solo la forma en que vemos la imagen, sino cómo vemos y experimentamos el mundo.

Esta alteración en la manera en que interactuamos con las imágenes y su manipulación ha llevado a una significativa pérdida de su valor, gracias a la sobreproducción de imágenes, lo que alimenta este escenario de agobio y sobreestimulación que viven los usuarios de la red. A pesar de su baja calidad y carencia de referencia, el consumo constante de imágenes se vuelve muy atrapante, pero a la vez el someterse a tanto contenido, sumado a lo disímil de sus temáticas, termina por saturar la mente.

El internet y las redes sociales no solo corresponden a una faceta muy importante en el mundo, sino que también en mi vida personal. Siendo parte de la generación que creció con internet, y que estuvo desde muy temprana edad en redes sociales -y que por la misma razón, he sufrido sus consecuencias de primera mano- creo que es necesario hacer una reflexión respecto a cómo este influye en nuestra vida. Es por esto que en este trabajo me interesa explorar el rol que tienen las imágenes en relación a la vida virtual, pues son la forma más extendida de comunicación en estos nuevos medios. Para ello revisaré a diferentes autores.

En primer lugar, usaré fuentes para describir el contexto general en que sucede este fenómeno y que pueden ayudar a entender en el mundo en que ocurre el hecho a estudiar. El primero del autor Marshall McLuhan, *“El medio es el mensaje: un inventario de efectos”*(1969), en el cual habla específicamente de los medios y cómo estos influyen y cambian nuestra percepción de la realidad. Para complementar y actualizar el trabajo anterior revisaré el texto de Nicholas Carr *“Shallows what the internet is doing to our brains”*(2010), donde el autor revisa las consecuencias físicas del uso de tecnologías basándose en estudios de neurocientíficos. También incluyo el trabajo de la psicóloga y

profesora de Estudios sociales en Ciencia y Tecnología en el MIT Sherry Turkle con su libro *“Alone together: why we expect more from technology and less from each other”* (2012).

En segunda instancia citaré autores que han hablado del problema de la imagen en relación a la virtualidad, tales como Hito Steyerl en *“Los condenados de la pantalla”* (2014) donde expone el concepto de “imágenes pobres”, muy relevante para este estudio y mi obra. Además del trabajo de Susan Buck-Morss y Jose Luis Brea en *“Estudios visuales e imaginación global”* (2009) y *“Cambio de régimen escópico: del inconsciente óptico a la e-image”* (2007), respectivamente.

Dichos textos analizan específicamente el cambio que tiene la imagen en la era digital y cómo afecta nuestra forma de ver el mundo. Adicionalmente se revisarán los conceptos de “aura” y “autenticidad” del libro *“La obra de arte en la época de su reproductibilidad técnica”* (1935) de Walter Benjamin, que, a pesar del paso del tiempo, siguen vigentes y aportan al análisis del comportamiento de la imagen. Por último, incluyo el texto de Mark Fisher *“Realismo capitalista”* (2009) que expone cómo la lógica capitalista influye en todos los aspectos de la sociedad incluyendo la producción cultural; por último el texto *“El complot del arte”* (2012) de Jean Baudrillard quien analiza el estado del arte y la imagen en el contexto de la posmodernidad.

El internet y las redes sociales son una tecnología que abarca cada esfera de nuestra vida, es por eso que es importante observar y comprender sus efectos en diferentes áreas. Esa búsqueda de rapidez y facilidad que trae consigo, no están exentas de efectos nocivos y preocupantes. En este ensayo se analizarán las transformaciones que ha significado la web en nuestra vida, y cómo ha transformado a las imágenes en elementos desechables.

LA TECNOLOGÍA EN NUESTRA VIDA

Como mencionaba anteriormente este panorama de hiperconectividad se da en el marco de las redes sociales, que llegan a nosotros de la mano de tecnologías como computadores, notebooks y de forma más prolifera, gracias a los teléfonos inteligentes. Es a este tipo de tecnologías a las que me estaré refiriendo en este capítulo.

Mcluhan en su libro “ *El medio es el mensaje*” describe cómo las tecnologías pueden afectar diferentes facetas de la vida. Describe específicamente los medios electrónicos (que en ese entonces corresponden a la televisión y radio) y cómo influyen en esferas como la comunicación, el trabajo, la familia, la educación y en definitiva la forma en que vivimos y pensamos. Uno de los cambios más relevantes que describe Mcluhan es el paso del “público” a “las masas”, que va de la mano de la unificación de los espectadores gracias a los nuevos medios (Mcluhan, 1969).

A pesar de ser un texto antiguo -de los años 60- en relación a la temática del internet y las redes sociales, me interesa el análisis que hace el autor sobre cómo la tecnología funciona como una extensión de las capacidades humanas y a raíz de eso cambia el mundo que nos rodea, en diferentes aspectos:

Los medios, al modificar el ambiente, suscitan en nosotros percepciones sensoriales de proporciones únicas. La prolongación de cualquier sentido modifica nuestra manera de pensar y de actuar - nuestra manera de percibir el mundo. Cuando esas proporciones cambian, los hombres cambian. (Mcluhan, 1969, p. 20-21)

El internet ha significado un cambio radical en relación a la televisión, pues ha dado a las masas, que describió Mcluhan, la posibilidad de interactuar de forma directa entre sí. Las masas ya no solo se dedican a recibir información de forma pasiva, sino que pueden

direccionar su atención en un flujo infinito de estímulos y además generar su propio contenido.

