



**UNIVERSIDAD AUTÓNOMA DEL ESTADO DE
HIDALGO**

INSTITUTO DE CIENCIAS SOCIALES Y HUMANIDADES

DOCTORADO EN CIENCIAS SOCIALES

Fotografías en Facebook

Interactividad hipertextual y estética

neobarroca contemporánea

TESIS

**QUE PARA OBTENER EL GRADO DE
DOCTORA EN CIENCIAS SOCIALES**

PRESENTA

ROSALÍA GUERRERO ESCUDERO

DIRECTOR DE TESIS

DR. MANUEL JESÚS GONZÁLEZ MANRIQUE

Pachuca de Soto, Hidalgo,

Junio, 2018



MTRO. JULIO CÉSAR LEINES MEDÉCIGO
DIRECTOR DE ADMINISTRACIÓN ESCOLAR
P R E S E N T E.

Estimado Maestro:

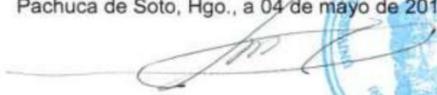
Sirva este medio para saludarlo, al tiempo que nos permitimos comunicarle que una vez leído y analizado el proyecto de investigación titulado **"Fotografía en Facebook. Interactividad hipertextual y estética neobarroca contemporánea"**, que para optar el grado de Doctora en Ciencias Sociales presenta Mtra. Rosalía Guerrero Escudero, matriculada en el Programa de Doctorado en Ciencias Sociales (2015-2017), con número de cuenta 328082; consideramos que reúne las características e incluye los elementos necesarios de un trabajo de tesis, por lo que, en nuestra calidad de sinodales designados como jurado para el examen de grado, nos permitimos manifestar nuestra aprobación a dicho trabajo.

Por lo anterior, hacemos de su conocimiento que a la alumna mencionada, le otorgamos nuestra autorización para imprimir y empastar el trabajo de Tesis, así como continuar con los trámites correspondientes para sustentar el examen para obtener el grado.

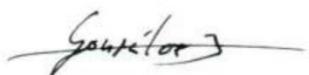
ATENTAMENTE

"Amor, Orden y Progreso"

Pachuca de Soto, Hgo., a 04 de mayo de 2018



DR. ALBERTO SEVERINO JAÉN OLIVAS
DIRECTOR



DR. MANUEL JESÚS GONZÁLEZ MANRIQUE
DIRECTOR DE TESIS



DRA. SANDRA FLORES GUEVARA
LECTORA TESIS



DR. JESÚS ENCISO GONZÁLEZ
LECTOR DE TESIS



Carr. Pachuca-Actopan, km. 4, Col. San Cayetano, C.P. 42084,
Tel. (01-771) 717-20-00, ext 4239
myd_cs@hotmail.com

www.uaeh.edu.mx

AGRADECIMIENTO

Agradezco al Consejo Nacional de Ciencia y Tecnología (CONACYT) y a la Universidad Autónoma del Estado de Hidalgo por la oportunidad para escribir esta tesis con su apoyo y patrocinio.

Agradezco al doctor Manuel Jesús González Manrique por su interés y apoyo a esta investigación desde que la conoció, así como al doctor Jesús Enciso González, a la doctora Sandra Flores Guevara y a la doctora Thelma Ana María Camacho Morfín por su continuo asesoramiento.

Agradezco a todas las personas que me han acompañado en este camino académico, maestros, compañeros y alumnos, pues no se llega a un doctorado sin las bases que los estudios, experiencias y conocimientos previos nos brindan. En particular me refiero a los compañeros y amigos del seminario permanente de culturas visuales en México por su colaboración académica y humana, y en especial al doctor Manuel Alberto Morales Damián, por mostrar su interés en este proyecto desde el primer momento.

Agradezco a los que, desinteresadamente, participaron en el grupo de Facebook Crónica Fotográfica de la Vida Cotidiana, que le da forma y base a esta tesis.

Agradezco a mis amigos y familiares, que se mantuvieron al tanto del desarrollo de mi posgrado, con especial atención a mi tío Marcial, quien me compartió su mirada experta sobre este trabajo, así como a Ricardo, por ser mi compañero en este camino y brindarme ánimos y acompañamiento para lograr esta investigación.

DEDICATORIA

A mis padres, Reynel y Zenaida, que siempre me han mostrado su apoyo y ánimo, pero sobre todo su confianza en todo lo que emprendo. Son mi fuente de inspiración y aspiración. Gracias a ellos añado este logro académico y de vida.

De igual forma se la dedico a mis abuelos que, como ángeles, desde el cielo me guían y cuidan.

TABLA DE CONTENIDO

RESUMEN	7
I. Introducción	9
II. La pregunta	10
III. Partimos de que...	11
IV. La metodología	13
V. El análisis	15
Primera parte	18
CAPÍTULO 1. De la fotografía a la cultura visual en Facebook	19
<i>La cultura visual</i>	20
<i>La fotografía en las redes sociales de internet</i>	23
<i>Interactividad hipertextual y estética en Facebook</i>	25
Facebook	25
Interactividad hipertextual	27
Interactividad estética	41
El gusto	46
<i>Para cerrar</i>	56
CAPÍTULO 2. Cuestiones metodológicas	57
<i>Crónica Fotográfica de la Vida Cotidiana</i>	58
<i>Sobre el corpus</i>	60
Dentro de la interactividad hipertextual	65
Dentro de la interactividad estética	66
Segunda Parte	69
CAPÍTULO 3. Cibercultura: las comunidades virtuales y Facebook	70
<i>Principios de los nuevos medios de información y comunicación</i>	70
Sociedad Red	73
Tiempo–espacio	76
Hipertexto	78
<i>Cibercultura y virtualidad</i>	80
Inteligencia colectiva	84
Cibercultura	86
<i>Comunidades virtuales</i>	87

Las conexiones en Facebook	89
<i>Identidad (e imagen en redes sociales)</i>	93
El perfil de Facebook	95
Las fotografías expuestas en Facebook	97
CAPÍTULO 4. Interactividad hipertextual en el grupo de Facebook Crónica Fotográfica de la Vida Cotidiana	99
<i>La cibercultura en Facebook</i>	103
Fotografía en Facebook	108
<i>La fotografía en Facebook a través de "CFVC"</i>	110
Interactividad y narrativa de la imagen	112
Cibercomportamiento	113
Identidad(es)	121
<i>A modo de cierre</i>	129
Tercera parte	131
CAPÍTULO 5. Interactividad estética en las <i>foodies</i> de Facebook	132
<i>El bodegón y la estética de las foodies</i>	133
Características del bodegón	133
Asociación y usos del bodegón	135
El bodegón y la fotografía	136
Las foodies en Facebook	139
<i>La estética de la repetición de las foodies en la era neobarroca</i>	141
La estética de la repetición neobarroca	143
Categoría de repetición	144
<i>La estética neobarroca en el fragmento y el detalle</i>	171
Detalle	172
Fragmento	181
<i>Concluyendo</i>	199
CAPÍTULO 6. El consumo neobarroco en Facebook	203
<i>El consumo consolatorio y productivo en Facebook</i>	206
Consumo consolatorio	207
Consumo productivo	209
<i>El consumo fragmentario del arte contemporáneo</i>	211
Arte en red	213
'Identidad Romero'	215
'Agente Doble'	217
'Face to Facebook'	218
'Broadcast yourself'	219
'The Last Supper'	220

