

XXIX

Anuario de Investigación

CONEICC



CONEICC

CONSEJO NACIONAL PARA LA ENSEÑANZA
Y LA INVESTIGACIÓN DE LAS CIENCIAS
DE LA COMUNICACIÓN



La adaptación del concepto de aura en el arte a partir de los NFT. Caso: Beeple



Autora

Citlaly Aguilar Campos
Universidad Nacional Autónoma de México

Resumen

Los Token No Fungibles (NFT) han traído desde el 2020 un reajuste sobre cómo entender la creación y comercialización de obras artísticas. El objetivo de la presente ponencia es abrir una discusión sobre cómo la tecnología blockchain transforma el trabajo de un artista en un activo digital o NFT, en el cual se integran sellos de autenticidad que fomentan un regreso al concepto de Walter Benjamin sobre el aura, que tiene como principal valor, la unicidad de la obra. Se tomará como estudio de caso el sector de la ilustración digital con el artista estadounidense Mike Winkelmann, alias Beeple, quien vendió un NFT de su autoría en más de 69 millones de dólares. A la par que los NFT permiten proteger derechos de autor y abren nuevas posibilidades en el mercado del arte, también traen paradojas sobre la resignificación, la democratización, el papel de los prosumidores y la viralización de contenidos digitales.

Palabras clave: NFT, blockchain, aura, ilustración digital, Beeple.



El filósofo alemán Walter Benjamin (2003) afirma: “la obra de arte ha sido siempre reproducible. Lo que había sido hecho por humanos podía siempre ser re-hecho o imitado por otros” (p. 39). Esta actividad se acentuó con el desarrollo de la tecnología, donde la reproductibilidad adquiere mayor fuerza, teniendo como ejemplos la imprenta y litografía, que permitieron la difusión de obras escritas y gráficas a gran escala. El autor nos orienta a que existe un rasgo distintivo para la pieza artística: El aura, que fomenta la idea de lo auténtico, de lo irrepetible. Benjamin (2003) la define como “un entrelazado muy especial de espacio y tiempo: aparecimiento único de una lejanía, por más cercana que pueda estar” (p.47). Existe cierta paradoja en estas reflexiones: La esfera artística recurre a la reproducción a una suerte de estrategia, pero también exalta y busca lo singular ¡Vaya dilema! Ahora bien, en pleno 2022, donde los entornos digitales son los que van moldeando prácticas en la vida humana ¿Qué papel tiene el aura dentro del arte digital, sobre todo en su versión encriptada como son los tokens no fungibles o NFT?

Para tratar de responder a esta pregunta se recurre al caso del ilustrador digital estadounidense, Mike Winkelmann, mejor conocido como Beeple, que, en febrero del 2021, vendió su obra *“Everydays – The First 5000 days”* en formato NFT, a través de una puja online organizada por la casa de subastas Christie's, alcanzando un monto histórico de venta -para un artista vivo- por 69 millones de dólares. Lo interesante de recurrir a este ejemplo es que la autenticidad de la pieza radica en una cadena de blockchain que legitima el archivo digital vendido, pero la obra ha sido -desde su venta- reproducida, viralizada y reapropiada en diversos espacios. Por lo que entonces ¿Dónde queda el aura? ¿Es un elemento simbólico o una medida de seguridad para evitar usos indebidos y asegurar una mejor distribución de ganancias en creadores y compradores?

La primera parte del texto aborda lo que son los NFT, cómo utilizan la criptografía y su relación con el arte digital. Posterior, se describe el estudio de caso de Beeple, un poco de su historia como artista gráfico y su incursión en los mercados del criptoarte. En el tercer bloque, se discutirá la noción de aura de Walter Benjamin con las ópticas de autores que hablan del arte

y lo digital como Boris Groys y Jean Baudrillard; se entablará un debate sobre si hay un renacimiento del concepto de aura gracias a los token no fungibles y se glorifica la idea de obra exclusiva y única, lo cual fomenta una lógica financiera que es necesaria en el arte digital, pero a la par surge una paradoja gracias a que en los ambientes virtuales se busca una democratización y resignificación de los contenidos como es la figura del prosumidor que tiene un papel activo y transformador, creando tal vez un conflicto con los derechos de autor de creadores gráficos. Para cerrar, las conclusiones retomarán las reflexiones postuladas y apuntan a observar el vínculo -no solo de Beeple- sino de otros ilustradores con la cultura mainstream y la popularidad en el uso de activos digitales.

Apartado uno

En Internet se reconoce que el bien más valioso es la información. Toda gira en torno a los datos y lo que pueden proporcionar a través de su gestión con la tecnología. El sociólogo español, Manuel Castells (2002) enriquece esta idea al hablar sobre el informacionalismo como nuevo paradigma tecnológico que fomenta una estructura social que denomina sociedad red: “Lo nuevo es la tecnología del procesamiento de la información y el impacto de esta tecnología en la generación y aplicación del conocimiento” (p.112). La sociedad red -para el autor- se organiza en torno a nodos que se expanden gracias a las tecnologías de la información (TIC) y van organizando las prácticas colectivas e individuales en la mayor parte de áreas de la vida humana como lo económico, cultural, político, productivo, creativo: “La nueva economía se sustenta en las redes [...] La expresión cultural pasa a tomar como modelo el caleidoscopio de un hipertexto global y electrónico” (pp. 117,118). Si estas ideas sobre la unión entre la información, lo virtual y la tecnología las trasladamos a las expresiones artísticas actuales, sobre todo en el ámbito digital, podemos entonces hablar de los NFT.

Los NFT son las siglas en inglés de Non-Fungible Token (Token no Fungible), también se llaman a nombrar como nifties o Fichas no Fungibles. Se fundamentan en la encriptación de archivos digitales para darles un sello de identificación exclusivo y verificable que permita a quien lo posea el uso

legal de ese NFT como mejor convenga a sus intereses. A continuación, una definición más estructurada:

 *Un token no fungible (NFT) es un activo criptográfico que tiene la capacidad de ser único e irrepetible. Gracias a la tecnología blockchain las propiedades de este tipo de token se pueden almacenar y, de esta manera, se vuelve posible certificar tanto la originalidad del activo como su propiedad. Esto se consigue mediante un smart contract, o contrato inteligente, que además abre la posibilidad de comercializarlo (Iberdrola, s.f).*

La característica de no fungible se refiere a que es una pieza original que no puede ser sustituida por algo similar, no puede existir un equivalente que lo reemplace en cuanto al valor que representa. Por lo tanto, cada uno de estos activos digitales se concibe como algo único, indivisible y auténtico. Este último adjetivo, nos orienta a la concepción del aura en la obra de arte de Walter Benjamin: “El concepto de autenticidad del original está constituido por su aquí y ahora [...] su existencia única en el lugar donde se encuentra” (2003: p.42). En el caso de los NFT, la tecnología de blockchain permite que siempre pueda ser identificado y rastreado para comprobar su validez, lo cual impide la falsificación y/o la comercialización de copias de la obra.

