ASRI ARTE Y SOCIEDAD REVISTA INVESTIGACIÓN
Número 15 Julio 2018
Número coordinado por Interfaces Culturales - Arte y Nuevos Medios [Grupo Investigador UCLM]

HASHTAG *(#)*, EL USO DE NUEVOS MÉTODOS EN LAS PRÁCTICAS ARTÍSTICAS A PARTIR DE LAS DINÁMICAS EN LAS REDES SOCIALES

HASHTAG (#), A NEW APPROACH TO ART PRACTICE BASED ON THE DYNAMICS OF THE SOCIAL NETWORKS

Isabel Gaspar
Universidad Nacional Autónoma de México, UNAM (México)

Recibido: 10 de mayo de 2018
Aceptado: 7 de julio de 2018

Resumen:

En una sociedad constantemente saturada de imágenes, en la que el usuario también es productor, en donde no existen ya límites entre las disciplinas de las prácticas artísticas, es importante tomar una nueva perspectiva, en donde la Web sea otro medio que nos permita entrar y salir, es decir estar online y offline, que no nos deje perplejos la saturación y la "magia" del internet y por el contrario, que el estar online y offline nos permita entender lo que está sucediendo ahora en línea, y a partir de ahí realizar nuestras prácticas artísticas.

La propuesta de este artículo es una reflexión del uso de las redes sociales como herramienta con los casos concretos de David Horvitz y Noa Jansma, artistas que trabajan con una herramienta similar que actualmente es utilizada en todas las redes sociales, que se ha vuelto parte de nuestro lenguaje cotidiano, el hashtag, el cual analizado a profundidad conlleva rastros de los comportamientos e interacciones de las personas de las sociedades en línea.

Una investigación sobre la visualidad y la colectividad en las redes, de la generación de contenidos que resultan en la imagen pobre. "Mientras que muchos artistas usan la tecnología digital: ¿Cuántos confrontan efectivamente la pregunta sobre qué implica pensar, ver y filtrar nuestros afectos a través de ésta?"[1]

Palabras clave: *hashtag, hiperconectividad, metadato.*

[1] BISHOP, Claire, *Digital divide: Claire Bishop on Contemporary Art and New Media*, Artforum, vol 51, no 1, 2012. pp. 434-441

Abstract:

In a consumer society constantly saturated by images and in which the user is also a producer and where there are no longer limits separating the disciplines of artistic practice, it is important to define a new approach wherein the Web is another media that allows us to enter and exit. In other words, which should permit us to be on and off line and not be perplexed by the saturation and the "magic" of the internet. On the contrary, being on or off line should let us understand what is happening at the present moment, and from there, permit us to carry on our work.

The proposal set forth in this paper is a reflection on the use of social networks as tools, exemplified by David Horvitz and Noa Jansma, artists who work with a similar tool currently used in all social media and which has become part of our daily language: The Hashtag. When analyzed, it entails traces of behaviors and interactions of those involved in on-line societies.

It is an investigation into the visuality and collectivity in those networks as well as into the generation of content leading to "The Poor Image". "While many artists use digital technology, how many really confront the question of what it means to think, see, and filter affect through the digital?"

Keywords: *hashtag, hyperconnectivity, metadata.*

* * * * *

1. Introducción. La hiperconectividad como agente de la imagen pobre

Con la explosión de la Web 2.0, el auge de los *Smartphone*, la sociedad digital y sus interacciones, se ha modificado el concepto que tenemos de imagen. Viviendo sumergidos en una sociedad hiperconectada 24/7, visualmente capitalista, nuestra percepción modifica la construcción de nuevos imaginarios y por tanto la práctica y la investigación artística están en una constante transformación.

La hiperconectividad impacta a la psicología del usuario, y por tanto las relaciones entre los usuarios son distintas. Podemos encontrar entonces en la red un registro infinito de los cambios y de la evolución de las relaciones humanas y post-humanas. Es aquí, en donde el artista de ahora ha asumido totalmente el papel del *prosumer*, volviéndose no solamente un productor y consumidor sino, o quizá ahora solamente, un traductor y un recolector de estas interacciones. Hoy día no podemos huir de la hiperconectividad, ni podemos modificar la realidad actual, y de nada serviría refugiarnos en una cabaña alejada de los medios digitales. Si los social media son vistos como vehículo para la formación de identidades, pero sobre todo como control de la sociedad y estamos sumergidos en ellos todo el tiempo en todo lugar, el artista en lugar de temerle a este control, se ha apropiado de él y ha encontrado en estos medios un nuevo espacio desde donde tener su práctica artística, modificando así la manera en la que produce, comparte y maneja la imagen.

