

## Colectivos femeninos en torno al arte digital: el caso de *We Don't Care Anymore*

En este artículo veremos el proceso de creación del colectivo femenino *We Don't Care Anymore*: desde la selección de artistas hasta la organización de la primera exposición en marzo de 2016, pasando por la internacionalización del grupo en la galería Junior High de Los Angeles (EEUU) gracias a la beca Injuve para la Creación Artística. Se hará un recorrido por la conceptualización gráfica, la curación de contenidos y la estrategia de medios con el fin de dar visibilidad al trabajo artístico de las integrantes. Además, en el artículo se han integrado entrevistas a tres artistas del colectivo que aportan su visión sobre determinados temas como el arte digital, las redes sociales y la colaboración entre las jóvenes artistas en la escena del arte alternativo español; y también un repaso del equipo creador de *We Don't Care Anymore* (Ana Alcocer, Adriana Cereijo, Alicia Parras y Silvia Pérez) y de las veintitrés integrantes del colectivo.

### 1 Introducción. El origen y la conceptualización de *We Don't Care Anymore*

*We Don't Care Anymore* es la materialización de un proyecto común guiado por un objetivo también común: dar visibilidad a artistas jóvenes femeninas que en su mayoría trabajasen el arte digital, entendiendo por este diseño gráfico, ilustración o fotografía, si bien, como veremos algunas líneas más abajo, se optó por dar cabida también a artistas que trabajaban otras disciplinas, como por ejemplo la escultura o la pintura.

#### 1.1 Creación del colectivo y puesta en marcha de la exposición

La idea de poner en marcha un colectivo de artistas femeninas jóvenes estuvo inspirado en otros grupos desde el comienzo, principalmente norteamericanos, como *The Ardorous*, impulsado por la reconocida fotógrafa Petra Collins colaboradora habitual de *Style Rookie*, fundado a su vez por Tavi Gevinson nombrada en 2014 una de las adolescentes más influyentes del mundo junto Sasha y Malia Obama, entre otros (TIME, 2014); o *Art Baby Gallery* creado por Grace Miceli, miembro de *We Don't Care Anymore*, y cuyo objetivo principal fue impulsar una galería *online* que redefiniere los conceptos de espacio y tiempo para mostrar el arte digital de mujeres jóvenes excluidas de los circuitos tradicionales del arte.

Las bases de *We Don't Care Anymore* se sentaron en enero de 2016 cuando el equipo (integrado por las cuatro comisarias: Alicia Parras, Adriana Cereijo, Ana Alcocer y Silvia Pérez) decidió poner en marcha el proyecto.

En las reuniones semanales se fijaron las siguientes fases:

1. Creación del colectivo y búsqueda de nombre. En la elección del título que daría nombre al colectivo, el objetivo principal era hacer referencia a la superación de clichés tradicionalmente impuestos al arte digital femenino y a la situación de las artistas jóvenes, sobre todo a la precariedad. El título en inglés representa la vocación internacional del grupo, ya que se desde el principio se integrarían artistas internacionales. Finalmente, se llegó al acuerdo en torno a *We Don't Care Anymore* (“Ya no nos importa”, “Nos da igual”) porque definía la postura de las creadoras del colectivo ante la sociedad post crisis, el desánimo y las posibles críticas. Por otro lado, las artistas integrantes se seleccionaron en un primer momento por características de su obra, preferentemente digital, con connotaciones reivindicativas y con alusiones al universo femenino, el mundo girly, la iconografía adolescente y el amor.
2. Búsqueda de una fecha significativa para la primera exposición. Una vez se crease el colectivo era necesario fijar el día de la primera muestra de *We Don't Care Anymore*. Se partía con una ventaja significativa: el lugar, ya que dos de las creadoras del colectivo, Adriana Cereijo y Ana Alcocer, eran las directoras de la galería de arte joven Espacio Ananas fundada en 2013. La fecha se fijó para el 11 de marzo de 2016, el primer viernes después del 8 de marzo, Día Internacional de la Mujer.
3. Definición y reparto de tareas entre las creadoras del colectivo/comisarias. En las primeras reuniones semanales se detectaron las siguientes necesidades:
  - Contacto y confirmación de las artistas partiendo de los criterios de selección fijados.
  - Elaboración de una línea gráfica significativa, potente y perfectamente reconocible que integrase el ideario de *We Don't Care Anymore*.
  - Comisariado de la exposición: selección de obras de cada artista y conceptualización y gestión del espacio.
  - Comunicación del evento. Elaboración de la nota de prensa, contacto con medios e invitados. .

## 1.2. Conceptualización gráfica de *We Don't Care Anymore*

El proceso de conceptualización de *We Don't Care Anymore* comenzó, como hemos visto anteriormente, con la selección exhaustiva de artistas femeninas que trabajasen diferentes ramas artísticas: desde la ilustración digital, el dibujo, hasta la fotografía, la escultura y el diseño textil. Los criterios para la selección de artistas fueron, además de los comentados en el epígrafe 1.1, otros como la utilización de nuevos soportes y nuevas estéticas para representar una nueva generación de artistas femeninas teniendo en cuenta que Internet y las redes sociales han aportado o inspirado significativamente nuevas estéticas a la hora de crear imágenes.

