

FECHA DE RECEPCIÓN: 31/10/2012
FECHA DE ACEPTACIÓN: 3/12/2012

//TWITTER COMO ARGUMENTO, HERRAMIENTA Y
SOPORTE PARA LA PRODUCCIÓN ARTÍSTICA
CONTEMPORÁNEA//

ELENA LÓPEZ MARTÍN
UNIVERSIDAD DE MURCIA, ESPAÑA
elenalopezm@hotmail.com

///
PALABRAS CLAVE: Net.art 2.0, twitterart, twitteratura, twitter-residencias, tweets
ciber kitsch.

RESUMEN: En la actualidad, el desarrollo de las TIC y el auge de la Web 2.0 han abierto nuevas posibilidades de exploración en la difusión y creación artística a través de la Red. La Web 2.0 ha desplazado el centro de interés de un espacio en dónde se consultaba información principalmente publicada por otros, a un espacio que proporciona nuevas formas de interacción humana, ya sea para el ocio, el trabajo o con el fin de organizar una revolución social. Las redes sociales como Twitter están experimentando un protagonismo hegemónico en el establecimiento de estas experiencias sociales. Así pues, el arte no se ha mantenido al margen de esta red social que ha inspirado tanto a obras *off* como *on-line*. En este artículo, realizamos un análisis crítico de estas manifestaciones centrándonos en el espacio de Twitter como material bruto en el que producir mensajes artísticos.

KEYWORDS: Net.art 2.0, twitterart, twitteratura, twitterer-in-residence, ciber kitsch
tweets.

ABSTRACT: Currently, the development of ICT and the height of the Web 2.0 have widely opened new possibilities in exploring the artistic creation and distribution through the Internet. The Web 2.0 had shifted the emphasis from a cyberspace in which we were used to consult information published by others, to one that offers new forms of human interaction, whether for leisure, work purposes, or in order to organize a social revolution. Social network services (SNS) such as Twitter are becoming essential on establishing these social, experiences. Thus, contemporary art has not stayed away from this particular social network that has inspired both off-line and on-line artistic production. Our article presents a critical analysis of these artistic manifestations, but focusing on the space of Twitter as a raw material in which to produce artistic messages.

///

1. Introducción

La informática ha sido una herramienta artística desde la aparición de los primeros ordenadores, como lo prueba en nuestro país el precoz Seminario sobre Generación de Formas Plásticas del Centro de Cálculo de la Universidad Complutense de Madrid (1968-1973). Internet supuso un punto de inflexión en la producción artística, aportando unas características propias que se impondrían como productoras de significado en las obras de Net.art.

Con la llegada de la Web 2.0 en el año 2004, se introduce una nueva forma de entender y gestionar la Red que tendrá como primer objetivo fomentar la participación y conexión entre los usuarios. De ahí que la Web 2.0 se haya denominado, a su vez, Web social y Web participativa.

Las herramientas 2.0 buscan la integración de cualquier usuario en sus servicios, careciendo de interés y sentido por sí solas en el caso de ser rechazadas por los habitantes del ciberespacio. Su valor es pues otorgado por los internautas y su éxito determinado, principalmente, por el número de usuarios activos que logre aglomerar. En el caso de Facebook y Twitter, ya ha sido evidenciada su gran influencia en la sociedad virtual, llegando a tener efectos tanto *on* como *off-line*. Este fenómeno de agrupación de masas heterogéneas con fines comunicativos ha suscitado polémicas en distintas áreas de investigación científica, con devotos defensores y detractores de sus procedimientos. Cada año, estas redes sociales ven incrementadas sus listas de adeptos que multiplican las comunicaciones virtuales a través de un número de mensajes cada vez mayor.

En este artículo nos centraremos en el estudio de la red social Twitter, de la que se desprenderán reflexiones en torno a su definición, intereses y campo de actuación, analizando sus propiedades en relación con la práctica artística. En efecto, Twitter está siendo objetivo de diversas actitudes artísticas habiéndose convertido en soporte artístico y constructor fundamental del significado de diversas obras.

2. Redes sociales y comunidades virtuales. Facebook y Twitter en la cumbre de los índices de impacto

Si bien, en la actualidad, el término red social se ha generalizado y se suele relacionar con el espacio virtual y los servicios 2.0, el origen del concepto “red social” no tiene ninguna vinculación con el ciberespacio. Una red social es una organización cuya estructura se compone de puntos (nodos o actores) que se relacionan entre sí mediante vínculos que ofrecen la oportunidad de nutrirse de los recursos de otros nodos con intereses y finalidades afines y que, en el caso de establecerse recíprocamente, favorecen el intercambio. Esta concentración de nodos forma una estructura social adquiriendo como unidad propiedades diferentes a las de cada uno de sus miembros¹. Félix Requena,

¹ REAL ACADEMIA ESPAÑOLA, *Diccionario de la lengua española*, Artículo propuesto para la 23ª ed., “sociedad”. [En línea] <<http://lema.rae.es/drae/>> [Consulta: 08/06/2012]: “Agrupación natural o pactada de personas, que constituyen unidad distinta de cada uno de sus individuos, con el fin de cumplir, mediante la mutua cooperación, todos o alguno de los fines de la vida.”

en su análisis sobre el concepto de red social (1989), afirma que existen redes sociales en las que nos vemos insertados de forma natural y otras pactadas en las que podemos decidir nuestra pertenencia y su duración.