<i>La interactividad del Arte en Red</i>	224
<i>Como cierre</i>	226
Conclusiones Generales	229
<i>Fase visual</i>	231
<i>Fase olfativa</i>	233
<i>Fase gustativa</i>	237
REFERENCIAS	244
TABLA DE FIGURAS	254

RESUMEN

En el proceso fotográfico siempre ha existido una relación dialéctica entre el fotógrafo, el objeto o sujeto por fotografiar y el mecanismo de la cámara misma. Es por ello que esta investigación parte de la dialéctica que existe entre los usuarios, la interfaz y en concreto con la imagen que se presenta en el ciberespacio.

Partimos del hecho de ver el medio virtual mediante una observación participante en la que los usuarios interactuamos con las fotografías a través del hipertexto y las fotografías interactúan con nosotros a través de una estética contextualizada por la cultura visual, todo esto dentro de una cibercultura propia del medio.

Desde la cultura visual estamos observando las distintas imágenes con diferentes percepciones, no solo desde lo visual, sino desde nuestro contexto personal, cultural y social, y en este caso, virtual, lo que propicia un gusto alrededor de las diferentes imágenes que nos rodean por función y forma.

Por su parte, dentro de la cibercultura, detectamos que la plataforma digital configura una comunidad virtual que permite intercambiar reacciones y comentarios basados en lo hipertextual y compartir imágenes con una estética compartida.

El gusto dentro de la cultura visual se analiza a través de las fotografías de comida (*foodies*) presentes en la plataforma virtual Facebook, las cuales reproducen una estética de la repetición, expuesta en la era neobarroca, en sus dimensiones de creación y consumo. Se parte de que las *foodies* tienen características similares a las de las pinturas y fotografías asociadas al bodegón y, por lo tanto, mantienen una estética que los usuarios disfrutan porque comparten una cultura visual.

La era neobarroca considera que el valor estético se da bajo la relación de producción, imagen y consumo. En este sentido, detectamos que las imágenes compartidas en Facebook se relacionan con el consumo consolatorio y productivo

de dicha propuesta estética, considerando el consumo a través de producciones estándares y opcionales que generan imágenes estandarizadas y sus variables.

Se ha elegido la red social de internet Facebook sobre otras, por ser un medio que se ha mantenido en la volatilidad del ciberespacio a través de una transformación permanente. Por ello la base empírica de este trabajo es obtenida del grupo de Facebook Crónica Fotográfica de la Vida Cotidiana, el cual fue creado para esta investigación. Como estrategia de recolección de información, se realizó una selección de diversas imágenes que se replican en dicha red social de internet, y paralelamente se formuló un análisis de fuentes bibliográficas y de artículos en revistas especializadas.

La metodología parte del paradigma de inferencias indiciales de Carlo Ginzburg, aplicado al mencionado grupo virtual. Se analizaron las variantes e invariantes de series fotográficas del grupo, con imágenes del mismo tipo que se reproducen en Facebook de manera pública, visualizando su relación hipertextual y estética.

Este análisis se desarrolla teóricamente de acuerdo con la historia social del arte y la era neobarroca de Omar Calabrese, y con el marco referencial de la cibercultura presentado por Pierre Lévy, entre otras investigaciones. Calabrese sugiere que la cultura de una época se presenta de un modo o de otro en la obra de cualquiera, por lo que las fotografías de los usuarios de las redes sociales mantendrán una composición y un estilo de acuerdo con su cultura visual.

Destacamos, entonces, que esta investigación se centra en la fotografía como eje principal para la interactividad estética e hipertextual por parte de los usuarios de las redes sociales de internet, y no desde las propuestas psicológicas en las que se propone que la exposición de fotografías responde a una forma de exhibicionismo.

I. Introducción

“No sería erróneo hablar de una compulsión a fotografiar: a transformar la experiencia misma en una manera de ver.”

Susan Sontag (2006:44)

Desde la década de los treinta del siglo XIX, con la fotografía como invención de la modernidad, esta no ha dejado de mutar y modificarse. Inicia con la búsqueda de una imagen vívida y muy descriptiva; pasa por el fenómeno documental que, sobre todo, disminuía el principio de incertidumbre en los medios de información; se usa como una prueba para la ciencia; legitima tanto a los individuos como a los hechos, hasta su valoración artística y la desmitificación de su veracidad y objetividad.

Por todo esto hoy la fotografía es objeto de una reevaluación en cuanto a su aceptación estética y de estatus, ya que, actualmente es una herramienta accesible para muchos en su versión digital; además es un medio de utilidad para variadas actividades y, por lo tanto, los significados que presenta cambian de acuerdo con su contexto y más cuando nos situamos en el ciberespacio.

De acuerdo con Walter Benjamin¹ (1989) la entrada de la fotografía causó opiniones encontradas. La primera principalmente en el impacto científico, al ofrecer una visión de la realidad a través de la imagen que plasmaba aspectos de objetos de estudio desde una planta hasta un jeroglífico. Lo controversial se dio por su enfrentamiento con el arte, principalmente con la pintura, sobre todo respecto al valor estético de la misma.

Si bien los fotógrafos encuentran en la pintura a la precursora de su técnica, la fotografía proporcionó la posibilidad de presentar imágenes más próximas a

¹ Walter Benjamin fue filósofo, crítico literario y social, locutor de radio y ensayista alemán, asociado a la Escuela de Frankfurt. De sus textos más importantes: *La obra de arte en la época de su reproductibilidad técnica* (1936) y *Pequeña historia de la fotografía* (1931).

nosotros, que con la posterior facilidad de la reproducción acercaron esas escenas a las personas. Sin embargo, la pintura sigue siendo el punto de referencia, ya sea para criticarla o para utilizar sus signos y símbolos, artísticos o metafóricos.