Por otro lado, se adoptó como leitmotiv de *We Don't Care Anymore* el color rosa que se quiso remarcar como concepto clave de la exposición y del desarrollo gráfico, como veremos más adelante. Se trata de un color ligado culturalmente a la feminidad y a ciertos periodos de la vida como

(2)  
EFF: Encuesta Financiera de las Familias.

son la adolescencia o la niñez. La línea gráfica del colectivo y la exposición fue concebida por Silvia Pérez y Ana Alcocer, encargadas de la parte visual del proyecto. En primer lugar, se presentaron varias propuestas y *moodboards* que fueron discutidos y elegidos de manera consensuada. El proceso comenzó con la elaboración de un logotipo que aunase a través de la tipografía los elementos característicos del proyecto: fuerza y feminidad. (Véase Imagen 1).

Las piezas gráficas elaboradas fueron:

1. Cartel de la exposición con bodegón. Para la elaboración de esta pieza se realizó un trabajo creativo previo de investigación en el cual se buscaron referencias visuales en Tumblr teniendo en cuenta la temática seleccionada (objetos femeninos que recordasen a la adolescencia); además, se llevó a cabo una labor de producción para reunir los objetos que finalmente conformarían dicho bodegón. En este caso, la realización de la fotografía corrió a cargo de Pineal Studio si bien la supervisión se realizó desde el equipo de *We Don't Care Anymore* (Véase Imagen 2).
2. Cartel de la exposición con los nombres de las participantes. Además de la pieza principal, se llevó a cabo la elaboración de otro diseño más sencillo con el fin de insertar los nombres de las participantes y la información de la exposición. El color rosa fue el protagonista absoluto en conjunción con el logotipo del colectivo en color azul oscuro (Véase Imagen 3).
3. Adaptaciones para redes sociales. En consonancia con la estrategia de prensa, se ideó la posibilidad de adaptar los carteles anteriores al formato cuadrado de Instagram para facilitar la correcta difusión en redes sociales, y también la elaboración de un banner para Facebook.
4. Nota de prensa. Teniendo en cuenta la coherencia necesaria entre diseño gráfico y estrategia de medios se acordó maquetar la nota de prensa. En este caso, se prescindió del color rosa como fondo y se optó por el blanco añadiendo otros elementos ya característicos del colectivo: las rosas como flor que simboliza la feminidad, y se mantuvo el logo (Véase Imagen 4).
5. Invitación a la inauguración del evento. Para la realización de esta pieza se optó por un diseño similar a la nota de prensa dando todo el protagonismo al logo (Véase Imagen 5).

### 1.3. Curación y conceptualización de la exposición

Una vez se confirmaron las veintitrés artistas nacionales e internacionales se procedió a la curación de los contenidos que en cierto modo ya venía dada por la propia selección de artistas: mujeres jóvenes que se dedicaran al arte digital preferentemente y tuvieran la reivindicación de lo femenino como tema principal de su obra.

En cuanto al comisariado de la exposición, cada artista tuvo libertad a la hora de enviar el número de obras que las comisarias seleccionaron durante el montaje en función del espacio. Por otro lado, la presencia del rosa se subrayó a través de un elemento en concreto: la luz. De este modo, los focos de luz del espacio expositivo se modularon en neón rosa con el fin de simular la estética de una *prom party* al estilo norteamericano; además, se reinterpretó el bodegón protagonista de los carteles a modo de instalación. Otros elementos utilizados fueron pequeñas lámparas de neón en forma de

arroba para simbolizar la importancia del mundo *online* en las obras, pétalos de rosa en consonancia con la gráfica utilizada en invitaciones y nota de prensa y la producción de un vinilo con la tipografía característica que daba la bienvenida a la exposición.

Finalmente, cabe añadir que se consiguió la coherencia expositiva creando rincones en función de la técnica o disciplina (fotografía digital, diseño gráfico, ilustración) (Véase Imagen 6).

#### 1.4. Visibilizar el colectivo: prensa y estrategia de medios

Desde que se conformó el colectivo fue una prioridad dar a conocer el trabajo de las artistas. Para ello, era fundamental comunicar en prensa no sólo la formación del colectivo sino también la inauguración de la exposición. La estrategia de medios se realizó en base a la selección de medios afines: nacionales, preferentemente digitales, dirigidos a mujeres y hombres jóvenes y cuya temática oscilase entre el *lifestyle* y la cultura. Los medios escogidos fueron *Vein.es*, *Neo2*, *Tenmag*, *i-D*, *Tentaciones*, *Metal*, *Tendencias TV*, *Stage by Sony*, *Ruby Star*, *Superhero Mag* y *Dazed Digital*. Para llevar a cabo esta labor de prensa se elaboró un sencillo kit de prensa (en español e inglés) que contenía la nota de prensa, los carteles, las adaptaciones para redes sociales y una muestra con imágenes de las obras que se expondrían. El resultado fue un éxito doble ya que, por un lado, la aparición en medios tuvo repercusión en la convocatoria de la inauguración y, por otro, sirvió para que muchos medios promocionasen a las artistas participantes.

