



Gallery Studio: Un aparador
musical al Poblenou a
mb vocació internacional

Cianotípia, la fascinación por
el color azul

POBLENOU URBAN DISTRICT







MÚSICA

01

Gallery Studio: Un aparador musical al Poblenou amb vocació internacional

FOTOGRAFIA

06

Cianotipia, la fascinación por el color azul

CINEMA

15

Les Dones al cinema

CINEMA

17

Historia de cómo Rosalía y CANADA crearon los videos de 'Malamente' y 'Pienso en tu mirá'

CULTURA DIGITAL

25

Fail again. Fail epic





GALLERY STUDIO: UN APARADOR MUSICAL AL POBLENOU AMB VOCACIÓINTERNACIONAL

La *startup* barcelonina porta a un plató alternatiu artistes com Amaia, Alizzz, Rigoberta Bandini o Morad, creant un nou format digital amb el qual acostar-se als seus seguidors

Per Cristina Martín Valbuena,
18 AUG 2022

Gallery Studio

01



Alguns vespres, passejant pel Poblenou, es pot topar amb un aparador on han tancat a un artista conegut. Està a dins, com si res, cantant els seus temes a un públic invisible, aliè a allò que passa a l'exterior. Tant és que aparegui un camió de bombers o un gos encuriolit. Allà està plantat, com si fos un maniquí que parla, però amb ritme. Amb aquesta proposta, la startup musical Gallery Studio ha creat una versió local dels Tiny Desks Concerts i ha aconseguit atreure al seu plató alternatiu a veus com les d'Amaia, Alizzz, Rigoberta Bandini, Morad, Julieta Venegas, Arón Piper i María Becerra. Les seves actuacions, a cavall entre el videoclip i el directe, sumen més de 50 milions de visualitzacions i gairebé 200.000 subscriptors a Youtube, plataforma a través de la qual distribueix els vídeos.

Aquest nou format musical amb segell barceloní va néixer el novembre de 2020, després que la covid cancel·lés l'oci i qualsevol esdeveniment massiu. “La pandèmia ens va ajudar a fer que el format es consolidés perquè era un moment en el qual no hi havia concerts i les sessions Gallery permeten veure a un artista d'una manera molt real i amb pocs intermediaris, gairebé sembla que t'estigui cantant a tu”, explica Genís Pena, responsable de Gallery Studio.

La proposta es va situar a Acid House (Premi Mies van der Rohe 2015), unes oficines de 500 metres quadrats al carrer Àvila. Allà, hi conviuen l'agència creativa Folch i la productora audiovisual White Horse, que van ser les encarregades de comprar l'espai, on anteriorment havia assajat una companyia de circ, i van decidir reformar-lo de la mà de l'estudi barceloní Arquitectura-G per instal·lar-s'hi. Actualment, hi treballa un equip d'uns 50 empleats. Des de l'inici, van deixar una de les seves sales, amb vistes al carrer, buida, amb l'objectiu d'omplir-la d'art que pogués ser admirada per qualsevol vianant.

L'estrena de Gallery Studio va ser amb El encuentro d'Alizzz i Amaia, presentant una de les primeres cançons que l'artista polifacètic de Castelldefels va donar a conèixer del seu primer àlbum, Tiene que haber algo más, una de les grans sorpreses de la temporada. La llavor de la sessió musical original es troba en el fet que White Horse havia estat parlant amb Amaia per fer un videoclip, que no va poder ser, però es va traduir en la seva participació en el primer vídeo de l'aparador del Poblenou. Així, es va concretar també la idea inicial que tenien des de White Horse i Folch, passant de l'exposició d'art a la música. “La cançó d'Alizzz i Amaia ha funcionat





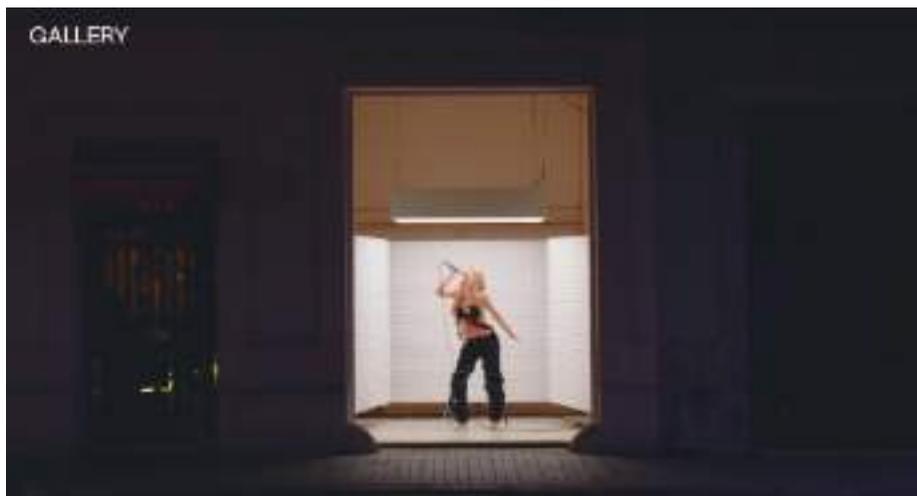
molt bé i s'ha convertit en icònica, la qual cosa va servir per donar una primera empenta al projecte”, remarca Pena.

Després d'*El encuentro*, han vingut moltes més sessions musicals, sempre amb perfils i accents molt diferents, arribant ja a les més de 40. “Volem representar el so d'ara i, per això, no ens tanquem a cap estil en concret. Hem portat artistes pop i altres més urbans o més clàssics. Anem alternant per fer una radiografia de tot el que està passant en l'àmbit musical”, assenyala el seu portaveu. **A banda dels artistes citats anteriorment, també cal afegir Mala Rodríguez, Rojuu, Yung Beef, La Zowi, Trueno, Luna Ki, Duki o Bizarrap.** També han passat per l'aparador del Poblenou algunes exconcursants d'Operación Triunfo. Després d'Amaia, que va repetir en una segona sessió per presentar el seu últim disc, *Cuando no sé quién soy*, Maria Escarmiento i Natalia Lacunza van visitar Gallery Studio.

El vídeo més vist, amb vuit milions de reproduccions, és el del raper de L'Hospitalet de Llobregat, Morad, amb *Pensamientos*.

