

Presentación de sí, experiencia social y red social Facebook

Avance de investigación en curso

Grupo de trabajo No. 22: Sociología de la Infancia y de la Juventud.

Rocío Rueda Ortiz¹

Resumen:

Esta ponencia se basa en la investigación “*Formas de presentación de la persona en la red social Facebook*”, adelantado en Colombia. Este proyecto de carácter cualitativo se propone entender las formas como una red social *online*, como Facebook, se convierte en un espacio de experiencia y práctica social de presentación de sí. Se presentan así los primeros hallazgos del estudio donde se analiza el “*punctum*”, siguiendo a Barthes, de las imágenes de perfil de usuarios de Facebook. En los resultados se destaca un escenario comunicativo de actuación complejo donde tecnologías y nuevas prácticas sociales se reconfiguran por la simultaneidad, velocidad e interactividad del mismo.

Palabras clave: Redes sociales, imagen, jóvenes.

1. Los álbumes de fotos y Facebook²

No es casual que el retrato esté en el centro de la fotografía más temprana. En el culto al recuerdo de los seres queridos lejanos o difuntos tiene el valor de culto de la imagen su último refugio. En la expresión fugaz de un rostro humano en las fotografías más antiguas destella así por última vez el aura.
W. Benjamin, 1973

“Principalmente uso Facebook para mantenerme conectado con el mundo y ver en qué andan las personas más cercanas a mí... Me tomo fotos porque es un modo de llevar un registro sobre etapas de mi vida e intereses personales“
(Informe Etnográfico, EC, 04-2013).

Cuando miramos nuestros álbumes escolares, a pesar de haberlos visto muchas veces y del formato similar o estandar en la composición fotográfica, sentimos curiosidad y emoción, vuelven a nosotros anécdotas, recuerdos de infancia y juventud que nos erizan la piel, nos hacen sonreír y a veces nos humedecen los ojos. Parece que destella el aura de la que habla Benjamin de los que ya no están, de lo que ya no somos y la nostalgia parece acompañarnos. Pero si los miramos en compañía de amigos, esta experiencia singular, se convierte en una experiencia intersubjetiva, conversacional, narrativa. Entonces la imagen estática, llena de sentido para un yo emocionado, afectado, se transforma en el detonante de la memoria y en un catalizador de muchas historias. Estos relatos, estas historias, capturan nuestra atención, más que las fotografías en sí mismas.

¿Qué tanto se ha transformado esta experiencia del álbum de fotos en la contemporaneidad? Difícilmente hacemos álbumes como antes: de papel y cartón; ahora tenemos cientos y miles de fotografías repartidas entre cámaras digitales, celulares, BlackBerry, memorias USB, Ipods y computadores personales. La práctica social de hacer visita y mirar álbumes familiares casi ha

¹ Doctora en Educación. Universidad de las Islas Baleares, España. Magíster en Tecnologías de la Información aplicadas a la Educación. Licenciada en Pedagogía y Psicología de la Universidad Pedagógica Nacional y perteneciente al grupo Educación y Cultura Política. Actualmente profesora del Doctorado Interinstitucional en Educación de la misma universidad. Correo e: rruedaortiz@yahoo.com

² Retomamos aquí nuestras reflexiones en Rueda (2012b)

desaparecido, por lo menos en las grandes ciudades y en las generaciones jóvenes. Ya no se trata de la fotografía hecha en un estudio, por un fotógrafo experto, dueño de la cámara fotográfica. Pero tampoco de las cámaras con que los padres tomaban fotos sobre eventos especiales en la familia y cuyo rollo había que mandar a revelar y esperar con ansiedad para “ver cómo quedamos”. Tomar fotografías está ahora al alcance de muchos, “*in situ*”, en cualquier momento y lugar. La fotografía ya no depende tampoco de una cámara fotográfica; en sentido estricto, puede ser hecha también con un celular, un computador portátil, o un iPod. Podemos ver con anticipación la imagen, le podemos adicionar efectos antes y después, porque la fotografía es digital, sintética. Mas aún, las fotografías, que pertenecían a una esfera privada, del entorno familiar, se han trasladado del mundo adulto al juvenil e infantil, a un espacio público virtual, como el que ofrecen plataformas para compartir imágenes como Picassa, Flickr, blogs y redes sociales. Así parece que nos abocamos a una transformación tanto de las prácticas de representar/ fotografiar, de sus tecnologías, como de las prácticas sociales alrededor de aquéllas. Al mismo tiempo, la experiencia del mundo se vuelve una “ocasión para estar posando” (Fontcuberta, 2010).