Con el desarrollo de Internet, el concepto de red social ha sido insertado en las dinámicas del ciberespacio generando las redes sociales virtuales que, aunque son un reflejo de las *off-line*, se desarrollan gracias a las tecnologías que ofrecen la posibilidad de establecer relaciones virtuales y no corpóreas. De la misma forma ocurrió con el concepto de comunidad, que dentro del espacio *on-line* se denomina habitualmente comunidad virtual. Aunque en multitud de ocasiones los términos red social y comunidad virtual se utilicen indistintamente, existen diversos estudios que intentan esclarecer sus diferencias. Por ejemplo, David Hinds y Ronald M. Lee, en un estudio acerca de cómo las estructuras de las redes sociales pueden determinar el éxito de una comunidad virtual, explican que las redes sociales son unas configuraciones que, mediante los vínculos que relacionan los nodos, ofrecen unas posibilidades de actuación, mientras que las comunidades virtuales transforman esa “posibilidad” en interacción, en actividad. De ahí se deduce que las estructuras de las redes sociales se aplican a las comunidades virtuales. Acerca de ese “campo de posibilidades” hace también referencia Requena aludiendo a la configuración de estas redes como un sistema de oportunidades. Asimismo, Christoph Müller en un proyecto de investigación acerca de comunidades virtuales, se refiere a las redes sociales como organizaciones que se diferencian de las comunidades virtuales (o grupos) en que las organizaciones existen sin que los actores se relacionen, mientras que en los grupos la acción es fundamental detectándose en seguida si la actividad por parte de un miembro cesa en algún momento. Existe, según Müller, un sentimiento de pertenencia por parte de los integrantes de las comunidades virtuales que es el que le otorga dinamismo, vida e interacción y que permite desarrollar una identidad común. Si bien, como anotábamos con anterioridad, las redes sociales pueden ser *on* y *off-line*, en este artículo utilizaremos la expresión red social para referirnos a aquellas integradas en el espacio virtual, especificando su carácter *off-line* cuando fuera necesario.

Como antesala de las dinámicas de las primeras redes sociales, en 1971 se envió el primer email que conectó dos ordenadores situados uno al lado del otro. Desde esta primera microconexión entre únicamente dos nodos, tuvieron que transcurrir veintitrés años para que se fundara una de las primeras redes sociales como las que conocemos en la actualidad: GeoCities. En los años sucesivos se crearon otras redes como SixDegrees (1997), Friendster (2002, que alcanzó tres millones de usuarios en tres meses) y MySpace (2003). Sin embargo, la creación de Facebook (2004) a manos de Mark Elliot Zuckerberg desencadenó lo que sería la mayor masificación de usuarios en una red social. En abril de 2009 Facebook monopolizaba el 66% del tiempo que los usuarios dedicaban a redes sociales y en abril de 2012 alcanzó los 900 millones de usuarios. Finalmente, Twitter, fundada en el año 2006 por Jack Dorsey, Evan Williams y Biz Stone ha registrado, desde abril de 2008, el mayor índice de crecimiento en tiempo dedicado por los usuarios a esta

red, con el asombroso incremento del 3712%. En febrero de 2012, Twopcharts.com empresa analista de Twitter, anunció que esta red ya contaba con 500 millones de usuarios, aunque los directivos y fundadores de Twitter se han negado a pronunciarse al respecto. El impacto de Twitter entre los usuarios de Internet, así como sus características y específicas formas de actuación, nos llevaron a centrar la investigación en aquellas prácticas artísticas desarrolladas en este espacio.

3. Twitter: breves apuntes acerca de su definición y formas de actuación

A la hora de considerar Twitter como una red social, nos hemos encontrado con algunos obstáculos debido a las definiciones publicadas por sus directivos. Jack Dorsey, fundador de la firma, en una entrevista realizada para el periódico el País (2009) afirmó que Twitter no es una red social sino una herramienta o plataforma para la comunicación. Dos años más tarde, Laura Gómez, gerente de internacionalización de Twitter, respondió en una entrevista para el periódico El Mundo que Twitter no era una red social sino una red de información abierta. Twitter es presentado como un *microblog*. Su modo de operar permite a sus usuarios enviar “tweets”: mensajes de un máximo de 140 caracteres que se acumulan en la página principal del usuario y sobre los que se puede escoger su condición pública o semi-privada. Asimismo, los usuarios pueden suscribirse a los mensajes de otros convirtiéndose en “followers” o seguidores de estos, así como pueden compartirlos, contestarlos o agruparlos por temas (con la utilización de *hashtags*: cadena de palabras precedidas por una almohadilla). En 2009, se añadió la posibilidad de generar seguimientos de listas de usuarios. Dadas estas características, no encontramos motivo alguno para excluir Twitter de la categoría de red social, ya que se trata de una herramienta que establece posibilidades de conexión entre los actores formando una red de usuarios que favorece la interacción, la comunicación y por lo tanto la formación de comunidades virtuales. Aunque Laura Gómez argumenta que Twitter no es una red social ya que no existe una relación mutua entre usuarios, consideramos que esa relación sí se puede dar e incluso en el supuesto de que no existiera: como explicó Requena veinte años atrás acerca de la direccionalidad de las redes sociales, no es necesario que los vínculos entre actores sean recíprocos para que exista una red social. Por ello nos referiremos a Twitter como una red social que mezcla los formatos blog, red social y mensajes cortos de texto o SMS.