El sistema de Blockchain es una cadena de bloques descentralizada y se rige bajo la colaboración de nodos (usuarios) que brinden la verificación de cada bloque y sus respectivas operaciones, se ha transformado en un método muy confiable para resguardar y transferir activos digitales:

 *La tecnología Blockchain, como base de datos distribuida, mantiene una lista en continuo crecimiento de registros de datos llamados bloques. Cada bloque incluye un hash criptográfico del bloque anterior, una marca de tiempo y datos de la transacción. Su inmutabilidad es una de sus características más destacadas. Además, se utiliza para verificar a los usuarios y confirmar que sus identidades no están comprometidas (Zafar, 2021, 22 diciembre)*

.Es importante mencionar que en el momento que se verifica en la cadena un bloque, este ya no puede ser editado y/o modificado, para de esta forma resguardar los datos de cifrado que previamente fueron arrojados y no se

afecte a los bloques interconectados. Como resultado de estos mecanismos de seguridad que evitan manipulaciones, la certificación cifrada de blockchain otorga la suerte de un aura algorítmica a los NFT. El propietario de esa obra digital puede tener la certeza de lo que adquirió, ostentar un reconocimiento legal de su compra y hacer una planificación -si así lo desea- de usos futuros para su ficha no fungible.

¿Dónde queda el autor del NFT al venderlo? Al momento de mintear una obra -es decir, transformar una pieza digital en un token no fungible- el sitio web donde se hizo la transacción -usualmente un *Marketplace*- arroja una serie alfanumérica que va a ser el sello de identificación dentro de blockchain. Así pues, el creador de la obra es el titular de ese código hasta el momento que lo venda, cediendo los derechos de ese token al comprador, a veces se puede establecer -al momento del minteo y la generación del Smart Contract- que existan regalías a partir de los usos posteriores del NFT, como puede ser que el primer comprador lo revenda, y así consecutivamente. Asimismo, los Marketplace tienen ciertos privilegios añadidos a los titulares de los tokens creados en su espacio digital.

Resulta idóneo mencionar que en este proceso del minteo y transmisión futura de un NFT solo se pueden utilizar criptomonedas para la ejecución de dichas transacciones, lo que nos sitúa en un entorno meramente virtual acerca de todos los elementos involucrados: Desde la obra artística, el certificado alfanumérico, el mercado de distribución y el dinero, todo es digital; estamos en un terreno apegado a lo mero simbólico o intangible: "las experiencias colectivas y los mensajes compartidos, es decir, la cultura como medio social, son en general capturados en este hipertexto, que constituye la fuente de virtualidad real como marco semántico de nuestras vidas" (Castells, 2003:p.119). Estamos en una cotidianidad donde lo simbólico e intangible es muy valioso, cualidades que también son parte del concepto de aura de Benjamin.

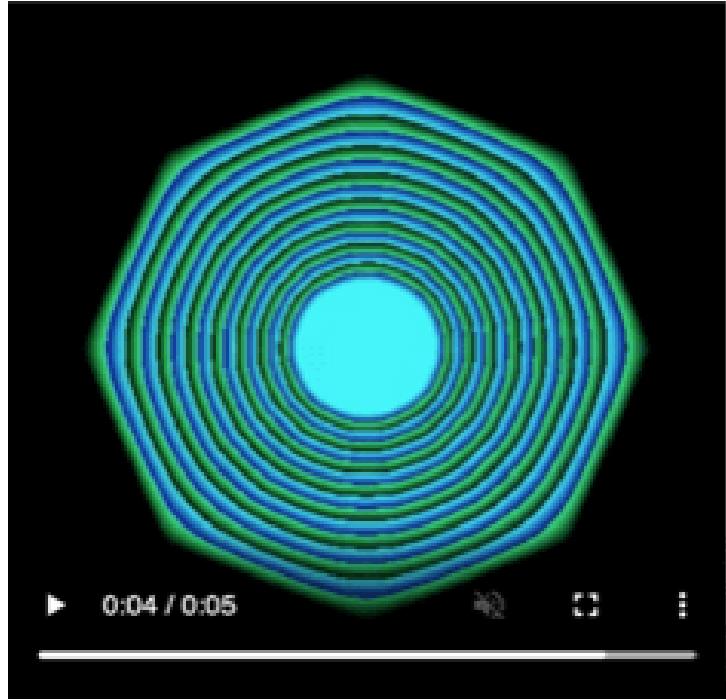
Ahora bien ¿Qué es el arte digital? A partir de la década de los 70 con el uso de ordenadores, los artistas comenzaron a incorporar dicha tecnología en sus obras, posterior, con la masificación de internet, las redes so-

ciales, la realidad virtual e inmersiva y la inteligencia artificial, esta clase de piezas digitales cobraron mayor popularidad. Son creaciones que dejan el soporte físico para entrar a un terreno incorpóreo pero que sigue siendo perceptible a partir de nuestros sentidos, y que permite sofisticaciones muy interesantes en su estructura. Las obras digitales están en constante reinención, adoptan los avances informáticos: "Se trata de un arte en continuo desarrollo que habita en el espacio virtual, por lo que se considera inmaterial, pero que a su vez depende del software y hardware al que esté adscrito" (Valera, S. C., Valdés, P. F., & Viñas, S. M., 2021: p. 3).