Hoy no somos solo un consumidor, nos hemos convertido en el producto a consumir, exponiendo partes de nuestra vida y recibiendo la de otras personas. Existe una lógica casi de mercado en las redes sociales que nos lleva, en cierta medida, a “vender” nuestra “persona”. Publicamos regularmente y para ello estamos constantemente registrando eventos en nuestra vida. Aunque sea de manera inconsciente, creamos un perfil digital con lo que queremos que vean de nosotros. Existe una gratificación al interactuar, al ser visto y más aún el recibir un intercambio en forma de *likes* y comentarios. Lo queramos o no, todos deseamos esa transacción de atención.

La “aldea global”, se refiere a ese producto de la unificación de las experiencias gracias a los medios electrónicos (McLuhan, 1969). En relación a la tecnología actual, esta aldea está formada por personas alrededor de todo el globo, con culturas y formas de vivir drásticamente diferentes, pero que conviven en un espacio virtual, comparten información, humor y opiniones, esto en gran parte gracias a las imágenes.

En el contexto actual existe esa unificación gracias al medio, pero la cantidad de información que circula crea burbujas dependiendo de qué contenido estamos consumiendo. Por ejemplo, existen memes que son de conocimiento universal y son usados en todo tipo de plataformas y lugares, pero pueden existir memes hechos por comunidades reducidas que no serían entendidos por cualquier usuario de la red. La aparición de estas redes ha generado una comunidad global, pero increíblemente diversa, una masa heterogénea.

Otro autor que vio la capacidad de la tecnología como extensión fue Nicholas Carr, en su libro *“Shallows: what the internet is doing to our brains”* describe a la Web como una “tecnología intelectual” (término del antropólogo social Jack Goody y el sociólogo Daniel Bell).

These include all the tools we use to extend or support our mental powers—to find and classify information, to formulate and articulate ideas, to share know-how and knowledge, to take measurements and perform calculations, to expand the capacity of our memory. [Incluyen todas las herramientas que utilizamos para ampliar o apoyar nuestras facultades mentales: encontrar y clasificar información, formular y articular ideas, compartir conocimientos y saberes, tomar medidas y realizar cálculos, ampliar la capacidad de nuestra memoria.] (Carr, 2010, p. 49).

Carr indica que el internet es una tecnología intelectual única, gracias a su capacidad de intercambio y almacenamiento de información. Revisa estudios sobre la neuroplasticidad del cerebro y cómo estas tecnologías generan un cambio físico en nosotros. La forma en que funcionan las tecnologías con conexión a la web nos mantiene en un estado de alerta y fácil distracción, lo que promueve el aprendizaje superficial. Ese estado de alerta es promovido estímulos cognitivos conductuales de recompensa y respuesta. Elementos como por ejemplo las notificaciones, las ventanas de publicidad e incluso los sonidos del teclado, son interpretados como recompensas y modifican nuestra función cerebral. Este formato alimenta la necesidad de información y estímulos en alta velocidad que tiene nuestro cerebro naturalmente (Carr, 2010).

Cita al neurocirujano Michael Merzenich que asegura que el cerebro se modifica al aprender y practicar nuevas actividades, el internet al estar en uso constante, es una actividad que podemos practicar regularmente. Los *aparatos culturales*, como les llama, cambian nuestro cerebro y advierte que el tiempo que ocupamos en unas actividades pueden ser perjudiciales en el procesamiento de otras. Nuestro cerebro privilegia esas conexiones neuronales que más ejercitas (Carr, 2010).

Es inquietante saber que los aparatos a los que somos prácticamente dependientes podrían perjudicarnos en áreas importantes de nuestra vida. La idea de una plasticidad

cerebral modificada a lo largo de la vida también da la esperanza de que el cambiar hábitos pueda minimizar el daño. Este daño puede evidenciarse en efectos como la capacidad de atención o la comprensión lectora.

En cuanto a las consecuencias psicológicas del uso de internet, la psicóloga y profesora de Estudios sociales en Ciencia y Tecnología en el MIT (Massachusetts Institute of Technology), Sherry Turkle describe en su libro *“Alone together: why we expect more from technology and less from each other”* las sensaciones que pueden derivar del uso de redes sociales y sus efectos en la población, desde niños hasta gente mayor. Expone cómo estas formas de interacción digital están afectando de forma negativa nuestra sociabilidad y necesidad de conexión. En sus propias palabras: *“technology redraws the boundaries between intimacy and solitude”* [la tecnología redibuja el límite entre intimidad y soledad] (Turkle, 2012, p. 11).

Sherry hace una reflexión sobre las posibilidades que ofrecen los robots y las IA en cuanto a las relaciones humanas, o en este caso humanas-robot. Lo interesante de lo que expone es que usa estos escenarios ficticios del futuro para analizar la predisposición de la sociedad a generar conexiones unidireccionales, con seres no sintientes, y cómo la tecnología actual está pavimentando el camino hacia esa realidad. Denomina este fenómeno como *“momento robótico”* (Turkle, 2012).