4. Posiciones de acercamiento entre la producción artística y la red social Twitter

Tras investigar las diversas formas de relación entre arte y redes sociales, hemos observado unos comportamientos básicos que hemos ordenado esquemáticamente en base a sus progresivos acercamientos:

- a) Redes sociales como espacio para divulgar obras de arte generalmente *off-line*.
- b) Redes sociales como tema sobre el que reflexionan obras *off-line*.
- c) Redes sociales como herramienta que determina el proceso y resultado de una obra materializada *off-line*.

- d) Redes sociales como tema y herramienta en obras realizadas para la Red: Net.art 2.0.
- e) Redes sociales como espacio en el que generar arte de Internet 2.0: Net.art 2.0.

Estas fórmulas no hacen, en ningún caso, referencia a un desarrollo cronológico, se trata, únicamente, de posiciones de acercamiento que siguen siendo explotadas sincrónicamente por diferentes artistas. Estas posturas serán las que marquen, a partir de ahora, la estructura argumentativa de este artículo.

4.1. Relación entre las redes sociales y las producciones artísticas *off-line*

Como hemos podido observar en la tabla anterior, las redes sociales han establecido vínculos con el mundo del arte con intereses diversos. Al ser plataformas de comunicación, las redes sociales han sido objetivo, principalmente, de maniobras de difusión de obras por parte de artistas independientes e incluso instituciones, gracias a la posibilidad de generar seguidores e, incluso, crear álbumes y ficheros en los que se puede ordenar documentación o vincular artículos, entrevistas y videos acerca de proyectos y artistas. Esta relación entre arte y redes sociales, se define como arte **en** Internet y no como arte **de** Internet, por lo que se encuentra totalmente alejada de las prácticas del Net.art (ver esquema punto a.). Sin embargo, esta relación muestra la necesidad del arte por actualizarse, por absorber las nuevas tecnologías y servicios que no sólo le ayudarán a difundir sus resultados, sino que, como veremos, les proporcionarán nuevos temas de estudio y nuevos espacios de creación artística.

Otro de los primeros pasos en el acercamiento de la práctica del arte a las redes sociales, fue el estudio y reflexión sobre el medio para la creación de proyectos *off-line* (ver esquema punto b.). Si bien existen numerosas obras acerca de los mecanismos y efectos de las redes sociales en disciplinas tan variadas como la pintura, la fotografía, el vídeo, la instalación y la performance, llevadas a cabo en el mundo físico, hemos seleccionado una pieza que nos resulta interesante por el modo de enfocar la cuestión. En este caso, consideramos que su carácter no virtual, lejos de hacerle perder coherencia discursiva, refuerza la comparación que busca entre el retrato virtual y el retrato del mundo físico. Nos referimos a la performance realizada por An Xiao titulada *Nothing To Tweet Home About* (2009). En ella, durante la exhibición titulada *Status Update* (New Haven, Connecticut, EE.UU), Xiao envió por correo ordinario a la sala expositiva alrededor de cien postales en las que escribía sus “tweets” y en los que añadía un geotag (una referencia geográfica, normalmente para localización GPS) del lugar dónde se encontraba en el momento de redactarlos. Esta pieza tiene como referente la práctica del Mail Art, una de las primeras estrategias artísticas que abogaban por la implicación directa del receptor permitiendo la eliminación de distancias entre obra y receptor y cuya filosofía se mantiene en el Net.art gracias a la ubicuidad e instantaneidad de la Red. Mediante la descontextualización de los “tweets” de su medio digital, Xiao pretende reflexionar acerca de la forma de autorretratarnos diariamente en el ciberespacio,

colgando sus micro retratos (que juntos conforman un macro retrato) en la pared de una sala expositiva al igual que se procede con los autorretratos clásicos.

El siguiente paso en el gradual acercamiento entre arte y redes sociales ofrece la posibilidad de que la comunidad virtual influya en el resultado de una obra *off-line*, basando el sentido de la obra en la inteligencia colectiva que ofrecen las comunidades virtuales de la Red (ver esquema punto c.). Un ejemplo de ello es *La obra de Arte Global*, un proyecto experimental realizado en 2010 en la Sala de Arte Joven de Madrid en la que, bajo el comisariado de Israel Sousa y Rafafans, cinco artistas trabajaron con una comunidad de Facebook que llegó a contar con 1537 usuarios para la producción de obras en el espacio físico de la sala expositiva.

4.2. Twitter como argumento y herramienta para la construcción de Net.art 2.0²

Además de las obras *off-line* que reflexionan acerca de las redes sociales, defensores y escépticos de las redes sociales han elaborado proyectos de crítica a través de las propias herramientas que enjuician. En este sub-apartado hemos querido destacar aquellas obras artísticas que para establecer un discurso acerca de las redes sociales hacen llegar su mensaje al resto de la comunidad virtual por medio de Internet. Estas obras creadas por y para Internet y que absorben elementos de la Web 2.0 forman parte del denominado Net.art 2.0.

Una de las prioridades de la Web social es la gestión de los datos generados por las masivas intervenciones de los usuarios. Siguiendo la tradición de los *détournements* situacionistas y el reciclaje característico del Pop art, ya instaurada en las primeras conductas del Net.art, los artistas del Net.art 2.0 recurren a los datos en continua expansión de la Web 2.0 para la generación de nuevos “objetos” artísticos.