Amb aquest llarg historial, quan els concerts van tornar, les sessions de Gallery no van patir gaire. “Hem tingut la sort que ens hem consolidat com un nou format musical. La gent ja el coneix i vol veure el seu artista preferit aquí. Tot i que ja hagi tornat l'activitat normal, la gent continua consumint contingut de manera digital”, assenyala Pena. “Avui dia, l'artista va més enllà de la seva música, necessita generar molt contingut perquè els fans el consumeixin constantment, i nosaltres l'ajudem per tenir un producte de qualitat en el qual es pot mostrar d'una manera molt nítida”, agrega. De fet, els únics moments en els quals han hagut de tallar el rodatge s'han produït quan algun cantant ha pujat una story des d'Acid House i els seus seguidors s'han assabentat d'on era, desplaçant-se per veure'l i dificultant el treball de les càmeres —hi ha una exterior per captar la vida al carrer—.





Tal és l'èxit aconseguit que la startup ha decidit llançar el seu propi segell discogràfic i un nou format musical, Room, pensat per a TikTok i la generació Z. En ell, cantants emergents tornen a situar-se en un espai tancat, però aquesta vegada està ubicat a la seva habitació. “Hem recreat una habitació i simulem que l'artista està allà cantant el seu tema. Ha de servir per descobrir noves veus mentre estàs a TikTok, fent que t'aparegui, de sobte, algú que no coneixes”, detalla Pena.

El mapatge musical que fa Gallery Study no se centra només en els artistes locals i s'estén fins a Amèrica. “El mercat espanyol i el llatí són els que millor entenen el format”, remarca Pena, amb un perfil d'usuaris jove, tenint en compte que són els que més consumeixen Youtube, principal font de monetització per a la companyia, així com les col·laboracions amb marques

com Adidas, Bershka i Amazon. **Espanya és el mercat que concentra més seguidors de les sessions Gallery, seguit de Mèxic, l'Argentina, Colòmbia i Xile.**

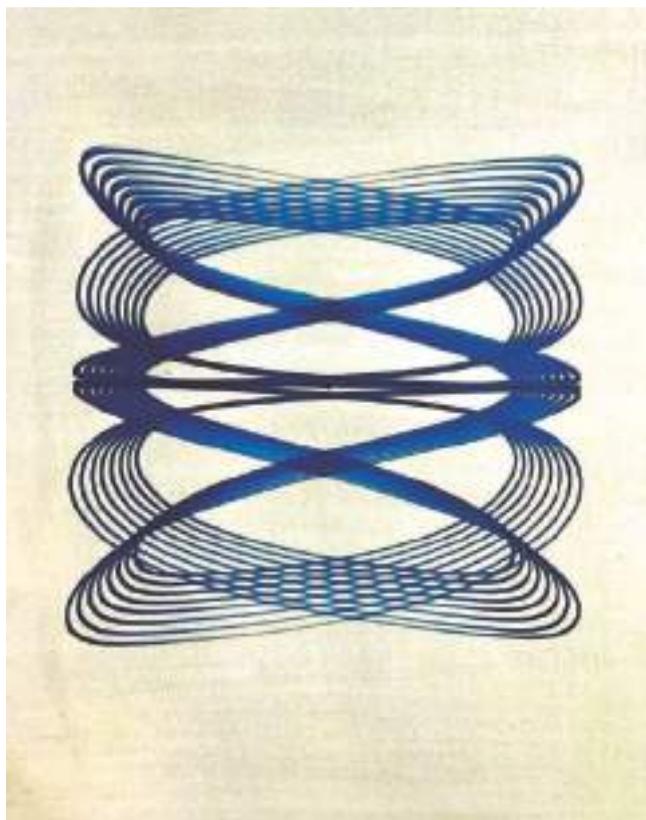
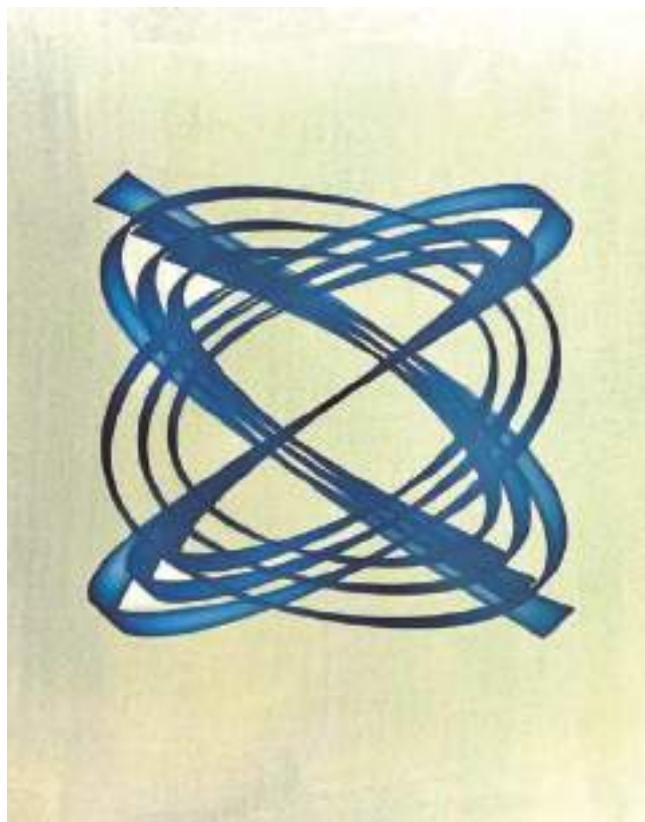
L'empresa emergent no descarta crear nous aparadors en els quals tancar a artistes més enllà del Poblenou, amb el focus posat en Amèrica Llatina, però, segons indica Pena, estan esperant el moment i els socis adequats per fer-ho. I és que, per a Pena, que anteriorment havia treballat a la discogràfica Primavera Labels, la capital catalana ha tingut molt a veure en l'èxit d'aquest nou format. “Barcelona és un lloc de pas a nivell cultural i musical, i el fet de mostrar una iconografia vinculada a la ciutat, ha creat una simbiosi. Nosaltres ens nodrim d'artistes que són aquí i també hi ha hagut altres que haurien de venir a Gallery i el fet que es fes a Barcelona ha ajudat moltíssim”, defensa.