En el texto se presenta la paradoja entre cómo las tecnologías que buscan facilitar la comunicación terminan por producir aislamiento. Nos muestra como individuos solitarios y carentes de conexión, pero intimidados por esa búsqueda de contacto.

Un factor relevante que indica la autora es la posibilidad del multitasking que ofrecen los dispositivos, lo que podría generar distracciones a la hora de interactuar de forma remota. Las redes sociales nos permiten interactuar con muchas personas a la vez, hacer tareas, recibir y compartir información, prácticamente al mismo tiempo. Es por esta faceta de simultaneidad que es difícil mantenerse enfocados en una interacción únicamente.

Además de lo que hacemos en internet, también hay que tener en cuenta que, a pesar de ser algo lógico, el tiempo invertido online es tiempo que podríamos estar usando en esas relaciones offline (Turkle, 2012).

Las distracciones no se encuentran solo al estar inmerso en la red, mientras hablamos con amigos por mensaje, pero a la vez estamos viendo Tiktok, sino que el dispositivo como tal es una distracción de las relaciones “reales”. Como mencionaba al inicio de este texto, las redes sociales pueden consumirse durante horas con mucha facilidad, lo que termina por alejarnos de experiencias que pueden ser mucho más significativas.

La lógica del multitasking también es algo que podemos llegar a trasladar a la vida offline, donde sentimos la necesidad de hacer muchas cosas al mismo tiempo o incluso dificultar la capacidad de atención. Como también mencionaba Carr en su libro, esto tiene que ver con la costumbre que adquiere nuestro cerebro al estado de alerta. Y recalcar que no nos determina sólo nuestro constante entrenamiento de una actividad, sino que también influye en nosotros las que no desarrollamos con frecuencia.

El formato online también hace mucho más fácil el no hacerse cargo de las relaciones, podemos posponer las conversaciones, ignorar los mensajes e incluso “ghostear” (dejar de responder sin explicación). Existe un control casi total del intercambio, lo que las aleja del intercambio “real”. “Texting offers just the right amount of access, just the right amount of control.” [textear ofrece la cantidad justa de acceso, la cantidad justa de control] (Turkle, 2012, p. 15).

Nos hemos insertado en un círculo vicioso donde las relaciones humanas nos parecen demasiado complicadas, por ello las mediamos con tecnología en busca de ese control, pero esto termina eliminando la esencia de la interacción, la autenticidad. Ese multitasking también tiene que ver con ese sentimiento abrumador y el FOMO, pues nos acostumbra a estar en muchos lugares a la vez y hace difícil dejar los dispositivos de lado.

Otro problema, del que es acusada la interacción virtual en el texto, es el de hacer muy fina la línea entre trabajo y ocio. Lo que se relaciona con esta sensación de alerta constante y de falta de descanso. Turkle indica:

Connectivity technologies once promised to give us more time. But as the cell phone and smartphone eroded the boundaries between work and leisure, all the time in the world was not enough. Even when we are not “at work, we experience ourselves as “on call”; pressed, we want to edit out complexity and “cut to the chase”. [Las tecnologías de la conectividad prometieron en su día darnos más tiempo. Pero a medida que el teléfono móvil y el smartphone erosionaban las fronteras entre trabajo y ocio, todo el tiempo del mundo no era suficiente. Incluso cuando no estamos "en el trabajo, nos sentimos "de guardia"; presionados, queremos eliminar la complejidad e "ir al grano"] (Turkle, 2012, p. 13).

El último punto que creo es importante mencionar es la forma en que se relaciona el valor que le damos a la autenticidad y las tecnologías actuales. Turkle relata una anécdota en la que va a un museo con su hija de 14 años, el lugar albergaba una pareja de tortugas galápagos. La hija de la autora al ver las tortugas comienza a cuestionarse sobre el inconveniente y la logística que significa tener y criar esas tortugas en el museo y propone que sería mucho más conveniente usar robots en lugar de animales (Turkle, 2012). Aquí comienza una discusión sobre la autenticidad y su importancia, no solo del objeto, sino de la experiencia.

La tecnología nos ha acostumbrado a estar mediados por elementos artificiales al punto en que hemos perdido el valor de lo real ¿Qué buscamos de experiencias como la de ver a las tortugas? ¿Importa realmente si son reales o no? ¿Si no es importante, sería lo mismo que verlas en una imagen? Esto me lleva a hacer preguntas sobre el mismo

contenido de redes sociales ¿Nos importa si lo que vemos en redes es real o no? ¿Cómo afecta en nosotros esta incertidumbre entre lo real y lo falso?

La vida online, como la describe la autora, existe en este limbo entre las conexiones superficiales y la búsqueda de intimidad, nos han acostumbrado a lo falso. Y esta experiencia falsa, como ocurre con esas interacciones, no logra suplir las verdaderas demandas que sí logra llenar lo auténtico.

La experiencia online se nos ha vendido no como una pantalla, sino como la experiencia misma. Podemos visitar cualquier lugar del mundo a través de fotos y vídeos, conectar con nuestros amigos a través de chat y videollamadas, conocer a *influencers* y famosos a través de sus plataformas. Pero todo este intercambio es realmente una ilusión. Lamentablemente no podemos conocer un lugar sin ir físicamente, solo consumir una versión sesgada y acotada, y como revisamos en el trabajo de Sherry Turkle, las interacciones virtuales no logran satisfacer las necesidades humanas de comunicación e intimidad.