El arte digital asume los retos derivados de los avances tecnológicos y las nuevas tendencias en los entornos virtuales. En 1991, comenzó en Estados Unidos el uso de criptografía a partir de autenticar o validar de forma digital documentos sensibles, pero hasta 2008, con la aparición de Bitcoin a manos de Satoshi Nakamoto, fue que surge la tecnología blockchain, y su uso comenzó a diversificarse para proteger cualquier tipo de archivo digital y realizar contratos inteligentes o smart contracts, donde se sustituye la confianza por el consenso; a partir de la automatización del proceso con la cadena de bloques, ya no se depende de una dependencia para brindar seguridad (Gómez G.J., 2019, 20 noviembre). En 2014, con la aparición de la plataforma descentralizada Ethereum, se incluyó un sistema para la creación y almacenamiento de tokens no fungibles, siendo *Quantum* (2014) -acuñado por el artista estadounidense, Kevin McCoy- el primer neftie de la historia (ver figura 1). Es una animación geométrica de colores de 5 segundos, vendida en 2021 por un monto cercano al millón y medio de dólares en una subasta por la casa Sotheby's. La obra de McCoy abrió la puerta a otros creadores y sus proyectos, como el caso de *CryptoPunks* (2017) a manos del estudio Larva Labs, donde Matt Hall y John Watkinson, bajo un formato de 8 bits desarrollaron más de diez mil avatares con características únicas (ver Figura 2) y los mintearon como NFT, obteniendo una gran aceptación y curiosidad acerca de las utilidades que el criptoarte proporciona: Asegura la autenticidad y propiedad de la obra, controla la comercialización y fomenta el coleccionismo.

Figura 1.

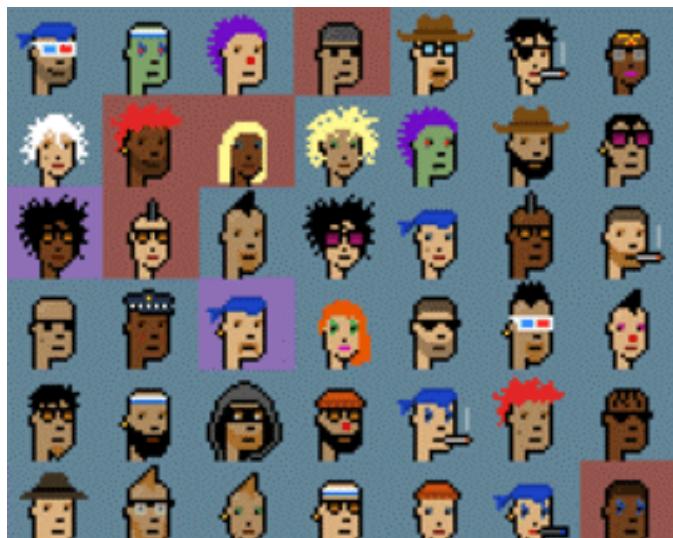
Quantum (2014) by Kevin McCoy.



Fuente: Sothebys.com

Figura 2.

CryptoPunks (2017) by Larva Labs.



Fuente: Larvalabs.com

Apartado dos

Para creadores de arte digital -como pueden ser ilustradores- los tokens no fungibles abren posibilidades diferentes para la producción, legitimación y distribución de su obra. Ya no solo es el uso de tecnologías informáticas, sino que también es convertir el objeto digital en propiedad certificada, que permita ampliar su valor tanto económico como simbólico.

Así llegamos a nuestro estudio de caso, el diseñador gráfico, Mike Winkelmann (alias Beeple) nacido en Wisconsin, Estados Unidos, quien -como ya se mencionó- alcanzó con su NFT nombrado *Everydays – The First 5000 days* (2021) una cifra récord de venta que lo catapultó a una fama mundial.

Beeple antes de la emblemática subasta en Christie's, se dedicaba a realizar actividades de animación e ilustración digital. En 2007, se comprometió a subir diariamente en su perfil de Instagram (@beeple_crap) una ilustración. Haciendo una suerte -con dicha encomienda- de historia de vida, portafolio creativo y experimentación como artista, en una entrevista publicada, Winkelmann asegura sobre esta tarea, a la que tituló *Everydays*: “Me pareció una gran idea, y pensé que sería una forma fantástica de mejorar mi técnica para dibujar. Desde entonces he empleado este proceso como herramienta para aprender sobre fotografía 3D y animación” (Sánchez, M., 2021, 1 junio).

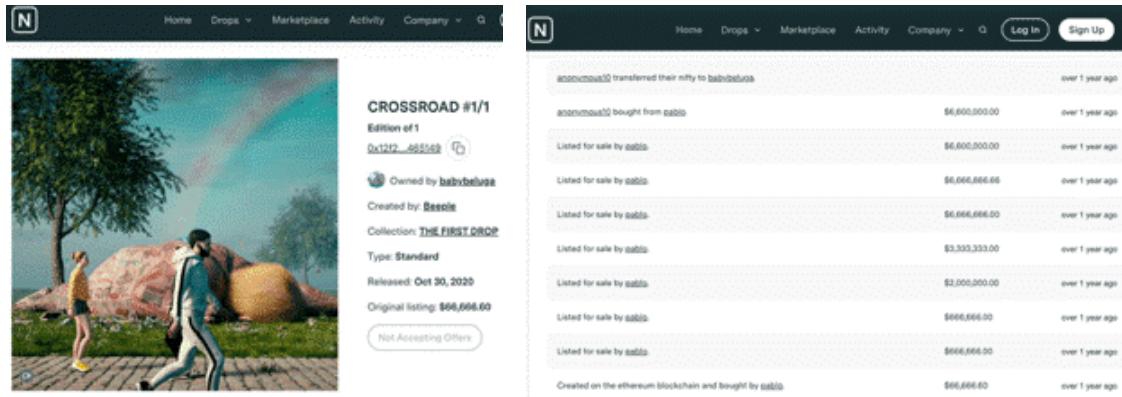
Everydays se transformó en un ritual de creación y promoción para Beeple. Permitió que millones de personas y organizaciones pudieran conocer su trabajo, hecho que le permitió acceder a proyectos profesionales muy interesantes de arte digital, entre los que destacan: la realización de visuales para los conciertos y videoclips de artistas como Nicky Minaj, Katy Perry, Ariana Grande, One Directiom, Skrillex y Justin Bieber. Participó con una labor de animación en el show de medio tiempo del Super Bowl 2020, y ha hecho colaboración con empresas como Apple, SpaceX y Louis Vuitton.