En el año 2008, los artistas Amy Hoy y Thomas Fuchs crearon la obra *Twistori*, una web que fue recopilando todos aquellos “tweets” que contienen las expresiones: *I Love, I Hate, I Think, I Believe, I Feel o I Wish* (yo amo, yo odio, yo pienso, yo creo, yo siento o yo deseo). Cuando el usuario de Internet accede a la obra, puede hacer click sobre cualquiera de estos términos para que vayan sucediéndose en la pantalla aquellos “tweets” que lo contienen. Las redes sociales ofrecen un espacio que favorece la publicación de cualquier tipo de mensajes, de entre los que destacan aquellos que exponen sentimientos deformando las fronteras del concepto de intimidad y estableciendo lo que los expertos denominan *extimidad* (exteriorizar lo íntimo). Este fenómeno antropológico y sociológico es el objetivo de análisis de *Twistori* que nos proporciona el acceso a aquellos mensajes que fuera de la Red suelen ser de carácter interno pero que han sido lanzados abiertamente al concurrido ciberespacio. Los mensajes que se pueden leer en esta obra resultan de lo más variados y en numerosas ocasiones llamativos.

En una de nuestras incursiones en *Twistori* seleccionamos los siguientes testimonios del sentimiento “odio”:

² Véase d) en el apartado 4.

“i hate facebook since my extended family thought it would be nice to add me on there. i have to watch what im saying, so i rarely update :/

Insecure.
I hate that feeling.

I hate giving out my pins to people, I feel violated sort of like someone invading my private space”³.

Otra forma de representar la actividad de Twitter es la que lleva a cabo We love the net en la pieza *Sweet* (2010). Esta web tiene acceso a los “tweets” que se mandan diariamente en cuarenta ciudades repartidas por todo el mundo. *Sweet* permite la visualización del último “tweet” enviado, en cada una de las cuarenta ciudades seleccionadas, sobre el mapa interactivo de Google Map que indica desde qué calle ha sido enviado el mensaje. La web se actualiza continuamente por lo que el interfaz va cambiando a medida que la gente envía “tweets” y estos son geolocalizados por la herramienta. Internet logra eliminar problemáticas espacio temporales en la comunicación de sus usuarios y *Sweet* permite visualizar, gracias a la combinación de Twitter y Google Maps, cómo los nuevos servicios de Internet permiten la transmisión de mensajes desde un punto concreto y físico del globo terráqueo a una comunidad imposible de ubicar precisamente por la multitud de espacios en los que se encuentra. Esta obra se va construyendo a medida que los usuarios de Twitter van publicando mensajes, siendo revelados a todos los usuarios de la Red aquellos mensajes en teoría sólo destinados a los usuarios de Twitter y haciendo público algo que normalmente Internet permite esconder: la situación física de sus miembros.

Como último ejemplo de obras de Net.art 2.0 que giran en torno a la red social Twitter hemos seleccionado la obra llevada a cabo por Daniel Jones, Peter Gregson y la Britten Sinfonia. Desde mayo hasta octubre de 2012 se ha podido disfrutar de la obra *The Listening Machine* que dispone de un complejo software que asocia las emociones expresadas por 500 usuarios ingleses de Twitter y sus temas de conversación a diversos sonidos que, combinados, forman una melodía contemporánea impredecible que va generándose en directo y sin pausa.

4.3. Twitter como espacio en el que generar Net.art 2.0: Twitterart: Tweets ciber kitsch, Twitter-residencias y Twitteratura⁴

Los conceptos Twitterart y Twart son aún recientes. Las mentes creativas que habitan la Red buscan nuevas formas de hacer llegar sus mensajes a un número de espectadores cada vez mayor. El Net.art ya demostró la necesidad de los artistas de buscar al “espectador global” mediante la experimentación con el, por aquel entonces, nuevo espacio de Internet. Esto dio lugar a obras que, en su mayoría, lejos de ofrecer

³ Testimonios extraídos de Twistori y traducidos por la autora el día 7 de Julio de 2012.

⁴ Véase d) en el apartado 4.

todas las posibilidades de liberación que el medio prometía, se vieron coartadas por los conocimientos técnicos y ciencias informáticas que requerían la creación de contenidos en la Red. Las colaboraciones entre informáticos y artistas se hicieron más habituales al tiempo que las posibilidades de Internet se fueron multiplicando. La introducción de las dinámicas de la Web 2.0 permitió la creación de infinidad de contenidos asequibles a cualquier internauta con preparación informática o no. De entre estas dinámicas destacan las redes sociales que permiten lo que Danis Cueto denomina la presencia del Dios Hermes en la Red quien, debido a su juventud, alegría y despreocupación, comparte amistad con todos los seres humanos y facilita la comunicación suprimiendo “la dilación de los mensajes, reduc[iendo] las distancias y abrev[iando] el espacio y el tiempo en un instante tan efímero como instantáneo”(Cueto, 2011: 122-128).

Twitter concentra una serie de condiciones que se presentan tan limitadoras como liberadoras a la hora de favorecer el ingenio y llevar a cabo proyectos creativos. El límite de 140 caracteres se convierte en “la medida” para las obras de Twitterart. Todo lo que pueda condensarse en esa medida es válido, la creatividad puede quebrarse ante tal rigidez o por el contrario desarrollar contenidos e iniciativas que adquieran significado en el cumplimiento de tal exigencia. Pero la creatividad ya no proviene únicamente de la mente de artistas “profesionales” sino que, gracias al ya democratizado y democratizador medio de Internet y las nuevas facilidades de la Web 2.0, la imaginación empieza a desarrollarse a pasos agigantados en la conducta de los usuarios permitiendo una explosión de creatividad “amateur” que inunda redes sociales como Twitter y Facebook. Este hecho hace de la expresión Twitterart un concepto amplio que abarca multitud de posibilidades en cuanto a actitudes y resultados pero con un factor común, la intencionalidad artística.

