

## NFTS ¿Retorno de la pieza única dentro la imagen digital?

Autores Carla María García Ortiz<sup>1</sup>, Salvador Salas Zamudio<sup>2</sup>

### Resumen

Esta investigación pretende tocar precedentes relacionados con el “nuevo” mercado del arte y los cambios en la forma en la que se contempla y distribuyen las obras de arte digitales con la llegada de los NFTs, y su creciente “popularidad” dentro de la compra y venta de la imagen digital. El objetivo principal del artículo es indagar sobre el origen de los *Fungible non tokens*, así como sus antecedentes en el mundo físico que llegaron de modo virtual a través del *blockchain*. Con la llegada del COVID-19 y la constante expansión de medios digitales, la idea de poseer activos digitales no es tan descabellada en estos tiempos. El artículo muestra la pandemia como un fenómeno social que repercutió en las imágenes digitales y potencializó lo que en años anteriores ya se venía desarrollando y que denominamos como mercado digital.

**Palabras clave:** Imagen digital; fungible non token; redes sociales; piezas únicas; medios digitales.

### La pandemia de COVID-19 y lo fotográfico

A finales de 2019 se presentaron pacientes en Wuhan (China) con fallas respiratorias, presentaban neumonía viral debido a un agente microbiano no identificado. Al poco tiempo este agente fue identificado provisionalmente como nuevo coronavirus de 2019 (COVID-19). A un mes de identificar esta enfermedad infecciosa, China confirmó más de 4500 casos y 100 muertes, además para esa fecha ya se había propagado y confirmado 50 casos en otros países aledaños a China extendiéndose a Europa.

Para el 11 de marzo de 2020, la Organización Mundial de la Salud calificó como pandemia el brote de COVID-19 por la cantidad de casos y de países involucrados, emitió una serie de recomendaciones para su control, la principal sugerencia fue el distanciamiento social. Por lo tanto en México, el 14 de marzo del año 2020, instituciones, restaurantes, museos y diferentes espacios de concurrencia entraron en cuarentena, con el fin de salvaguardar la salud. La cuarentena paso y la situación no mejoró, para finales de la cuarentena la enfermedad se había propagado por todo el territorio mexicano. Hasta el día de hoy 27 de junio de 2021, la prensa reporta 2,503,408 casos positivos y 232,521 muertes.

Aunque ya exista vacuna para detener dicho virus en México tan solo el 14% de la población a sido vacunados. Bajo estas circunstancias para muchos poco alentadoras para otros tantos todo lo contrario, la pandemia por COVID-19 a dejado estragos no solo a manera de muertes, también a modificado la forma de trabajar de muchas personas, extendiéndose las opciones de empleos digitales y diferentes prácticas sociales que posiblemente se conservarán por mucho tiempo, pero ¿qué a pasado durante el distanciamiento social en el ámbito fotográfico?

Si bien la población en general se vio forzada a mantener distancia con familiares, amigos, parejas y compañeros, etc. Dentro de los que se entendía como “la nueva normalidad”<sup>3</sup>, los escenarios se modificaron y el también cambio, así como la forma en la que vemos y percibimos los espacios físicos.

Lugares que “normalmente” se miraban concurridos se tornaron a espacios vacíos, personas que se sentaban cerca se volvían posibles portadores del virus, sujetos que no portaban cubrebocas o caretas eran calificados como “irresponsables”, abrazar a un familiar se volvió un acto impensable y salir se convirtió en una amenaza ya que se podía contraer el virus, así el miedo se estableció como un pensamiento recurrente.

Innegablemente la fotografía juega un papel fundamental en la construcción de imaginarios sociales, ya que durante la pandemia, la forma en la que se mira y comprende el mundo es a través de una fotografía. Históricamente la fotografía ha sido ligada a una representación de la realidad, de esta forma la fotografía durante la pandemia tiene un impacto en las vidas de los seres humanos, ya que para muchos es un registro de “la nueva normalidad”, para otros

<sup>1</sup> Licenciatura en Artes Visuales, División de Arquitectura, Arte y Diseño, Campus Guanajuato.

<sup>2</sup> Departamento de Artes Visuales, División de Arquitectura, Arte y Diseño, Campus Guanajuato.