De esta manera, las imágenes ahora como antes, nos hablan de la complejidad de la comunicación humana, pues en medio de la novedad tecnológica, la curiosidad, la nostalgia y la emoción de ver fotos del “pasado” parecen continuar en nuestra experiencia humana –aunque el pasado no sea lejano como el de los álbumes familiares, sino un pasado reciente de la última actualización de un perfil de Facebook-. En efecto, hay transformaciones y novedad pero también permanencias y tradición. La nueva condición sociotécnica de la que estamos hablando se ha producido en muy corto tiempo y aún sabemos muy poco de lo que tal cambio cataliza en los procesos de configuración subjetiva individual y colectiva, en las formas de vida que estamos construyendo en la contemporaneidad.

II. Formas de presentación de sí en Facebook³

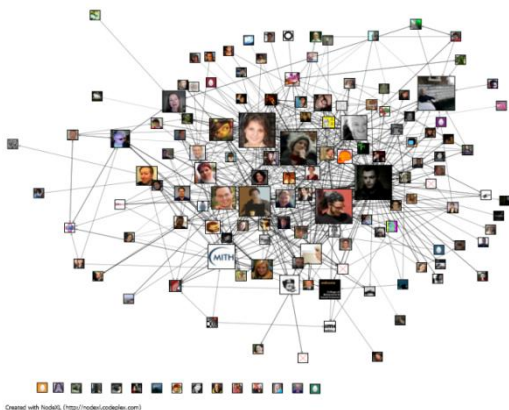


Imagen tomada de: <http://thesocietypages.org/cyborgology/category/repost/>

El objeto de nuestra investigación es estudiar las formas de presentación pública en la red social Facebook, para comprender cómo son las prácticas de (re)presentación de la persona en dicho entorno y las maneras como se producen formas de recreación y poetización de la experiencia cotidiana y común. Para ello, en una primera fase, de carácter extensivo, se inventariaron y clasificaron 7200 imágenes en perfiles de Facebook⁴ repartidas en 24 ciudades del mundo⁵. El hallazgo más llamativo –e

³ El grupo de investigación está conformado por: Rocío Gómez, Diana Giraldo, Julián González, Armando Henao, Rocío Rueda, Viviam Unás y Victoria Valencia.

⁴ De acuerdo con tres criterios clasificatorios siguiendo el modelo desarrollado por Gómez y González (2009): a) Representante, b) Encuadramiento y c) Tratamiento y cuatro tipos de imágenes: Imágenes Tipo 1. “Humano con bio-

inesperado- fué encontrar que la mayoría de las imágenes de Facebook revisadas (el 74%, e.d., 5.337 imágenes), independiente de las ciudades, era fundamentalmente lo que denominamos del tipo “humano con biografo o sin biografo” (González y Gómez, 2011). Es decir, se trata de imágenes donde se apela a la *figura humana* en diversas variantes. Encontramos imágenes más bien convencionales del rostro, el cuerpo, algunas del tipo documento de identidad, y la mayoría no tienen escenificación, intervención, experimentación o recreación de la imagen tomada originalmente. También existe otra gran tendencia de imágenes que apelan a la figura humana registrada dentro de un *topos* muy específico (unidad con contexto amplio) y en ambientes cotidianos y rutinarios (sin intervención o escenificación). Una tercera tendencia es la de usar y recrear imágenes provenientes de las industrias culturales y del mundo del entretenimiento, del cine, la televisión, la música, los videojuegos. Finalmente, especialmente en la población más joven encontramos una tendencia a la edición gráfica de la imagen, acudiendo a diversos trucos y efectos que ofrecen diversos programas de edición de fotos, pero también producto de experimentaciones personales.

Estos hallazgos nos estarían en principio mostrando una tendencia a cierto conservadurismo o mantenimiento de patrones de presentación de si en esta red social. Sin embargo, esta aserveración requiere observarse con mayor profundidad y complejidad, pues hay tanto de poético en aquello que parece “rutinario” y “común”, como en aquello que se revela de entrada “experimentador” y “creativo”. En la segunda fase de la investigación, en la que actualmente nos encontramos, estamos haciendo un seguimiento intensivo de las *trayectorias de imágenes de perfil* de 13 usuarios de Facebook. Para ello estamos realizando una etnografía virtual de sus páginas de Facebook, entrevistas mensuales para comprender tanto las relaciones entre las dinámicas de presentación de la persona *online* y sus experiencias de vida *off line*, así como de toda la ecología de piezas (Gómez, 2010) –verbales, gráficas, audiovisuales- que las personas ponen en marcha en el conjunto de su página de Facebook.