Aurelio Montemayor, conocido en la Red con el sobrenombre de “elmonte09”, define Twitterart como “un subgénero artístico en crecimiento cuyas estrategias fluctúan entre un escueto y filosófico minimalismo y unos “cucos” mensajes kitsch” (Montemayor, s.f: en línea) ilustrando su definición con una recopilación de lo que él denomina “twitterartists”⁵.

En el portal Antisocial Networking, además de hacerse referencia a la definición de elmonte09, se considera este subgénero como “parte de una tradición artística ASCII que remite a los posts de las BBS de la década de los 70 y 80” (AAVV, 2010: en línea).

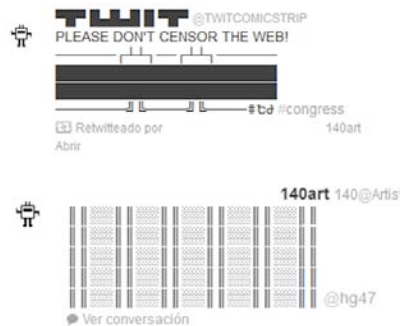
En el periódico *The Guardian*, Ruth Jamieson escribió en 2009 un artículo acerca del concepto “Twart”, en el que se pregunta si a través de Twitter los artistas intentan romper con las nociones de un arte de procesos y destinatarios elitistas, democratizando

⁵ elmonte09, director del Centro de Información y Recursos para padres de la Asociación para la Investigación de Desarrollo Intercultural de Texas, se define a sí mismo como: “político progresista on-line, educador, activista, poeta, “inconformista” impredecible, RT & Tweeting amigo.” (Traducción de la autora). elmonte09. *Twitwall*. [En línea] <<http://twitwall.com/view/?what=050A080C07>> [Consulta: 10/07/2012].

el arte y/o desmitificando el proceso creativo. En este artículo, Jamieson también elabora un listado de los que considera “Twartists”.

Tanto “Twitterartist” como “Twartists” hacen referencia a aquellos usuarios de Twitter que utilizan esta herramienta con intencionalidades artísticas, por lo que podrían utilizarse de forma indistinta.

Twitterart se ha convertido en un término generalizado que engloba una gran variedad de estrategias a la hora de publicar “tweets”. Los “cucos mensajes kitsch” a los que se refiere *elmonte09* son los más extendidos sobre todo por la simplicidad de su ejecución (ver fig.1).



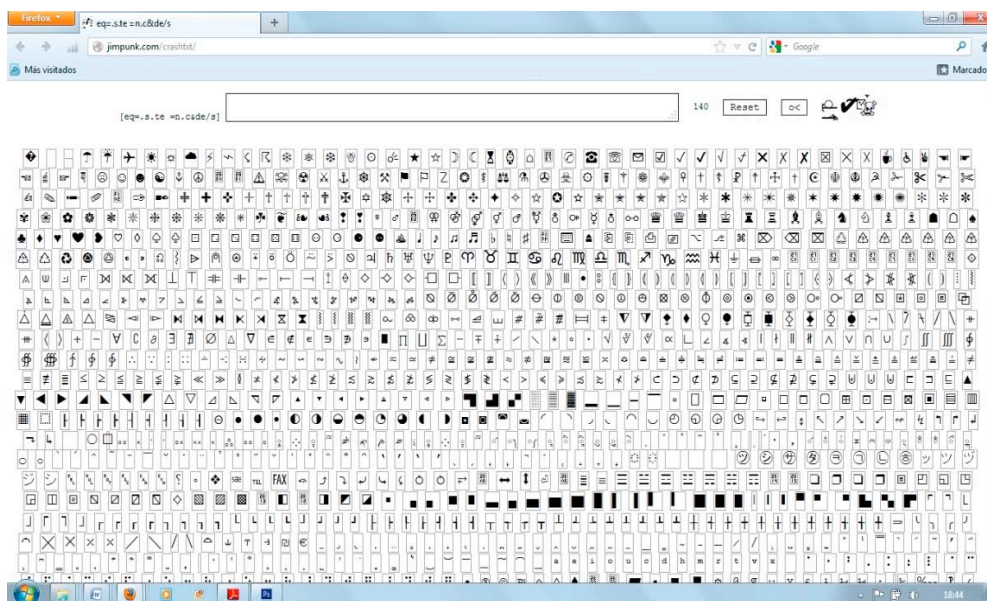
*Fig.1 Ejemplo de lo que elmonte09 ha denominado Twitterart.
“Tweets” extraídos del perfil de Twitter @140artists.*

Dentro de la simplicidad que supone la creación de estos mensajes, existen creativos que realmente han sabido sacar un máximo rendimiento a unas herramientas mínimas. Es el caso de **@140artist**, que además de construir “tweets”-imágenes más complejas también recurre a la sucesión de publicaciones para generar macro imágenes compuestas por varios “tweets”. El 15 de abril de 2012, llegó a publicar más de setenta “tweets” para que, a la hora de visualizarlos haciendo bajar la barra lateral derecha rápidamente, el resultado visual fuese una animación en la que cada “tweet” conforma un fotograma⁶.

Estas estrategias, lejos de esconder una lectura reflexiva y la transmisión de mensajes profundos, buscan ensalzar el diseño jovial, entretenido y divertido, la salida del lenguaje convencional y su posible trascendencia convirtiendo sus símbolos y caracteres mínimos en adornos y realizaciones sorprendentes que pueden ser generados por cualquiera con tiempo libre. Este fenómeno de masas es una especie de “ciber kitsch” resultado de la revolución de la Web 2.0 en la que sus usuarios están hambrientos de distracciones y generan “productos” hiperconsumidos por el resto de la inmensa comunidad virtual.