Para Roland Barthes² (1986) la fotografía presenta una analogía de la realidad; sin embargo, para Joan Foncuberta³(2013) esta engaña todo el tiempo porque es su naturaleza, es su instinto, y si no es ella quien miente, si lo hace el fotógrafo con su intervención subjetiva. Así que, desde estas posturas, podemos comenzar a cuestionarnos sobre si pasa algo distinto en su uso y aplicación en redes sociales de internet, como lo es Facebook, toda vez que este constituye un nuevo espacio de exhibición, por lo que se convierte en el mejor lugar para hacer uso de la fotografía en tal sentido.

II. La pregunta

Surgen así los primeros cuestionamientos alrededor de las fotografías que se publican en las redes sociales de internet que han tomado tanta presencia en nuestros días. Nos preguntamos si hay diferencias sustanciales con la estética de las imágenes fuera y dentro de esta plataforma, pero aun más importante es reflexionar en torno a cómo interactúan los usuarios de Facebook con las fotografías que ellos mismos publican en el medio.

Se ha elegido la red social de internet Facebook puesto que, como lo exponen Guadalupe López y Clara Ciuffoli (2012), es un medio que permanece en la volatilidad del ciberespacio a través de una transformación permanente. Por ejemplo, al inicio de esta investigación solo se contaba con la posibilidad de dar a las publicaciones un valor de 'me gusta' y hoy en día se cuenta con otras cinco reacciones para acotar a una publicación.

² Roland Barthes, semiólogo francés estructuralista, extendió el modelo lingüístico para el análisis de muchos otros temas, entre ellos la fotografía, en tal forma que el punto de vista se va haciendo más analítico y sistémico, y no solo lingüístico.

³ Joan Foncuberta es un artista, ensayista y promotor de arte español especializado en fotografía, con obras relevantes como *Estética fotográfica: una selección de textos* (1984), *La cámara de Pandora: La fotografi@ después de la fotografía* (2010), entre otras.

Por otro lado, a partir de las tendencias de búsqueda que presenta el servicio de Google Trends (2014), la palabra *Facebook* es la principal indagada en el mundo al igual que en México. A junio de 2017, la empresa reportó 2.020,000 millones de usuarios activos mensuales al 31 de marzo de 2018. (Facebook, 2018)

De acuerdo con la página informativa de Facebook, esta compañía fue fundada en el 2004⁴ con la misión de dar a la gente el poder de construir comunidad y acercar al mundo. Los usuarios de esta red la utilizan principalmente para mantener el contacto con amigos y familiares, así como para descubrir lo que está pasando en su entorno local y en el ámbito global, compartiendo y expresando su pensar. (Facebook, 2018).

Los usuarios de estos nuevos medios se presentan con un perfil⁵ y comparten imágenes de todo tipo. Muchos de estos perfiles y de las imágenes que ahí se publican tienen la intención de presentar una personalidad alternativa a la del mismo físico. Sin embargo, este aspecto, el de crear una pose virtual a través de estas plataformas, ya se venía dando desde la fotografía.

III. Partimos de que...

Cuando accionamos una cámara, al hacer clic en el obturador, el sujeto a fotografiar puede no advertirlo; sin embargo, como expone Roland Barthes (1989), al darse cuenta, en automático el personaje se pone en pose, la cual fabrica otro cuerpo y otro rostro y convierte a la persona en una imagen. Esto sería un proceso sin mayor importancia, si no es porque esta nueva representación, esa imagen, de acuerdo con el semiólogo presenta a quien el personaje cree ser, a quien quiere ser, pero también al que el fotógrafo quiere que sea a través de su visión.

⁴ Fundada por Mark Zuckerberg, presidente y CEO de Facebook, este es el responsable de establecer la dirección general y la estrategia de producto para la empresa. Dirige el diseño del servicio de Facebook y el desarrollo de su tecnología e infraestructura fundamentales. Mark estudió informática en la Universidad de Harvard antes de trasladar la compañía a Palo Alto, California (Facebook, 2017).

⁵ El perfil es donde puedes expresar quién eres y qué está pasando en tu vida. Eliges lo que deseas compartir, como intereses, fotos y videos, e información personal como la ciudad actual o la natal (Facebook, s.f.).

Este aspecto se confronta con las representaciones propias que se generan en los espacios virtuales conocidos como *selfies*,⁶ donde los autores de su propia foto a través de cámaras digitales buscan presentar una serie de identidades diversas.

Así, pues, podemos ver que en el proceso fotográfico siempre ha existido una relación dialéctica entre el fotógrafo, el objeto o sujeto a fotografiar y el mecanismo de la cámara misma. Es por ello que esta investigación parte de la dialéctica que existe entre los usuarios, la interfaz y en concreto con la imagen en el ciberespacio.

Partimos del hecho de ver el medio virtual mediante una observación participante en la que los usuarios interactuamos con las fotografías a través del hipertexto y las fotografías interactúan con nosotros a través de una estética contextualizada por la cultura visual, todo esto dentro de una cibercultura propia del medio.

La cultura visual contemporánea está conformada por “la organización interna, la iconografía e iconología y la experiencia del espectador de los diversos escenarios visuales de nuestra cultura, como son la publicidad y la moda, los supermercados y los objetos de las bellas artes, los programas de televisión y los banners o pancartas publicitarias” (Manovich, 2005:57), todo lo cual está enmarcado en la Era Neobarroca propuesta por Omar Calabrese, como lo explicaremos en la tesis.

Las fotografías que se publican en los medios virtuales no son solo las *selfies* (retratos o autorretratos); es por ello que es interés de esta investigación conocer las imágenes que se presentan en el espacio virtual, así como detectar las fotografías que los usuarios de Facebook publican en esta red social de internet, las cuales se considera que tienen una estética que esos disfrutan porque comparten dicha cultura.

⁶ De acuerdo con el diccionario Oxford, *selfie* fue la palabra del año 2013. Para Raúl Minchinela (2014) uno puede “relacionar los rostros de Instagram con el Autorretrato giratorio que se hizo Félix Nadar en 1865, decir que es más de lo mismo pero con gente más guapa que vive más lejos. Pero la palabra selfie no es un capricho momentáneo para renombrar lo de siempre, sino el testimonio de un cambio de coordenadas”. De acuerdo con este autor, en el pasado tener una imagen pública era para privilegiados; en la era digital, todos podemos tenerla.

En Facebook los usuarios publican diariamente 350 millones de fotografías, lo que convierte a esta plataforma virtual en la favorita de internet para subir imágenes. En este espacio se puede publicar un número ilimitado de fotos, ya sea en nuestro perfil o en el de nuestros contactos. Además, cada imagen puede llevar un título o un subtítulo, según sea el caso de una publicación, directo en nuestro muro o desde la creación de un álbum, y como cualquier otra publicación en este espacio, se puede indicar el público para el que quedará visible (Facebook, 2018).