<sup>3</sup> Término acuñado para la vida post-pandemia de COVID-19.

tantos una oportunidad para crear nuevos puntos de vista y un espacio para reflexionar y crear su propia realidad de lo que vivió y se sigue viviendo hasta el día de hoy.

En suma a estos hechos, la atención solo se ha volcado en un tema y cuestiones en común y el soporte digital es una opción coherente al contexto que se está viviendo, así es que plataformas como Instagram, Flickr, Facebook, entre otras se presentan como soportes alternativos para exponer fotografías y una opción en la forma de adquirirlos. Estas situaciones hacen que diversos proyectos fotográficos surjan a partir de estos nuevos escenarios y que se vuelvan un punto para cuestionar y replantear desde lo fotográfico. Comercios, calles y centros de convivencia vacíos, así como los espacios íntimos que se vuelven públicos durante el confinamiento, son temáticas recurrentes en la fotografía en tiempos de pandemia por COVID-19 y el sentimiento que mayormente causó con el distanciamiento fue la soledad, ya que se perdió el contacto físico en el medio social, pero también inquietud, temor, cambios de humor, irritabilidad, apatía, insomnio, entre otros comportamientos de naturaleza contraria.

Por otra parte, medios digitales como *Open sea* y *Nifty Gateway* entre otros, bajo este escenario encontraron una forma para fortalecer un mercado dentro del arte digital, a través de los NFT's, medios digitales que no solo se basan en la exposición de imágenes, también en la venta de activos digitales.



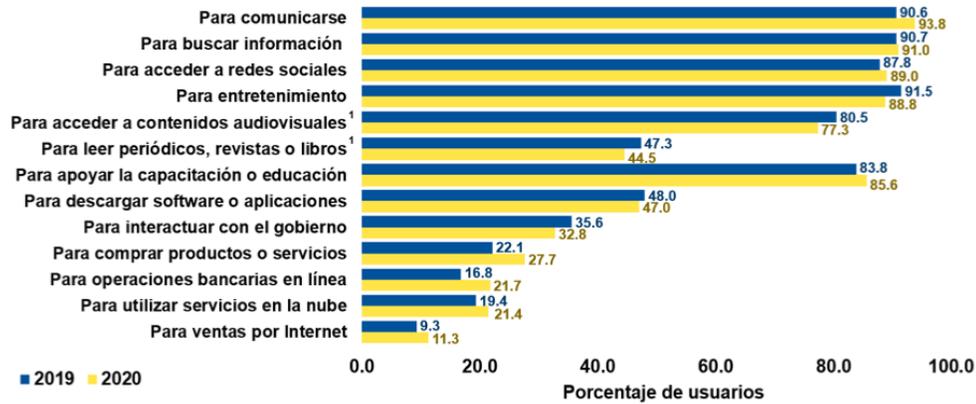
**Figura 1.** Camino a casa, Diego Ortiz. Recuperada [24 de junio 2021]  
<https://www.instagram.com/p/CQhnWe1I43t/>

## Lo fotográfico en medios digitales durante la pandemia de COVID-19

Antes que la pandemia por COVID-19 causara un confinamiento, el uso de medios digitales y redes sociales eran parte de la vida cotidiana. Según el Instituto Federal de Telecomunicaciones (IFT), en México se estimó que 80.6 millones personas eran usuarios de Internet y medios digitales, esto representa el 70.1% de la población. Para el 2020 se estimó que la población de usuarios aumento a 84.1 millones, que representan 72.0% de la población. Esta cifra evidencia un aumento de 1.9 puntos porcentuales en proporción a la registrada en 2019.

También reveló que las principales actividades que los usuarios realizaron por Internet en 2019 el, 91.5%, corresponde a entretenimiento, el 90.7% a obtención de información y a comunicarse el 90.6 por ciento. Mientras que en el 2020, las principales actividades que realizaron los usuarios de Internet fueron comunicarse 93.8%, buscar información 91.0% y acceder a redes sociales 89.0%. Las cifras en aumento, es de esperarse a consecuencia del aislamiento. Si bien son un indicador de un aumento de usuarios que buscaron una comunicación digital, también revelan un incremento de usuarios en redes sociales.