## 2. Equipo y artistas participantes

El equipo de *We Don't Care Anymore* está formado por:

1. Adriana Cereijo y Ana Alcocer. Ambas son las fundadoras y directoras de la galería Espacio Ananas dedicada a la promoción de arte joven y la búsqueda de nuevos formatos y artistas. Espacio Ananas ha colaborado con colectivos artísticos internacionales que han establecido nuevos caminos y estéticas en el arte femenino contemporáneo como por ejemplo *Art Baby* o *The Ardorous* fundado por la fotógrafa Petra Collins. Entre los artistas nacionales e internacionales que han expuesto están Malarko, David Gómez Alonso, Marcelo Fiedler, Ms Nina o Mercedes Bellido. Todos ellos se han consolidado en el panorama artístico como referentes de arte actual, digital y visual.
2. Alicia Parras. Doctora en Comunicación Social (2015) y profesora en la Universidad Internacional de La Rioja y en la Universidad Complutense de Madrid. Sus líneas de investigación principales versan en torno al tratamiento documental y los procesos informativos, culturales y estéticos de la fotografía contemporánea. Ha participado en numerosos congresos nacionales e internacionales, así como ha escrito capítulos de libros y artículos científicos, y ha colaborado con revistas como *Juxtapoz LatAm*, *I-D México*, *Tentaciones* o *Vice Spain*. Además, es co-fundadora de *Teenage Editions* una editorial de fanzines suicida y sin rumbo a la que dedica algunos minutos de su tiempo libre.
3. Silvia Pérez. Se dedica al diseño editorial y la dirección de arte, conceptualizando proyectos como *Girlswho™*, una plataforma *online* que

pretende dar impulso al trabajo joven y femenino poniendo en contacto a clientes con necesidades creativas con perfiles profesionales, fomentando además que toda la estructura sea posible gracias al trabajo y colaboración entre mujeres. Silvia Pérez actúa de manera activa en la constante búsqueda de nuevas tendencias, lugar en el que el proyecto *We Don't Care Anymore* cobra vital importancia como oportunidad de descubrimiento en el cual ha aportado y trabajado con Ana Alcocer (Espacio Ananas) en la creación y personalidad gráfica de todo el proyecto.

Por otro lado, la labor de búsqueda y selección de artistas femeninas jóvenes concluyó con la creación del colectivo formado por las siguientes integrantes (Véase Tabla 1):

- Ahida Agirre es una fotógrafa y creativa afincada en Barcelona tras su paso por capitales como Londres. Además de crear su marca homónima en 2010, Ahida Agirre ha realizado labores de directora de arte, estilista y fotógrafa, y su trabajo ha sido publicado en cabeceras de la talla de *Rookie Magazine*, *i-D UK*, *Nylon Japan*, *Vice*, *Pitch Zine*, *Zeum Magazine*, o *Fucking Young*. Su mundo interior está repleto de referencias a la cultura japonesa y a la estética cute.
- Alba Yruela es fotógrafa. Nació en La Bisbal d'Empordà en 1989. Pese a su juventud, Alba ha publicado en revistas como *Vogue*, *Lula*, *Milk*, *Dazed and Confused*, *Vice*, *Neon* o *S Magazine*. Su trabajo más personal ha sido expuesto en ciudades como Viena, París, Los Ángeles y Londres. Ha editado cuatro libros entre ellos destaca "Coco" publicado por *Erase Editions*. Alba Yruela posee una mirada angelical y sus fotografías desprenden una belleza difícil de describir con palabras. Su trabajo va más allá de lo comprensible, aunando conceptos en principio tan alejados como la sencillez más extrema y una profunda complejidad.
- Ayqa Khan es una ilustradora y fotógrafa autodidacta de Nueva York. Su objetivo principal es conmemorar la narrativa de la primera generación de la comunidad asiático-americana en Estados Unidos. Sus ilustraciones dan buena cuenta de ello gracias a la representación de su cultura a través de mujeres sin complejos que huyen, al igual que ella, de los prejuicios y los convencionalismos occidentales dejando constancia en un diálogo establecido entre los colores planos y las telas estampadas.
- Berta Pfirsich es fotógrafa y vive en Barcelona. Estudió fotografía en la *School of Image and Design* (IDEP) y estilismo de moda en el Instituto Europeo de Design (IED). La conjunción de fotografía y moda son la ecuación perfecta para Berta Pfirsich, que comenzó a fotografiar desde pequeña cuando sus padres le regalaron un cámara de Fisher Price. En la actualidad, Berta Pfirsich es una de las fotógrafas más prometedoras en el ámbito nacional e internacional y ha trabajado para revistas nacionales e internacionales como *Vogue*, *Nylon*, *Vice Magazine* y *NEON*.
- Bubblegum Roots. Chelsea Wise (AKA Bubblegum Roots) es una fotógrafa norteamericana que trabaja en Los Angeles. Sus fotografías son perfectamente reconocibles gracias a los colores vivos, el uso del flash y la estética *glitter* que inunda sus imágenes casi siempre centradas en objetos cotidianos femeninos con un aura de fetichismo: desde tacones fucsias hasta rosas de tela que adornan la mesa de un *diner*. Ha publicado en revistas como *Galore* o *Polyester Zine*, y entre sus clientes están *Laser Kitten* y *Nikki Lipstick*.