Con base en los hallazgos hasta ahora recogidos en la fase de seguimiento, a continuación presentamos algunas reflexiones sobre estas transformaciones –y tradiciones- en las formas de presentación de si en Facebook, con base en los resultados del grupo más joven (entre los 21 y 27 años) que participa en el estudio. Para ello traemos, atemperada a las nuevas condiciones sociotécnicas, la *Cámara Lúcida* de Roland Barthes.

2.1. Transformaciones en la imagen y en los modos de (re)presentación

Yo quisiera en suma que mi imagen, móvil, sometida al traqueteo de mil fotos cambiantes, a merced de las situaciones, de las edades, coincidiera siempre con mi “yo” (profundo como es sabido); pero es lo contrario lo que se ha de decir: es “yo” lo que no coincide nunca con mi imagen; pues es la imagen la que es pesada, inmóvil, obstinada (es la causa por la que la sociedad se apoya en ella), y soy “yo” quien soy ligero, dividido, disperso y que como un ludión, no puedo estar quieto...”

Barthes, R, 1989

grafos”. Imágenes Tipo 2. “Humano sin bio-grafos”. Imágenes Tipo 3. “No humano con bio-grafos”. Imágenes Tipo 4. “No humano sin bio-grafos”.

⁵Para la selección de las ciudades, seguimos los siguientes criterios: a) Ciudades con altos niveles de urbanización: densidad poblacional, dinamismo económico, cualificación de infraestructura urbana, esto es accesibilidad a Internet, etc.; b) ciudades-metrópolis: alto flujo migratorio y con presencia de grupos poblaciones con significativas diferencias culturales, etc.; c) ciudades con una significativa tasa de incremento de usuarios Facebook en años recientes o ciudades con una importante penetración de Internet y de Facebook entre la población; d) ciudades con características sociopolíticas y culturales particulares.

La fotografía digital hoy, a diferencia de la experiencia moderna del “ser retratado”, abre una nueva experiencia de construcción de nuestra imagen de sí, configurándose así un “yo” no sólo “ligero”, “disperso”, sino en proceso de creación constante (hacemos gestión de nuestra propia imagen, nos hacemos a través de ella, más interesantes, atractivos, intelectuales, seductores o divertidos). Las identidades en las redes sociales son deliberadamente construidas, performadas como ya el interaccionismo simbólico nos había informado sobre la interacción del cara a cara en la vida cotidiana (Goffman, 1981). Es decir, hay un escenario, un público que participa activamente y que dialoga con el “actor”. La subjetividad entonces se construye en una temporalidad hecha de unas prácticas sociales en las cuales la interacción con otros es fundamental. Sin embargo, en las redes sociales virtuales, a diferencia de la interacción cara a cara, la performance queda “registrada”, “archivada”, se impregna de la permanencia de la escritura. De ahí que se produce un tiempo narrativo de un yo volcado “hacia adelante” (siempre en deuda de mantener actualizado a su público sobre nuevas experiencias y eventos novedosos) y al mismo tiempo ansioso de conocer las reacciones de los muchos que le observan. Sibilia (2009) plantea que lo que está ocurriendo es una nueva mutación: *cada vez más evaluamos nuestra propia vida según el grado en que satisface las expectativas narrativas creadas* (Sibilia, 2009: 60). Sin embargo, el asunto es mucho más complejo pues en las redes sociales como Facebook, la interacción deja una “huella” digital que tiene pre y posproducciones. La actuación no termina, siempre es posible volver sobre ella.

Así la construcción de la subjetividad se produce en una esfera pública inesperada para los modernos – y las tecnologías de la escritura como tecnologías de la reflexividad del yo-, pues en Facebook ese público no sólo es una audiencia, es al mismo tiempo co-autor que asume, de hecho, ciertos criterios de exigencia con lo que allí se publica (la mejor pose, la foto más novedosa, graciosa, sensual, la que “provoca más sensaciones” y transmite “algo”...). Las restricciones en las formas de presentación ya no provienen de un fotógrafo externo o de una cámara fotográfica y su técnica; éstas son autoimpuestas o por el público, que mayoritariamente es conocido y con el que se tiene relaciones *on y off line*. La búsqueda de “coincidencia” con ese “yo” que nunca será alcanzada, es producto no sólo de muchas poses e intentos fallidos, como describiera Barthes, sino también de un entorno comunicativo, vincular, donde “otros”, son también creadores –y jueces- de la propia imagen. En síntesis, frente a nuestra pregunta por las formas de presentación pública de la persona, parece que estamos transitando hacia una práctica performativa incesante de configuración de la subjetividad, con significado social y marcas –aunque estas parecen menos evidentes y son a veces ambiguas-, en un contexto (semi)público de interacción telepresencial y altamente comunicativo e interconectado, dinámico y glocalmente situado. En este caso, la imagen de sí, parece buscar un balance entre una forma de presentación que será “aceptada”, “acogida”, “comentada” y la necesidad de expresión auténtica y privada de sí, que en cualquier caso nunca es completa. Se trata pues de una nueva experiencia social, donde las generaciones jóvenes parecen especialmente habitar un nuevo “sensorium”, unas nuevas estructuras del sentir.