Nathan McDonald, cofundador y director ejecutivo del grupo We Are Social explicó:  
 No es de extrañar que en un año en el que muchas personas de todo el mundo pasaron semanas y meses encerradas, hayamos visto un crecimiento masivo en los usuarios de redes sociales e Internet. Gran parte de nuestras vidas ahora se desarrollan a través de canales digitales, ya sea conectando en las redes sociales, comprando en el móvil, usando la voz, instalando dispositivos inteligentes o jugando en línea (Garduño, 2021).



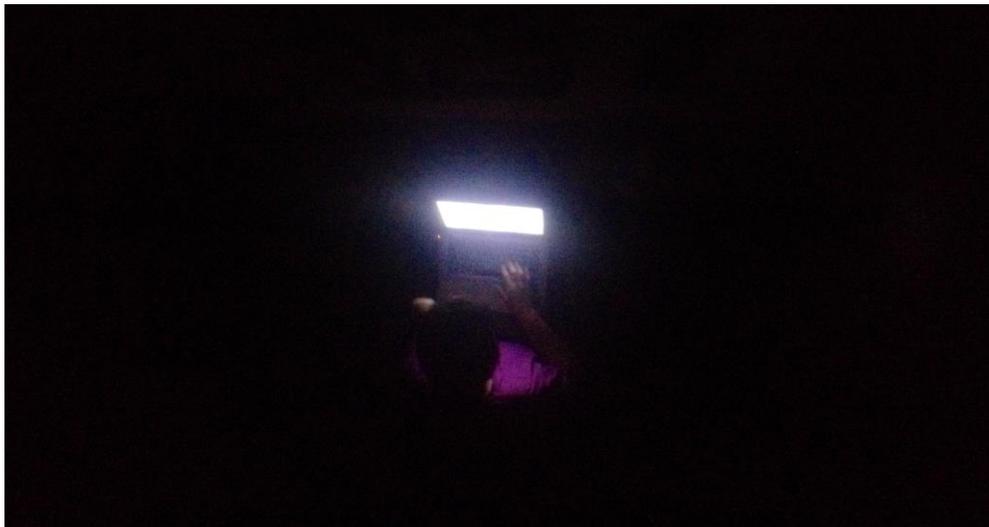
Notas: <sup>1</sup> Estas opciones de respuesta están consideradas dentro de la opción de entretenimiento.  
Para pagos con sistema de Cobro Digital (CoDi)= 1.0%  
Para pagos con tarjeta de regalo o vale de prepago en línea= 1.2%

**Tabla 1.** Usuarios de internet por tipo de uso, 2019 y 2020. INEGI  
[https://www.inegi.org.mx/contenidos/saladeprensa/boletines/2021/OtrTemEcon/ENDUTIH\\_2020](https://www.inegi.org.mx/contenidos/saladeprensa/boletines/2021/OtrTemEcon/ENDUTIH_2020).

Bajo este panorama podemos afirmar que para muchos la visualidad cambió y se redujo a una pantalla. Dentro del ámbito fotográfico, los artistas voltean a ver lo digital como un recurso para diversos proyectos, por ello, plataformas como Instagram Facebook, Flickr, dedicadas a la distribución de imágenes tomaron mayor fuerza e hicieron que los espacios designados para las multitudes cambiaron a espacios virtuales.

Un ejemplo de esta “comunicación digital” es el Museo Tamayo que durante este periodo de tiempo realizó recorridos virtuales de sus exposiciones, esto hizo que conectara con un mayor número de usuarios de diferentes partes de la república mexicana, que se traduce en mayor alcance y visualidad por parte de los usuarios.

Una de las redes sociales que tomó impulso durante esta época de encierro fue Instagram, ya que se publicaron muchos proyectos fotográficos y a su vez, los usuarios, aparentemente sin darse cuenta, estaban haciendo registro de su vida en la nueva normalidad, aquí entra en cuestión como vemos y visualizamos las fotografías que se publican en redes sociales ¿Estas fotografías pueden ser consideradas como arte? ¿Qué implica que una fotografía esté en la red?