IV. La metodología

Si tomamos a la fotografía como ese testigo silencioso de la realidad, podemos encontrar que la audiencia le otorga veracidad a lo que se mira en las imágenes: “los grupos sociales necesitan depositar sus vivencias y recuerdos, fijándolas precisamente en documentos confiables capaces de forjar una realidad” (Acosta, 2012:8).

Al interesarnos en este espacio virtual como el medio de difusión de diversas imágenes, realizamos un análisis de corte cualitativo a través de las fotografías que se comparten en Facebook, partiendo del paradigma de inferencias indiciales⁷ de Carlo Ginzburg(2008), con el que detectamos síntomas de la plataforma Facebook por medio de la creación del grupo en dicha plataforma virtual bajo el nombre de “Crónica Fotográfica de la Vida Cotidiana”, que permitió detectar tendencias de publicación.

Hay una serie de comportamientos en la interactividad virtual. La apreciación de la imagen cambia de acuerdo con su contexto o el de la audiencia. En este sentido, encontramos en los registros fotográficos la creación de identidad, lo cual es un factor también determinante para la generación de ese imaginario colectivo de internet.

La forma de utilización de la fotografía así como su estilo y contenido pueden determinar esta identidad que refuerza la imagen colectiva. La fotografía

⁷ Es “un método inductivo que se basa en los detalles y en la intuición como una forma alternativa de conocimiento” (Camacho & Morales, 2017:29).

proporciona un instrumento de análisis que muestra la representación del propio fotógrafo, pero también presenta cómo ve al otro desde su perspectiva, y qué del universo que lo rodea decide presentar para que esa otredad recuerde y entienda su entorno (Flores, 2009; Rosa, Bellelli & Bakhursy, 2000).

Es por ello que no solo nos centramos en las fotografías del grupo de Facebook, sino que las contrastamos con las imágenes que han existido en nuestra cultura visual desde antes y con las demás representaciones gráficas que circulan en la red social de internet. Revisamos, así, variantes e invariantes entre estas imágenes predominantemente públicas localizadas en la plataforma.

Teóricamente este análisis se desarrolla de acuerdo con la historia social del arte, con las propuestas de semiólogo Omar Calabrese y con el marco referencial de la cibercultura presentado por Pierre Lévy, entre otras investigaciones, por lo que no solo nos centramos en la interactividad virtual, sino también en su estética, la cual se ubica dentro de la propuesta neobarroca.

La relevancia del estudio se basa en que la fotografía ha impactado en la sociedad desde su creación y es usada desde entonces y para diferentes objetivos; entre otros aspectos, se le consideró como prueba del progreso social, y sigue siendo una base importante para el imaginario social y la creación de nuestra identidad (Gómez, 2010). Por otro lado, se ha modificado en este proceso la manera de verla y analizarla; por ejemplo, como una evidencia, un elemento referencial o por su capacidad significativa y, en el caso de la presente investigación, como parte de la interactividad que sucede en los medios digitales dentro de una historia social del arte concebida por la cultura visual.

En este sentido, estamos observando las distintas imágenes con diferentes percepciones, no solo desde lo visual, sino desde nuestro contexto personal, cultural y social; y en este caso, virtual. La imagen, de acuerdo con Román Gubern (1996), tiene un doble ostensivo: como simulacro,⁸ o imitación, y como

⁸ Jean Baudrillard plantea que se ha generado una hiperrealidad en la que se cancela la representación y se le da un valor más elevado a la imagen al confundir lo real con la ficción, supliendo así el mundo virtual al de lo real, produciendo una desensibilización en lo social, lo que produce una prevalencia a lo individual.

símbolo intelectual no siempre codificado. Para este autor, la fotografía incrementó la iconósfera, no solo en cantidad de imágenes, sino en forma, puesto que presentó una percepción con tiempo y espacio diferente, lo que modificó el sistema de interacción entre el sujeto y la imagen.

V. El análisis

Las fotografías que compartimos de nosotros mismos o de nuestro alrededor se conjugan con otras que son compartidas por otros usuarios, o por diversas marcas y personajes que tienen presencia en la red; son capturas que van desde lo artístico hasta lo informativo, pasando por el orden personal. Además circula otro tipo de imágenes que poseen diversas características tales como la inclusión de texto, la caricatura o infografías, entre otras.

Podemos inclusive encontrar imágenes impactantes en su temática y hasta grotescas en su presentación. En este sentido, Susan Sontag (2006) considera que la insensibilidad y la amnesia pueden ir juntas, y que la observación de hechos presentes o pasados, tan vívidos a través de las imágenes, ya no nos impactan como antes.

Algo podría ser bello o aterrador, podría ser intolerable o muy tolerable, pero en la vida real puede no serlo. Tales imágenes nos incapacitan para sentir, ya no nos remuerde la conciencia. Esto se concreta más en los espacios virtuales ya que el exceso de información o, en este caso, de imágenes, que se propician en los medios virtuales transcurren con una volatilidad tal que no permite a los usuarios aferrarse tanto tiempo a una misma escena.

Como ya se decía, interesa a esta investigación conocer cómo las fotografías que se presentan en esta plataforma interactúan con los usuarios. Por lo tanto, se plantea en una primera parte el valor del gusto de la época a través de la conformación de una cultura visual.

En este sentido, Pierre Bourdieu⁹ (1998) considera que la aceptación o el gusto por una obra no solo está dado por las categorías de los individuos, sino que también responden a la imagen colectiva que tienen la obra o los autores, su distribución y su presencia social.

En un segundo apartado consideramos que las imágenes forman parte de un hipertexto que, en la web 2.0, posibilita la interacción con los usuarios y entre ellos, conformando así una cibercultura; la cual se expande en nuestros dispositivos digitales, a través de los cuales nos conectamos al ciberespacio, en donde interactuamos con otros miles de internautas.

Por su parte, Jean Baudrillard¹⁰ (1990) contempla que en el corazón de esta era de la información siempre hay una pantalla, “pero no hay forzosamente una mirada” (31); la comunicación que se crea a partir de este intermediario tecnológico es discontinua y meramente funcional.

Las imágenes a través de la pantalla se diseminan en nuestro ojos, volviéndose una extensión de ellos; “ya no tenemos la distancia del espectador con relación a la escena” (Baudrillard,1990:31). Es así como la imagen virtual “está demasiado cercana y demasiado lejana al mismo tiempo; demasiado cercana para ser verdadera (por tener la proximidad verdadera de la escena), demasiado lejana para ser falsa (por tener la fascinación del artificio)” (Baudrillard,1990:32).

Por último, en la tercera parte revisamos la interacción estética a través de la existencia de una cultura visual, propuesta por Omar Calabrese (1989) como *Era Neobarroca*, por un lado, en sus aspectos de creación al considerar que se da una estética de la repetición y un uso del detalle y el fragmento en las imágenes que circulan en esta plataforma virtual; por el otro, considerando el consumo a través producciones estándares y opcionales que generan imágenes en serie y las diversas o variables.