2.2. Primeros hallazgos: el *punctum* en los perfiles de Facebook

Habiendo de este modo pasado revista a los intereses serios que despertaban en mí ciertas fotos, me parecía constatar que el studium, mientras no sea atravesado, fustigado, rayado por un detalle (*punctum*), que me atrae o me lastima engendraba un tipo de foto muy difundido (el más difundido del mundo) que podríamos llamar fotografía unaria.

Roland Barthes (1989)

“A mí me gusta mucho esa foto porque, además de que aprecio mucho a mi amiga y de que salimos medio bonitos, representa la diversidad como tal y hace una evocación al

respeto, la solidaridad y el afecto entre diferentes, muy a propósito de la conmemoración del día mundial contra la homofobia el martes pasado. ...Fue muy bonito sentir la solidaridad de tantas personas...creo que muchas cosas están cambiando, afortunadamente”.

(Informe Etnográfico, MM, 05-2013)

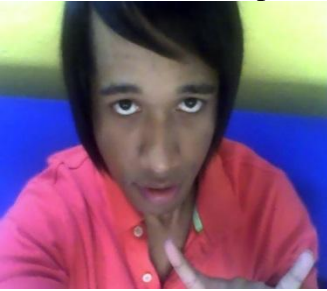
En uno de sus últimos textos, *La Cámara Lúcida*, Roland Barthes interroga la imagen fotográfica, el efecto específico que ejerce sobre quien la observa: qué es lo propio, dónde radica su fascinación, cuál es su esencia (si es que es posible hablar de algo así en la fotografía). Para Barthes en la imagen fotográfica permanece la intensidad del referente, esto es, la fotografía siempre lleva consigo lo que ha sido (y lo que ha muerto). Observar fotografías contiene ese “placer de la nostalgia”, dice Barthes: “repite mecánicamente lo que nunca más podrá repetirse existencialmente” (Barthes, 1989:29).

Retomaremos el *punctum*, categoría barthesiana clave para analizar las fotografías, en tanto más que interesarse por un significado unificado, le interesa el vínculo emocional que construyen las personas con ellas. El *punctum* es algo inmediato, “lo que punza”, lo que afecta cuando se observa una fotografía, el impacto emocional que hace que nos detengamos a observarla. Se trata de un “detalle” cuya presencia cambia nuestra lectura y que nos hace volver a mirar la foto.

Pues bien, veamos algunos hallazgos gruesos. En la imagen de perfil de Facebook, encontramos que hay tanto una suerte de convivencia entre imágenes del tipo “fotografías unarias” como las llama Barthes, y de aquellas que son del tipo *punctum*. Las fotografías “unarias”, tienen composiciones similares, tipo cédula de ciudadanía, o pasaporte, o en general documentos de identidad, en su formato estandar oficial, primer plano, con rostro mirando al frente, que para muchos facebookeros son “aburridas”, “carentes de personalidad” o de interés, pues adolecen de *punctum*. Como diría Barthes, “transforman la realidad, sin desdoblarse, sin hacerla vacilar, el énfasis es una fuerza de cohesión: ningún dual, ningún indirecto, ninguna disturbancia...esto tiene su nombre búsqueda de unidad” (Barthes, 1989: 77). Sin embargo, en nuestros primeros hallazgos vemos que estas fotos unarias, en el entorno Facebook, tienen también otras funciones sociales que cumplir. Muchas veces se explican, por la falta de dominio técnico de la plataforma del usuario y muchas otras, porque Facebook, está siendo usado –también- como escenario de presentación “formal” del curriculum vitae de muchas personas. Así las cosas, tener una imagen de perfil de este tipo, puede ser una carta de presentación clave para el usuario. Adicionalmente, también hemos encontrado que dichas fotografías “unarias” tienen una función ligada a la necesidad de mantener vínculos familiares, dentro de los cuales, explorar formas visuales de presentación de si, no deviene fundamental.