Cianotipia, la fascinación por el color azul



Por Juanlu Ronco

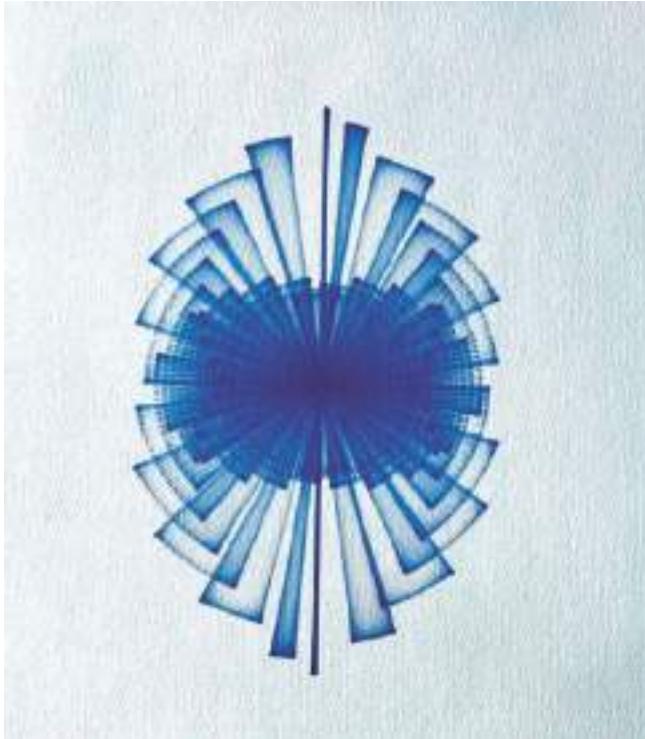
Publicado: 15 de marzo 2021





El color azul es uno de los grandes protagonistas del Mediterráneo. Desde el cielo hasta el mar, transmite belleza y tranquilidad. Es un color con tanto poder que incluso condicionó una etapa entera en la carrera artística de Pablo Picasso. Y, sin embargo, ni el cielo es azul, ni el mar lo es y ni tan siquiera los ojos azules poseen ese color, como explicó John Tyndall en el siglo XIX.

En los tres casos, no existe color alguno. Solo la luz que los atraviesa y es blanca, pero al pasar a través de las moléculas o partículas que se encuentran suspendidas en estos tres medios (atmósfera, agua e iris), las ondas del color azul, de menor longitud, se dispersan mucho más que las del resto de los colores, haciéndose únicamente visibles estas. Es lo que se llamó efecto Tyndall. También reciben el nombre de Tyndall un monte en California, otro monte en el sur de Chile, cuatro glaciares, un cráter lunar, otro en Marte y un asteroide. Hoy la cosa va de genios.

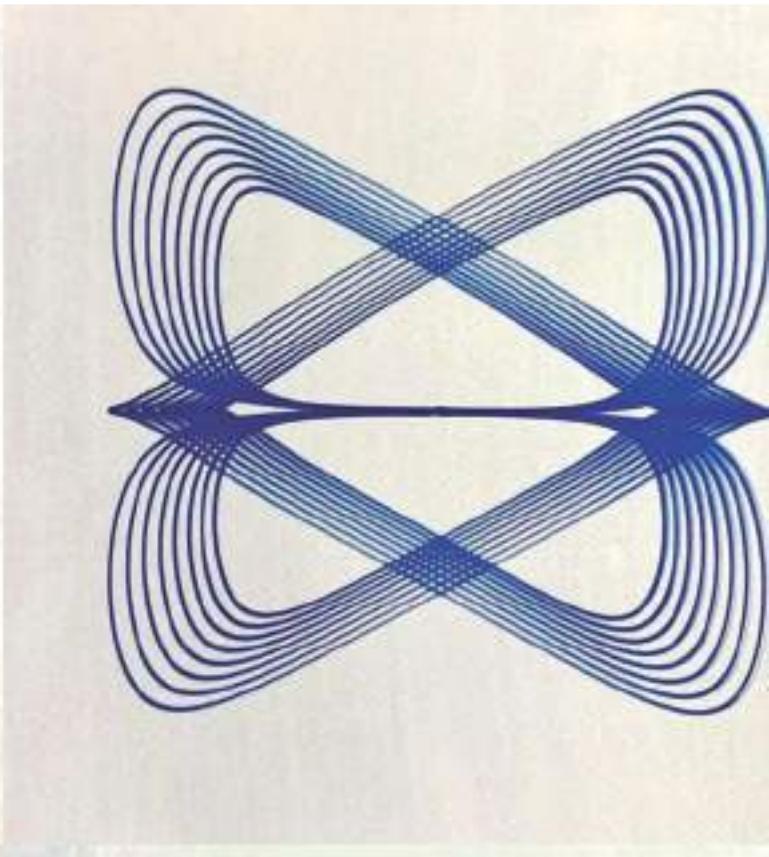
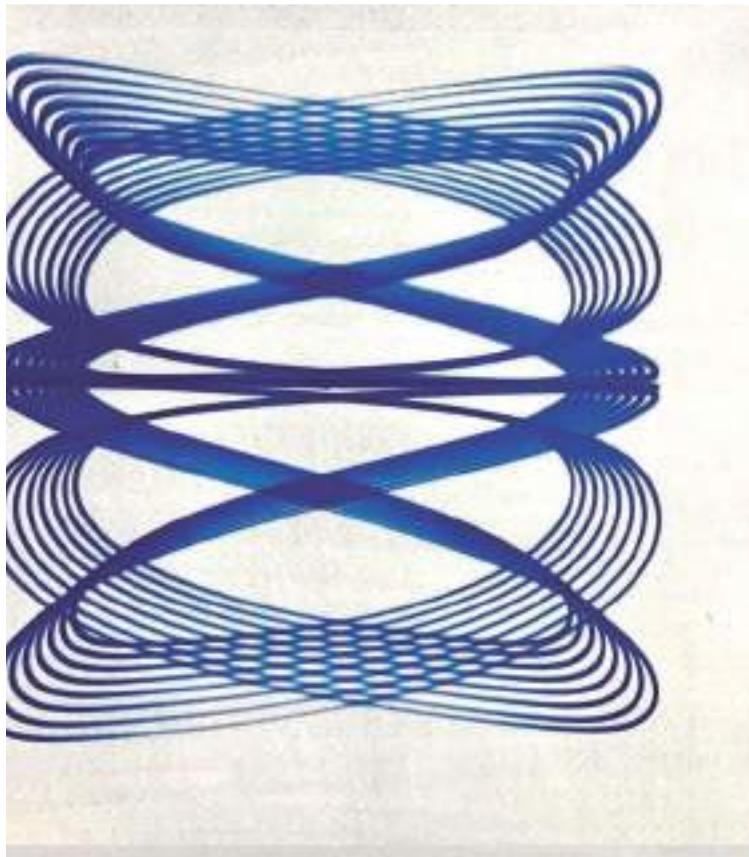




En esa época de invenciones y descubrimientos casi diarios se crió nuestra protagonista, Anna Atkins. Huérfana de madre, fue criada por su padre, prestigioso científico que, de manera poco habitual para la época, decidió educar a su hija en su propia especialidad, la botánica.