⁹ Sociólogo Francés que introdujo a la investigación elementos de la cotidianidad de la sociedad a través de términos como “habitus”, “campo” y “capital”.

¹⁰ Filósofo y sociólogo, crítico de la cultura francesa, trabajó el análisis de la posmodernidad y la filosofía del postestructuralismo.

Cabe destacar, entonces, que esta investigación se centra en la fotografía como eje principal para la interactividad estética e hipertextual por parte de los usuarios de las redes sociales de internet, y no desde las propuestas psicológicas en las que se propone que la exposición de fotografías responde a una forma de exhibicionismo.

Primera parte

CAPÍTULO 1. De la fotografía a la cultura visual en Facebook

Interactividad hipertextual y estética

“...en la fotografía, todas las imágenes son posibles... y no hay acto ni acontecimiento que no se refracte en una imagen técnica, ni una acción que no desee ser fotografiada.”

Jean Baudrillard (1990:32)

La fotografía, como una construcción visual, tuvo sus principios en la pintura; sin embargo, como ya lo planteaba Roman Gubern(1996), no se queda ahí puesto que presenta una nueva concepción visual que la pintura no tiene; por ejemplo, la profundidad de campo,¹¹ así como el cambio de perspectivas y planos. A partir de esto, encontramos diversas estrategias para analizar las imágenes en general y que han sido aplicadas a la fotografía específicamente.

La fotografía puede analizarse desde distintos ángulos, como es el psicológico a través de la teoría de la Gestalt, donde impacta la manera en que se combinan las formas, figuras y fondo de la imagen en relación con la totalidad de esta. Por otro lado está la semiótica, a través del análisis asemejado al texto, donde se encuentran, entre otros aspectos, las posturas pragmáticas de Charles Pierce¹² sobre los tres tipos de signos icónicos, índices y símbolos, o la postura de Roland Barthes sobre lo denotativo y lo connotativo de una imagen (Del Valle, 2002; Gómez, 2010).

Por su parte, la antropología visual propone un análisis documental de la fotografía que logre la transcodificación de la imagen fija en texto al ubicar sus atributos como los de origen, o sea, quién es el autor; lo temático, de que trata y cómo lo

¹¹ "La parte de la imagen que podemos apreciar como nítida o enfocada. Es decir, cuando vemos una fotografía y en ella se distinguen zonas más nítidas y zonas más borrosas, la profundidad de campo se correspondería con el área de la imagen que apreciamos como nítida. La zona por delante y por detrás del sujeto u objeto que hemos enfocado y que nuestro ojo ve con una nitidez aceptable" (Illesca, 2016).

¹² Charles Pierce (1839 –1914), semiótico estadounidense, fundador del pragmatismo, para quien los símbolos son el medio con el que la racionalidad es expresada y comunicada; construimos y comunicamos lo que conocemos.

trata; los relacionales, es decir, sus asociaciones con otras imágenes, la época o autores; y por último sus atributos morfológicos, como los elementos que en ella aparecen, el tipo de encuadre o material, entre otras características. Esto nos genera un contexto de la imagen, así como su composición y morfología, con lo que se llega a una interpretación (Del Valle, 2002).

En esta propuesta nos basamos en la cultura visual apreciada desde la historia social del arte. Partimos de la consideración de que la mirada tiene un condicionamiento social de acuerdo con hábitos, caracteres y contextos sociales.

La cultura visual

Partimos de la Escuela Iconológica, que inicia con los trabajos realizados por Aby Warburg,¹³ quien generó análisis a través de la analogía y la comparación de un corpus de imágenes para investigar y descubrir la historia de la cultura. A partir de estos estudios, se conformó el Instituto Warburg,¹⁴ comenzando, así, un grupo de investigadores que analizan la imagen desde el método iconológico (Burucúa, 2003).

Dentro de este grupo de investigadores asociados al Instituto Warburg se encuentra Erwin Panofsky¹⁵ (1998), quien expone que la representación espacial que supuso el Renacimiento planteó un relativismo cultural y propone para ello un análisis en tres niveles: 1) análisis preiconográfico de los elementos de la imagen, la identificación de las figuras y el contenido temático natural; 2) análisis iconográfico donde se identifican los símbolos, el contenido convencional; y 3)

¹³ Aby Warburg (1866-1929), alemán, historiador del arte, conformó una biblioteca de 60,000 volúmenes en Hamburgo, la que, a su fallecimiento, fue enviada a Londres y dio origen al Instituto Warburg.

¹⁴ En su primera etapa funcionó en Hamburgo, Alemania, antes de la Segunda Guerra Mundial; salió de ahí con el fin de preservar la biblioteca de Aby Warburg y esta fue enviada a Londres, donde continúan los estudios.

¹⁵ Erwin Panofsky (1892-1968) alemán, historiador del arte, discípulo de Warburg, fue exiliado a Estados Unidos de América en los años treinta del siglo pasado.

análisis iconológico, que implica la interpretación de los símbolos a través de una tradición cultural, en busca de sus significados intrínsecos (Burucúa, 2003; Gómez, 2010).

Otro de los investigadores de este grupo es Rudolf Wittkower¹⁶(2006), quien expone que la interpretación de los símbolos visuales se hace en cuatro niveles: 1) literal figurativo, donde solo vemos figuras y estas tienen que ver con las imágenes visualizadas previamente y el conocimiento de las convenciones culturales del periodo en particular; 2) literal temático, que no forzosamente coincide con el significado figurativo; para esto requerimos de información contextual, social, política o religiosa; 3) múltiple, dónde se pueden encontrar diferentes interpretaciones de una misma obra; y 4) expresivo, que requiere de una enorme cultura artística para comprender la expresión emocional de una obra.

Michael Baxandall,¹⁷ por su parte, realiza estudios sociales del arte y reconoce la existencia del *ojo de la época*, “por lo que propone analizar los distintos conocimientos en torno al comercio, la religión y la ciencia con los que contaba cada sociedad para apreciar la imagen” (Camacho & Morales, 2017:24), considerando el condicionamiento social de la mirada, lo que explica la forma de ver y, por lo tanto, de producir arte.

Por su parte, Svetlana Alpers,¹⁸ retoma esta idea de Baxandall bajo el concepto de ‘cultura visual’, basada en una época en la que no existían los medios masivos, por lo que solo está presente el “carácter cultural de la visión” (Camacho & Morales, 2017:25). Ella sigue la línea iconológica sobre la búsqueda de la historia cultural, difiere sobre la concepción de una narrativa florentina en las obras de arte, considera que la interpretación no se puede juzgar bajo una sola óptica, sino que depende de la cultura que lo expone; de acuerdo con esto, no siempre hay un

¹⁶ Rudolf Wittkower (1901–1971), alemán, historiador del arte que siguió la tradición iconológica desde el Instituto Warburg.