**Figura 2.** Sin titulo, Carla García, 2021.

## La fotografía como arte en redes sociales durante la pandemia de COVID-19

El debate de la fotografía como arte o como un objeto de cultura de las masas deviene históricamente en su uso en ámbitos sociales, si bien es cierto que la fotografía tiene usos para el beneficio de las masas, también es cierto que hoy

día ha tomado lugar en el arte por diferentes cuestiones históricas, sociales y culturales, pero sobre todo por la vista que ofrece a cada espectador. La capacidad de una fotografía para emocionar, conmover, reflexionar o hacer dudar a un público, son algunas razones para considerarla como un objeto de arte y de igual forma adquirir valor dentro del ámbito social, periodístico o documental.

La fotografía artística posee un grado de complejidad conceptual y esta complejidad esta sujeta en su contexto. Si bien este debate esta muy hablado y ha sido punto de discusión durante mucho tiempo, hoy día tiene muchos aristas que nos obliga a retomarlo porque la relación entre fotografía y redes sociales se establece a partir de las intencionalidades de la imagen, del medio, del autor y del mismo espectador, se entiende que la fotografía tiene cabida en diferentes ámbitos y es reveladora de diferentes imaginarios colectivos. La fotografía esta sujeta a su contexto, sea artística o no, y con la llegada de lo digital, la imagen se a expandido y reproducido de manera exponencial en las redes sociales, lo cual para la cultura visual representa un campo de gran efervescencia en estos tiempos. lo que hace que este debate vuelva a cuestionar a la fotografía y a las imágenes en la red como obras de arte.

La imagen fotográfica en la red ha generado una cultura de los “auto yo” o mejor conocida con del autorretrato, donde el sujeto operador del dispositivo fotográfico se presenta en las narrativas y es fuertemente sustentada por sus iguales. La relación imágenes-redes sociales esta basada en una visualidad más que en una textualidad.

La fotografía como arte dentro de las redes sociales surgió como una alternativa de exposición y autogestión sin intermediarios, basados en el libre intercambio de bienes culturales. El papel estratégico que cumple en la construcción de ciertas condiciones de visibilidad de acontecimientos de relevancia colectiva, atribuyen a generar una memoria sobre determinados acontecimientos independiente de los circuitos hegemónicos, desde una mirada que entiende la producción artística como crítica de los modos tradicionales.

La categoría de arte establecía a fotografías expuestas en redes sociales, esta sujeta a diferentes cuestiones tanto temporales como subjetivas, para muchos críticos de arte éste siempre está sujeto a reglas y cotizaciones dentro del mercado del arte.

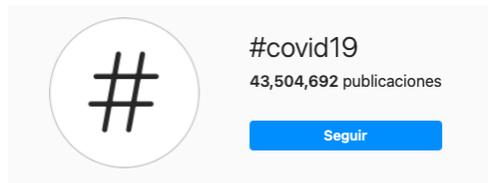


Figura 3. Captura de pantalla Instagram, 15 de junio 2021.



Figura 4. Captura de pantalla Instagram, 15 de junio 2021.



Figura 5. Captura de pantalla Instagram, 15 de junio 2021.



**Figura 6.** Tentación en la casa de Antonio, Manuel Álvarez Bravo, 1970. Recuperada [15 de julio 2021]  
<https://museoamparo.com/exposiciones/pieza/2418/tentacioncasadeantonio>

## La reproducibilidad de la imagen digital

La fotografía en medios digitales a facilitado su expansión y reproducción de manera exponencial, esto sucede cuando la innovación e implementación de nuevas tecnologías se hacen presentes en el mundo del arte.

Desde antes de la invención de la imprenta se han reproducido piezas de arte, ya sea a través de moldes o de copias realizadas a mano, sin embargo, con la invención de la imprenta la reproducción de una obra se ha masificado, con la implementación del grabado la imagen pudo ser reproducida en serie y por lo tanto ampliar su distribución.

Un momento crucial dentro de esta reproducción es la llegada de la fotografía porque agudizó esta reproductividad que, con la ejecución técnica adecuada, puede generar imágenes iguales y reproducirlas una y otra vez. Con la digitalización y la llegada del internet se ha acrecentado de manera exponencial la masificación de las imágenes copiando, pegando y distribuyendo por canales cada vez mas eficientes.