Otro de los personajes de esta historia es sir John Herschel, científico, astrónomo, matemático, sir y amigo de la familia de Anna. Herschel, quien había ayudado a otros científicos en la carrera por la invención de la fotografía, creó un método para hacer copias de sus anotaciones y apuntes. Consistía en una mezcla de sales que, aplicadas a una hoja de papel, la hacían sensible a la luz, pudiendo crear de esta manera fotocopias en una gama monocromática de azul de prusia. Bautizó su método con el nombre de cianotipia.





ÉPOCA DE INVENTOS

Esta fue una época muy loca. El ritmo al que se producían entonces los descubrimientos era vertiginoso. El propio Herschel no solo inventó la cianotipia y le dio nombre, sino que también acuñó el nombre fotografía e inventó la manera de fijarla que aún hoy día se sigue usando. No se podían esperar menores logros del hijo del científico que descubrió Urano, dos de sus lunas y demostró el movimiento del sol, entre otras cosas.

La cianotipia coincidió con los descubrimientos de otros contemporáneos suyos que daban resultados en blanco y negro, por lo que no tuvo la aceptación que hubiera deseado. Estos otros inventos, que en ocasiones usaban parte de las investigaciones de Herschel, se popularizaron y evolucionaron muy rápido entre la sociedad, dejando la cianotipia en un segundo plano.

El científico, no del todo satisfecho con el impacto de su creación, compartió su invento con la familia Atkins, y Anna, a diferencia de aquellos que no veían esta gama de azules atractiva, quedó fascinada por los resultados que ofrecía.

Inmediatamente pensó en coger las muestras de plantas que tenía como parte de sus estudios y ponerlas sobre una hoja emulsionada con cianotipia. Tras 15 minutos al sol y enjuagar el papel con agua, obtuvo increíbles fotogramas de las plantas. Y cuando pudo contemplar la perfección y rigurosidad de los cianotipos que había creado, fue consciente del gran avance que esto podría suponer para la comunidad científica, que hasta ahora basaba todo sus conocimientos en ilustraciones. Sistemáticamente empezó a hacer cianotipos de las algas autóctonas de su zona. Las fue encuadernando y distribuyendo en fascículos durante 10 años para concluir en 1853 en un libro de botánica que llamó *British Algae*.

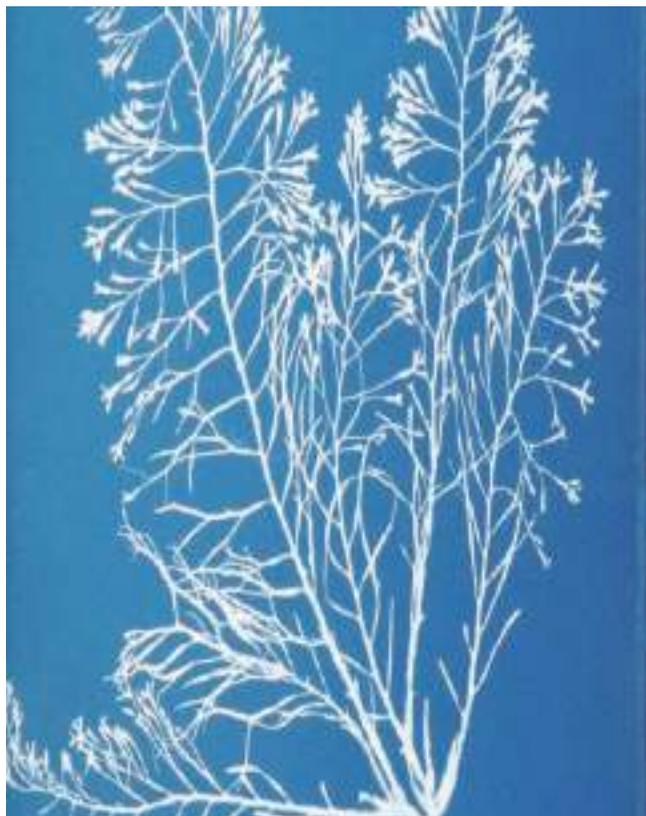
Este no fue su único trabajo. Continuó publicando obras relacionadas con la botánica ilustradas con cianotipos durante toda su carrera. Y tal fue su dedicación y pasión por la cianotipia, que, a diferencia de lo que se solía hacer en la comunidad científica por aquel entonces, no se molestó en documentar el impacto de su trabajo en ningún medio. De hecho, ni siquiera firmaba sus obras como Anna Atkins. En lugar de ello, usaba unas simples siglas, A.A., que apenas la relacionaban con su obra, por lo que su memoria estuvo a punto de ser borrada.





Por suerte, Anna tenía algunos grandes seguidores que pudieron perpetuarla. Aunque probablemente ella no lo supo, al publicar *British Algae*, Anna Atkins pasó a ser la primera fotógrafa de la historia y no solo eso, sino que dicha obra es considerada hoy día la primera publicación ilustrada con fotografías de la historia. En una época marcada por la masculinidad en lo que a hazañas se refiere, Anna se hizo, sin darse cuenta, un hueco en la historia del arte.

El camino de la cianotipia desde entonces hasta nuestros días ha tenido altibajos dependiendo de las épocas. No era una técnica de primer uso en el mundo del arte, más bien un método de aprendizaje o ensayo para amateurs y estudiantes, pero en el plano industrial sí que fue muy popular y utilizada. Al ser una técnica muy económica y fácil de adaptar a grandes formatos, se ha utilizado hasta hace bastante poco como método para duplicado de mapas, planos y esquemas.



Cuando vemos en una película o serie esa escena cliché en la que un grupo de personas desenrollan un mapa en una mesa y empiezan a discutir qué camino van a seguir, muchas de las veces nos daremos cuenta de que este mapa suele ser azul y blanco. Si alguna vez te has preguntado por qué, efectivamente, son cianotipos.

Y no solo planos de edificios y mapas, también en diseño industrial, todos los planos de elementos y piezas se duplicaban a través de cianotipia. De ahí el nombre de blueprints, que todavía hoy se usa para referirse a planos, sin necesidad de que se haya usado esta técnica o de que sean azules. Cuando Leonardo DiCaprio repite más de 30 veces en un minuto la frase «show me all the blueprints» en la película *The Aviator*, está pidiendo las copias en cianotipia de los planos.





ARTE

A partir de la segunda mitad del siglo XX, cuando se empezó a reconocer el trabajo y figura de Anna Atkins, la cianotipia ganó popularidad y hoy día es la técnica elegida por muchos artistas de renombre para expresarse. Parte de este resurgimiento del uso de la cianotipia en el mundo del arte se debe a proyectos como Alternative Photography, un colectivo de artistas encabezado por Malin Fabbri, especializados en técnicas históricas y alternativas de fotografía. Se trata de un proyecto que lleva más de 20 años manteniendo vivas todas estas técnicas a través de tutoriales, eventos, exposiciones y libros.