En 2020, durante plena pandemia por Covid-19, Mike fue persuadido por sus seguidores de que fuera parte del mundo del criptoarte. Es así como el artista estadounidense mintea algunas de sus obras y comienza a obtener

beneficios “En diciembre de 2020, Winkelmann puso a la venta veintiún NFTs [...] realizados a partir de sus obras en internet, a un dólar por obra. En pocos minutos, los archivos habían sido adquiridos en su totalidad y empezaron a ser vendidos y comprados repetidas veces, hasta alcanzar el medio millón de dólares” (ídem). La reventa de estos 21 NFT le genera un porcentaje de ganancia, y a su vez cada comprador sabe -gracias al sello alfanumérico del smart contract- que posee una obra original de Beeple. Ejemplo es *Crossroad* (2021) obra animada que Winkelmann mintió en octubre 2020, y tuvo la peculiaridad de cambiar acorde al resultado oficial de las elecciones presidenciales en Estados Unidos. Dicha obra se vendió en un poco más de 65 mil dólares y posterior, fue traslada a otro comprador en más de 6 millones y medio. La transacción fue realizada en la plataforma *Nifty Gateway*, y cualquier persona puede observar tanto a los compradores, como el historial de operaciones de la obra -desde que fue minteada a la fecha- (ver Figura 3) ¿Tendrá alguna relación con el concepto de aura de Benjamin, este proceso de exhibición y verificabilidad pública de los NFT?

Figura 3.

Información general y transacciones de *Crossroad* (2020) by Beeple.



Fuente: Niftygateway.com

Antes de responder a la última pregunta, se destaca que la favorable recepción del mercado ante sus nifties orienta a Beeple a que su trabajo público en *Everydays* no se quede solamente en Instagram y acoplarlo como NFT, dando como resultado *The Complete MF Collection* (2020), animación que

reúne veinte ilustraciones de su Instagram durante dicho año. Se subastó -de nueva cuenta- en *Nifty Gateway*, y en los últimos segundos de la puja tuvo una oferta final por más de 700 mil dólares para adquirir el NFT. Pocos meses después, en febrero del 2021, repite esta fórmula de acuñar como tokens las imágenes de su perfil en Instagram, y crea *Everydays – The First 5000 days* (2021) que lo posiciona en el ranking de venta para artistas vivos -gracias al precio alcanzado de 69 millones de dólares- junto a Jeff Koons y David Hockney.

Esta obra, como su nombre lo indica, reúne cinco mil imágenes del trabajo que durante un poco más de trece años, el artista subió a Instagram (Ver Figura 4). Pero entonces ¿Qué destaca a la pieza? Si en teoría cualquier persona puede acceder a ellas a través de la red social. La respuesta se liga a la anterior interrogante: el NFT se permea de un aura gracias al valor de distinción que da el título de propiedad adquirido. Aunque dicho título -cabe decir- sea solo una cadena alfanumérica y esto dirija hacia ciertas paradojas que serán discutidas en el siguiente bloque.

Figura 4.

Everydays – The First 5000 days (2021) by Beeple.



Fuente: Gq.com.mx

Apartado tres

Internet durante los años noventa y la primera década del siglo XXI se transformó en una esperanza para la democratización de información y procesos socio-comunicativos. El filósofo alemán Boris Groys (2016) asevera al respecto “Durante algún tiempo, Internet se convirtió en la pantalla [...] sobre la disolución de todas las identidades en el juego infinito de significantes” (p.209). Se vislumbró como una opción descentralizada y al margen de diversas normativas; sobre todo para emprendedores, creadores de contenidos y usuarios que buscaban opciones de consumo cultural fuera de las opciones institucionales. Había una promesa de acceder a materiales sonoros, escritos, gráficos, audiovisuales de forma gratuita y sencilla, sin necesidad de trasladarse, todo a un clic de distancia. Esto nos remite a lo dicho por Walter Benjamin (2003) sobre la reproductibilidad técnica: “Hace, sobre todo, que ella [*la obra*] esté en posibilidad de acercarse al receptor [...] la catedral abandona su sitio para ser recibida en el estudio de un amante del arte” (p.43).

Siguiendo con las ideas de Walter, pareciera que Internet provocó una destrucción del aura, fomentó que muchos derechos de autor se desdibujaran como el caso de Ares, Napster y Cuevana. Sin reparos podíamos -y hasta la fecha- teclear dentro de un buscador el nombre de una canción, imagen o poema y que aparezca en la pantalla. La huella de permanencia que brinda el aura a la obra se disuelve; hay un acercamiento y percepción variada e indistinta. Estos argumentos se fortalecen con el fenómeno de los consumidores, que para el sociólogo estadounidense Alvin Toffler (1981) son aquellas personas que pueden producir y consumir al mismo tiempo, es decir, no hay líneas divisorias entre las dos tareas. Un ejemplo actual son los memes: Podemos observar (*consumir*) un dibujo animado y casi de inmediato, crear (*producir*) un meme que aluda a ese material y socializarlo dentro de entornos digitales. Los memes hacen una desintegración del aura, del valor eterno de una pieza, la cual al ser convertida en meme entra al terreno de la apropiación y resignificación.

Groys (2016) establece que una obra al ser subida a la red, se vuelve a un flujo e intercambio dinámico de significados: “Internet se volvió un lugar

central para la producción y la distribución de la escritura [...] de las prácticas artísticas y, de manera más general, de los archivos culturales" (p.195) Acorde al autor, la razón por la cual los entornos digitales tienen tan buena recepción para los creadores, es porque los marcos operativos son más flexibles, y un sitio de arte está al mismo "nivel" o alcance que cualquier otro: Podemos navegar en Instagram y visitar perfiles heterogéneos como: un restaurante, una celebridad, un club de fútbol, una dependencia de gobierno o el trabajo de un ilustrador.

Espacios institucionales como los museos y galerías en Internet pierden protagonismo, para ceder su sitio a redes sociales digitales, wikis, blogs, foros y apps, que promocionan indistintamente trabajos artísticos con nombre o anónimos. El valor eterno y de culto -que refiere Benjamin (2003)- transmuta en lo digital al valor de exhibición y en estrecho contacto con las masas que se apropián y politizan lo que consumen.

¿Entonces qué hace atractivo al NFT ante la ola de contenidos de acceso público? ¿Por qué invertir -como creador- en mintear una obra? A su vez ¿Qué orienta a que existan compradores de NFT? Una posible respuesta ante las tres interrogantes recae en la certificación por blockchain. La cual es transferible pero inmodificable. Ese sello criptográfico es intrínseco al archivo digital, no podemos separarlos, es lo que le brinda confiabilidad y distinción. Se protegen los derechos de creación y posesión, permite que los artistas tengan seguridad -en todo momento- sobre el reconocimiento que obtienen como autores. Además, a partir de las transferencias que tenga el NFT, el sello se verá enriquecido en su historial, acumulará a lo largo del tiempo todo lo que ocurra sobre su destino: Si es vendida por una cifra más alta, si fue comprada por alguien famoso como el proyecto *Bored Ape Yacht Club*, cuyos NFT han sido adquiridos por celebridades como Timbaland, Serena Williams, Snoop Dog, Shaquille O'Neal. Algo que vuelve a situar esta cadena alfanumérica como un aura digital para las piezas que son transformadas en tokens no fungibles y que otorga recompensas tanto a artistas como compradores.

