

E-INNOVA ARTE: EL “YO” VIRTUAL

Paula Romero Barrios

Bellas Artes (UCM)



Me llamo Paula Romero Barrios, nací en Tomelloso, Ciudad Real, me gradué en la Universidad de Castilla La Mancha en Bellas Artes.

No tengo Instagram, ni RRSS, estoy totalmente en contra de la sobrexposición personal o para darse a conocer en el ámbito profesional a través de estos medios, pues opino que, en materias como el arte, las obras pierden todo su encanto. Aun así, comprendo que son necesarias en cuanto a la difusión que tienen.

Por otro lado, me encantan las galerías o pequeños cafés dónde se exhiben algunos trabajos, esto hace la experiencia mucho más cercana y la aleja del consumismo exacerbado de imágenes que hacemos hoy en día. También es una experiencia inmejorable, cuando voy paseando por mi barrio, Tetuán, y me encuentro con murales o graffitis.

En definitiva, soy una gran recelosa sobre mi intimidad y privacidad. Lo que me ha llevado a reflexionar sobre temas como la identidad en la web o la *sobremodernidad*. Pero sin abandonar mi medio analógico por excelencia, la pintura.

Soy consciente que mediante programas de edición lograría el mismo *efecto moiré* en mis pinturas. Pero yo necesito sentir la pintura y mancharme. Así que después de probar diferentes técnicas de expresión gráfico-plásticas, decidí experimentar de forma autodidacta con aerógrafo, ya que uno de mis artistas favoritos, Banskys, utiliza esta técnica.

En cuanto a la imagen de la portada, es un lienzo de 180x 150. Realizado en pintura acrílica con aerógrafo.

Forma parte de una serie que llamé “*Millennials*”, pues pertenezco a esta generación, donde abunda el “yo virtual”, la creación de una identidad consumible para la red y el *selfie*, que se caracteriza por ser la mejor versión que uno puede ofrecer de ese “yo”.

El selfie es una producción que se consume y tiene un gran mercado, casi infinito llamado internet, unido a un público que se deleita con ello. No es otra forma de exhibicionismo, sino la forma correcta, casi modélica, de exhibirse y que reivindica la necesidad de hacerlo sin tapujos. Esta es, a mi modo de ver, la forma correcta de especular acerca del selfie.

En su avance imparable, gracias al medio de enorme difusión en el que nace, que le ha impedido limitarse. Es allí en ese momento en el que aparece el *Nude*. No significa que este sea el último eslabón, pero como el selfie obedece a un consumidor muy amplio, si es el más arriesgado. Porque las reglas y convencionalismos sociales de la realidad quieren invadir a mi juicio sin éxito, el terreno virtual.

Aun así, los desnudos se han impuesto, pero el colapso de estos ha producido algo que en la realidad sería inconcebible, la desexualización del cuerpo por costumbre. Esto no significa que el espectador sea inmune, el *nude* sigue despertando muchas cosas, pero no se apodera solo del sentido sexual, despierta la curiosidad.

En internet, las imágenes son cambiantes y varían, están formadas por datos que contienen información que viaja constantemente y nos sumerge en un mundo frío donde la singularidad se diluye, esto es lo que representa el efecto en movimiento del Moiré. Ante la invasión de la tecnología, la identidad del individuo se convierte en algo pasajero o deja una huella que no podemos controlar. Toda apariencia es una cosa evidente que contiene una información implícita, como los píxeles de una imagen.

Para representar la digitalización y el tráfico constante de información e imágenes y el mundo acelerado de los medios de comunicación en el que nos vemos inmersos cada día, utilizo la demodulación óptica que produce el Moiré y el *Glitch* o *Bug*, cuando la rejilla con el efecto Moiré se oscurece hasta volverse totalmente negra en algunas partes inferiores del cuadro, rompiendo el efecto visual, emulando un glitch informático.

El efecto Moiré, no se consigue repitiendo el patrón de forma equitativa, por lo que fue necesario buscar una desproporción controlada. Generando así la ilusión óptica de la imagen, el movimiento es ilusorio y a través de la ausencia de movimiento.

El resultado es una estética del error positiva, basada en la imperfección, pretendiendo emular de forma manual, los errores que produce la tecnología digital, directamente vinculada con la generación millennial.