Otro que ha sabido llevar esta técnica hasta un extremo totalmente diferente ha sido Ralf Jacobs, artista holandés especializado en ingeniería óptica. A Jacobs le fascinaba la forma de los diagramas generados a través de las emulaciones que su ordenador hacía para medir el rendimiento de las lentes y eso le sirvió de inspiración para investigar e imaginar lo que quería expresar a través de su creación artística.





Fue cuando se cruzó con la obra Harmonograph, a Visual Guide to the Mathematics of Music cuando supo lo que quería hacer: plasmar armonografías a través de la cianotipia. Un armonógrafo es un aparato inventado a mediados del siglo XIX, aquella época dorada de los inventos, que servía para representar gráficamente las vibraciones del sonido a través de una serie de péndulos conectados a un bolígrafo. Lo que Ralf hizo fue emular con un software informático el movimiento de un armonógrafo, sincronizar dicho software con un láser y proyectar este láser sobre una superficie emulsionada con cianotipia, creando resultados bellos a la par que hipnóticos. «Quiero que mi trabajo sea estéticamente agradable; quiero que la gente vea la belleza en lo que hago».



TALLER DE CIANOTIPIA

Es por ello que, aunque cada una de las obras que Jacobs plasma en cianotipia podría representarse de forma acústica, el artista advierte que la mayoría de las veces, para que el resultado de la impresión sea bello, el sonido que lo genera no suele serlo. Y así es como Ralf Jacobs, a través de dos inventos de hace más de 150 años, la cianotipia y el armonógrafo, consigue crear sus enigmáticas obras.

Además de Alternative Photography y Ralf Jacobs, artistas de reconocida trayectoria como Wu Chi-Tsung y ULFsaupe, entre otros, han sabido encontrar en el azul de prusia de la cianotipia la fuente de inspiración para expresarse, situándose hoy día como una técnica fotográfica muy recurrente por todo tipo de artistas.

Si después de leer este reportaje y haber visto el potencial de la técnica y la belleza de los azules que se consiguen te has quedado con ganas de saber cómo se hace, aquí te lo contamos.

Solo se necesitan un par de químicos fáciles de encontrar (ferricianuro de potasio y citrato férrico amónico), agua destilada, una brocha, papel de acuarela y un cristal (más grande que el papel). Los dos químicos se mezclan por separado con agua destilada. Así, en un vaso pondremos 100 ml de agua con 8 g de ferricianuro de potasio, y en otro 100 ml de agua con 20 g de citrato férrico amónico. (Es más sencillo de lo que parece. Lo único difícil es aprenderse los nombres).





Una vez tenemos los dos vasos con sus químicos correspondientes bien diluidos, ponemos la habitación en penumbra (importante), preparamos brocha y papel y mezclamos los dos vasos en uno solo. Agitamos muy bien y nos debería quedar en el vaso un líquido de un color entre verde y amarillo. ¿Dónde está el azul? Paciencia.

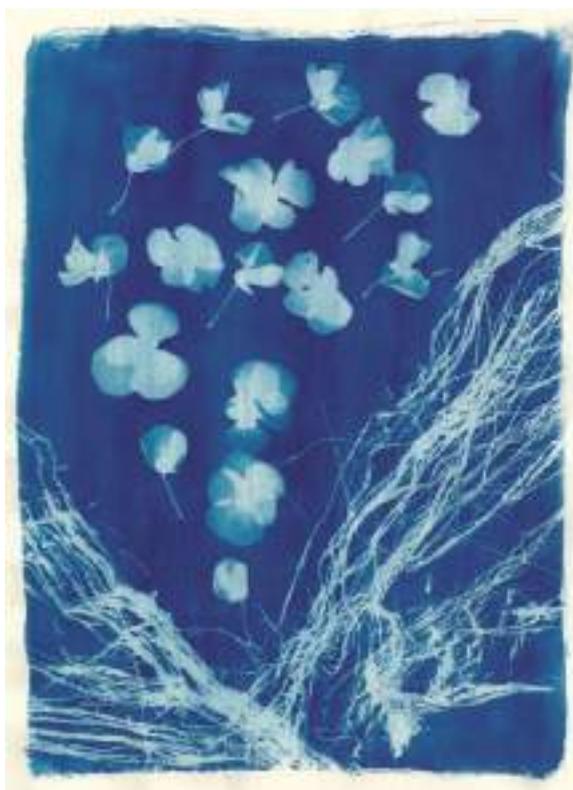
Mojamos la brocha en la mezcla y aplicamos una fina capa que cubra la superficie del papel. Aquí podemos ser todo lo creativos que queramos con los bordes, pero la capa tiene que quedar homogénea y de un color amarillento. Dejamos secar a oscuras, y mientras seca, nos vamos a buscar hojas, flores y aquello que queramos poner en nuestra cianotipia.

Una vez seco (el amarillo del papel se habrá oscurecido un poco), en penumbra, buscamos algo plano (un libro, por ejemplo) y ponemos encima la hoja con la parte amarilla hacia arriba.

Sobre esta capa amarilla, situamos las hojas y elementos elegidos para la composición. Una vez lo tenemos todo colocado, ponemos el cristal encima. La idea es que el cristal presione las hojas contra el papel de acuarela. Para ello, nos podemos ayudar de pinzas o de algún peso.

Cuando lo tenemos todo listo, lo ponemos a sol directo durante 15 minutos (el tiempo puede variar; ensayo y error al poder). Tras 15 minutos, quitamos el cristal y las hojas, sumergimos el papel de acuarela en agua y poco a poco veremos cómo todo se va tornando azul, dejando solo la silueta de nuestras hojas y algunos detalles de zonas en las que haya pasado algo de luz.

Hemos creado una cianotipia como hizo Anna Atkins hace 178 años.





Este
VERANO,
siéntete en las nubes



Hi ha més DONES en el món del cinema,

● Dones
● Homes

però els homes dominen en els papers de lideratge

DONES PROTAGONISTES

2018

2019

31%

40%

Els papers i els rols

2022

2023



Rols lligats a un lloc de treball



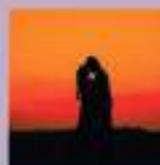
Rols lligats a àmbit personal



Els gèneres i les dones Protagonistes



26%
74%
TERROR



24%
76%
ROMÀNTIQUES



21%
79%
COMÈDIA



16%
84%
ACCIÓ



08%
92%
CIÈNCIA FICCIÓ



05%
95%
ANIMACIÓ

DONES ACTRIUS

Edat de les dones actrius:



Edat de les dones actrius:

- ètnia blanca: 68%
- ètnia negra: 20%
- ètnia asiàtica: 7%
- ètnia llatina: 5%





Historia de cómo Rosalía y CANADA crearon los vídeos de 'Malamente' y 'Pienso en tu mirá'





Por Esteban Ordóñez Chillarón | 27 de marzo 2019





«Para que un videoclip triunfe, lo primero que hace falta es un buen tema. Cuando Rosalía puso en su teléfono *Malamente*, flipamos. Le dijimos: lo vas a petar», contó Alba Barneda, directora de producción de CANADA. A partir de ahí, se abrió un camino en el que importaba, sobre todo, la pasión artística: «Nos gustaba tanto el proyecto que pensábamos más en el tirón que en el presupuesto».