- Carol Lindberg. Artista visual y diseñadora gráfica. Compagina su trabajo como diseñadora textil con proyectos personales como *Play Girl*, un proyecto conceptual que mediante la ilustración digital recorre la perspectiva de la mujer en el mundo del grafiti con una visión subjetiva y orgullosa. Su obra se caracteriza por la descontextualización y un humor e ironía perfectamente reconocibles en la mayoría de proyectos gráficos y artístico, casi siempre íntimamente ligados con el grafiti femenino.
- Grace Miceli. Artista y comisaria, vive en Nueva York donde dirige el colectivo Art Baby fundado en 2011 y referente del arte femenino más polifacético y fresco. Ella misma define su colectivo como *un espacio de arte online que busca empoderar a mujeres artistas, generalmente ninguneadas por el mundo del arte establecido, así como buscar nuevas audiencias* (Miceli, s.f). Además, Grace Miceli colabora como curadora con la galería neoyorquina Alt Space Brooklyn.
- Helena Exquis. Fotógrafa y creativa, se define a sí misma como *esa gente que se acoge a sus principios y no los suelta*. Helena Exquis cofundó el colectivo *Chicas Internet* y hace el fanzine *Orfidal* mientras se encuentra en una época de transición que no sabe adónde la llevará mientras prueba a ser adulta, sin saber qué tal se la dará.
- Inés Cardó es fotógrafa y vive en Madrid donde estudia 2º de bachillerato mientras hace fotos y edita un fanzine llamado *Heartbreak Nation* con el objetivo de apoyar y difundir el arte de las más jóvenes. Su obra está inspirada en todo lo que conlleva crecer siendo chica en el siglo XXI, la cultura de masas y Latinoamérica. Hasta ahora sus fotos han sido incluidas en distintos fanzines digitales, blogs y en la revista *Rookie*.
- Laura C. Vela es fotógrafa y compagina sus estudios de Filosofía en la UCM con el Máster Blank Paper Desarrollo de Proyectos. Su manera de mirar es la de alguien que está escarbando en la tierra y la de alguien que busca compulsivamente y siempre le sobra la capa de aire que separa a las cosas. Ejemplo de lo anterior son sus proyectos *Como la casa mía* donde retrata a la comunidad china en Madrid, *Vorhandenheit* que supone un doble recorrido por la geografía ibérica y la genealogía familiar, o su colaboración con la propuesta editorial *Subculturcide*. Actualmente, trabaja junto a Xirou Xiao en la plataforma artística y educativa MAN DA RI NA y co-dirige la revista cultural *I, Me, Mine!*
- Laura Vifer es una fotógrafa nacida en Barcelona. Desde muy pequeña ha tenido la necesidad de interpretar la realidad y expresar lo que siente a través del arte visual. Sus fotografías han aparecido en revistas como *Metal Magazine*, *Vein Magazine*, *Nakid Mag*, *Aether* o *Strad Magazine*. Además, sus inquietudes creativas la han llevado a realizar viajes por distintos continentes con la intención de captar la interacción entre los diferentes paisajes y los entornos.
- Lynn Zulu es ilustradora y procede de una familia con fuertes vínculos con la cultura africana. Lynn Zulu estudió dibujo en Kingston y actualmente vive y trabaja en East Londres. Su estilo es muy personal y fácilmente reconocible debido a su paleta de colores intensos y brillantes y a los carismáticos personajes que dibuja, que van desde misteriosas criaturas hasta poderosas femme fatales. En general, las mujeres suelen ser las protagonistas de sus obras para las que suele usar tinta y rotuladores. Lynn Zulu ha publicado en *Illustration NOW* editado por *Taschen*, *Vogue*, *It's Nice That* y *Creative Review*.

- Mercedes Bellido es pintora e ilustradora. Sus cuadros se componen de lugares insólitos, parajes de fantasía y estados de ánimo. También hay animales, que se tumban buscando refugio del sol o que se enroscan entre piedras preciosas creando un universo repleto de símbolos. Mercedes Bellido es, sin duda, una de las jóvenes promesas dentro del mundo del arte nacional.
- Mirena Ossorno es ilustradora y lleva más de media década diseñando para todo tipo de soportes gráficos. En 2009 crea el fanzine *Sueño Samoano* y en 2013, junto a Andrea Alvarado y Blanca Miró, la publicación feminista *Bulbasaur*. En todas sus publicaciones ha alternado entrevistas e ilustraciones con pequeñas historietas que también han visto la luz en fanzines como *Colibrí* (Apa Apa) y revistas online como *TIK TOK Cómic*s. En 2015 se estrenó como diseñadora textil para el subsello Labrador de Terranova, a la que han seguido diseños para *Print All Over Me*. Su trabajo, que a menudo remite a las estéticas más excesivas de los años ochenta del siglo XX, está tan influido por el cine, la música y la moda como por la ilustración y el diseño de interiores.
- Miriam Marlene Waldner es una fotógrafa alemana que apenas sobrepasa la veintena. Actualmente vive en Berlín y ha fotografiado a rostros conocidos del mundo de la música o el cine, como es el caso de los integrantes de Wolf Alice o Tilda Swinton. La estética de su trabajo fotográfico es como ella misma define *soft con toques irónicos*, y su lema es “Menos es más”. Su inspiración constante es David Bowie.
- Ms Nina es una joven artista de origen argentino establecida en España desde hace años. Polifacética e inquieta, Ms Nina es una *net artist* de culto reconocida internacionalmente por sus collages digitales que mezclan personajes de la cultura pop como Audrey Hepburn, Marilyn Monroe o Britney Spears con su toque personal influenciado por referencias *tumbleras* incluyendo rosas, destellos y mensajes irreverentes. (Véase Imagen 7).
- Ombligo es un estudio creativo integrado por Isabel y Sara. Ambas son diseñadoras gráficas y textiles. En 2014 lanzaron su fanzine *FRESH* sobre temas relacionados con la edición, el diseño y la ilustración y que ha contado con colaboradoras de lujo. Además, ambas son las encargadas del *artwork* para el grupo de músico DRAMA del que además forman parte.
- Paloma Mariné es una artista y diseñadora madrileña que siempre experimenta con nuevos medios y formatos para poder expresar las buenas ideas. Paloma Mariné considera que tiene una capacidad especial y buen gusto por los pequeños detalles.
- Rocío Madrid es una diseñadora gráfica y fotógrafa que trabaja como *freelance* y escribe artículos para revistas como *Mincho Magazine*, hace fanzines y ha sido ganadora de una beca para la realización de una publicación que documenta la actividad de las chicas de su generación en su ciudad natal. Los proyectos de Rocío Madrid reflejan su visión de lo cotidiano y del entorno que la rodea y para ello se apoya en la fotografía y el formato editorial. Rocío se centra en facilitar herramientas a cualquiera que necesite expresarse para reivindicar su posición en el mundo. Así, mediante la fotografía u otros formatos, se pueden generar mecanismos comunicativos que facilitan la superación personal y la integración social.
- Susana López es una ilustradora española que se mueve entre Barcelona