¹⁷ Discípulo de Ernst Gombrich, “se especializó en el estudio social del arte” (Camacho & Morales, 2017:24).

¹⁸ Svetlana Alpers (1936), especialista en sociología del arte, trabaja la iconología partir de una teoría basada en la representación de los lenguajes culturales.

simbolismo oculto y se puede estar describiendo solo una idea narrativa (Alpers, 1987).

El arte de la descripción le adjudica a esta un adjetivo para las obras referidas como realistas como la manera de representación de los fotógrafos; es un arte del espacio, no del tiempo, cuyo tema básico es la naturaleza muerta. A este tipo de obras se le ha considerado carente de significado, pero puede representar los placeres del mundo, apela a la naturaleza (Burucúa, 2003). Además, como veremos en los próximos capítulos, esta representación visual sigue muy presente en las redes sociales de internet a través de la configuración de las *foodies*.¹⁹

Con esta serie de propuestas analíticas se puede observar que lo que se busca es pasar de un mero análisis iconográfico o descriptivo a la relación contextual de la imagen, donde se relacionarán los aspectos socioculturales, políticos y económicos junto con su ubicación espacial y temporal. Sin una contextualización previa no podríamos hallar los significados posibles.

En las fotografías tenemos un contenido latente y conceptual que interpretar. Igualmente se toma la composición como un nivel morfológico de la imagen. Siguiendo a Javier Marzal (2005), “se trata de comenzar con una descripción formal de la imagen, tratando de deducir cual(es) ha(n) sido la(s) técnica(s) empleada(s)” (64).

Es por ello que en el análisis que se propone no solo se considera el estudio desde la formalidad de la imagen o sus elementos puramente estéticos, sino que se aborda la relación que generan con esos los usuarios de las redes sociales, puesto que son ellos quienes determinan su contexto. Además se tienen las pautas de un condicionamiento social que determina su mirada y, por lo tanto, su interacción con las imágenes analizadas.

¹⁹ Fotografías de la comida, con su variación de *foodie selfies*.

La fotografía en las redes sociales de internet

Para algunos autores como Ronobell (2005) y Foncuberta (2013), la fotografía ya pasó de una estética uniformada en la modernidad a una visualidad ambigua y compleja en la posmodernidad, por lo que ahora se habla de una hipervisualidad, que implica ver más que la simple vista, además del uso óptico y masivo que dan los medios de comunicación, donde se muestran las imágenes y se construyen categorías visuales, expresiones y nuevas formas de transmisión de conocimiento sociocultural. Esta nueva visualización está formada por una contaminación viral de imágenes y su multiplicidad comunicativa.

La fotografía digital ha revolucionado este intercambio de imágenes ya que a través de internet se puede hacer fácil y rápido, logrando en este medio una vida extendida y un uso indiscriminado. Compartir una imagen en internet implica necesariamente almacenamiento distribuido: fotos personales que pueden permanecer allí de por vida, apareciendo en contextos no previstos, reformulados y reutilizados (Gómez y Ardévol, 2011; Van Dijck, 2008).

La tecnología digital actual nos permite acceder a un sinnúmero de imágenes que cargan virtualmente distintos usuarios, por razones tan diversas como la cantidad de fotografías que se pueden ver en los medios virtuales. Para Gómez y Ardévol (2011), los álbumes de fotografía analógica representan la vida cotidiana doméstica, mientras que las colecciones digitales en línea generan una mayor conectividad y comunicación colectiva; crean por lo tanto una red sociotécnica y no solo representan la vida.

Estos investigadores consideran que el análisis de las fotografías debe tomar en cuenta a las personas fotografiadas, a los instrumentos fotográficos y a las plataformas de difusión utilizadas, por lo que hay que considerar el lugar de la toma, su momento y lo que se inserta dentro de la misma.

Marzal y Soler (2011), en su investigación sobre los hábitos de consumo y usos de la fotografía en la era digital, detectan que lo que más valoran los sujetos de su

estudio es “lo sorprendente” de una fotografía, lo que deja al descubierto la influencia que han generado los medios de comunicación con las imágenes impactantes que se presentan a diario.

Por su parte, Van Dijck (2008) considera que las fotografías ganan lugar como momentos, pero pierden valor como recuerdos. Los fotoblogs hacen que los jóvenes se perfilen en imágenes más que en palabras.

Es observable que en las redes sociales en internet se suben imágenes con la intención de contar una historia en particular, pero al analizar esa historia puede detectarse una serie de características que representan lo contemporáneo e inmediato del mundo de quien las exhibe, por lo que el cuestionamiento es: ¿estas fotografías se comparten con un cuidado estético o solamente con una intención de realidad inmediata? En este sentido, Sánchez (2011) considera que la fotografía reconstruye la realidad que está a nuestro alrededor.

Las imágenes que se encuentran en los medios virtuales no un océano lleno de fotografías sin sentido, sino que están clasificadas, muchas han sido comentadas, mientras que otras se insertan dentro de algún proyecto colectivo (Gómez y Ardévol, 2011).

Esto demuestra que hay un sistema de comunicación y rituales de comportamiento dentro de estas redes sociales. Además, Marzal y Soler (2011), en su investigación sobre los hábitos de consumo y usos de la fotografía en la era digital entre estudiantes de comunicación, detectan que ya no se crean álbumes análogos, sino solo de manera digital virtual.

Las fotografías han alcanzado importancia dentro de estos intercambios de comunicación: son un medio que ha aumentado su uso con la facilidad de los dispositivos móviles conectados a internet. De igual manera, han fomentado la validez de la información pues pareciera que, si no se añade la foto, el mensaje que se transmite no es válido; es decir, una buena historia o un chiste no tienen el mismo efecto expresado únicamente en palabras que cuando una imagen los acompaña.

Interactividad hipertextual y estética en Facebook

Las realidades virtuales han tomado presencia destacada en nuestro espacio y tiempo actuales. Los usuarios se han vuelto parte circular del medio digital. Y es así como en estos espacios “existe una desmultiplicación fractal de las imágenes y de las apariencias del cuerpo” (Baudrillard, 1990:28), esto es que se fragmenta la mediósfera,²⁰ y también se virtualiza el individuo.

Las computadoras son espacios interactivos y reactivos; “el ordenador ofrece la ilusión de compañerismo sin la demanda de una amistad. Uno puede ser solitario sin necesidad de estar nunca solo” (Turkle, 1997:41). Las redes sociales digitales se vuelven un espacio idóneo para que esta interactividad social y solitaria se presente. Los individuos conforman dentro del espacio virtual una identidad, la cual puede variar de acuerdo con la plataforma en que se conecten; en este caso nos interesa Facebook.