Sin embargo a pesar de que la reproducibilidad tiene mucho que ver con la ejecución técnica, incluso hasta a las reproducciones mas perfectas les falta algo, el aquí y el ahora de cada obra, esto quiere decir que a pesar de tener las posibilidades de reproducir una fotografía de Manuel Álvarez Bravo y esta quede como una copia fidedigna y visualmente confundible con la original, la obra siempre estará sujeta a su historia y contexto, con la referencia por el nombre de su creador y no solamente por el título de la obra. Es preciso mencionar que el mundo del arte está en un cambio permanente y que por lo tanto hay factores internos y externos a la obra y a su producción que influyen en el valor o apreciación de la obra, como pueden ser el número de copias impresas o tiraje, época en la que se realizó la obra, temática, originalidad, pertenencia a una serie, copia de época o impresión contemporánea, así como fluctuaciones del mercado del arte, entre otros factores. “El concepto de la autenticidad del original está construido por su aquí y ahora sobre todo descansa a su vez la idea de la tradición que habría conducido a ese objeto como idéntico asimismo hasta el día de hoy” (Walter, 2003, 42).

La autenticidad de una obra escapa de la reproducibilidad técnica. por lo tanto en el caso de las imágenes digitales, de igual forma a pesar de ser fácilmente reproducidas y almacenadas, pertenecen a un contexto y están sujetas a un autor, que las sigue haciendo únicas.

## Fotografía como objeto único y los NFT (*Token Non Fungible*)

¿Qué es un NFT? Por sus siglas en inglés *Token Non Fungible* es un activo virtual único basado en el *Blockchain*<sup>4</sup> “Algunos describen los NFT como una locura y otros como el futuro de la imagen digital.” (W. Chohan, 2021).

William Mougayar, autor del libro “The business blockchain”, el nuevo término de la economía digital (2016), define *token* como “una unidad de valor que una organización crea para gobernar su modelo de negocio y dar más poder a sus usuarios para interactuar con sus productos, al tiempo que facilita la distribución y reparto de beneficios entre todos sus accionistas” (p.60). Para entender que es un *Token Non Fungible*, es conveniente reconocer la palabra *fungible* como un concepto económico, el cual define que cualquier cosa se puede intercambiar con un objeto idéntico o similar, ya que se entiende que es de un valor igual; es decir si se tienen cien pesos puede presentar como un billete de cien, cinco billetes de veinte o diez monedas de diez pesos, y en esas presentaciones tiene valores idénticos que se reflejan a través de billetes o monedas.

Pero la fungibilidad es relativa y subjetiva, esto implica que con un billete de un valor determinado se pueden comprar diversas cosas. Pensemos en una fotografía de un paisaje, existen millones de fotografías de paisajes, podemos encontrar paisajes en diversas redes sociales como Instagram, Flickr, Facebook o Pinterest, también en galerías, museos, álbumes, revistas, catálogos y en diversos medios impresos. Que a pesar de ser en esencia un paisaje estos no tienen el mismo valor económico, ya que no es lo mismo una fotografía expuesta en una galería o museo que en una red social ya que el valor agregado de estas se encuentra sujeto a diversos valores de cambio y cuestiones a considerar, como soporte en la que han sido expuestas, como el autor, su trayectoria, el contexto de realización o exhibición, entre otros factores externos a la obra.

Un ejemplo concreto de la fungibilidad es la foto instantánea del Río Rin tomada por Andreas Gursky en 1999, la fotografía más cara subastada, al venderse por 4,3 millones de dólares en Nueva York, pero ¿qué hace que esta fotografía sea valuada en ese costo?



**Figura 7.-** Rio rin, Andreas Gursky, 1999. Recuperada [27 de junio ]

<https://www.lavanguardia.com/cultura/20111111/54238771643/una-foto-de-gursky-la-mas-cara-de-la-historia-al-venderse-por-tres-millones.html>

La casa de subasta Christie’s afirma que la fotografía de Andreas Gursky es: “La fotografía es una obra maestra de escala e icono del aura del autor en la que Gursky evoca lo sublime con una perfección pasmosa de color y líneas a través de la invocación de un paisaje aparentemente natural”. (La vanguardia, 2011).