y Castellón, su ciudad natal. Susana López ha plasmado sus ilustraciones en múltiples proyectos desde moda, como la colaboración junto con la diseñadora Krizia Robustella hasta su recién libro *Todo lo bueno* publicado por Ediciones Hidroavión. Sus ilustraciones muestran el mundo que le rodea, la cultura Internet, las personas que admira, ídolos musicales como The Smiths o al descubridor John Hanning Speke con cierta nostalgia camuflada por la paleta de color que utiliza.

- *Unamesacamilla* (Elena López Lanzarote). Después de pasar por varias facultades de Bellas Artes, Elena López acabó en Barcelona, ciudad en la que decidió crear una editorial-estudio de risografía llamada *Lentejas Press*. Además, Elena López Lanzarote dibuja todo lo que puede y casi siempre lo hace con pilots negros. Entre sus ilustraciones podemos encontrar cafés de máquina, *skateparks* vacíos o cactus. Cuantos más mejor. Para ella, la acción de repetir es para esta artista algo imprescindible para poder comprender cómo funcionan las cosas y cómo son.
- Yoko Honda es una ilustradora digital japonesa que reside y trabaja en Tokio. La artista nos transporta a través de sus ilustraciones a un escenario donde podemos apreciar una estética *new wave* propia de los años ochenta con marcadas influencias del grupo Memphis. Las ilustraciones de Yoko Honda han aparecido en importantes publicaciones como *Bellykids*, *Juxtapoz Magazine*. Su primera exposición individual tuvo lugar en Espacio Ananas en noviembre de 2014 y fue la primera vez que las obras de Yoko Honda se mostraban en formato físico.
- Zazi White es fotógrafa y editora. Entre sus intereses están la moda y la cultura japonesa, presente en casi todos sus proyectos fotográficos personales en los que habla de su mundo interior.

### 3. Ayudas Injuve para la Creación Artística e internacionalización de *We Don't Care Anymore*

Una vez tuvo lugar la exposición que consolidaba la creación del colectivo, el siguiente paso fue llevar a cabo el proceso de internacionalización del proyecto. Para ello era necesario encontrar financiación y, por otro lado, un espacio o galería de arte afín a *We Don't Care Anymore*. Para lograr el primer objetivo Espacio Ananas solicitó la Ayuda Injuve para la Creación Artística en la modalidad Emprendimiento en espacios emergentes de creación joven, convocatoria 2016, que finalmente fue concedida.

En cuanto a la galería de arte, se buscó un espacio que tuviese características y valores similares a Espacio Ananas (por ejemplo, la promoción de arte joven y de nuevos formatos e impulso de la creación femenina). Después de valorar varias opciones se optó por la galería Junior High situada en Los Angeles, se inició el contacto con su directora, Faye Orlove, y se estableció la fecha de exposición entre los días 28 y 30 de abril de 2017.

Una vez logrados estos dos objetivos se pasó a la fase de organización y producción ya que se debía organizar de nuevo la exposición, desde solicitar obra nueva a las artistas hasta concebir una nueva idea gráfica para promocionar el desembarco de *We Don't Care Anymore* en Los Angeles.



### 3.1. Conceptualización gráfica y comisariado *We Don't Care Anymore (Spring Break)*

La principal tarea para preparar la nueva exposición era, una vez más, la creación una imagen potente que representase al colectivo. Para ello se mantuvo tanto el color rosa, convertido en rasgo de identidad, como el logotipo que pasó de ser azul a rojo. Por otro lado, se añadió a continuación del título del colectivo *Spring Break* ya que la fecha en la que tuvo lugar la exposición coincidía con el periodo vacacional primaveral de escuelas, institutos y universidades de Estados Unidos.

Las piezas gráficas a realizar serían de nuevo carteles, nota de prensa y adaptaciones para redes sociales, teniendo en cuenta que además se debía incluir el logo de Injuve. El motivo o tema central sería otra vez un bodegón, aunque en esta ocasión se seleccionaron objetos relacionados con Los Angeles para establecer un juego visual entre *We Don't Care Anymore* y la ciudad californiana (Véase Imagen 9).

En cuanto al comisariado, las cuatro creadoras del colectivo viajaron hasta Los Angeles para el montaje de la exposición en el que se repitieron algunas constantes estéticas que forjaron la imagen del grupo artístico. Por ejemplo, se repitió el bodegón *in situ* a modo de instalación, se jugó con los pétalos de rosas como símbolo de lo femenino y se produjo un nuevo vinilo con el nombre del colectivo en la tipografía característica.

## 4. La voz de las artistas femininas. Entrevistas a Inés Cardó, Ahida Agirre y Susana López

A continuación, se reproducen las entrevistas realizadas por las creadoras del colectivo a tres de sus miembros en las que dan su visión sobre los siguientes temas:

- El arte femenino en la sociedad actual.
- El futuro como creadoras digitales.
- El papel de las redes sociales como medio para promocionar el trabajo artístico.