La productora CANADA, referencia internacional en videoclips y publicidad, creó junto a Rosalía los dos primeros trabajos que permitieron al público conocer la cosmovisión de *El mal querer: Malamente* y *Pienso en tu mirá*. Ambos se rodaron a la vez. Fueron cinco días de auténtica «locura» en los que, a veces, «se confundía una canción con otra», recordó Barneda.

En la ADG*Talk* celebrada en la escuela de diseño ESNE de Madrid, la directora de producción de la firma desgranó cada detalle del proceso de grabación de *Pienso en tu mirá* desde la primera toma de contacto con la cantante.

Para que bastaran solo cinco días de rodaje hizo falta un gran trabajo previo: «En rodaje no se pierde un segundo, un solo día es muy caro, por eso la reproducción es tan milimétrica», señaló Barneda. Hicieron *castings* hasta para seleccionar la funda del móvil de la artista.

La primera conversación entre los estudios y un artista suele desarrollarse de diferentes modos: a través de intermediarios como productoras o agentes, o, con menos frecuencia, mediante un correo electrónico directo del artista. Esta vía suele ser poco productiva, pero fue así como contactó Rosalía con CANADA, y gracias a eso la relación «fue más auténtica».





Como recordó Barneda, *El mal querer* fue el proyecto de fin de carrera de Rosalía. Ella ya había desarrollado muchos de los conceptos y referencias que deseaba expresar: envió a la productora un documento en el que se mezclaba una estética de camiones, polígono o extrarradio con un estilismo como el de la Rosi de Palma de las cintas de Almodóvar.

Tomando esas propuestas, el director Nicolás Méndez pergeñó un universo. Él, señaló Barneda, quería poner en imágenes «una relación sentimental tóxica, que mata, que es de lo que va el disco entero. De ahí, los toros, el penitente y las vampiras, todos ellos se relacionan de una forma venenosa con aquello a lo que aman».

Méndez acopió decenas de sugerencias en un primer documento. Unas se aplicaron casi idénticas en los vídeos finales; otras nunca se materializaron. Se preparó el *story* («es nuestra Biblia», aseguró Barneda) y, después, su prueba de fuego: el Animatic, que es la forma de ver si el *story* entra a compás.

«Esto se hace para ver si caben en el tiempo de la canción todas las ideas del director. Lo solemos hacer con la ilusión de que el director vea que no le encaja todo. En este caso, lo malo fue que sí cabía todo», broméo Barneda.





Salvo el estado de la atmósfera, nada de lo que aparece en los videoclips de Rosalía bebe de la casualidad.

Querían camioneros genuinos. «Por un primo camionero, supimos que iba a haber una reunión y allí fuimos, a un encuentro de camioneros». Así consiguieron unos extras auténticos; cada uno manejaba su propio camión. Durante el rodaje, el equipo utilizó camiones de juguete para mostrar a los conductores la coreografía que debían seguir mientras, delante de ellos, Rosalía y sus bailarinas actuaban: «Si es complejo mover personas en un rodaje, imaginaos mover camiones».

El ejercicio de construcción de las escenas fue obsesivo. «Hicimos castings de velas, de sábanas, de trozos de chatarra». En una de las diapositivas que mostró Barneda, se leía «Opciones para destrozar» y debajo había fotografías de bates, azadas... Ni siquiera para los planos de caos final se dejaron llevar por el caos.

«Cuando vas a rodar, ruedas; no piensas qué sábanas vas a usar ni qué vestidos; aun así siempre pasan cosas y tenemos que lidiar con ellas. Duele mucho estar en un set y estar discutiendo esas cuestiones. En videoclips, el ritmo es frenético».







Hubo también estilismos diseñados específicamente para esta pieza, como las ropas de las bailarinas: «Eran una reinterpretación de la viuda española con capucha grande», una especie de manolinas raperas.

Hasta el último momento del rodaje, el final del videoclip de Pienso en tu mirá pudo haber sido otro. La escena planteaba algunos problemas de presupuesto y el equipo intentaba convencer al director Nicolás Méndez de que el trabajo no perdería calidad sin ese último camión volcado y con la cantante subida encima y escribiendo por teléfono.

«Teníamos otro final que grabamos el primer día. Rosalía saltaba del camión que estaban destrozando y hacía

el *playback* en el parking... Yo cada día intentaba matar el otro final, pero Nico insistió, y menos mal. Al final fuimos a por todas y quedó precioso, valió mucho la pena», reconoció Barneda.

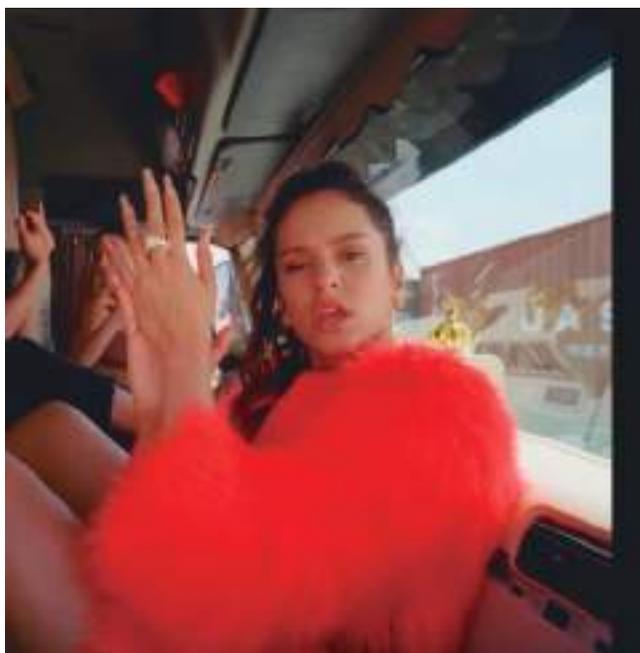
Después del rodaje y la postproducción, comenzó la vida independiente de la canción: «Es la parte imprevisible: los premios a los que te nominan o los que ganas, como los UK Music Video Awards, que estábamos en la sección internacional y competíamos con todos los países excepto Reino Unido, incluidos los grandes grupos de EE.UU. De los cinco nominados dos eran *Pienso en tu mirá* y *Malamamente*, y ganó *Malamamente*».