Everydays – The First 5000 days (2021) ha favorecido a Beeple para tener

un aumento en sus ingresos y en la visibilización de su labor gráfica. Asimismo, los compradores de algunos otros de sus NFT poseen no sólo el token adquirido, sino también un reconocimiento público como coleccionistas de la obra de dicho artista, similar a lo que ocurre en el mundo offline con las personas que pueden afirmar: Tengo un Picasso. Eduardo Savino (2021) refiere: “Cuando una persona compra una obra de criptoarte, hace una transacción idéntica a la que haría si comprara un bitcoin. Adquiere un activo digital que funciona como una inversión” (p.21). Un ejemplo es el NFT *Nyan Cat*, que alcanzó un precio de venta de medio millón de dólares (ver Figura 5); siendo que el gif antes de mintearse fue un gráfico de acceso público sin restricciones; pero que a partir de ser un token se convirtió en una posesión única y valiosa. Se podría decir que los NFT otorgan plusvalía, aunque no es así en todos los casos.

Figura 5.

Nyan cat (2021) by Chris Torres.



Fuente: Foundation.app

En la vida análoga, el mercado del arte es voraz y elitista. Artistas independientes tienen pocas oportunidades para resaltar y hacer que su obra sea reconocida, exhibida y vendida a un precio justo. Ya hablamos en un párrafo anterior, del papel que tienen espacios como las redes sociales digitales para promover obras o proyectos artísticos, pero hay otro personaje crucial en este escenario: Los marketplace de NFT, plataformas de comercio electrónico que han ido proliferando desde 2020, gracias a la popularidad del criptoarte. Ya hablamos de Ethereum y Nifty Gateway, existe tambien Foundation, OpenSea y otros marketplace muy accesibles para mintear piezas -solo se requiere tener una cryptowallet- como el caso de Mintable. El que existan tantas opciones para acuñar y distribuir un NFT puede resultar perjudicial -en términos del valor de culto y aura de Benjamin- para destacarse como artista. Solo basta navegar en uno de esos sitios para perderse entre miles de tokens dentro de las coleccioneses, Boris Groys (2016) asocia este fenómeno a que los entornos digitales actúan como un tsunami de información que invisibiliza contenidos: "Internet funciona como un gran basurero en el que todo desaparece más que emerger: la mayoría de producciones de internet [...] nunca logran alcanzar el nivel de atención pública esperados pos sus autores" (p.202) y llegamos a una paradoja: el NFT con su código alfanumérico asegura protección ante robos, falsificaciones y brinda compensaciones económicas y simbólicas sobre la propiedad del token al creador y comprador, pero al mismo tiempo si es tan sencillo mintear un archivo digital ¿Cómo ganar presencia en los marketplace para que tu pieza de criptoarte sea adquirida y/o conocida? ¿Qué garantías de éxito existen para -por ejemplo- ilustradores digitales de trasladar su obra hacia los NFT?

Recordemos una vez más que el aura y la posesión de un NFT es meramente simbólica, la pieza va a poder ser vista, reproducida, viralizada cuantas veces se quiera en los entornos digitales; lo único exclusivo es que el propietario se sabe dueño de dicha pieza y puede comprobarlo. El iraní Sina Estavi es muestra de lo dicho, compró en 2021, por casi 3 millones de dólares el primer tuit de la historia, que fue minteado como NFT a manos de Jack Dorsey. Cualquiera puede tener acceso al tuit y si es su deseo copiarlo, guardarlo, retwittearlo o imprimirla para enmarcarlo en casa; pero quien tiene el título de propiedad es Estavi, quien lo ha tratado de vender en OpenSea por 48 millones de dólares sin éxito alguno.

Los NFT tampoco son garantía de que exista una ejecución sofisticada sobre la técnica de la pieza. Hay criptoarte que refleja una gran destreza en el uso de herramientas digitales, con gran creatividad y propuesta; pero a la vez existen NFT muy improvisados y que surgen de la espontaneidad. Ejemplo es *Ghozali Everyday*, colección de NFT que fue acuñada inicialmente en diciembre 2021 dentro de OpenSea, por el estudiante indonesio, Sultan Gustaf Al Ghozali. La colección de tokens consiste en selfies que Ghozali se tomó a partir de 2017, y llamaron a tal grado la atención que ha recabado en ventas y regalías una cifra que rebasa el millón de dólares. En este caso ¿Dónde se localiza el aura? ¿En la autenticidad que se brinda por blockchain o en un valor de ejecución? Benjamin (2003) habla del valor perenne que tiene el arte griego que no requiere de artificios, cuenta con la perfección de técnica, pues “estaba dirigido a la producción de valores eternos, el arte que estaba en lo más alto era el que es menos susceptible de mejoras [...] en la época de la obra de arte producida por montaje, la decadencia de la plástica es inevitable” (p.62).

Es ante esto que ilustradores o animadores digitales que se esfuerzan constantemente en pulir la técnica de sus obras pueden verse desanimados en invertir dentro de los NFT, debido a que lo único que se asegura al mintear sus creaciones es tener una trazabilidad de la misma, es decir “la capacidad de registrar y consultar todos los movimientos de la obra de arte hasta su origen para comprobar la autenticidad de la pieza” (Valera, S. C., Valdés, P. F., & Viñas, S. M., 2021: p. 3), pero no tienen certeza de que su NFT -y por ende toda la técnica aplicada que puede estar detrás de ese archivo- vaya a ser redituada como merece. Las ofertas de los compradores de NFT -al igual que en el mundo offline- son caprichosas y dependen de numerosos factores.

Pareciera que todo el fenómeno de los NFT y su posible aura se vinculan con el concepto de simulación brindado por el filósofo francés Jean Baudrillard. El postestructuralista alude a que actividades humanas, como el arte, se insertan en una atmósfera de ilusiónismo provocada en gran medida por la fetichización que se realiza de los objetos a partir de la lógica mercantil: “El genio maligno de la mercancía suscita una nueva genialidad del arte: el genio de la simulación” (2006: p.23). El criptoarte tiene una lógica financiera,

se buscan ganancias; asimismo, los nefties son intangibles: No se adquiere un bien físico, solo compras la «simulación» de la obra en forma de activo digital, cuya forma sensible es un registro o asiento alfanumérico; pero la pieza permanece en Internet, accesible -en cuanto su exhibición- a cualquier usuario. La figura 6 es muy ilustrativa al respecto, el sitio web de Christie's nos permite acceder a los detalles criptográficos de *Everydays – The First 5000 days* (2021), como a imágenes de la obra. Lo único que cobra valor o exclusividad de la pieza es la posesión de los códigos alfanuméricos.