### 4.1. Entrevista a Inés Cardó

**Pregunta (P): Mucha gente te conoce a través de la exposición de *We Don't Care Anymore*. Eres la artista más joven de la exposición y también una de las más inquietas ya que tienes, o tenías, tu propio colectivo, *Paprika*, tu propio fanzine, *Heartbreak Nation* y publicas regularmente en medios como *Rookie Magazine*, fundado por otra adolescente hiperactiva, Tavi Gevinson, ¿qué fue lo que encendió la mecha de una creatividad tan desbordante como la tuya?**

**Respuesta (R):** Siempre he sentido que quería comunicar cosas. Cuando empecé a leer el blog de Tavi (y posteriormente *Rookie*) yo estaba en sexto de primaria y el hecho de descubrir un colectivo de chicas que estaban haciendo cosas desde tan pronto hizo que ese sentimiento o necesidad se multiplicara por mil. Entonces yo nunca había tocado una cámara de fotos, principalmente me dedicaba a escribir. Fui probando distintas formas de expresarme hasta llegar a la fotografía, que es lo que realmente me gusta

y en lo que más cómoda me siento. En realidad, fue un contacto un poco accidental, empecé tomando fotos con una cámara de usar y tirar en un viaje a Perú, porque yo no tenía una propia.

Con los fanzines pasó un poco igual. A esa misma edad, en sexto de primaria, descubrí el movimiento *Riot Grrrl* y, gracias a eso, los fanzines. Creé *Heartbreak Nation* porque poco tiempo después de empezar a tomar fotos me di cuenta de lo difícil que es para los jóvenes encontrar medios en los que publicar su arte. Ahora el objetivo del fanzine ha cambiado un poco, a medida que he ido creciendo y me he dado cuenta de que muchas veces la juventud no es el único obstáculo para encontrar medios donde publicar, y que puede llegar hasta a ser una ventaja. *Heartbreak Nation* ahora es un espacio de colaboración y difusión de proyectos de chicas, sin importar la edad, prestando especial atención a los proyectos de chicas POC (People of Color). Mi colaboración con *Rookie* fue algo puntual, no publico regularmente en la revista, aunque poder hacerlo algún día sería un sueño. Creo que simplemente me da miedo crecer y tener que estar todos los días trabajando sin tener tiempo para hacer las cosas que me gustan, por eso empecé a hacerlas ya. No entiendo por qué esperar más tiempo.

**(P) Has vivido en muchos países (recordemos, Perú, Brasil y España) ¿Crees que este hecho te ha marcado artísticamente? ¿En qué sentido?**

(R) Nací en Bolivia, crecí en Brasil y actualmente vivo en Madrid. Mi familia por parte de padre es peruana y por parte de madre, española, y siento especial admiración y cariño hacia Sudamérica. Creo que es imposible negar que me ha afectado como persona, y al final siempre acabo queriendo reflejar lo que soy y lo que siento en las cosas que hago artísticamente. Tengo la suerte de haber nacido en una familia que está muy orgullosa de su cultura y eso me lo han transmitido desde pequeña. Conocerla mejor es un proceso de autodescubrimiento, eso lo reflejo en muchos fotos-diarios que he hecho en Sudamérica. Hay muchas cosas que, sin embargo, no me afectan estéticamente, pero sí en la manera de ver las cosas. Me fascina la variedad cultural de Latinoamérica y lo que es capaz de provocar en mí sentimentalmente.

**(P) En la actualidad estás estudiando segundo de Bachillerato en el instituto, ¿cómo te ves dentro de unos años?**

(R) En realidad, no tengo muy claro cómo va a ser mi vida dentro de unos años. Espero estar estudiando la carrera que quiero y seguir tomando muchas fotos, haciendo fanzines e intentando aprender mucho. *Heartbreak Nation* está creciendo bastante más rápido de lo que me imaginaba. Al principio me costaba mucho conseguir que la gente mandase cosas y los zines no tenían una estética final muy arreglada. Ahora cada vez salen colaboraciones más emocionantes y las ediciones van mejorando estéticamente. Poder pasar al formato físico es realmente un sueño. En cuanto al futuro, me gustaría poder ampliar el concepto de lo que es *Heartbreak Nation* y poder organizar eventos donde seguir apoyando nuevos proyectos y artistas, con un sentido más de comunidad.

**(P) Volvamos a *We Don't Care Anymore*. En las fotografías que elegiste para participar en la exposición, te autorretratar inspirando tu look en Kali Uchis y rodeada de posters de ídolos contemporáneos (Drake, Justin Bieber) a la manera que Cindy Sherman también lo hace para expresar ciertos mensajes sobre la sociedad, ¿conocías a la obra de Sherman? ¿qué querías contarnos con esos autorretratos?**

(R) ¡No la conocía! Me hablaron sobre ella en la inauguración de la exposición y fue entonces que me metí a ver más cosas suyas. Antes hacía muchos autorretratos, porque me permitía ser más independiente a la hora de crear, aunque ahora no me siento igual de cómoda con ello y por eso mis fotos se han alejado un poco de esa temática. Para la serie de autorretratos decoré el cuarto de mi hermana con posters que guardaba de revistas de mi infancia, como la Tiger Beat o la BOP. Las fotos tratan sobre el impacto de la cultura pop.

## 4.2. Entrevista a Ahida Agirre

**Pregunta (P). Tienes tu propia marca de ropa, haces fotos, eres estilista, has vivido en Londres, acabas de publicar uno de los mejores fanzines del año, Park Life, junto a Chus Antón ¿qué es lo siguiente?**

Respuesta (R). Seguiré haciendo lo que hago, quiero continuar trabajando con mis amigos/as en proyectos bonitos. Desde hace años trabajo con el fotógrafo Javier Castán, nos entendemos muy bien, como con Gregory Clavijo con quien hago estilismo y casting. Nunca me he puesto una meta, así que trabajo sin presiones. Lo que necesito estar trabajando todo el rato, si no me aburro.

