

~GIM_IRL :)

El GIM girls of the ~internet museum es un espacio donde se construye una noción hiper-subjetiva de la experiencia *girly* a través del arte de internet hecho por chicas, con un aprecio por la sinceridad, la práctica del *self-branding* online y la producción de conocimiento desde la subjetividad.

El objetivo del museo, es la reunión de distintas producciones artísticas informadas por el internet y realizadas por artistas mujeres. Las obras se seleccionan en base a una cuota de sinceridad o ausencia de ironía, es importante que reflejen una experiencia subjetiva de *girliness* en la web que desde su perspectiva individual pueda convertirse en un *statement* más universal en el contexto adecuado –en este caso la convivencia con obras similares en un museo nativo de *tumblr*.

También se aprecia una sensibilidad para traducir la intención artística en *self-branding-online*. La capacidad de construir una presencia en las redes sociales que en su interacción constante con el resto de los usuarios/*personal-brands*, genere valores y conceptos que atraviesen el significado de las producciones artísticas. Aunque *branding* es un término tomado del mundo del *marketing*, el museo lo entiende como "algo que puede hacerse con intenciones artísticas no-funcionales en lugar de intenciones comerciales-funcionales" –como dice Kevin Bewersdorf – "[...] creo que estos imperios personales son las grandes obras de arte de nuestro tiempo [...]".

El reconocimiento de las emociones *online* como inseparables de las emociones reales, es otro eje que motiva la compilación de obra del museo. Si la tecnología y los humanos están relacionados de formas tan distintas desde hace tanto tiempo, resulta ridículo pensar que una escisión clara entre las reacciones emocionales *online* versus las de 'la vida real' pueda existir. La vida *online* es tan real como la vida material para el individuo *cyborg* del presente, y están tan entrelazadas como la tecnología lo está con nuestras formas de vida. El museo aprecia el tipo de obra que lidia con esta fluidez, que se presentan como una reacción ante la permanente interacción entre las emociones *online* y las de la vida real, que valoriza ambas y muestra las nuevas realidades de habitar dentro de ellas.

Lidiar con los sentimientos y emociones de una forma auto-reflexiva, tiende a ser relacionado con una práctica femenina de alguna manera marginada. En su ensayo sobre la mirada masculina y las *camgirls*, Michele White plantea que el espectador de internet está demasiado cerca de su pantalla, en una posición íntima que es asociada a lo femenino

porque se asume que está en constante diálogo con la imagen propia. Es entonces culturalmente codificada como indeseable, en oposición a la mirada dominante, alejada y objetiva que se espera de un sujeto masculino. Lo opuesto de esta codificación cultural, es lo deseable para el museo. Se busca un diálogo con las propias emociones que desemboque en el señalamiento de nuevas formas de interacción con el mundo/web desde una perspectiva femenina y por lo tanto nueva y productiva.

La transición de las obras del museo-*tumblr* al espacio físico, pretende acercarlas a un público más amplio que suele quedar por fuera de la audiencia y especificidad de las redes sociales; y también promover un tipo de encuentro con ellas que prioriza una experiencia expandida más inmersiva, más allá de sus orígenes en una pantalla pequeña. Si se considera al internet como aquello que *informa* la producción artística y nunca como un *medio específico*, se entiende entonces que las obras están en proceso constante, transformándose continuamente por sus distintas posibilidades de exhibición.

– GABY CEPEDA
Junio, 2013.