Para muchos jóvenes un buen perfil de Facebook es aquel que crea una impresión inmediata, capaz de hacer detener en los otros la mirada, si logra expresar ese “aire o aura” de la persona, o del momento que se está viviendo. No se trata sólo de captar el momento, sino también los “sentimientos” y las sensaciones. Así, las imágenes cambian o permanecen de acuerdo a la fuerza “representativa” de la publicación. Pero en este caso, también con un matiz particular: no es la estética de la publicación de la obra en sí, sino la publicación de la obra en tanto generadora de sensaciones individuales y colectivas; y esto puede ir desde reacciones del tipo “me gusta”, comentarios cortos, mensajes “cifrados”, cómplices, hasta aquellas que promueven explícitamente movilizaciones diversas frente a prejuicios y preconcepciones sociales. Por ejemplo, hemos encontrado tópicos referidos a la diversidad sexual y de género, y también a diferentes problemáticas sociales (como la educación pública en Colombia y Latinoamérica).

Barthes sugiere seis categorías de análisis para las fotos “mundanas”⁶: la pose, los objetos, los trucos o efectos, la fotogenia, la estética y la sintaxis. Veamos a continuación con más detalle los primeros hallazgos en relación con estas categorías, que además hemos tensionado y atemperado en relación con el entorno social de presentación de sí que es Facebook.



La pose, se refiere a la presentación física de los sujetos, y lo que ella dice sobre su estatus, personalidad o actitud. Una de las poses típicas en Facebook es aquella que aún conserva el aire de retrato, en primer o segundo plano, frente al celular o el computador. También están las fotos de pose tipo “picada” –por el gesto de levantar el brazo y tomarlas desde arriba- con celulares o dispositivos móviles, son autorretratos de autoregistro de la cotidianidad, hechos a solas, con la pareja⁷ o amigos. Muchas de estas fotografías responden a momentos o vivencias especiales para los sujetos, donde se comparte una “complicidad” de tales vivencias con el grupo de amigos en la red social.

El *punctum* básico parece ser mostrar un estado de ánimo, una actitud, un “aquí estoy” o “aquí estoy con”, que al compartirse en la red, se convierte en un “estar juntos con los amigos”, aunque sea telepencialmente. En algunos casos, las poses, los ángulos, tienen referentes en los perfiles de otros amigos o en personajes famosos con los cuales los sujetos se sienten identificados. Algunas personas nos han comentado que a veces las imágenes se les “aparecen” en el mundo cotidiano, de manera “impensada” pero tienen un “toque especial”, por lo que ellos aprovechan su “emergencia cool” (por ejemplo el reflejo de la imagen de sí en una ventana, en un espejo o un efecto inesperado por la luz del momento).



En otros casos, se trata de cierta práctica de “tomarse fotos mutuamente” en fiestas o encuentros de amigos y luego compartir archivos. También encontramos otras imágenes donde se rompe con las expectativas de una foto en la que se ha posado y se acude en cambio a un objeto que distorsiona o esconde esa presencia o presentación inmediata. En algunos casos se pone énfasis en la acción (por ejemplo, fotos en donde la persona está bailando, comiendo, bebiendo, observando un paisaje, practicando un deporte, viendo televisión, etc.).

⁶Que no las de guerra, tragedias, muerte, violencia, para las que, según él, no hay nada que decir.

⁷En su estudio, Valdivia (2010) encontró, por ejemplo, que las producciones visuales de los jóvenes urbanos en sus autorretratos en Chile tienen un encuadre y foco particular que se llama “foto pokemona”: ángulos en picado y mirada de semi-perfil.



De otro lado se encuentran las imágenes que presentan una porción específica del cuerpo con un significado particular (un tattoo, parte del rostro, el torso, las piernas, los hombros). Algunos de nuestros artistas mundanos de hecho cambian su imagen de perfil hasta tres veces al día (claro también hay quienes conservan la misma durante meses). Algunos acuden a viejas fotos tomadas por ellos mismos, otras las buscan en Internet y luego les hacen algún tratamiento visual, para darles “un toque personal”. A veces el criterio de elección es la novedad estética de la foto, en otros, el “quedar bien” y probar diferentes ángulos (“verme atractivo”, “sexy”, “no salir gorda”). Aquí el *punctum* exige una operación de análisis del observador sobre el sentido que la imagen puede tener para quien se presenta, pues en algunos casos, hay una especie de mensaje y vínculos cifrados ligados a las imágenes (por ejemplo, en el caso de usar una foto del pasado lejano, pero que evoca un tiempo y unos vínculos afectivos significativos para el sujeto y para los amigos que compartieron tal época; usar una prenda de ropa que es significativa para algunos amigos).