Revisaremos el tema de la autenticidad, su valor y su relación con las imágenes de redes sociales con mayor profundidad en el siguiente capítulo.

LA IMAGEN POBRE

La llegada de las nuevas tecnologías ha traído consigo, no solo los ya discutidos cambios psicológicos y fisiológicos (en la plasticidad del cerebro), sino también importantes cambios culturales, más específicamente quiero referirme al cambio que trajo a la forma en que nos relacionamos con las imágenes y cómo esta contribuye a lo acelerado y superficial del mundo en el que vivimos.

Internet nos permite interactuar con el mundo y sus diferentes dimensiones a través de fotos e imágenes, desde las publicaciones que vemos en sitios como Instagram o Facebook hasta los *stickers* que usamos para comunicarnos por Whatsapp. Esta nueva manera de interactuar con la fotografía, que pasó de ser un objeto escaso y de alto costo a un elemento virtual e intangible que se produce millones de veces por segundo, ha significado una degradación de la imagen.

Susan Buck-Morss, filósofa e historiadora, hace la radical afirmación: “El mundo-imagen es la superficie de la globalización. Es nuestro mundo compartido. Empobrecida, lúgubre, superficial, esta superficie hecha de imagen es todo lo que tenemos como experiencia compartida. De otro modo, no compartimos un mundo.” (Buck-Morss, 2009, p. 42).

Las imágenes que componen esa experiencia compartida pueden ser descritas con el concepto de *imágenes pobres* que Hito Steyerl, propone en su ensayo “*Los condenados de la pantalla*” (Steyerl, 2014).

La imagen pobre es una copia en movimiento. Tiene mala calidad y resolución subestándar. Se deteriora al acelerarla. Es el fantasma de una imagen, una miniatura, una idea errante en distribución gratuita, viajando a presión en lentas conexiones

digitales, comprimida, reproducida, ripeada, remezclada, copiada y pegada en otros canales de distribución. (Steyerl, 2014, p. 33).

Steyerl también destaca la subcategoría de la imagen *spam*. Esta corresponde a una imagen pobre, pero se refiere específicamente a las imágenes de publicidad, los *pop ups* y anuncios, imágenes que usualmente ignoramos, pero con las que convivimos de forma recurrente. Steyerl propone la idea de que el *spam* y sus imágenes funcionan como un negativo de la sociedad (Steyerl, 2014).

El *spam* exhibe, a través de su carácter publicitario, todo lo que no somos, muestra personas felices, increíblemente atractivas y ofrece soluciones a problemas que no sabíamos que teníamos a través de sonrientes personajes que no ocultan su exagerado *photoshop* (Steyerl, 2014),

La imagen-spam se dirige a la vasta mayoría de la especie humana sin mostrarla. Habla pero no representa a aquellos que son considerados tan prescindibles y superfluos como el propio spam. La imagen que de la humanidad ofrece el spam, por tanto, no tiene nada que ver con la humanidad misma. Por el contrario, es un retrato cabal de lo que la humanidad en realidad no es. Es su imagen en negativo. (Steyerl, 2014, p. 170).

Creo que esta idea de la imagen deteriorada que se transforma casi en chatarra o en contaminación, es muy acertada y retrata perfectamente el escenario de exceso de data en el que vivimos, lo que lleva a esa sensación de agobio tan común en la actualidad. Hemos terminado por quitarle valor a la imagen, tenemos la capacidad casi infinita de producir fotos y pasamos grandes cantidades de tiempo consumiendo imágenes ajenas ¿Cuántas de

esas imágenes son relevantes? De todas las imágenes que vemos en el día ¿cuántas recordamos?

Tanto la imagen pobre como el *spam* definen gran parte de la vida en el internet, el contenido basura, la sobreproducción de información, la hiperestimulación y el compararse de forma constante son parte de nuestro diario vivir. Las imágenes de la red forman parte de un torrente virtual frenético e interminable de información que puede ser tan atrapante como abrumador.

Estas imágenes deben su velocidad a la accesibilidad que tienen, y su degradación tiene una estrecha relación con el tiempo, tanto de producción como de consumo. Jose Luis Brea, en su ensayo "*Cambio de régimen escópico: del inconsciente óptico a la e-image*", revisa la diferencia entre cómo interactuamos con las imágenes antes y después de la aparición de la imagen digital, que él llama *e-image*. Expone cómo la forma de tratar con las imágenes ha pasado de la apreciación pasiva -en relación a un objeto-, a la rapidez interactiva -en relación a un elemento inmaterial y virtual-. (Brea, 2007).

Es así que toda e-image es entonces imagen-tiempo, en el sentido de que su paso por el mundo es, necesariamente, fugaz, contingente. Ellas no claman por la eternidad marmórea de lo inmóvil, sino quizás al contrario por la intensamente magnífica eternidad del tiempo-instante, del tiempo-ahora como tiempo-pleno... (Brea, 2007, p. 154)

La e-imagen pierde esa cualidad de la imagen física y estática de conservar la memoria, "...toda su energía simbólica se desvía para dejar de darse bajo la prefiguración de la conservación y el recuerdo, abandonando acaso la égida de mnemosyne, de la promesa de duración." (Brea, 2007, p. 155).