Facebook

La elección de esta plataforma responde a varios elementos: por un lado, como ya se mencionaba en la introducción, detectamos que la presencia de este medio en nuestro país es importante; además, la tendencia de búsqueda ha ido en aumento de 2009 a la fecha, y el estado de Hidalgo ocupa el segundo lugar en el país donde se realiza esta indagación (Google, 2014).

Son muchas las redes sociales que en internet se han creado, empleado y desechado, pero actualmente, y como lo plantea Galindo (2011), es Facebook “el gran fenómeno de las redes sociales en el ciberespacio” (178). Es una red que se ha mantenido sobre otras en la volatilidad del ciberespacio.

²⁰ El término *mediasphere* se entiende como el complejo planetario de los medios de comunicación, periodísticos, novelados, publicitarios, etcétera, presentados a través de los medios tradicionales y virtuales con medios gráficos, auditivos y visuales, como sistemas socio-técnicos, donde se desarrolla la comunicación global (<https://www.wordnik.com/words/mediasphere>).

Facebook no ha dejado de innovarse y reinventarse a lo largo de su historia. Provee a sus usuarios de vastas herramientas para conectarse con otros, permite la convergencia de diversos contenidos y genera conexiones entre una gran diversidad de usuarios, que va desde individuos ‘desconocidos’ en los medios masivos de información, hasta cualquier persona ‘célebre’ o del espectáculo. Este medio virtual está “modificando la cultura digital contemporánea” (López & Ciuffoli, 2012:9).

Por otro lado, para Bacallao (2010) las palabras que saltan en esta plataforma son ‘exhibicionismo’, ‘voyerismo’, ‘asustados’ -ante el cambio-, -falta de- ‘prudencia’; donde los usuarios están “movidos por las ganas de contactar con el mundo, de exhibirse o por la más pura chafardera” (7); parece ser un medio que da a la gente libertad de expresión de manera más natural que en su vida lejos del teclado.

Para el fundador de Facebook, Mark Zuckerberg, la tecnología que están construyendo es para “brindarle a todos el poder de compartir fácilmente cualquier cosa con quien uno quiera”, es decir, no solo es compartir, sino hacerlo con rapidez y facilidad, además de elegir nuestra audiencia. En tanto empresa, también buscan crear productos incluyentes, como la lectura de fotografías para personas sin visión o inclusive llegar al uso de la fotografía para determinar si una persona tiene cáncer de piel (Facebook, 2016).

Tanto es el poder que ha ido forjando Facebook en la vida de las personas desde su inicio en el 2004, que con solo dos años, en el 2006, la revista *Time* se basó en la construcción de los perfiles que promueve esta plataforma para considerar al personaje de ese año en su sección *Person of the year*, y decidió que no se tratara de un magnate o de algún personaje de la política o del espectáculo, sino de ‘todos’ los usuarios de internet.

Bajo el subtítulo de “*You. Yes, you. You control the Information Age. Welcome to your world*” –Tú. Sí, tú. Tú controlas la era de la Información. Bienvenido a tu mundo-, posiciona a los usuarios de Facebook en la portada de la edición del 25 de diciembre de 2006–1 de enero 1 de 2007. El editor de ese número, Richard

Stengel, explicó que con la elección se buscó reconocer y agradecer el poder de internet, y cómo en este medio los individuos se habían empoderado, concretando así el deseo de los usuarios de tener una imagen personal (Waxman, 2016).

Interactividad hipertextual

El uso de internet implica fenómenos de interacción que rompen con estructuras tradicionales de comunicación. La aparición de comunidades en línea desprenden a las personas de hechos meramente materiales y les brinda la posibilidad de una existencia diferente y apasionante; en tal forma que las comunidades adquieren un rostro amigable donde todos son incluidos y se vuelven parte de la interacción de una u otra forma. Turkle (1997) considera que con “los ordenadores podemos simular la naturaleza en un programa o dejar la naturaleza de lado y construir segundas naturalezas limitadas solo por nuestros poderes de imaginación y abstracción” (61).

Los “ordenadores pueden ser extensiones de la construcción del pensamiento por parte de la mente” (Turkle, 1997:41), lo cual los vuelve una extensión del yo, por lo que el perfil que se crea en la plataforma Facebook permite expresar quién eres o quién se quiere ser en este medio. Puedes contar cosas como qué está pasando en tu vida o lo que piensas sobre alguna situación de tu contexto local o global, a partir del texto, de fotos o de video.

De igual manera, se puede compartir información personal, desde la fecha de cumpleaños hasta los estudios, pasando por viajes o empleos. Una parte importante está en incluir una imagen personal que te represente en este medio. El retrato reafirma aspectos de la humanidad a través de símbolos y metáforas; “cuando vemos otra cara humana tendemos a establecer comparaciones con nosotros mismos, a simpatizar o empatizar con el objeto” (Bright, 2005:13). Un autorretrato aborda aspectos de la identidad personal, como algo fluido e intercambiable, en función propia y del entorno.

Desde el área de inicio de Facebook, las personas pueden revisar las noticias más relevantes que se han publicado, leer las historias que han compartido sus amigos o las páginas y grupos con quienes están conectados en la red. A partir de esta revisión, el usuario puede otorgar una reacción a la publicación, como un 'me gusta', 'me encanta', 'me asombra', 'me enoja', 'me entristece' o 'me divierte'; también puede comentar lo que ve. Esta información se hace presente de acuerdo con los intereses de los usuarios y con su actividad, por lo que cada página es personalizada (Facebook, 2018).

La construcción de este perfil está totalmente relacionada con la creación de una identidad digital. Berger y Luckman (2001) plantean que la identidad surge de la dialéctica entre el individuo y la sociedad, la cual es clave para la construcción de una realidad subjetiva, ya que se forma a través de procesos sociales.

Las herramientas y posibilidades que permite esta plataforma virtual aportan a la configuración de una identidad, donde las relaciones entre el individuo y la sociedad no se limitan a una comunicación cara a cara, sino que existe un sinfín de posibilidades para mantener esta interactividad y crear la identidad.

Facebook es un espacio en renovación constante donde el usuario realiza mejoras en su propio aspecto o apariencia como sujeto. Esto se puede observar a la hora de crear un perfil, donde se trastoca la perspectiva sobre sí mismo en los demás. Para Liceaga (2014) esta identidad es solo una personalización de atributos que nos consagra como objetos de venta de una representación de cierta personalidad creada con los fragmentos de información.