Los objetos, entendidos como todo aquello que está con el sujeto en el fondo de la imagen y cómo esto ayuda a comprender quién es esa persona. Aquí se trata de una noción de objeto amplia, más bien diríamos de “otros”, donde se incluyen otros sujetos, objetos, animales, paisajes, imágenes artísticas de las industrias culturales y del entretenimiento; “otros” en sentido amplio con los que se tiene una conexión afectiva. En estos se re/de/velan aspectos de la personalidad de los sujetos, de su historia, sus intereses y sueños (como tener una nueva mascota). Para muchos usuarios de Facebook su imagen de perfil está compuesta por dos personas o más. Aquí el *punctum* parece ser mostrar –y actualizar– las relaciones afectivas –amorosas, fraternas, familiares–. El aislamiento y la soledad, parecen enfrentarse compartiendo con otros, de ahí que el flujo *on* y *off line* sea tan importante, pues la mayoría de los contactos son amigos de la vida *off line*. En este grupo encontramos también que quienes son padres, en su foto de perfil aparece o la foto de su hijo/a, o una foto familiar. Esto parece presentarse especialmente en las mujeres. El *punctum* está conformado ya no por un detalle de la presentación del sujeto en sí mismo, sino por una lectura de esos “otros” que allí aparecen –y se eligen para tal efecto–.



Trucos o efectos, que en términos actuales podríamos decir se refiere al uso de software para editar la imagen, como Photoshop u otros similares⁸. A través de estos trucos o efectos parece ser que los sujetos desean convertir su presentación de sí en algo estético y hay mayor experimentación visual. Aquí el registro tipo retrato pasa a segundo plano y se exploran por el contrario formas de presentación de sí y formas de trabajo artístico. En algunos casos la imagen original tiene un tratamiento, a través de un efecto visual (por ejemplo el efecto “película” con un programa de edición de imágenes), o se experimenta con colores, efectos de luz; en otros casos, se trata de imágenes provenientes del mundo del entretenimiento, del cine, la televisión, de la cultura popular, a las que se les hace algún efecto, incluye un texto, o adicionan partes de la propia imagen. A veces se trata de tomas espontáneas, a veces de tomas escenificadas. Algunos se especializan en hacer retoques a las fotos de sus amigos quienes a su vez las publican como un acuerdo tácito de agradecimiento por el trabajo hecho.

Dentro de este grupo incluimos la **Fotogenia**, categoría que Barthes refiere a elementos técnicos como composición y luz. Para nosotros tiene que ver también con una suerte de escenificación de la imagen. En la actualidad diríamos que está en conexión con cierta composición proveniente del mundo del cine y los videojuegos, de tal manera que la fotografía infunde al sujeto con las características propias de géneros específicos (hombres guerreros, musculosos, sexys, p.e.). Así una imagen que describe la pose de un héroe de acción, le otorga al sujeto que se presenta a través de ella unas cualidades particulares en relación a dicho personaje. Habla también de los intereses y los gustos del sujeto. En muchos casos, las imágenes se capturan con la cámara de un celular –que es lo que generalmente se tiene siempre “a la mano”-, en otros con un Blackberry o iPod que además ofrece efectos de edición de imágenes y la posibilidad de publicar inmediatamente en el Facebook.



También se encuentran excepcionalmente fotos de la infancia, que luego de ser escaneadas y pasar entonces del mundo no sintético al sintético, traen al presente y a la inmediatez de Facebook, una historia. Estas imágenes son más de carácter nostálgico como lo mencionamos antes de la mano de Benjamin y Barthes, y tienen también el objetivo de “resguardar” al sujeto, en tanto no muestra demasiado al sujeto actual. En este grupo de imágenes, el *puntucm*, tiene que ver tanto con el tratamiento estético, como con el criterio de elección de la imagen, lo que conecta o une al sujeto con dicha imagen –p.e., cuando es tomada de imágenes de otros, sean reales o ficticias- y al mismo tiempo

⁸En nuestro estudio nos han mencionado entre otros: *PhotoScape*, *PinkMirror*, este último es un programa de edición en línea para retocar rostros

lo conecta con otros, con compañeros de escuela, o de una comunidad de fans, por ejemplo. El sujeto aquí está unido a una idea más amplia, a una historia, con otros referentes culturales y sociales, que pueden ser compartidos o no por el grupo de amigos y que rompen con el modelo previsto inicialmente y estandarizado de Facebook.