⁶ Animación publicada el 15 de abril 2012. Twitter. *140artist*. [En línea] <<http://twitter.com/140Artist>> [Consulta: 09/07/2012].

Haciendo uso de una estética muy similar, el colectivo Jimpunk presentó este mismo año 2012 la obra *exq=.s.te =n.c&de/s*, una especie de teclado virtual (cuyas teclas son símbolos) que permite a cualquier internauta generar micro textos de símbolos de un máximo de 140 caracteres que tras pulsar el botón OK, envía los mensajes en forma de actualización de estado a la cuenta de Twitter **@crashtxt**. Esta pieza confiere la posibilidad a todos los usuarios de la Red de convertirse en coautores de una única cuenta de Twitter que deja de ser un lugar de publicación de contenidos personales para transformarse en una cuenta plural en la que los mensajes, ilegibles, no comunican conceptos sino grupos de signos que no tienen sentido en el lenguaje convencional (ver fig.2).



*Fig.2. exq=.s.te =n.c&de/s, 2012. Jimpunk. Teclado virtual.
Captura de pantalla realizada por la autora.*

Una forma muy diferente de sacar partido a las propiedades de Twitter es la iniciativa que propuso la agencia New Media Scotland llamada “*twitterer-in-residence*” en las que diversos artistas eran invitados a realizar arte a través de esta red social. Un ejemplo de este proyecto fue la invitación del escritor de ciencia ficción Hannu Rajaniemi que durante el mes de agosto de 2008 fue publicando diariamente micro ficciones de 140 caracteres a través de Twitter. Otra institución que emprendió una actividad muy similar fue el Brooklyn Museum con la iniciativa titulada “*1stfans*” (diciembre 2008 - diciembre 2010) en la que cada mes, un artista invitado o seleccionado por concurrencia pública quedaba a cargo de la cuenta de Twitter **@1stfans** y a través de la cual tenía que producir contenidos artísticos. An Xiao fue la primera artista en participar en este proyecto a lo largo del mes de enero de 2009. Su proyecto pretendía hacer reflexionar acerca de los avances tecnológicos en el campo de las telecomunicaciones así como comparar el fundamento de los mensajes de antaño y los actuales. La historia ha demostrado que unos medios de comunicación más avanzados no han supuesto la

transmisión de argumentos más complejos, serios o intelectuales, sino más bien la proliferación de mensajes intrascendentes, pero que, como afirma Juan Martín Prada, seducen precisamente por ser “convincientemente reales”, suscitando un entusiasmo “por aquello que no vale la pena que sea leído, visto o escuchado” (Martín Prada, 2012: 42,48). La calidad de los argumentos es reemplazada por una nueva visión en la que la cantidad se convierte en el criterio absoluto. Sin duda, esto se debe tanto a la accesibilidad de la Red como a su carácter prácticamente gratuito en comparación con los desplazamientos necesarios para llegar a una oficina de telégrafos así como al gasto económico que suponía enviar un telegrama. Para evidenciar esta situación, Xiao fue publicando en Twitter una multitud de mensajes triviales en código Morse, comparando la seriedad de los telegramas que solían tratar temas de negocios o importantes asuntos personales con la superficialidad de los mensajes que se suelen publicar en Twitter. “Telegrams conveyed news of deaths, deals, and diplomacy; tweets convey breakfast habits” (Xiao, 2009: en línea). El tercer artista que participó en esta iniciativa fue Joseph Kosuth. A lo largo del mes de marzo de 2009 Kosuth publicó dieciséis micro mensajes que juntos formaban una poética e intensa descripción de un muro, logrando despertar la curiosidad de los lectores por conocer el contenido del siguiente mensaje.

Fuera de estas iniciativas planteadas por instituciones, existen usuarios que de forma independiente también realizan este tipo de acciones performativas en sus cuentas de Twitter. Mathieu Tremblin, desde octubre de 2010 publica sus *TwittOeuvres*. Cada “tweet” es la descripción de una idea o proyecto que tiene la intención de hacer pero que de momento solamente tendrá una existencia virtual. Esta performance aún en desarrollo es un homenaje a Édouard Levé artista francés que publicó un trabajo titulado *Oeuvres* en el que enumeraba 533 ideas de obras que no había realizado nunca.

Consideramos que este tipo de intervenciones artísticas en Twitter tienen un sentido performativo en tanto que se trata de obras fruto de diversas acciones realizadas durante un determinado periodo de tiempo y todas ellas con un mismo fin. Incluso en el caso de tratarse de escritores (profesionales o amateurs) que se dedican a crear micro relatos o micro poemas de 140 caracteres para Twitter, consideramos que lo realmente importante es la intencionalidad y la acción de crear determinado contenido artístico en Twitter en conjunción con los resultados **dentro** de la red social. Estas obras no son meros datos digitalizados y difundidos a través de una red social, sino mensajes cuya extensión y estrategias comunicativas están determinadas por el medio en el que se hacen públicos. Sin embargo, existen ya diversas publicaciones en papel de lo que se ha dado en llamar como “Twitteratura” y “Twaiku” como el libro *Poetry 4 U* (2010) publicado por la facultad de Medios y Comunicación de la Universidad RMIT de Melbourne.