**(P) Leyendo alguna de tus entrevistas vemos que tienes una postura ética muy clara respecto a la producción masiva de prendas de ropa en países como China o las prácticas habituales de algunas grandes corporaciones textiles. En tu opinión, ¿qué debería cambiar en el mundo de la moda? ¿Está cada vez más devaluado dedicarse a ello, ya seas diseñador, o fotógrafo?**

(R) Entre otras cosas, las redes sociales están democratizando el *advertising*. Hay esa necesidad por parte del consumidor más joven, que se convierte en productor y con esta cultura de Crear-Compartir-Comprar, las marcas reciben aún más visibilidad. Esto está bien si la marca aparte de tener un logo que nos posiciona socialmente, tiene unos valores que queremos representar, aunque normalmente no suele ser así.

Está muy bien que haya tantos creativos, nunca lo vi como una amenaza sino como un impulso a crear mi propio mundo.

**(P) A veces los viajes, o simplemente pasar unos días en una ciudad diferente a la nuestra, puede cambiarnos (al menos en el plano creativo) la vida debido a la inspiración o la energía que encontramos en ciertos lugares, ¿fue esto lo que te ocurrió en tu reciente viaje a Tokio? ¿Qué otros lugares te han marcado?**

(R) El escenario es súper importante, en 2013 estaba cansada de Barcelona y me fui a Londres. Fue una locura, me pasó de todo en 2 años, y ahora me siento muy diferente al haber vuelto al mismo escenario, pero con tantas experiencias nuevas. El pasado octubre surgió la oportunidad de visitar Tokio con Alba, fue un sueño. Fue como un parque de atracciones, desde el que podía valorar lo que tenía en ese momento en Barcelona. Para las personas que estamos replanteándonos nuestro trabajo constantemente viajar es una herramienta necesaria.

### 4.3. Entrevista a Susana López

**Pregunta (P).** En líneas generales, si es que se puede generalizar al hablar con un artista, hay una simbología muy marcada en tus ilustraciones, ¿de dónde vienen todas esas referencias?

Respuesta (R). Principalmente son referencias a mi vida, a personas que ya no tengo a mi lado, a la música, a mi mundo que genero a partir de mi trabajo y te podría decir millones de cosas. También es verdad que mi simbología es cambiante ya que ahora recurro mucho al 16/18 por unos sueños que tuve. El número 16 es una fecha que siempre sale en el libro de Speke y bueno, que me aparecía en todos lados. Además, el año pasado soñé que una mujer me decía que el 18 me cambiaría la vida, y al día siguiente leo que es cuando murió Speke. Cosas mías.

**(P) Hablando de Speke. En tus obras es muy probable que el leitmotiv, o al menos un recurso muy recurrente, sea él ¿Quién es? ¿De dónde viene tu amor y admiración hacia él?**

(R) John Hanning Speke fue un explorador inglés que descubrió el lago Victoria donde nace el río Nilo. Mi fascinación por él apareció cuando vi un retrato suyo en una vieja enciclopedia y empecé a leer sobre él, y fui descubriendo su maravilloso mundo del que ahora a la fuerza formo parte. El próximo 18 de febrero saldrá mi primer libro que está dedicado a él. Y sí, siento un amor incondicional hacia Speke.

**(P) Eres parte fundamental de *We Don't Care Anymore* y también de Espacio Ananas, donde fuiste la artista que inauguró su nuevo lugar físico, ¿qué proyectos tienes a la vista? ¿en qué estás ahora?**

(R) Como te comento saco libro y estoy muy feliz con eso, también estoy trabajando en una marca de ropa infantil: "ESTATUA". Tengo proyectos de expos, un fanzine que verá la luz en abril sobre *scanners* que tengo muchas ganas ya que es algo muy diferente a lo que he hecho, una colección cápsula con Krizia Robustella, y todo lo bueno que está por llegar.

## 5. Conclusiones

*We don't care anymore* se ha consolidado definitivamente como una plataforma que reúne a artistas de diferentes partes del mundo para mostrar y reivindicar su trabajo. Hace tan solo un par de años este colectivo no existía ni tan siquiera en la imaginación de sus cuatro creadoras, pero gracias a Internet y en particular las redes sociales como vehículo de comunicación, se ha podido llevar a cabo un proyecto nacido de la colaboración entre sus integrantes.

Sin duda, Internet ha abierto las puertas no solo a la búsqueda de referencias, hablamos de Tumblr o Instagram, sino también a la creación joven femenina y al trabajo colaborativo basado en el establecimiento de redes de trabajo e intercambio. *We Don't Care Anymore* es (casi) un proyecto digital, ya que la comunicación entre las artistas se realiza *online*, la mayoría de las artistas se dedican o están influenciadas por el *net art* y además los procesos de conceptualización gráfica y contacto con prensa comentados en el artículo se llevaron a cabo de manera colaborativa replanteando conceptos como tiempo o distancia gracias a herramientas como Google Drive.