El autor lo explica con la siguiente analogía:

... no es una memoria ROM, de disco duro, sino una memoria RAM, de proceso. Una memoria volátil y de corto alcance (como la de las cibergeishas de 2046, o el protagonista de Memento) y de gestión productiva de los datos. Es una memoria heurística, que en base al trabajo de interconexión o interlectura que moviliza, produce creativamente conocimiento, innovación, reelaboración enunciativa. (Brea, 2007, p. 157).

Brea también reconoce en la *e-image* un cambio en la forma de comunicación y distribución. En cuanto a la comunicación el autor describe el intercambio de imágenes virtuales como un intercambio de conocimiento de carácter perlocutorio, lo que transforma el valor de las imágenes en su capacidad de ser compartidas: "...lo que Susan Buck-Morss, llama su carácter dialéctico, el hecho de que la importancia de las imágenes reside siempre en su potencial de "ser compartidas"; al hecho de que ellas producen conocimiento únicamente en tanto se intercambian, se hacen "colectivas"." (Brea, 2007, p. 159).

Las nuevas comunidades ya no se constituyen tanto en la adhesión fidelizada a una narrativa específica, que hacen objeto de su fe compartida, sino sobre todo en la relación puntual y dinámica con una constelación de imágenes en circulación con las que se produce una relación de identificación y reconocimiento que poco a poco las va sedimentando como memoria compartida, imaginario colectivo. (Brea, 2007, p. 160).

La *e-image* es, entonces, una versión instantánea, que pierde su cualidad de recuerdo, esta contingencia también la vuelve interactiva. Uno de los aspectos más

relevantes de esta imagen virtual -y que permite el carácter persecutorio que describe el autor- es la disponibilidad y la capacidad de apropiación. A pesar de que las imágenes con las que interactuamos en línea no nos pertenezcan en un sentido de derechos de autor, nada nos impide descargarlas, reproducirlas, editarlas y transformarlas. Internet nos permite libre acceso a un banco interminable de imágenes que podemos reciclar y reutilizar infinitamente, y es de este reciclaje que nacen, por ejemplo, los memes que se basan solo en la reproducción de una imagen o incluso sonido.

Esta facilidad de manipulación también produce una lejanía con el original, al producirse copias y modificaciones del contenido es difícil llegar a la base de la imagen. Esto nos lleva al problema de la autenticidad. Como se mencionó al inicio de la investigación los memes sufren el fenómeno de despegarse de su origen. Estas formas de humor muchas veces pueden ser entendidas de forma independiente del original. Este suceso termina por promover la sobreproducción de imágenes, pues podemos producir infinitas copias modificadas.

Con respecto a la apropiación, Brea ve en esta circulación del contenido una oportunidad para la democratización del acceso al conocimiento e incluso una nueva forma de circulación para el arte, menciona la posibilidad de volver realidad la “fantasía de Paul Valery”: “...la fantasía visionaria de Paul Valery, de una “sociedad para la distribución de la Realidad Sensible a domicilio” en la que las obras de arte alcancen también su “conquista de la ubicuidad”.” (Brea, 2007, p. 160-161).

Esta visión positiva del intercambio sólo puede ser plausible si dejamos de lado la idea del aura. Es imposible discutir el problema de la autenticidad sin mencionar a Walter Benjamin, quien se refirió a él en su ensayo “*La obra en la época de su reproductibilidad técnica*” a inicios del siglo pasado, donde plantea el concepto de autenticidad y aura, en relación a las obras de arte. El primero tiene relación con el aquí y el ahora de la obra, con su tradición e historia, desde que se crea hasta el presente, el segundo se refiere a “Un

entretelado muy especial de espacio y tiempo: aparecimiento único de una lejanía, por más cercana que pueda estar.”. (Benjamin, 2003, p. 47).

Benjamin podría señalar que tanto las imágenes que consumimos de forma virtual carecen de aura, pues están mediadas por la tecnología, y bajo su lógica, el origen del contenido es irrelevante. Cuando recibimos información a través de internet, no estamos interactuando con el objeto, sino con una reproducción digital. Esto podría parecer algo obvio, pero para cumplir la “fantasía de Paul Valery” necesitamos eliminar esa distancia entre original y digitalización. Por ejemplo, cuando vemos la imagen de una escultura, perdemos una de sus cualidades más importantes; su relación con el espacio. Incluso si en la imagen se muestra la escultura junto a referencias que den a entender su tamaño, no estamos experimentando la obra en su totalidad.

En relación a las conexiones humanas que buscamos en internet, el problema de esa comunicación no es sólo el evidente problema físico de no estar con otra persona, sino que, por la naturaleza de las redes sociales, esas interacciones se sienten insuficientes y superficiales. Las imágenes a las que accedemos diariamente terminan siendo un intento insuficiente por interactuar y conocer el mundo.