Para el usuario en la actualidad, la prioridad de la imagen reside en la información no siempre visible que ésta lleva, en el lenguaje, el código o el metadato, más que en su contenido visual, esto nos hace pensar entonces en la imagen pobre. Lo que le interesa

al artista de hoy es cómo ésta va "*viajando a presión en lentas conexiones digitales, comprimida, reproducida, ripeada, remezclada, copiada y pegada en otros canales de distribución*"[2]. Entonces una imagen pobre se relaciona directamente con el metadato, el hipervínculo y el hashtag, siendo éstos los que nos permiten seguir el camino que lleva la imagen como la percibimos en la actualidad.

2. El hashtag como herramienta

El poder del *hashtag* reside en que une ideas e información para poder acceder a ellas fácilmente en cualquier momento. Los datos de las imágenes nos llevan a más imágenes y éstas nos llevan a más información. Podríamos entonces pensar en éste como un *metadato* que es generado por el usuario.

El *hashtag* es parte implícita de la creación del internet, de la World Wide Web (WWW). En 1989 Tim Berners-Lee propuso un sistema que generara un ambiente conectado, entre todos los ordenadores que estuvieran conectados a Internet, para esto utilizó el hipertexto, y así "*creó complejas redes, las cuales él visualizaba como una estructura de telaraña, web"*[3]. Dado que la estructura de la Web 2.0 está caracterizada por la participación y la interactividad, las conexiones dadas por los hipertextos requerían de cierto orden y velocidad durante las interacciones. El *hashtag* permitió entonces reunir y etiquetar temas relevantes, como un metadato incorporado en las publicaciones.

Fue en 2007 que el # fue usado por primera vez en Twitter. Chris Messina propuso la idea de utilizarlo para permitir que las conversaciones de temas específicos se encontraran y relacionaran de manera más ágil y rápida.

Imagen 1. Captura de pantalla del twitter de Chris Messina, primer tweet que utiliza un #, 23 agosto 2007

Jacob Eisenstein, miembro postdoctoral de la Universidad de Carnegie Mellon en lingüística computacional, en un artículo para el New York Times hizo la comparación del hashtag con un metacomentario. "*Verás que los usan como humor, un tipo de meta-comentario, donde escribes un mensaje y probablemente no crees en el mensaje, porque*

[2] STEYERL, Hito, *Los condenados de la pantalla*, Argentina, Caja Negra Editora, 2014, p. 33.
[3] HINTON, Sam; HJORTH, Larisssa, *Understanding social media*, London, Sage, 2013, p.10.

en lo que realmente crees es en el hashtag"[4]. Eisenstein hablaba de los hashtags en Twitter, una red social en donde la información y las interacciones se dan como texto.

Pero si aplicamos esta idea a las demás redes en las que se comparten primordialmente imágenes, podemos llegar a una conclusión similar, parafraseando a Eisenstein, probablemente ya no crees en la imagen, porque en lo que realmente crees es en el hashtag.

El hashtag visto como una nueva fase de la cultura digital, de las sociedades en red, permite que entendamos el flujo de la información de esta sociedad digital, esto porque se ha vuelto una práctica social en entornos compartidos en línea. Varios autores hablan del hashtag como parte de la folksonomía, éstas de acuerdo con David Woolwine "son entendidas como una indización emergente, ya que la agregación de etiquetas presenta un comportamiento de 'libre escala' muy similar al que se observa en la mayoría de las redes humanas, y permite el surgimiento de lo que se ha dado en llamar la 'sabiduría de las masas" [5].

Siendo el hashtag una herramienta a escala de las relaciones humanas, de las masas, y al mismo tiempo un metadato creado por el usuario que a su vez guarda el registro del recorrido y las interacciones que cargan las imágenes pobres, entonces las prácticas artísticas que utilizan el hashtag como herramienta, se vuelven no solamente la imagen de hoy en día, son también acciones, registros e investigaciones. A partir de estas prácticas artísticas podemos entonces tener un análisis y un entendimiento distinto de las interacciones creadas y registradas en la red.