El colectivo se ha encontrado con numerosas dificultades siendo el problema

más acuciante la falta de recursos económicos, lo que ha dificultado, entre otras cosas: la producción física del catálogo de la primera exposición, la creación de una página web propia o producir la obra de las integrantes. En cualquier caso, gracias a la concesión de la Ayuda Injuve para la Creación Artística y a la generosidad de Espacio Ananas, la exposición pudo saltar las barreras físicas y viajar hasta Los Angeles internacionalizando así un proyecto con una clara vocación cosmopolita reflejada en la participación de artistas femeninas de numerosos países como Japón, Estados Unidos o Argentina. Además, como ya se ha comentado *We Don't Care Anymore* ha tenido el privilegio de contar con la presencia de otros colectivos de arte digital femenino pioneros como Art Baby, liderado por la comisaria de arte y artista Grace Miceli, quien no solo participó en el proyecto, sino que facilitó el contacto con artistas de su galería *online* como por ejemplo Ayqa Khan. Un ejemplo que pone de manifiesto el espíritu digital y colaborativo de *We Don't Care Anymore*.

## 6. Tablas e imágenes

Imagen 1. Logotipo *We Don't Care Anymore*. Elaboración: Silvia Pérez y Ana Alcocer



The image shows the logo for 'We Don't Care anymore'. The text is written in a bold, black, cursive script. 'We' is on the top line, 'Don't Care' is on the middle line, and 'anymore' is on the bottom line. The letters are thick and have a fluid, connected appearance. The logo is centered on a white background, which is itself set within a light blue rectangular frame.

Imagen 2. Cartel principal de *We Don't Care Anymore*. Elaboración: Silvia Pérez y Ana Alcocer en colaboración con Pineal Studio

Imagen 3. Cartel con nombres de *We Don't Care Anymore*. Elaboración: Silvia Pérez y Ana Alcocer

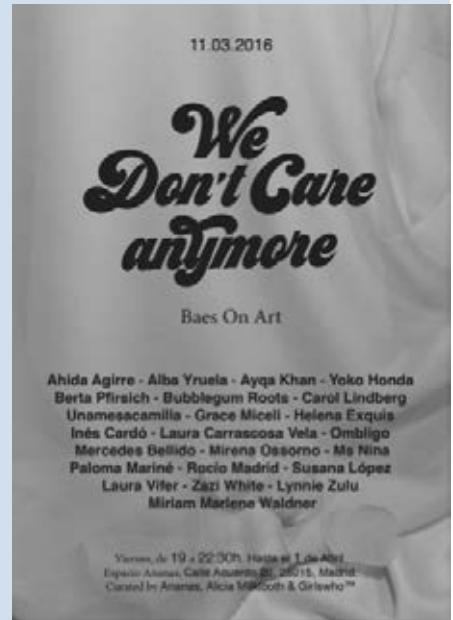


Imagen 4. Nota de prensa de la exposición. Elaboración: Silvia Pérez y Ana Alcocer





Imagen 6. **Bodegón de la exposición. Fotografía: Davit Ruiz**

Imagen 7. *Internet Girl* (2016). Autora: Ms Nina



Imagen 8. **Carteles de *We Don't Care Anymore. Spring Break*. Elaboración: Silvia Pérez y Ana Alcocer**





Tabla 1. **Relación de artistas participantes y disciplina. Elaboración propia**

Artista	Disciplina
Ahida Agirre	Fotografía
Alba Yruela	Fotografía
Ayga Khan	Ilustración digital
Berta Pfirsich	Fotografía
Bubblegum Roots	Fotografía
Carol Lindberg	Ilustración digital
Grace Miceli	Ilustración digital
Helena Exquis	Fotografía
Inés Cardó	Fotografía
Laura C. Vela	Fotografía
Laura Vifer	Fotografía
Lynnie Zulu	Ilustración digital
Mercedes Bellido	Pintura/Ilustración
Mirena Ossorno	Ilustración digital
Miriam Marlene Waldner	Fotografía
Ms Nina	Ilustración digital/Collage digital
Omblogo	Ilustración digital
Paloma Mariné	Diseño gráfico/Escultura
Rocío Madrid	Fotografía/Ilustración digital
Susana López	Ilustración
Unamesacamilla	Ilustración
Yoko Honda	Ilustración digital
Zazi White	Fotografía

#### Referencias bibliográficas

**Art Baby Gallery** (2011). *Art Baby Gallery* [online] Disponible en: <https://www.artbabygallery.com/> [Recuperado el 1 de octubre de 2017].

**Espacio Ananas** (2017): *Artistas. We Don't Care Anymore* [online] Disponible en: [goo.gl/6RLeUp](http://goo.gl/6RLeUp) [Recuperado el 3 de octubre de 2017].

**Keller, Jessalynn** (2015). *Girl power's last chance? Tavi Gevinson, feminism, and popular media culture*, en *Journal of Media & Cultural Studies* Vol. 29, núm. 2 [online]. Disponible en: <http://www.tandfonline.com/doi/abs/10.1080/10304312.2015.1022947?journalCode=ccon20> [Recuperado el 2 de octubre de 2017].

**Pineal Studio** (2015). *Pineal Studio* [online] Disponible en: <http://pineal.studio/> [Recuperado el 3 de octubre de 2017].

**Rookie Magazine** (2017): *Rookie Magazine* [online] Disponible <http://www.rookiemag.com/> [Recuperado el 2 de octubre de 2017].

**TIME** (2014). *The 25 most Influential teens of 2014* [online] Disponible en: <http://time.com/3486048/most-influential-teens-2014/> [Recuperado el 1 de octubre de 2017].

**VEIN** (2016): *We Don't Care Anymore* [online] Disponible en: <http://vein.es/we-dont-care-anymore/> [Recuperado el 1 de octubre de 2017].