5. Algunas consideraciones finales

En este artículo se ha elaborado una síntesis de las diversas fórmulas que consideramos se han producido en el acercamiento entre el arte y las redes (ver tabla1). Enfocando nuestra investigación a la red social Twitter, además de estudiar las recientes y aún escasas alusiones teóricas acerca de las prácticas artísticas nacidas en esta red,

hemos mostrado una selección de piezas que consideramos ilustran la mayor parte de estrategias artísticas, en actual desarrollo, en este servicio.

Hemos considerado como Twitterart, aquellas manifestaciones con intencionalidad artística que nacen en y para Twitter y cuya principal característica se basa en la limitación de 140 caracteres máximos en cada publicación o “tweet”. De entre sus prácticas destacamos los mensajes “ciber kitsch”, la “Twitteratura” y las “Twitter-residencias”.

Con respecto a los primeros, hemos advertido que gran parte de las expresiones artísticas del Twitterart se basan en las publicaciones de unos mensajes ciber kitsch que proponen una salida de los estándares del lenguaje, comunicando a través de signos y extraños caracteres que, en su mayoría, lejos de transmitir ideas reflexivas abogan por el entretenimiento y la diversión. Estos mensajes requieren, por lo general, de una ejecución muy sencilla generando en el espectador/usuario una tendencia a imitarlos y difundirlos haciendo que esta práctica esté cada vez más extendida ya sea con o sin intencionalidad artística.

Las obras centradas en la creación de literatura a través de micro relatos o micro poemas ha sido denominada Twitteratura. Estas manifestaciones literarias se ven coartadas por las exigencias del medio dando lugar a producciones que sólo tienen sentido en el espacio de Twitter. Al no tratarse de obras digitalizadas para ser difundidas a través de esta red social, se trata de arte **de** Twitter y no de arte **en** Twitter.

Las *twitterer-in-residencies* son actividades propuestas por algunas instituciones que solicitan a diversos artistas que generen arte durante un determinado periodo de tiempo sobre una cuenta de Twitter. Los discursos de estos artistas son variados y han reunido a personas muy diferentes como la investigadora y artista An Xiao, el artista conceptual Joseph Kosuth o el escritor de ciencia ficción Hannu Rajaniemi, entre muchos otros.

Estas actuaciones, por lo general, no introducen la colaboración como parte fundamental del proceso creativo. Si bien la democratización en la creación de arte en Twitter es palpable, no lo es tanto la cooperación. Son, pues, raras las obras como *exq=.s.te =n.c&de/s* de Jimpunk que mediante la generación de un particular teclado virtual permite a cualquier usuario de la Red ser coautor de una única cuenta de Twitter: **@crashtxt**.

Es notable, sin embargo, la implicación masiva de usuarios de Twitter en polémicas políticas llegando, incluso, a tener efectos de gran envergadura *off-line*. Pedro Ibarra afirma que en los movimientos sociopolíticos, este tipo de redes sociales genera un sentimiento de participación en un único plano igualitario, fomentando el consenso y evitando la sensación de imposición de una voluntad individual exterior. Esta ciber colaboración llegó a generar, en 2011, miles de “tweets” en torno a la problemática del gobierno egipcio provocando que el régimen de Hosni Mubarak interrumpiese conexiones a Internet para evitar la concurrencia masiva a manifestaciones fomentadas a través de Twitter. Este tipo de situaciones demuestra que las redes sociales pueden dar lugar a acciones y circunstancias que se basan en la cooperación de un gran número de usuarios. Sin duda, Twitter es todavía un campo de investigación artística muy reciente, con unos potenciales de colaboración, entre otros, muy altos y que esperamos algún día puedan explotarse plenamente en la producción artística.

///BIBLIOGRAFÍA///

1. LIBROS

MARTÍN PRADA, Juan. *Prácticas artísticas e Internet en la época de las redes sociales*. Madrid: Akal. 2012.

2. ARTÍCULOS

CUETO, Danis. "Mails, Facebook y Twitter: epifanías del mito de Hermes". *Infancias Imágenes*. Vol. 10, N°. 1. Enero-junio 2011, pp. 122-128.

HINDS, David; LEE, Ronald M. *Social Network Structure as a Critical Success Condition for Virtual Communities*. Proceedings of the 41st Hawaii International Conference on System Sciences. 2008.

INIZAN, Mael. "Net-art Collection #4: Les réseaux sociaux". *Silicon Maniacs*. 21 de abril de 2011.[En línea] <<http://www.siliconmaniacs.org/net-art-collection-4-les-reseaux-sociaux/>> [Consulta: 16/05/2012].

JAMIESON, Ruth. "Art on Twitter: yes, but is it twart?". *The Guardian*. 23 de febrero de 2009 [En línea] <<http://www.guardian.co.uk/artanddesign/2009/feb/23/art-twitter-twart>> [Consulta: 09/07/2012].

JUAN, Paula. "El arte reinventado en redes sociales". *El Mundo*. 2 de agosto de 2010 [En línea] <<http://www.elmundo.es/elmundo/2010/07/19/cultura/1279564531.html>> [Consulta: 07/07/2012].

MARTÍN PRADA, Juan. La creatividad de la multitud conectada y el sentido del arte en el contexto de la Web 2.0. *Revista Estudios visuales N° 5. Políticas de la visualidad en un mundo 2.0*. Enero 2008, pp. 65-80.