Figura 6.

Información de Everydays – The First 5000 days (2021).



Fuente: Onlineonly.christies.com

¿No es paradójico que en la actualidad apreciamos y le demos valor a elementos que están fuera de la materialidad, pero que los seguimos considerando como bienes concretos? Todo -tal vez- se fundamenta en el hecho que somos seres simbólicos, nuestra realidad -desde nuestros orígenes como especie- ha oscilado entre 2 polos: lo físico y lo imaginario. Internet vino a hacer más patente este ir y venir entre ambas dimensiones, pero también a desdibujar el mundo imaginario. Estamos pasando a me-

taversos informáticos que absorben identidad, emociones, aprendizaje y necesidades; nos movemos entre la ilusión y la realidad tácita, a veces la línea divisoria es un fino velo que no puede distinguirse del todo. Baudrillard (2006) asevera al respecto:



La virtualidad tiende a la ilusión perfecta. Pero no se trata en absoluto de la misma ilusión creadora propia de la imagen (como también del signo, del concepto, etc.). Se trata de una ilusión «recreadora», realista, mimética, hologramática, que pone fin al juego de la ilusión mediante la perfección de la reproducción, de la reedición virtual de lo real (p. 16).

El boom de colecciónismo por NFT - gestado desde fines del 2020- va muy acorde a lo dicho por Baudrillard. Solo en 2021, los tokens no fungibles generaron más dinero que todos los demás sectores del arte, acorde al periodista Carles Villalonga (2022, 23 enero), los nefties alcanzaron ganancias durante el año pasado que rondan los 40,000 millones de dólares, sumando a ese monto 15,000 millones más por transferencias posteriores. Es importante resaltar que todas las transacciones son con criptomonedas, es decir, dinero virtual, que tiene una fuerte volatilidad y no asegura cuál va a ser el tipo de cambio en divisas tradicionales. Aunado a esto, se han dado ya robos de NFT, debido a que las cryptowallet o las cuentas en marketplace de usuarios fueron vulneradas.

Sumando a esta virtualidad, está el hecho que todo puede transformarse en un NFT: Mintear un documento de word vacío, una nota de voz en silencio o el enlace a un drive; mientras sea digitalizable tiene la oportunidad de ser una ficha no fungible; es así como volvemos a nuestro debate ¿El proceso de mintear es lo que da el aura? Pareciera que la simulación (o idealización) de adquirir una obra única con su número de serie incorruptible nos otorga esta gratificación de exclusividad. Algo que no difiere mucho del mercado de arte offline donde obras como *Mierda de artista* (1961) de Piero Panzoni con sus 90 latas crearon todo un furor para adquirirlas.

Ante esta mecánica ilusoria y ventajosa, los creadores gráficos pueden estar en la disyuntiva de entrar al mercado de los NFT o seguir intentando promocionar sus obras por otras vías. Diego Capurro (2021) nos menciona: “un artista de menor éxito puede, a partir de entrar en este juego cripto-

gráfico, ganar su sustento en consonancia con su esfuerzo evitando copias que no le remuneran. La otra cara es el precio que sale a la subasta en el circo romano de egos” (p.3). Al ser un riesgo el criptoarte, es tener mucha responsabilidad sobre el ingreso a este mercado, los marketplace gratuitos pueden ser una opción para introducirse, pero siempre con la conciencia que cada minuto se están mintiendo miles de archivos digitales, lo cual puede ser problemático, pero también permite tener esta seguridad de que nuestra obra tiene el respaldo del código de blockchain y que, en caso de ser vendida, vamos a recibir las gratificaciones correspondientes.

Denisse Tempone (2021, 26 marzo) entrevistó a algunos ilustradores digitales, entre ellos el español Zigor Samaniego aka @zigor, que describe cómo en octubre de 2020, *Nifty Gateway* lo contactó por mail para decirle que a través de Instagram su trabajo artístico les había llamado la atención, y lo invitaban a que parte de su obra fuera minteada por ellos, pidiéndole el 10% de comisión por cada venta. Zigor no tenía mucho conocimiento de lo que eran los NFT, pero aceptó la oferta. Pocas semanas después, el marketplace le notificó que su pieza animada *Rojo Ramírez* había sido vendida por 10 mil dólares (ver Figura 7), hecho que lo ha motivado a hacer más criptoarte.

Joseba Elorza aka @miraruido se enteró de los tokens no fungibles a partir de un podcast, quiso entrar al marketplace *Foundation*, y descubrió que, si no hay una invitación previa de la plataforma o recomendado por artistas ya inscritos en el sitio, hay que llenar un formulario y portafolio artístico para ser evaluado. El mintero de su obra *Let there be light* tuvo un costo de 100 dólares, y fue vendida en 700 (Ver Figura 8). Al respecto Miraruido comparte “Pensé en mandarle la obra impresa pero no pareció interesado. Fue muy misterioso todo” (Tempone, 2021, 26 marzo). Esta anécdota nos sitúa nuevamente en que el aura de un NFT no radica en la forma de la obra, sino en algo externo e intrínseco a la vez: el registro de datos del token en blockchain, que provee de legitimidad y asegura es el archivo original.

Los NFT y los marketplace trabajan de forma colaborativa con otros actores digitales como son las redes sociales. Instagram ha permitido que galerías digitales conozcan el trabajo de diversos ilustradores, motiongra-

phers, creadores 3D; pero a la hora de hacer un trabajo de promoción, Twitter ha sido muy importante: Tiene más libertades creativas como insertar enlaces de acceso al marketplace o la cuestión de las tendencias con los hashtags. Zigor habla que un artista de criptoarte no deja todo en manos del marketplace, es una labor en conjunto: "Mi trabajo pasó a ser 50% crear y 50% vender en Twitter. Ahora tengo que mostrar un adelanto de lo que estoy haciendo, pero no mucho, en su justa medida. Tengo que comenzar a entender de autopromoción, pero, para decir la verdad, no me molesta" (ídem). Estas afirmaciones pueden motivar a otros creadores para entrar al mundo de las fichas no fungibles, debido a que por el momento está creando mucho movimiento y optimismo.