También fue nominado a los Latin Grammy. El vídeo pudo

inscribirse a contrarreloj: «Rosalía tenía claro que quería presentarlo. No llegábamos y al final conseguimos un tío en Los Ángeles que se lo descargó, lo puso en un DVD y se fue corriendo a presentarlo».

El resultado de todo aquel esfuerzo conjunto corroboró la premonición del primer momento en que CANADA escuchó *Malamamente* en el *smartphone* de la artista. Rosalía lo petó. Una cantante de 25 años, con su segundo disco (que era, a la vez, el proyecto final de carrera para obtener el Título Superior de Flamenco), se coló en la industria musical internacional y en la memoria de devotos y profanos. *Pienso en tu mirá*: 34 millones de visualizaciones en Youtube. *Malamamente*: 62 millones.







Fail again. Fail epic

La cultura digital se reapropia del error y del fracaso y los utiliza como crítica a los cánones estéticos dominantes.

Valentina Tanni

12 DICIEMBRE 2023



Fail again

25





-To be an artist is to fail, as no
other dare fail-
Samuel Beckett





En esta cultura de la imagen, donde los ideales de belleza y perfección se han llevado al extremo, ¿qué papel juega el fracaso? Si bien parece que nuestra tolerancia al error es cada vez menor, este también nos humaniza, destruye convenciones y normas o nos muestra nuevos caminos hacia la innovación. Publicamos, por cortesía de Turner, un avance del nuevo libro de Valentina Tanni, *Memestética*.

Un punto de encuentro entre el arte performativo histórico y el arte performativo salvaje de nuestros días lo encontramos en los trabajos sobre el concepto de fracaso. En la red, de hecho, el fail es una temática omnipresente, que se explora tanto en su aspecto más ligero y lúdico como en un nivel profundamente existencial. El término a secas y su variante reforzada —epic fail— se utilizan para definir una situación evidentemente desastrosa o un fallo especialmente ridículo o tan llamativo que acaba convirtiéndose en algo espectacular y se transforma en una especie de victoria al revés.

Eso fue lo que ocurrió con el epic fail más famoso de la historia de internet: la torpe restauración del Ecce Homo de Borja hecha por una anciana de dicha parroquia, Cecilia Giménez, que saltó a los titulares en 2012. El abismo entre la expectativa y el resultado —el rostro de Cristo acabó convertido en una especie de simio— lleva la idea del error a otro nivel: la incapacidad es tan flagrante, la imagen final es tan profundamente ridícula que el caso y su protagonista acabaron convertidos en una suerte de icono del fail a nivel internacional. El escarnio y la vergüenza terminan sublimándose en una santificación de la incompetencia, que aquí se expresa de manera tan patente que se vuelve paradigmática.

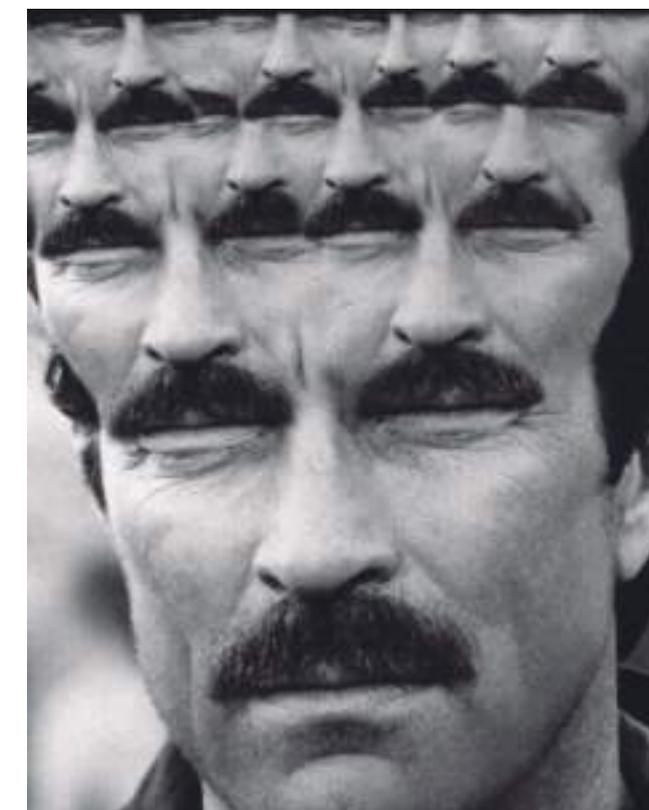
Los fails en internet son caídas, tropezones y destrozos, pero también los hay que manejan un humor más refinado, donde el error y la ejecución tergiversada de una tarea se convierten en una técnica para exorcizar la estudiada perfección de la producción cultural mainstream y la obsesión típica de las redes sociales por el cuidado de la imagen. No es casualidad que una de las plantillas más utilizadas para los memes sea la que confronta expectativas y realidad, subrayando la diferencia entre una versión «retocada» de la vida y otra más genuina, auténtica, imperfecta.

El fracaso llega a considerarse también un síntoma de humanidad, y alguna vez nos puede conducir a hacer algún descubrimiento. Como nos ha enseñado la historia, la innovación y la originalidad suelen ser hijas del error: es necesario recorrer el camino equivocado para alcanzar territorios inexplorados. Los artistas lo saben muy bien y han utilizado conscientemente el error, el uso imprevisto y la casualidad como instrumentos de búsqueda y de producción. «El arte nace del error. Debéis probar las cosas. No podéis quedaros sentados, aterrados por la idea de equivocaros diciendo: “No haré nada hasta que me salga una obra maestra”», es el consejo que da John Baldessari a sus estudiantes.

Este tema se entrecruza con el de la subversión de la acción anárquica, con la alegría liberadora inherente al derrocamiento de las jerarquías, las reglas y las convenciones. El fallo también puede ser proyectado y, por tanto, esperado como consecuencia inevitable de una acción demasiado difícil o imposible, como ocurre en muchas obras de Bruce Naumann, de Gino de Dominicis o de Francis Alÿs. El comportamiento se repite una y otra vez, como si se tratara de un experimento científico, y los inevitables fracasos se documentan rigurosamente. El acto de fallar también puede ser literalmente puesto en escena, como sucede en la performance de Bas Jan Ader de la serie Fall. El artista holandés, que hizo del tema del fracaso un elemento central de su trabajo, se grabó mientras se lanzaba a un canal con la bicicleta, resbalaba por un tejado con una silla o se caía en un arroyo después de haberse colgado de la rama de un árbol. La fragilidad y la vulnerabilidad del ser humano se muestran a través del simple sucumbir a la gravedad, una amenaza trivial y cotidiana que puede resultar fatal, pero su ejecución adquiere un tono tragicómico al moverse en territorios fronterizos entre el humor y la ironía incorrecta de la slapstick comedy.