Estética, en tanto una fotografía podría considerarse como arte. “El momento hace la belleza, busco la armonía de los momentos y los capturo”, dice uno de los jóvenes. Una de las actividades de poetización de las obras en Facebook es la expresión artística visual⁹. De hecho, para las y los usuarios de Facebook que poseen ciertas habilidades creativas visuales, esta plataforma se convierte en un espacio para la distribución de sus obras y para compartir sus exploraciones, de tal manera que Facebook es, en el caso de algunos perfiles, una auténtica galería de arte (en el grupo de jóvenes de quienes hemos venido haciendo seguimiento llaman la atención por ejemplo amantes de la fotografía, modelos, ecologistas que tienen sendas carpetas de imágenes organizadas temporal o temáticamente). El tratamiento artístico, produce emociones y sentimientos en los observadores. Ahora bien los sujetos que tienen esta habilidad creativa visual, también la usan fuera de Facebook, de ahí que se compartan obras provenientes del mundo *off line* al mundo *on line*, obras no sintéticas y sintéticas. En este sentido Facebook hace pública información sobre la naturaleza e intereses de sus usuarios, pero también para los más hábiles artistas, se trata de un plataforma o mercado “para que la gente conozca su arte”. Para otros, Facebook es una plataforma que les permite aprender de otros el “arte del tratamiento de la imagen”. El *punctum* aquí es único, sugerido por la creatividad del autor/a.

Consideraciones finales

Como plantea Reguillo (2012), a propósito de sus estudios sobre las culturas juveniles y la música a través de espacios como Youtube y Facebook, nos encontramos frente a una transformación cultural que nos ofrece una nueva forma de entender y analizar la experiencia social en una doble articulación: por una parte, la articulación de una presencia (presentación de sí) donde los significados son vividos y sentidos activamente y, por otra, la emergencia de una subjetividad colectiva, así sea difusa, en virtud de una experiencia compartida, haciendo visibles significados que no estaban presentes.

Si bien en principio nuestra apuesta se concentró en la imagen de perfil de Facebook como “la vía” de acceso a las formas de (re)presentación de sí, muy pronto nos dimos cuenta de la importancia de comprender el ecosistema tecnovincular que se configura en dicha plataforma. El artista Eduardo Kac (2000) plantea una *Estética Dialógica* como una estética de la intersubjetividad, es decir, centrada en el desarrollo de formas de pensamiento artístico polifónico, como una apuesta política para el arte contemporáneo. Para nosotros pensar las formas de presentación de sí y las formas de poetización contemporánea, en el nuevo ecosistema tecnomediado, no puede hacerse sin reconocer el carácter temporal, transitorio, de construcción permanente –y diríamos volcada hacia adelante- de la

⁹Luego vimos que también la creación y mantenimiento de vínculos tiene una dimensión estética; no hay que olvidar que el grupo de personas que estamos observando en esta segunda etapa, todos “conocen personalmente” a sus amigos de Facebook y mantienen con ellos relaciones *on-offline*. Asunto en el que estamos trabajando en la actual etapa de investigación.

subjetividad en tanto intersubjetividad (sustentada en una red de amigos y personas con las que se tiene contacto *on y off line*). Se trata de un posicionamiento estético y político caracterizado por la flexibilidad de roles y funciones, entre el artista mundano y su obra mundana, entre su público o red de amigos, y la actualización permanente del yo.

En efecto, hemos hablado aquí de artistas y de obras “mundanas” entendiendo que la estética no estaría vinculada al reconocimiento sensorial o a la belleza exclusivamente, sino a la intersubjetividad de sujetos en situaciones dialógicas. En dicho proceso vemos que los sujetos interfirieron y aceleran la experiencia propia al ponerla en contacto con otros. Pero de otro lado, también vemos que hay una potencia subjetiva a explorar, es decir, una imaginación dialógica desde las cualidades de la actual técnica, pues los dispositivos que utilizamos son ante todo máquinas semióticas, y por lo tanto siempre existirán potencialidades dormidas e ignoradas, que se pueden descubrir, o inventar, ampliando por lo tanto el universo de las posibilidades conocidas.