La fantasía de Paul Valery, que menciona Brea, sigue siendo solo eso, una ilusión, pues el medio del internet no logra trasladar el conocimiento del mundo a través de sus pantallas. Ese alejamiento con el original genera un quiebre del aura. Creo que es mucho más acertada la idea de Susan Buck-Morss mencionada al inicio del capítulo, de un mundo-imagen que termina siendo una idea superficial del mundo hiperconectado (Buck-Morss, 2009).

La autora propone la idea de que las imágenes producen un conocimiento propio que puede transformar el pensamiento. No entiende a la imagen como la representación de una cosa, sino como conocimiento en sí mismo “...el mundo-como-imagen, que en nuestra

era de globalización es la forma de la cognición colectiva (la forma-imagen reemplaza la forma-mercancía).” (Buck-Morss, 2009, p. 35).

Buck-Morss está teniendo en cuenta lo que Brea ignora, la imagen es una traducción y no la información en sí misma, y afirma que efectivamente puede entenderse como data, pero es independiente de su origen. Es esa independencia la que la vuelve insuficiente y superficial (Buck-Morss, 2009).

Si entendemos la imagen como una forma propia de transmitir información y conocimiento, esto sustenta la idea de una diferencia importante entre el algo y su imagen, y la experiencia que tenemos con cada una. Susan da el ejemplo de la disciplina del arte y cómo el conocimiento se transmite a través de la imagen (Buck-Morss, 2009). Como estudiantes de arte sólo podemos conocer nuestro sujeto de estudio a través de fotos tomadas de él. Claro que es posible hacer visitas a museos locales, pero al menos cuando hablamos de estudiar obras icónicas de la historia del arte, es imposible tener un contacto que no sea virtual a través de imágenes.

Es en el momento de la digitalización de las colecciones de diapositivas cuando nos volvemos conscientes de cuán mediada ha sido la historia del arte por la imagen fotográfica, al permitir que el arte fuera mostrado como diapositivas. Éstas le hacen cosas extrañas al arte original: destruyen, por supuesto, la sensación de presencia física. Pero también aplanan la textura del trazo, hacen trampa con la luminiscencia del original, y lo más impactante, distorsionan la escala. Todas las imágenes mostradas en un salón de clase de historia del arte (al igual que en los libros de mesa de centro) son relativamente del mismo tamaño, dependientes no del tamaño del objeto (pinturas de salón y catedrales góticas son equivalentes) sino del tamaño

de la página del libro o de la distancia focal entre proyector y pantalla. (Buck, 2009, p. 27).

Si hablamos de información que no está hecha para el medio digital, inevitablemente hay elementos que no pueden trasladarse a la experiencia online. Por esta razón no podríamos decir que la imagen digital es un medio viable para compartir la realidad sensible.

La lógica de la apropiación no se debe directamente al internet, sino que su presencia es un síntoma de la realidad en la que vivimos. En relación a esto, Mark Fisher, en su ensayo “*Realismo capitalista*” desarrolla la idea del mismo nombre y que corresponde a una forma de entender el capitalismo como la única opción viable. Se refiere a que el capitalismo ha alcanzado llenar todas las esferas posibles eliminando la posibilidad de una alternativa a él, y en esta realidad que comienza a evidenciarse una falta de novedad. El capitalismo sobrepasa la cultura, la religión, la política y la sociedad, asimilando todas las cosas en su sistema. (Fisher, 2009).

El poder del realismo capitalista deriva parcialmente de la forma en la que el capitalismo subsume y consume todas las historias previas. Es este un efecto de su «sistema de equivalencia general», capaz de asignar valor monetario a todos los objetos culturales, no importa si hablamos de la iconografía religiosa, de la pornografía o de El capital de Marx. (Fisher, 2009, p. 15).

Es una característica del realismo capitalista la falta de producciones originales, por su lógica de asimilación, la producción cultural termina por reinventarse reciclando el contenido anterior: “La sospecha de que el fin ha llegado se conecta en *Children of men* con la idea de que tal vez el futuro solo nos depara reiteraciones y permutaciones.” (Fisher, 2009, p. 14).

Teniendo en cuenta esto, podríamos pensar que la reutilización de imágenes y la separación del fragmento y el total son consecuencias del sistema en el que nos encontramos y en que se encuentra la producción cultural. Esta falta de novedad sumado a la posibilidad que ofrece el internet termina creando un círculo vicioso, una máquina de reciclado de imágenes.

Jean Baudrillard en su libro *“El complot del arte”* analiza el estado de la producción cultural en la postmodernidad. Señala el fenómeno de la proliferación de imágenes, la falta de producciones nuevas y cómo específicamente el arte se encuentra en un punto en el que solo puede tomar las producciones antiguas y manipularlas, sin poder crear algo nuevo; “Todo el movimiento de la pintura se ha retirado del futuro para orientarse hacia el pasado” (Baudrillard, 2012, p. 11). El autor ve en este contexto una banalización de las imágenes que han perdido su capacidad de ilusión: “Una imagen es justamente una abstracción del mundo en dos dimensiones, es lo que quita una dimensión al mundo real e inaugura, de ese modo, la potencia de la ilusión” (Baudrillard, 2012, p. 15-16). La pérdida de esta capacidad ilusoria se ve reemplazada por la perfección superficial (Baudrillard, 2012).