En esta afirmación la importancia de la foto es meramente subjetiva, ya que esta ligada a elementos respaldados por una casa de subastas, la trayectoria del autor y la cotización del mismo dentro del mercado del arte, ya que anteriormente vendió la obra “99 Cent II Diptychon” por 3,3 millones de dólares en la casa de subastas Sotheby’s. Dicho de otra manera, el respaldo de casas de subastas como Christie’s y Sotheby’s así como los valores agregados tanto técnicos como subjetivos lo hacen ser una artista que su producción artística sea valuada en millones de dólares,

<sup>4</sup> Blockchain: es un registro único, consensuado y distribuido en varios nodos de una red. En el caso de las criptomonedas, podemos pensarlo como el libro contable donde se registra cada una de las transacciones.

el contexto tanto de la obra como del autor, hacen que esta pieza sea un objeto con valor dentro del mercado que va a la alza.

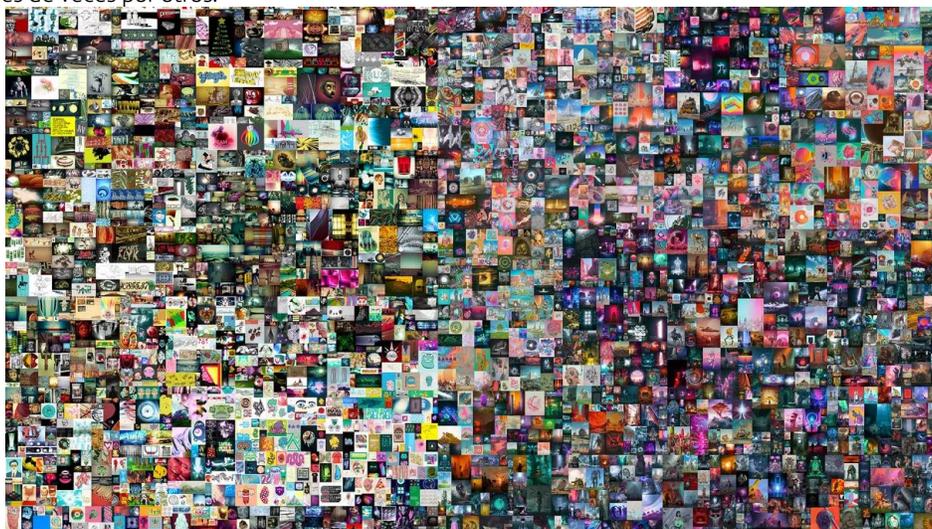
Ahora que se entiende que es fungible y las variaciones de cómo, en este caso las imágenes y el arte se pueden cotizar en cientos, miles o millones, hablaremos de lo “no fungible”. Lo “no fungible” surge a partir de la idea de “objetos que son únicos en su clase”, (por ello es que el arte encaja en este tipo de mercado) que siguiendo con el ejemplo anterior, si realizamos una búsqueda en la red de “rio rin” ésta nos llevará a diferentes imágenes del río rin, inclusive encontraremos la famosa foto realizada por Gurky, y podría ser copiada y conservada en un celular, inclusive imprimirla y enmarcarla, sin embargo no es la “original”, en este sentido la fotografía de Andreas Gursky es única en su clase y como se mencionó, la imagen está sujeta al autor, a su historia y su contexto, pero justo lo que busca los NFT'S es que a través del blockchain se genere una huella digital para que dentro del ámbito de la virtualidad se tenga certeza que esa imagen, a pesar de ser reproducible y fácil de almacenar o poseer diferentes formas, solo existe una autentica y original.

## Imágenes digitales y venta

Se poseen millones de cosas digitales, pero ¿hasta qué punto esa posesión es real? Si la propiedad digital solo significa que una imagen compuesta por un código de unos y ceros le pertenece a una persona, entonces la posesión es relativa, ya que esa imagen se puede reproducir y almacenar en diversos sistemas de visualización y almacenamiento. La respuesta es muy sencilla porque al igual que los activos en el mundo físico también se establece un dueño de activos digitales en contextos específicos.

El mundo del arte comenzó a emocionarse con los NFT, pues el arte digital resultó ser un ajuste natural para las fichas no fungibles. Una pieza central de lo que hace que el arte físico sea valioso es la capacidad de demostrar de manera confiable la propiedad de una pieza y mostrarla en algún lugar, algo que nunca ha sido tan cierto en el mundo digital.