Imagen 2. David Horvitz, *#241543903* "Head-in-a-freezer" Abril 2009

[4] PARKER, Ashley, *Twitter's Secret Handshake*, The New York Times, 10 Junio 2011, en https://www.nytimes.com/2011/06/12/fashion/hashtags-a-new-way-for-tweets-cultural-studies.html (Fecha de consulta: 05/05/2018)

[5] WOOLWINE, David. *Folksonomies, social tagging and scholarly articles*, en The Canadian Journal of Information and Library Sciece, Vol. 35, no 1. 2011, pp. 77-92.

En 2009 a través de la red Tumblr los usuarios comenzaron a subir imágenes extrañas en donde tenían la cabeza metida en el refrigerador. Al buscar en google o en Tumblr 241543903 podemos encontrar todas las imágenes que se subieron desde que David Horvitz comenzó con este proyecto titulado #242543903 o Head in a freezer (cabeza en el congelador). Horvitz es un artista que crea a partir de las dinámicas que se llevan a cabo en línea, éste es uno de los proyectos más representativos de la idea que se ha desarrollado en este artículo, el hashtag como herramienta no sólo de producción sino de investigación. A simple vista podría parecer un proyecto sin mucha seriedad, incluso podría parecer simplemente una broma, pero si analizamos lo sucedido con este proyecto podemos entender cómo es que funcionan las relaciones en Internet.

Horvitz comenzó trabajando proyectos en donde daba instrucciones cotidianas, a veces sin sentido, a los usuarios, "toma una fotografía de tu cabeza dentro de un congelador. Sube esta foto a internet (como Flickr), etiqueta el archivo con: 241543903. La idea es que, si buscas este tag encriptado, todas las cabezas en los congeladores aparecerán. Yo acabo de hacer una" fue la instrucción que provocó que este tag se volviera viral en redes sociales durante esa temporada.

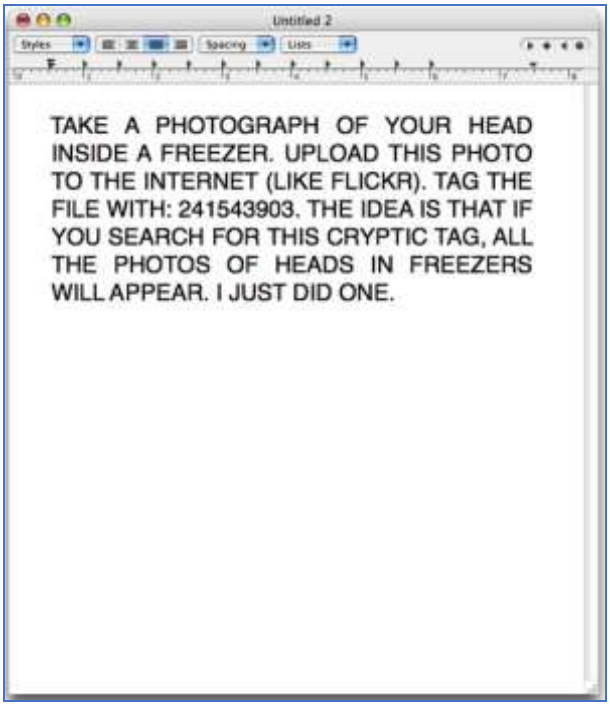

Imagen 3. David Horvitz, instrucciones para *#241543903* "Head-in-a-freezer" Abril 2009.

La relevancia de este proyecto está en la ausencia de significado en la imagen como tal, sin instrucciones para un encuadre, sin importancia en la calidad de la imagen, dándole importancia solamente a la relación entre imágenes, a la recolección de imágenes, pero sobre todo, al registro de una actividad realizada en una red social a través de las instrucciones de un desconocido, el movimiento de los usuarios ha quedado registrado, la dinámica de la cultura digital queda revelada, la capacidad de un meme de volverse viral, sin importar lo que éste signifique, nos permite ver y entender a la sociedad de esta época. Se vuelve un trabajo sencillo que utiliza y comprende el código, el lenguaje y la dinámica de la red. "*Los nuevos medios se caracterizan por los collages*

temporales, la hipertextualidad, la creación de momentos artificiales, míticos y místicos […] En efecto, las culturas juveniles emergentes exploran el planeta y toda la historia de la humanidad, componiendo hipertextos con infratextos de orígenes muy diversos"[6]

Imagen 4. Respuesta de los usuarios a las instrucciones de David Horvitz *#241543903* "Head-in-a-freezer" en distintas redes sociales

En agosto de 2017 Noa Jansma, de Amsterdam, utilizó un recurso similar al de Horvitz pero desde una perspectiva crítica y con una finalidad de protesta, a través de Instagram trabajó sobre la objetivación de la mujer. Durante un mes se hizo selfies con los hombres que la acosaban en la calle, que le silbaban o que le decían "piropos". Utilizó el hashtag #dearcatcallers para catalogar sus imágenes y también les pidió a otras usuarias que subieran sus imágenes utilizando el hashtag.