Figura 7.

Rojo Ramírez (2020) by Zigor.



Fuente: Niftygateway.com

Figura 8.

Let there be light (2021) by Miraruido.



Fuente: Foundation.app

Conclusiones

Los NFT puede semejarse a un nuevo ecosistema que encierra dinámicas sugerentes y posibles riesgos, tiene esbozos del mercado de arte convencional; pero sus verdaderos alcances no se podrán vislumbrar hasta dentro de algunos años. Ahorita hay gran entusiasmo, pero también puede esfumarse si no se acrecentan sus ventajas. El aura virtual del NFT no puede sustentarse solo en un número de serie, tiene que plantear otras posibilidades para los coleccionistas y creadores; sobre todo tratar de superar los vicios que se dan en el mundo offline como es: compadrazgos, alianzas corporativas injustas, galerías o casas de subastas que no den oportunidad a artistas independientes o con tarifas elevadas. Los marketplace deben revisar muy bien sus políticas y ser espacios adecuados de promoción. Ojalá no se replique el favorecer un desenfreno de la oferta y demanda, pues se provoca exclusión, consumo elitista y competencias desleales que solo satisfacen al poder corporativo.

Los nefties -como ya se dijo- están en plena efervescencia, prueba es que la esfera mainstream los está adoptando. Madonna acaba de realizar una colaboración con Beeple para la serie de NFT titulada *Mother of Creation* (2022) que se divide en 3 animaciones acerca de tecnología, evolución y naturaleza, situándose Madonna -en los tres contenidos- en peculiares labores de parto (Ver Figura 9). Se ha estipulado que las ganancias irán destinadas a diferentes a organizaciones como *National Bail Out*, *V-Day* y *Voices of the children*. Añadir este toque de responsabilidad social a los tokens fortalece su aura, pues el comprador tendrá la satisfacción de haber contribuido, mientras que en el caso de Beeple y Madonna, ser observador como benefactores sociales. Aunque esto puede caer en una simple estrategia de marketing donde se establece una dinámica ilusoria de que los nefties pueden llegar a ser contenidos digitales con causa, creando fetiches: "La era postaurática parece configurar una nueva constelación «aura-criptoarte-dinero» en la que el original se produce como una especie de fetiche en el que queda pendiente evaluar su capacidad de generar una experiencia que interpele a la sensibilidad" (Lenarduzzi V., Samela G. & Montes R., 2021: p. 10). Los NFT están siendo adoptados por creadores musicales para incentivar su creatividad, y porqué

no, darle un impulso promocional a su carrera como es el caso de Grimes, Don Diablo, Shakira. Para ciertos coleccionistas les ha de resultar atractivo poder adquirir una pieza de arte digital de su artista favorito.

Figura 9.

Mother of Nature (2022) by Madonna & Beeple.



Fuente: Superrare.com

Volvamos a Baudrillard (2006): “La potencia del objeto se abre camino a través de todo el juego de simulación y simulacros, a través del artificio mismo que le hemos impuesto” (p. 33). Ahorita los NFT están en boga, hay muchas expectativas y confianza depositada a su alrededor, todas las industrias culturales están entrando al juego: desde los videojuegos hasta el deporte. Pero nada está seguro, es un objeto que a la vez se tambalea y se sostiene. Retomando *Everydays – The First 5000 days* (2021), fue el primer token vendido por Christie's, después de eso, los nefties son parte habitual de la oferta en galerías, ferias de arte o casas de subasta; el tenerlos da hasta un cierto tipo de aura al evento o lugar; pero a la larga ¿Esto continuará? O será como los *Tamagochis*, juguete que tuvo mucha popularidad y después fue olvidado por las masas.

No olvidemos el papel del prosumidor que fomenta la destrucción del aura de los NFT, no en el sentido de corromper el código encriptado del token, sino que las y los usuarios se apropián y resignifican de todo aque-

llo que llame su atención. Las imágenes del proyecto *Everydays* de Beeple, han sido reutilizadas desde antes de su primer NFT, varias personas tomaban los gráficos del Instagram de Winkelmann para diversos fines: “El problema de que algo así se haga viral en Internet es que no existe un punto medio. Todo el mundo empezó a usar estos clips gratuitos; los VJs en proyecciones de las discotecas y los motiongraphers en sus trabajos personales” (Palazzi, 2021, 13 julio).

Ante las dinámicas de reinterpretación y nuevos usos de los contenidos digitales es muy complicado hacer frente; sobre todo porque muchas veces no es solo un copy paste, sino que hay un enriquecimiento de sentido en la propuesta, ejemplo es el fanart que puede llegar a tener increíbles propuestas y ser monetizado con gran éxito. Son también contenidos que buscan hacer crítica social sobre diversos temas. El propio Beeple quien en varias de sus imágenes se adueña de personajes de la cultura popular como Michael Jackson, Donald Trump, Mario Bros, Pikachu, Yoda, Buzz Lightyear, Kim Jong-un, Mickey Mouse, Winnie Poh, Shrek y brinda una versión personal de los mismos (Ver figura 10). Estas acciones revelan el poder de acción del prosumidor en las esferas culturales, económicas y políticas, Alvin Toffler (1981) afirmaba hace cuatro décadas: “El actual resurgir del prosumo empieza a cambiar el papel que el mercado desempeña en nuestras vidas! (p. 271). A pesar de estas restricciones de posesión que el NFT -y otros archivos digitales- llevan, las personas dentro de los entornos digitales hacen usos diversos de los contenidos, sin importarles -en gran medida- su procedencia, buscan adueñarse de ellos a partir de transformarlos.

Figura 10.

Imágenes del proyecto Everydays by Beeple.



Fuente: Instagram @beeple_crap

Son inevitables estas prácticas de apropiación en internet, las personas se sienten motivadas a crear y tomar todo aquello que está ante la pantalla. Es como si este acto tuviera una raíz democratizadora, aunque dejan de lado los derechos de autor, y provoca se restringan contenidos y así moderar el libertinaje. No cabe duda de que es una estira y afloja esta situación prosumidora, hay marketplaces con NFT de memes, como el caso de *Disaster Girl*, fotografía viral desde 2008, que muestra a Zoë Roth sonriendo en primer plano, mientras detrás se observa una casa en llamas (Ver Figura 11). Zoë decidió vender el archivo digital de la imagen que tomó su padre, Dave, en forma de token, y obtuvo alrededor de 500 mil dólares.