Un ejemplo de lo anterior es la pieza "Everydays: The First 5000 Days", de Mike Winkelmann, el artista digital conocido como Beeple publicó por primera vez una nueva obra de arte en línea el 1 de mayo de 2007, continuando durante los siguientes 13,5 años para incluir el producto terminado. La oferta ganadora para el archivo JPEG de 319 gigabytes se presentó después de una subasta en línea de dos semanas realizada por Christie's. Según la casa de subastas, fue el tercer precio de subasta más alto para una obra de un artista vivo, después de transacciones de piezas de Jeff Koons (91 millones de dólares) y David Hockney (90 millones de dólares). No se reveló la identidad del postor ganador. La subasta NFT de Christie's aceptó el pago tanto en moneda convencional como en criptomoneda Ether. En respuesta a la venta, Beeple publicó en su cuenta de Twitter, "joder santo". En esencia, el propietario de la NFT obtiene derechos de “poseer” de una versión original de un artículo digital, a pesar de que esa pieza puede ser reproducida y vista millones de veces por otros.



**Figura 8.** T Everydays: The First 5000 Days, Mike Winkelman,, 2020. Recuperada [5 de junio 2021] <https://onlineonly.christies.com/s/beeple-first-5000-days/beeple-b-1981-1/112924>

## Conclusión

Con la pandemia del COVID-19, lo fotográfico se volcó a una visualidad mayormente digital, la pandemia aumentó la popularidad de las redes sociales y el mercado digital se convirtió en una práctica recurrente, si bien la reproducción y masificación de la imagen es un tema presente, gracias a los adelantos tecnológico para la impresión, visualización y distribución de la imagen, los NFT llegaron como una firma que a través del *blockchain* deja una cadena para garantizar una pieza como original dentro del arte digital, a manera de firma que el artista realiza, como lo es obras físicas, como pintura, ilustración, grabado, entre otros medios que materializan físicamente la expresión artística.

Si bien NFT son un campo de activos digitales muy nuevos, hay criptomonedas que se han estabilizado en la bolsa como *Bitcoin* o *Ethereum* aunque existe el riesgo de que estas no se mantengan ya que son altamente contaminantes al igual que el riesgo de “*pump and dump*” es latente.

La venta de imágenes digitales ha abierto un nuevo mercado tanto en las subastas y como la compra directa mediante las visitas virtuales a exposiciones digitales. Los NFT’S son un parte aguas en la venta de imágenes digitales de forma autónoma y sin intermediarios, esto lo ha facilitado también el *blockchain*.

## Bibliografía/Referencias

- Calleja López, José Antonio, et al. *Fotografía digital*. Ministerio de Educación, Cultura y Deporte de España, 2014. Digitalia, <https://www-digitaliapublishing-com.e-revistas.ugto.mx/a/39819>
- E. Callaway, D. Cyranoski. *What scientists want to know about the coronavirus outbreak*. Nature 577 (2020), pp. 605-607 <http://dx.doi.org/10.1038/d41586-020-00166-6>
- El financiero *¿Que es un NFT y por que podría hacerte millonario?* El financiero, 3 de junio 2021. <https://www.elfinanciero.com.mx/tech/2021/06/03/que-es-un-nft-y-por-que-podria-hacerte-millonario/>
- Forbes México (2021), *El arte NFT sigue al alza: ¿Qué es y qué obras tiene entre manos?* Giorgio Arturi, abril 11, 2021 <https://www.forbes.com.mx/forbes-life/arte-nft-criptomonedas-burbuja-internet/>
- Forbes, *what you need to know about non fungible tokens?* Robyn Conti, John Schmidt, May 14, 2021 <https://www.forbes.com/advisor/investing/nft-non-fungible-token/>
- Garduño, M. (2021) *Covid-19 lleva a más personas a las redes sociales; registro crece 13%*. Forbes, 12 Marzo, 2021 <https://www.forbes.com.mx/negocios-covid-19-personas-redes-sociales-registro-13/>
- Gómez Cruz, Edgar. *De la cultura Kodak a la imagen en red. Una etnografía sobre fotografía digital*. España: Universitat Oberta de Catalunya, 2012. Digitalia, <https://www-digitaliapublishing-com.e-revistas.ugto.mx/a/20021>