Sin embargo, desde ya intuimos que no se trata de un paso tranquilo y sin disturbios. Estar volcado hacia adelante, tal vez con pocos o débiles lazos con el pasado, muy seguramente produce ansiedad, angustia, desasosiego, nerviosismo ante la ausencia de anclas o puertos donde atar estas búsquedas de subjetivación, y la necesidad de “reconocimiento” y aceptación de los vínculos filiales. Asimismo, están las trampas de la actual economía de mercado que sabe aprovechar esta subjetividad nómada, ávida de exploraciones, a través de la captura del deseo al que le crea necesidades y ofrece siempre opciones para elección y consumo. Es decir, se conjuga aquí un sujeto capitalista contemporáneo, disperso, en búsqueda incesante de sentidos, frente a instituciones tradicionales fracturadas y abierto a exploraciones deseantes y sin ataduras fijas. Condiciones subjetivas que el mercado sabe capturar y modular muy bien. Sin embargo, allí dónde sólo se vería consumo, consideramos importante ver la emergencia de prácticas sociales que procuran sentido a un sujeto que se construye con otros, con quienes colabora y comparte un proceso existencial del devenir, ahora en espacios tiempos acelerados y complejizados en el nuevo ecosistema tecnológico. Pero también vemos con esperanza valores como la amistad, la fraternidad y la cooperación, que están a la base de las obras que los sujetos crean en dicho ecosistema.

Referencias bibliográficas

- AAVV (2011). *Formas de presentación pública de la persona en la red social Facebook*. Universidad del Valle, Colombia. Proyecto de Investigación (2011-2013). Documento interno de trabajo
- Barthes, R (1989). *La Cámara lúcida. Notas sobre la fotografía*. Barcelona: Paidós.
- Benjamin, W (1973). *La obra de arte en la época de su reproductibilidad técnica*. Madrid: Taurus.
- Corea, C y Lewkowicz, I. (2004). *Pedagogía del aburrido. Escuelas desinstituidas y familias perplejas*. Buenos Aires: Paidós
- Fontcuberta, J. (2010). *La cámara de Pandora. La fotografi@ después de la fotografía*. Barcelona: Ediciones Gustavo Gilli.
- Goffman, E. (1981), *La presentación de la persona en la vida cotidiana*, Amorrourtu, Buenos Aires.
- Gómez, R (2011). *Jóvenes urbanos integrados, nuevos repertorios tecnológicos y trabajo educativo*. Grupo de Educación Popular. Universidad del Valle. Foro: El Sentido Formativo de la Universidad en el Mundo Contemporáneo. Junio 24 de 2011. Disponible en: <http://direacur.univalle.edu.co/Panel-Rocio-Gomez.pdf>

_____(2010). *Procurarse sentido en la ciudad contemporánea: jóvenes y nuevos repertorios tecnológicos*. Tesis Doctoral. Universidad Pedagógica Nacional. Doctorado Interinstitucional en Educación. Bogotá – Colombia.

Gómez, R; González J (2009). “Formas de presentación pública de la persona en Facebook”. En: Revista Nexos No. 5. Escuela de Comunicación Social Universidad del Valle. Cali Disponible en: <http://dintev.univalle.edu.co/revistasunivalle/.../nexus>

González, J (2011). “Nuevos criterios de clasificación”. *Formas de presentación pública de la persona en la red social Facebook (2011-2013)*. Universidad del Valle, Colombia. Proyecto de Investigación. Documento interno de trabajo.

Kac, E(2000). "Negociando el sentido: la imaginación dialógica en el arte electrónico", en Wagnister F. *La revolución hipermedia. UCLA. F. Antorchas*. - Jornadas de Crítica(2001). Festival Internacional de Teatro Mercosur, pp. 36-39

Reguillo, R (2012). “Navegaciones errantes. De músicas, jóvenes y redes: de Facebook a youtube y viceversa”. En: *Comunicación y sociedad*, No. 18, jul-dic. Pp. 135-171

Rueda, R (2012a). “Sociedades de la información y el conocimiento:Tecnicidad, Pharmakon e invención social”. En *Nómadas*, No. 36, pp. 43-55.

_____(2012b), Formas de presentación de si en Facebook: Esbozos de una poética y estética dialógica”. En: *Revista Nexus*, Comunicación, No. 12, pp. 202-215

_____(2011). “De los nuevos entramados tecnosociales: emergencias educativas y políticas”. En: *Revista Folios*, No. 33, Bogotá, pp. 7-22.

Sibila, P (2009) *La intimidad como espectáculo*. Fondo de cultura económica: Buenos Aires.

Valdivia, A. (2010). *Ni tan lejos, ni tan cerca. Adolescentes mediáticos y diversidad cultural en la escuela de hoy*. Tesis Doctoral, Pontificia Universidad Católica de Chile, Doctorado en Ciencias de la Educación.