Tanto el planteamiento de Fisher como de Baudrillard y Buck-Morss, nos llevan a entender la apropiación como una lógica que rige la actualidad, donde la sobreproducción de imágenes vacías es inevitable.

Reuniendo los datos expuestos por los autores mencionados podemos decir que el internet y las redes sociales han transformado radicalmente la imagen, convirtiéndola en un elemento instantáneo y veloz, pero de bajísimo valor, que puede ser encontrado y producido por cualquiera, un producto de un mundo hiperconectado que intenta mantener esa conexión con frágiles imágenes incapaces de perdurar más de un par de segundos en nuestra memoria.

SOBRE LA OBRA

Es según la idea de la imagen pobre y esta sobreproducción de imágenes pasajeras, que nace mi obra. Como una persona que creció con acceso a internet y más tarde pasó a ser un ciudadano permanente de redes sociales, me he visto afectada desde muy temprana edad por este bombardeo incesante de información. Información que por lo demás, muchas veces carece de filtros, no es extraño navegar por la red y encontrarse con un *livestream* de la guerra en Ucrania para luego encontrar videos de mascotas con ropas adorables. Esa mezcla de datos inconexa, muchas veces explícita, termina por agotarme, llegando a producir ansiedad, pero a la vez crea una suerte de atracción muy fuerte.

Probablemente todos los años de consumo, me han hecho añorar esa cantidad ilimitada de información, pero sin dejar de sufrir sus consecuencias. Consecuencias que no son particulares, sino que, como se expone en el documental “*The social dilemma*” son una experiencia compartida por muchas personas (Orlowski, 2020).

En base a esa reflexión de mi experiencia con un fenómeno que define a la sociedad y el mundo, como es la globalización y la tecnología, es que surge mi necesidad de retratar esa inmensa cantidad de información que consumimos a diario. En cuanto a lo práctico, la obra consiste en doce pinturas al óleo de diferentes formatos.

Me interesa rescatar elementos característicos de la imagen digital y trasladarlos a las pinturas, como es la apropiación del contenido, todas las pinturas reúnen varias imágenes sacadas de mis propias redes sociales, que son unidas a través del collage pictórico, lo que da como resultado la convivencia de imágenes muy disímiles en un mismo espacio. Tal como ocurre con las imágenes virtuales, estas pinturas manipulan y transforman las imágenes recopiladas.

El resultado de esta mixtura es la superposición de fragmentos, donde algunos resultan reconocibles y otros no se logran descifrar. Para mí es muy importante el concepto

del fragmento, pues es el resultado de este proceso de manipulación de las imágenes y su lejanía con el original. Como mencionaba en la investigación, estos fragmentos tienen como consecuencia la pérdida del aura y son un elemento característico de las producciones culturales de nuestro tiempo. Su recuperación y manipulación hace consciente el proceso de reciclaje del arte que describe Baudrillard en *“El complot del arte”*.

Estas pinturas en sus formas y colores diversos se vuelven intrigantes, cautivantes, pero a la vez son muy excesivas y no logran comprenderse del todo, lo que invita a la contemplación pausada. Los fragmentos que forman parte de las composiciones no permanecen demasiado tiempo en la memoria, como ocurre con las imágenes virtuales. La mezcla de texturas y formas representa esa naturaleza frenética y abrumadora que tiene la información que consumimos online.

A diferencia del contenido digital en el que se basa este trabajo, la obra, al trasladar las imágenes a pinturas termina con la lógica del consumo acelerado donde pasamos de un elemento a otro sin terminar de procesar el anterior. Las pinturas, además de por sus representaciones extrañas y ambiguas, por su naturaleza de consumo, fuerzan al espectador a una mirada pausada, a salir de la lógica de la imagen pobre y volver a experimentar el aura del objeto y su presencia.

REFLEXIONES FINALES

Las redes sociales son una herramienta fuertemente arraigada en nuestras vidas, un aliado de la globalización y el desarrollo tecnológico. Corresponden a un medio que, como indicó McLuhan en los años 60 en relación a la TV, se integra en la vida y la modifica (McLuhan, 1969), por lo que también puede ser descrito con el concepto de “tecnología intelectual” del libro *“Shallows: what the internet is doing to our brains”* de Nicholas Carr. Esto gracias a su capacidad para compartir y almacenar, con la que además podemos interactuar. El internet con su capacidad de interacción instantánea transformó a las masas de espectador, a la masa como observador-observado. Además de generar cambios como, por ejemplo, en la disminución de la capacidad de atención y, en consecuencia a lo anterior, problemas en la comprensión lectora. Los estudios sobre la plasticidad del cerebro expuestos por Carr confirman que el cambio no es solo de comportamiento, sino que también es fisiológico (Carr, 2010).

Existe un alejamiento que rige el internet, a pesar de que vivimos en un mundo hiperconectado, las sensaciones de soledad y aislamiento son muy comunes en línea. En la búsqueda de conexión instantánea hemos terminado por perder el interés en la autenticidad de las experiencias. Los planteamientos de Sherry Turkle son muy importantes pues permiten establecer una relación entre los efectos psicológicos negativos derivados del uso de redes sociales y la pérdida de interés en lo auténtico. Plataformas como las redes sociales, a pesar de su intento por facilitar la conexión entre personas, han generado una fuerte incomodidad ante las dificultades de la interacción. Esto se traduce en una preferencia por lo cómodo y confortable versus lo real y auténtico (Turkle, 2012).