¿Pero hubiera sido el mismo monto de venta si dicha fotografía no hubiera sido viralizada y retomada en diverso meme? ¿El aura de la pieza como NFT también contiene este imaginario colectivo creado desde el meme? ¿La imagen fue encarecida al estar en formato NFT? Borys Groys (2016) nos ayuda ante estas interrogantes: “el archivo digital [...] ignora al objeto y preserva el aura. El objeto mismo está ausente; lo que se mantiene es su metadata” Esa información o metadata de la que habla Groys en el caso de un NFT, no es solamente su cadena alfanumérica, también puede incluir -como en *Disaster Girl*- usos, acontecimientos o el devenir sociohistórico a su alrededor.

dor (Ver Figura 12). Tales afirmaciones nos permiten escudriñar un poco más sobre el porqué están siendo tan atractivos los tokens no fungibles: Son una opción para brindar más seguridad a creadores y compradores, permiten nuevas formas de trabajo más colaborativas y descentralizadas, y permiten que las referencias culturales y simbólicas alrededor del artista o la obra se alojen como un aura dentro de la cadena de bloques. Ya decía Benjamin (2003) “la historia a la que una obra de arte ha estado sometida a lo largo de su permanencia es algo que atañe exclusivamente a ésta, su existencia única” (p.42) y refiere tanto a condiciones sobre su materialidad, como aspectos de propiedad. El aura se moldea a partir de nociones espaciotemporales, técnicas y sociohistóricas, algo que se replica en los NFT.

Figura 11.

NFT Disaster Girl (2021) by Zoë Roth.



Fuente: Foundation.app

Figura 12.

Meme de Disaster Girl



Fuente: Imgflip.com

La paradoja persiste, el criptoarte de manera simultánea crea singularidad para los propietarios de las piezas a través del blockchain, pero también fomenta que los artistas sean conocidos por las masas digitales y los nefties sean viralizados, copiados o transformados de forma indiscriminada. Asimismo, si el cine para Walter Benjamin permitía a las multitudes disfrutar del arte, los NFT -hoy en día- son excluyentes, solo personas que cuenten con una billetera de criptomonedas pueden acceder a adquirirlos, además que muchas veces es a través de un proceso de subasta, que da privilegio a quien tenga mayor poder adquisitivo, Eduardo Savino (2021) asevera "el criptoarte es la estetización del mercado en nombre del neoliberalismo" (p.25); pero recordemos que los prosumidores pueden llegar a concebir nuevas ideas para acercarse a estos contenidos y no limitarlos a ser objetos de consumo, sino dotarlos de una cualidad reaccionaria y politizante para fines comunes como puede ser el hacktivismo. El aura en los tokens no fungibles tanto se consolida como se destruye, todo depende desde dónde se observe el fenómeno.

Como última idea, los creadores de arte digital pueden explorar el terreno de los tokens no fungibles y obtener ventajas dentro del terreno legal y económico. No hay que ver los nefties como una panacea que va a resolver todos los dilemas que enfrenta la producción y distribución artística, está brindando ciertas opciones que pueden ayudar, que van desde su calidad tecno-aurática, enaltece el coleccionismo y organiza el mercado; pero como ya revisamos, también excluye y no es ajena al prosumo, es un fenómeno resbaladizo.

Los NFT son una moneda lanzada al aire, la pandemia por Covid-19 los arrojó a los cuernos de la luna, pero no se sabe a ciencia cierta si su destino es ser una efímera tendencia o consolidarse como un firme modelo de negocio para el arte.

Fuentes

Baudrillard, J. (2006) El complot del arte. Ilusión y desilusión estéticas. Amorrortu editores.

Benjamin, W. (2003) La obra de arte en la época de su reproductibilidad técnica. Itaca.

Capurro, D. (2021). La obra de arte en la nueva época de su no reproductibilidad técnica. Tecnología y Sociedad, (10).

Castells, M. (2002) "Epílogo. La sociedad red" en Himanen, P. (2002) La ética del hacker y el espíritu de la era de la información. Destino.

Gómez G., J. (2019, 20 noviembre). El origen de Bitcoin y Blockchain, ¿inventados desde cero por un desconocido? Santander Global Tech. <https://santandergto.com/origen-bitcoin-blockchain-inventados-desde-cero-por-un-desconocido/>

Groys, B. (2016) Arte en flujo. Caja Negra Editora.

Iberdrola. (s. f.). Token no fungible (NFT), ¿cómo certificar la originalidad en un mundo digital? <https://www.iberdrola.com/innovacion/nft-token-no-fungible>

Lenarduzzi V., Samela G. & Montes R. (2021) Criptoarte, aura y autenticidad en la era de la (re) producción digital. XXIII REDCOM. Eje 17. Comunicación y Cultura.

Palazzi, A. (2021, 13 julio). Beeple: Entre genialidades y mundos distópicos. ESDESIGN. <https://www.esdesignbarcelona.com/actualidad/motion-design/beeples-entre-genialidades-y-mundos-distopicos>

Sánchez, M. (2021, 1 junio). Beeple: biografía y obras. Alejandra de Argos. <https://www.alejandradeargos.com/index.php/es/completas/32-artistas/41858-beeple-biografia-y-obras>

Savino, E. (2021) Benjamin no compraría criptoarte. Revista Luthor. Nro. 49, agosto 2021, pp.19-26.

Tempone, D. (2021, 26 marzo). ¿Cómo puedes tokenizar tus obras y entrar al nuevo mercado del cripto arte? Domestika. <https://www.domestika.org/es/blog/7239-como-puedes-tokenizar-tus-obras-y-entrar-al>

nuevo-mercado-del-cripto-arte

Toffler, A. (1981) La tercera Ola. Edivisión.

Valera, S. C., Valdés, P. F., & Viñas, S. M. (2021). NFT y arte digital: nuevas posibilidades para el consumo, la difusión y preservación de obras de arte contemporáneo. Artnodes, (28).

Villalonga, C. (2022, 23 enero). Los NFT generaron en 2021 más dinero que el arte tradicional. La Vanguardia. <https://www.lavanguardia.com/cultura/20220123/8004001/nft-generaron-2021-mas-dinero-arte-tradicional.html>

Zafar, T. (2021, 22 diciembre). Blockchain, NFT y el nuevo estándar de identidad y seguridad. Entrepreneur. <https://www.entrepreneur.com/article/409924>