En esencia, un hashtag enlaza a información relacionada con él mismo, pero también hacia la información de su contexto, es decir, como en el proyecto #dearcatcallers, se vuelven una plataforma para hacer evidentes ciertas circunstancias, se vuelven ellos mismos un evento, un tema, así, un hashtag hace evidente su contexto, la información relacionada y se hace evidente a sí mismo. Como un microrelato que se vuelve un metadato que reúne imágenes para crear narrativas alternas en línea. En el caso de Jansma utiliza esta plataforma como un medio de protesta, para hacer evidente un tema de relevancia global. Al finalizar el mes, decidió ceder el hashtag a más mujeres que buscaran una plataforma similar.

[6] FEIXA, Carles; FERNÁNDEZ-PLANELLS, Ariadna; FIGUERAS-MAZ, Mónica, *Generación Hashtag, Los movimientos juveniles en la era de la web social*, en Revista Latinoamericana de Ciencias Sociales, Niñez y Juventud, no. 14, 2016, p. 114.

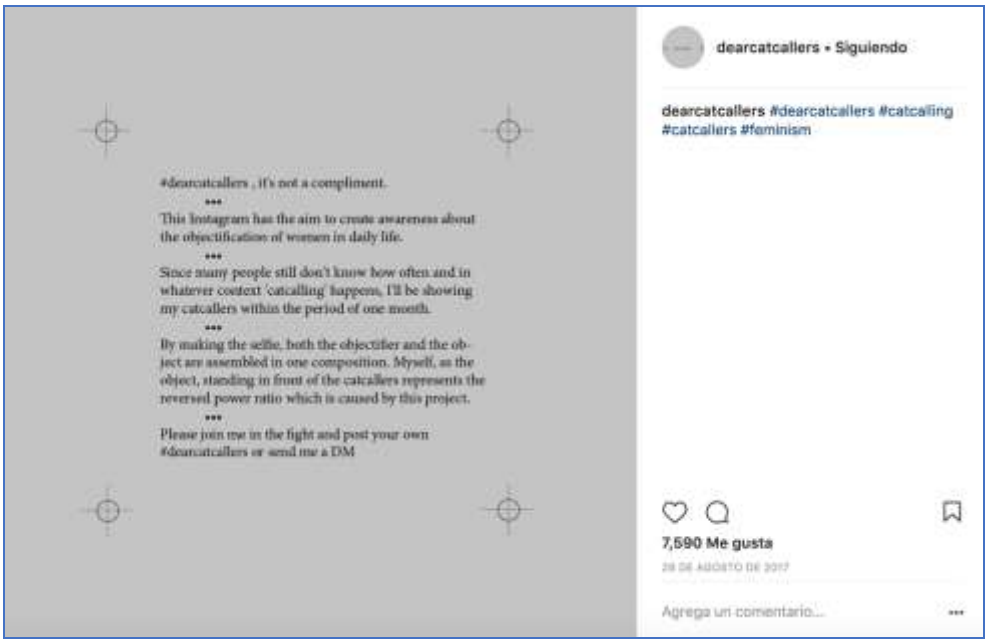

Imagen 5. Noa Jansma, inicio del proyecto dearcatcallers en su Instagram.

El trabajo de Jansma hace referencia a cómo las prácticas artísticas ahora han llegado a utilizar estos medios que antes parecían ser o muy complejos o muy banales. *"El uso del hashtag […] es un ejemplo del aprovechamiento de las facilidades de los nuevos medios: los temas que de otra manera no serían reconocibles*"[7].

Imagen 6. Noa Jansma, del Instagram dearcatcallers, 2017

[7] ZAPPAVIGNA., Michele, *Ambient affiliation: A linguistic perspective on Twitter*, New media & society, vol. 13, n° 5, 2011, p 804.