De lo anterior podemos desprender el tema de la lejanía con el origen y lo real, que, como ocurre con la interacción humana, también ocurre con el elemento de estudio de esta investigación: las imágenes. Estas también sufren el abandono de su origen, que para los usuarios ha dejado de ser relevante. Su valor se ha trasladado a la capacidad de ser compartidas y modificadas, lo que Brea describió como el carácter perlocutorio. La imagen

deja de funcionar como una memoria inalterable y pasa a ser una memoria interactiva (Brea, 2007); es esa capacidad de interacción la que cataliza el abandono del origen, las imágenes virtuales al poder ser manipuladas terminan por crear distancia con su referencia.

Las imágenes de la *web* son una de las principales formas en las que interactuamos con el mundo, desde nuestros cercanos hasta personas de lugares muy lejanos, que quizás nunca conozcamos en la vida *offline*. Estas imágenes a las que accedemos de forma virtual sirven como forma de comunicación con los usuarios con que interactuamos, pero están lejos de ser una traducción fidedigna de la realidad. La imagen pobre, descrita por Steyerl, es incapaz de trasladar la información a causa de su naturaleza cambiante, la reproducción sucesiva crea una gran distancia entre el contenido y su origen, por lo que a medida que la imagen pobre avanza por el internet pierde calidad progresivamente. Esa pérdida de calidad no es solo visual, sino que también repercute en su contenido y la capacidad que tiene de transmitir información (Steyerl, 2014).

La imagen pobre domina el internet pero también nuestra cultura y forma de vivir, nos muestra cómo en el intento de estar en todas partes al mismo tiempo solo logramos alejarnos más. Esto se ve reflejado tanto en nuestras relaciones interpersonales en su modalidad *online*, con la información expuesta por Turkle, donde existe una insatisfacción de las necesidades sociales, pero también, en la forma que experimentamos el contenido (Turkle, 2012). La información digital se aleja cada vez más de su origen, cada vez que es compartida y modificada. La lógica de la apropiación inunda la producción cultural desde los memes hasta las grandes producciones de Hollywood, condenándonos a repetir por siempre las mismas historias. Las redes sociales reflejan, en su trato de la imagen, un mundo increíblemente acelerado y adicto al consumo de material superfluo, donde solo podemos acceder a fragmentos, pero nunca llegar a la experiencia original, las imágenes solo son valiosas cuando están en circulación.

Esta forma de vivir y experimentar el mundo a través de pantallas genera la necesidad de dar una pausa y salir del contenido desechable. El utilizar estas imágenes digitales para una obra pictórica, permite alejarse de lo frenético y veloz para sacar al

espectador del ritmo del *scroll* de las aplicaciones y el consumo de imágenes pobres. La pintura se convierte en una contraposición a ese contenido chatarra, con su presencia física que no puede ser abarcada por una mera imagen de ella. La necesidad deja de ser abarcar la mayor cantidad de contenido posible o ver la siguiente foto en el inicio de Instagram. En este trabajo la atención está dirigida a la composición y la materialidad e intentar descifrar los fragmentos incoherentes que forman el collage.

Vivimos en un mundo regido por la aceleración del contenido basura y lo brillante y llamativo de su exceso, pero es importante el hacer un análisis del panorama completo para comprender sus efectos, poder tomar distancia y volver a la experiencia original. No consumir nuestra vida dentro de las pantallas y recordar que la experiencia fuera de línea es mucho más gratificante y sustanciosa que lo superficial de las imágenes digitales, que como menciona Susan Buck-Morss, son solo una superficie empobrecida y lúgubre de la realidad (Buck-Morss, 2009).

BIBLIOGRAFÍA

- Baudrillard, J. 2012. *El complot del arte. Ilusión y desilusión estética*. Amorrortu editores.
- Benjamin, W. 2003. *La obra de arte en la época de su reproductibilidad técnica*. Editorial Itaca.
- Brea, José Luis. 2007. *Cambio de Régimen Escópico: Del Inconsciente Óptico a la E-Image*. Estudios Visuales 4.
- Buck-Morss, S. (2009). *Estudios visuales e imaginación global*. Antípoda. Revista de antropología y arqueología, (9), 19-46
- Carr, N. 2010. *Shallows what the internet is doing to our brains*. W. W. Norton & Company
- Fisher M. 2009. *Realismo capitalista*. Epublibre.
- Kemp, S. (2023, April 27). Digital 2023 april global statshot report - datareportal – global digital insights. DataReportal. <https://datareportal.com/reports/digital-2023-april-global-statshot>.
- McLuhan M. 1969. *El medio es el mensaje: un inventario de efectos*. Editorial Paidós.
- Orłowski, J. (Director). (2020). *The social dilemma* [Película]. Exposure Labs; Agent Pictures; Argent Pictures; The Space Program.

- Steyerl, H., & Berardi, F. (2014). *Los condenados de la pantalla*. Caja Negra.
- Turkle, S. (2012). *Alone together: Why we expect more from technology and less from each other*. Basic Books (AZ).