El falling, un meme que tuvo gran difusión en 2011, se basa en estas mismas premisas: aquí también se busca y se exagera la caída. Como esta ocurre en un lugar público —la calle, el supermercado— y ante la mirada de espectadores casuales, se transforma en un suceso que, al teatralizar el tropiezo, interrumpe la cotidianidad.

La puesta en escena del fracaso asume una función exorcizante en las obras de Maurizio Cattelan, que utiliza objetos, instalaciones y performances para dar rienda suelta a su afán de prestación: se encarna en los objetos híbridos de Fischli & Weiss, verdaderos monumentos a la disfuncionalidad; se vuelve terror tecnológico en las páginas webs de Jodi, donde la exploración del colapso del código se convierte en una metáfora de la cada vez más problemática relación entre el humano y la máquina.



En internet el error tecnológico es una entidad muy presente. Ya sea en la versión totalmente accidental, es decir, cuando el fallo puede adjudicarse por entero a la máquina, ya sea en la versión que implica un uso inadecuado por parte de las personas. A la primera categoría pertenecen, por ejemplo, los glitches, distorsiones casuales de imágenes nacidas por un error del software que han creado un género propio: el llamado glitch art; también el panorama fail, al que la web Know Your Meme define como «Una secuencia de fotos malamente hilvanadas, hecha con el software para la creación de imágenes panorámicas, cuyo resultado suele ser una imagen bizarra, artística o cómica». Para hacer una fotografía panorámica se necesita mover el smartphone de una determinada forma, manteniendo la velocidad y la distancia constantes, y también es importante que todos los elementos presentes en el encuadre estén inmóviles. Cuando se ignora alguna de estas condiciones, la imagen final se ve distorsionada, y estas distorsiones crean visiones surreales, criaturas deformes y paisajes futuristas.

GANES D'ESTIU? EL 1 I 2 DE JUNY

VINE A LA FESTA DEL

PALO MARKET

1 i 2 de juny

No et quedis
sense entrada!



PALO
MARKET
FEST

Primos hermanos de los panorama fails son los Photoshop fails, ejemplos de uso fallido de los softwares de retoque fotográfico que acaban produciendo involuntariamente imágenes absurdas o ridículas. También en este caso, al igual que en el del Ecce Homo de Borja, lo que provoca hilaridad es la vertiginosa distancia que separa el objetivo que se persigue y el resultado final: partes del cuerpo desaparecen o se ven alargadas de forma antinatural, collages en los que los fragmentos no coinciden, deformaciones involuntarias de objetos y de personas... El hecho de intentar ofrecer una imagen de sí más ajustada a los cánones estéticos dominantes —que es el motor de gran parte de este tipo de fails— acaba produciendo como efecto colateral una serie infinita de apariciones monstruosas.

Una de las muchas criaturas mitológicas que han surgido de estas manipulaciones es Half Cat, un gato que solo tiene cabeza, cola y las dos patas anteriores, al que inmortalizaron mientras paseaba por la calle.

Era el resultado de una alteración voluntaria hecha de la unión de dos imágenes. Al principio se pensó que era un panorama fail fotografiado por los objetivos de Google Street View, pero luego, gracias a una investigación llevada a cabo en 2013 por los usuarios Imgur y Reddit, se descubrió que la imagen La foto original, que se localizó y después la publicó el periódico británico The Independent, muestra a un gato blanco normal paseando por las calles de Ottawa, Canadá. Aun así, la versión «reducida a la mitad» es un clásico del género surreal memes, y se ha hecho tan famosa que hasta se ha creado una empresa online en Japón que produce una versión tridimensional de Half Cat en forma de llavero, un inquietante gadget que se agotó en pocas semanas y que también se hizo viral en miles de blogs y en las redes sociales. Un pariente cercano de Half Cat es Long Cat, otro animal imposible, esta vez con ocho patas.

El gusto por este tipo de imágenes surrealistas que se obtienen con simples retoques fotográficos cuenta con una larga tradición.





Al contrario de lo que se suele pensar, desde sus inicios, la fotografía ha hecho todo menos anclarse en un realismo anticuado; montajes, fotos coloreadas, la unión de negativos y otros efectos se hacían ya desde la segunda mitad del siglo XIX, y siguieron difundiendo con la llegada de herramientas más avanzadas y más fáciles de usar. El género de la trick photography, en concreto, se hizo extremadamente popular alrededor de 1890, no solo entre los fotógrafos profesionales,

En el libro de László Moholy-Nagy *Painting, Photography, Film*, publicado en 1925, se recogen varios ejemplos, como la imagen de El caballo en movimiento, la foto de un hombre riendo cuya imagen se triplica gracias a un espejo deformante y Superman o el árbol de ojos. El artista húngaro, uno de los grandes defensores de la flexibilidad del medio, señala entre sus muchas posibilidades la de la transformación en vehículo de «utopía y humor», y erige estas fotografías en ejemplos del potencial surrealista y genuinamente cómico de la imagen fotográfica.

A las deformaciones accidentales se unen las proyectadas, que se acabarán convirtiendo en un enorme contenedor de imágenes que merecería un estudio a parte por la cantidad y diversidad de géneros, subgéneros, tradiciones y tendencias que contiene. En el siglo XIX, el gusto por la manipulación era un hobby de nicho, pero hoy —entre otras cosas, gracias a la difusión de aplicaciones que simplifican el proceso o, en algunos casos, incluso lo automatizan parcialmente— la práctica adquiere las características del fenómeno de masas.

NOMAD COFFEE X
POBLENOU URBAN DISTRICT

CON ESTA TARJETA EXCLUSIVA PODRÁS
CONSEGUIR UN CAFFEE GRATIS LLENAN-
DO TODAS LAS TAZAS!!!!

NOMAD
COFFEE X
POBLENOU
URBAN
DISTRICT





Aquesta revsita ha estat elaborada per
la Mar Rodríguez Ballbè, alumna de 2n
d'ESDAPC.

A estat realitzada durant el segon se-
mestre de l'assignatura Projectes II, al
campus Pau Gargallo, a Badalona.

07 de juny del 2024







Mar Rodríguez Ballbé
Poblenou Urban District
2024