Regresando al trabajo de Horvitz, él siguió desarrollando su trabajo con los nuevos medios y aunque dejó de utilizar el hashtag, continuó con la misma idea de hiperconectividad y metadatos. En el proyecto Public Access, realizado por Horvitz y Ed Steck, colocaron imágenes de las costas de California en Wikipedia, relacionando cada imagen con la locación en la que se encontraban. En todas estas imágenes Horvitz aparece, ya sea de espaldas o a lo lejos. Sobre este proyecto Horvitz comenta

> "La idea era que estas imágenes comenzaran a circular en ese espacio público como información visual que rodeando la locación geográfica, como un tipo de metadato para los lugares. Otro pensamiento que surgió con este proyecto fue un juego de ideas entre la omnipresencia y la lejanía. Existe una omnipresencia en el internet. Es el sitio del flujo instantáneo de información entre diferentes lugares. Algunos de estos espacios que visité eran remotos, no había señal de celular, estaban alejados de las ciudades y algunas veces incluso kilómetros lejos de la carretera. […] De algún modo estaba yendo *offline*, para traer esas imágenes al mundo en línea, *online*, conmigo. Pero también, colocando esas imágenes en otro espacio remoto, perdido en algún lugar de la inmensidad del internet."[8]

Esta posibilidad de ir y venir *online* y *offline* en el trabajo de Horvitz, hace referencia a un entendimiento más claro de las dinámicas de estos espacios digitales, de las comunidades que se crean en ellos. Las imágenes de Horvitz finalmente fueron retiradas de Wikipedia, sin haber roto alguna regla, por haber saturado un espacio público que hacían referencia a él mismo, por publicarlas en las páginas de Wikipedia de distintos idiomas, en pocas palabras, por haber jugado con la dinámica ya establecida de Wikipedia. Es esto lo que hace tan importante este proyecto, como en un principio se mencionó, el artista debe asumir el papel de *prosumer* y sobretodo de traductor, debe aprovechar la hiperconectividad y apropiarse del control que se tiene en él, no para hacer desaparecer estos medios, sino para hacer un análisis, un estudio y una traducción de las dinámicas ya establecidas, o que comienzan a establecerse.

Conclusiones

El artista debe tomar y replantearse el papel del *prosumer*, y es el hashtag sólo una más de las infinitas herramientas que el internet permite.

El hashtag es texto y metatexto, éste nos permite debatir, unir, cuestionar, registrar, y no sólo compartir imágenes. Hacer producción artística digital hoy en día puede ir mucho más allá que el crear imágenes con píxeles o bites. Trabajar con los nuevos medios en la actualidad no es solamente trabajar con máquinas aparatosas o con programaciones complejas, puede ser también desde los medios que utilizamos cotidianamente, aquellos que modifican nuestros comportamientos y que a su vez los representan, desde los procesos de las interconexiones que se vuelven un análisis del impacto de la tecnología y las redes sociales en las interacciones. Prácticas artísticas e investigación, imagen y lenguaje, producción, consumo y traducción.

[8] HORVITZ, David; STECK, ED, *Public Acces*, As Yet Untitled and Writers in Collaborarion, Camerawork, 2011.

Bibliografía

BISHOP, Claire, *Digital divide: Claire Bishop on Contemporary Art and New Media*, Artforum, vol 51, no 1, 2012.

FEIXA, Carles; FERNÁNDEZ-PLANELLS, Ariadna; FIGUERAS-MAZ, Mónica, *Generación Hashtag, Los movimientos juveniles en la era de la web social*, en Revista Latinoamericana de Ciencias Sociales, Niñez y Juventud, no. 14, 2016.

HINTON, Sam; HJORTH, Larissa, *Understanding social media*, London, Sage, 2013

HORVITZ, David; STECK, Ed, *Public Access*, As Yet UntitleD and Writers in Collaboration, Camerawork, 2011.

PARKER, Ashley, *Twitter's Secret Handshake,* The New York Times, 10 Junio 2011, en https://www.nytimes.com/2011/06/12/fashion/hashtags-a-new-way-for-tweets-cultural-studies.html (Fecha de consulta: 05-05-2018).

STEYERL, Hito, *Los condenados de la pantalla*, Argentina, Caja negra editora, 2014.

WOOLWINE, David, *Folsononomies, social tagging and scholarly articles*, en The Canadian Journal of Information and Library Science, vol 35, no.1, 2011.

ZAPPAVIGNA, Michelle, *Ambient affiliation: A linguistic perspective on Twitter*, New media & society, vol. 13 no. 5, 2011.

Cómo citar este artículo:
Gaspar, I. (2018). Hashtag *(#)*, el uso de nuevos métodos en las prácticas artísticas a partir de las dinámicas en las redes sociales. *ASRI. Arte y Sociedad. Revista de Investigación*, (15), 15-23.