MARTÍNEZ, Siomara. "Twitter no es una red social, es una red de información abierta". Entrevista a Laura Gómez. *El Mundo*. 26 de Febrero de 2011 [En línea] <<http://www.elmundo.es/elmundo/2011/02/26/navegante/1298718512.html>> [Consulta: 03/07/2012].

MÜLLER, Christoph. "Redes de "comunidades personales" y "comunidades de grupo" en diferentes servicios de comunicación en línea. Primeros resultados de un estudio empírico en Suiza." *REDES- Revista hispana para el análisis de redes sociales*. Vol.5, N°5, Ene./Feb. 2004. [En línea] <http://revista-redes.rediris.es> [Consulta: 25/06/2012].

MUÑOZ, R; RIVEIRO,A. "Twitter no es una red social sino una herramienta de comunicación". Entrevista a Jack Dorsey. *El País*. 25 de Marzo de 2009. [En línea] <http://tecnologia.elpais.com/tecnologia/2009/03/25/actualidad/1237973279_850215.html> [Consulta: 03/07/2012].

PÉREZ-LANZAC, Carmen. "Tu *extimidad* contra mi intimidad". *El País*. 24 de marzo de 2009 [En línea] <http://elpais.com/diario/2009/03/24/sociedad/1237849201_850215.html> [Consulta: 07/07/2012].

PÉREZ LATRE, Francisco Javier. "Las nuevas redes sociales, ¿moda o revolución?" *Nuestro Tiempo: Revista Cultural y de cuestiones actuales de la Universidad de Navarra*. N° 660. Enero - febrero 2010. [En línea] <<http://www.unav.es/nuestrotiempo/es/temas/las-nuevas-redes-sociales-moda-o-revolucion>> [Consulta: 03/07/2012].

REQUENA SANTOS, Félix. "El concepto de red social". *Reis: Revista española de investigaciones sociológicas*. N° 48, 1989, pp. 137-152.

3. FUENTES ENCICLOPÉDICAS, GLOSARIOS Y BASES DE DATOS

ANTISOCIAL NOTWORKING. *Twitterart*. [En línea] <<http://www.antisocial-notworking.net/view.php?id=348>> [Consulta: 10/07/2012]. (Traducción de la autora).

BROOKLYN MUSEUM. *1stfans: An Xiao*. [En línea] <http://www.brooklynmuseum.org/support/1stfans_twitter_art_feed.php?artist_id=1> [Consulta: 11/07/2012].

BROOKLYN MUSEUM. *1stfans: Joseph Kosuth*. [En línea] <http://www.brooklynmuseum.org/support/1stfans_twitter_art_feed.php?artist_id=3> [Consulta: 11/07/2012].

REAL ACADEMIA DE LA LENGUA ESPAÑOLA. *Diccionario de la lengua española* [en línea]. 22a ed. Madrid: Real Academia de la Lengua Española, 2003. [En línea]: <<http://www.rae.es/rae.html>>.

TWITTER: Centro de Ayuda. *¿Cómo usar listas de Twitter?* [En línea] <<http://support.twitter.com/articles/346996-como-usar-listas-en-twitter#>> [Consulta: 03/07/2012].

4. OBRAS ON-LINE CITADAS

FUCHS, Thomas; HOY, Amy. *Twistori*. [En línea] <<http://twistori.com/>> [Consulta: 07/07/2012].

GREGSON, Peter; JONES, Daniel. *The Listening Machine*. [En línea] <<http://www.thelisteningmachine.org/>> [Consulta: 09/07/2012].

JIMPUNK, *exq=.s.te =n.cē=de/s* (teclado). [En línea] <<http://jimpunk.com/crashtxt/>> [Consulta 10/07/2012].

TREMBLIN, Mathieu. *TwittOeuvres*. [En línea] <<http://twitter.com/twittoeuvres>> [Consulta: 11/07/2012].

WE LOVE THE NET. *Stweet*. [En línea] <<http://www.we-love-the.net/Stweet/>> [Consulta: 08/07/2012].

5. OTRAS PUBLICACIONES Y HERRAMIENTAS WEB

New Media Scotland. *Pairing Unused Tomorrows and Other Stories*. [En línea] <<http://www.mediascot.org/unusedtomorrows>> [Consulta: 10/07/2012].

New York Foundation for the Arts. *An Xiao on Twitter as an Artistic Medium*. [En línea] <http://www.nyfa.org/nyfa_current_detail.asp?id=272&fid=1&sid=17&curid=757> [Consulta: 11/07/2012].

PATERSON, Eddie. "Poetic twitter". *TEXT*
Vol 15. N° 2. Octubre 2011. [En línea]
<http://textjournal.com.au/oct11/paterson_rev.htm> [Consulta: 10/07/2012].

UNIVISIÓN NOTICIAS. *Facebook llegó a 900 millones de usuario*. 24 de Abril de 2012. [En línea] <<http://noticias.univision.com/tecnologia/redes-sociales/article/2012-04-24/facebook-llego-a-900-millones#axzz1zdmc9n8p>> [Consulta: 03/07/2012].

UNIVISIÓN NOTICIAS. *Twitter llegó a los 500 millones de usuarios*. 2 de Abril de 2012. [En línea] <<http://noticias.univision.com/tecnologia/redes-sociales/article/2012-02-24/twitter-llego-a-los-500-millones-de-usuarios#axzz1zdmc9n8p>> [Consulta: 03/07/2012].

XIAO, AN. *Nothing to Tweet Home About*. [En línea] <<http://www.anxiaostudio.com/art/nothingtotweethomeabout.html>> [Consulta: 03/07/2012].