Como se ha mencionado en la introducción, se trabajó la observación primaria desde Crónica Fotográfica de la Vida Cotidiana, grupo en el que la plataforma de Facebook da opción de revisar quienes son los miembros.²¹ Desde esta página podemos observar su fotografía de perfil (imagen 1), nombre de usuario y algunos datos como su lugar de residencia o de trabajo; podría leerse también dónde estudiaron; esto depende de la información que han decidido poner como pública.

²¹ <https://www.facebook.com/groups/296339757203431/members/>.



Imagen 1. Captura de pantalla de la sección de miembros del grupo CFVC.

En este sentido, encontramos la postura de Erving Goffman (1989), quien toma al individuo dentro de una interacción con otros en la que busca impresionarlos a través de “la expresión que da y la expresión que emana de él” (14), es decir, usando comunicación verbal y no verbal que también puede involucrar el engaño y el fingimiento. Por ello es relevante definir con qué información e imagen decidimos presentarnos en dicho medio.

Entonces, el individuo, de acuerdo con los motivos u objetivos de la interacción, buscará controlar la conducta de los otros o llevarlos a actuar voluntariamente de acuerdo con su plan, situación que ha llegado a ser evidente en los medios virtuales. Hoy, al construir nuestro perfil digital, no solo emitimos datos personales, sino que configuramos una imagen personal sobre quiénes queremos ser en este medio.

En este sentido Goffman (1989) considera que entramos en una actuación, actividad en la que el usuario tiene una ocasión específica para influir en los otros. Esta actuación puede llamarse también juego de roles o papel o rutina.

Cuando un individuo desempeña un papel que ha creado para su espacio virtual busca que el público se convenza de la representación que ofrece. Cada persona que converge en el ciberespacio, al igual que en la realidad fuera de este, desempeña un rol, por lo que se coloca una máscara mediante la cual se presenta ante el otro para conocerlo y a sí mismo.

Por ejemplo, en el grupo de Facebook en el que se ha trabajado podemos observar el caso de la Usuaría 14, quien en su información de perfil público coloca su fotografía, lo que nos permite identificarla como mujer, con una edición sobre esta de los colores del arcoíris haciendo referencia a la bandera que han tomado como símbolo de la comunidad LGBTQ,²² por otra parte, también es observable una información sobre dónde trabaja, en la que acota que es en Canadá.

Esta información sobre trabajar en Canadá es lo que llama la atención pues está construyendo una imagen digital en la que el dato puede llevarnos a diversas conclusiones sobre la vida de dicha persona. Entonces, por ejemplo, dentro de las imágenes que comparte encontramos la U14.18.09.15 (imagen 2) que publicó en el grupo el 18 de septiembre del 2015 con el título de “El panorama antes de entrar á l’École.... Cevide 2015”.

Entonces podemos identificar que este miembro del grupo estudia en un edificio conocido como *CEVIDE*, que es parte del campus de Ciudad del Conocimiento de la Universidad Autónoma del Estado de Hidalgo, por lo que no podría trabajar en Canadá; sin embargo, en su propia identidad virtual mantiene el uso de palabras en francés ‘á l’École’, que es uno de los idiomas oficiales de este país.

Así pues, ¿qué se está ofreciendo entre los ciberusuarios sobre ellos mismos? Esa es la cuestión: cómo decido presentarme ante el mundo virtual. Esto es de interés en la presente investigación, puesto que de ello depende el tipo de interactividad que tendremos en el medio. De acuerdo con Turkle (1997) somos seres sociales buscando comunicarnos con otros, pues aunque “también somos

²² Son las siglas de las iniciales de las palabras lesbianas, gays, bisexuales, transexuales y queer; algunas comunidades también incluyen las siglas de intersexuales y asexuales, entre otros conceptos determinados en los estudios de género.

seres solitarios (...) empezamos a relacionarnos con el ordenador en cualquier lugar” (129) siempre que parezca que va a ofrecernos cierta compañía.



Imagen 2. Fotografía U14.18.09.15: El panorama antes de entrar á l'École.... Cevide 2015.

¿Con qué fachada iniciaremos una conversación hipertextual en este espacio? Será con una referente a la identidad regional, o al interés de posicionamiento social, o quizás con una postura moralmente superior al otro. Esta fachada está dotada de expresividad intencional o inconsciente del individuo durante su actuación, así que se consideran los elementos del espacio físico; de igual manera impacta su estatus respecto a la clase social o a la educación, lo que mostrará cierta apariencia y modales.

En cualquier interacción manejamos una serie de máscaras; sin embargo, los espacios de contacto cara a cara muchas veces limitan nuestras posibilidades, mientras que los espacios virtuales las amplían. Los actores pueden presentar rutinas diferentes de una misma fachada o fachadas diferentes para una misma

rutina, determinando facetas particulares para cada rol que se juega (Goffman, 1989).

Desde la visión de Turkle (1997), en la virtualidad “hay muchas personas que experimentan la identidad como un conjunto de roles que se pueden mezclar y cambiar, cuyas demandas diversas requieren ser negociadas” (228).

En una relación fuera del ciberespacio, la persona debe cumplir con la representación de la fachada correspondiente cada vez que realiza el mismo rol; mientras que en las redes sociales puede explorar un sinfín de máscaras para una cantidad innumerable de actividades y relaciones virtuales.

Continuando con el caso de la Usuaría 14 del grupo Crónica Fotográfica de la Vida Cotidiana, al ingresar a su perfil público de Facebook podemos ver de manera abierta las fotografías de perfil²³ (imagen 3) y detectar una consistencia en su apoyo a los movimientos de la comunidad LGBTQ, colocando en su perfil diseños de la bandera del arcoíris, símbolo de dicho movimiento, que incluso incluyen frases contra el odio hacia estos grupos.



Imagen 3. Captura de pantalla del álbum público de fotos de perfil de la Usuaría 14.

²³ De acuerdo con Facebook (2017) la foto del perfil es pública y aparecerá en el álbum ‘Fotos del perfil’. Al igual que la fotografía de portada estas se almacenarán en el álbum de ‘Fotos de portada’.

De acuerdo con Goffman (1989) para la mejor presentación de estos papeles la actuación debe ser ensayada, así tendrá mayor fluidez y apariencia casual. Esto ocurre en una relación directa; ahora imaginemos la diversidad de posibilidades que se da para el ciberespacio.

Internet y en concreto las redes sociales virtuales son un medio que aumenta la búsqueda de la idealización: ser quien se espera que seamos. De acuerdo con Turkle (1997) estamos viviendo “el triunfo de la estética de la simulación” (55), lo cual transcurre a través de las pantallas que nos rodean.

Las tecnologías de nuestras vidas cotidianas cambian la manera en que vemos el mundo. La pintura y la fotografía se apropiaron de la naturaleza. Cuando miramos a los girasoles o a los lirios, los vemos a través de los ojos de Van Gogh o Monet. Cuando nos casamos, la ceremonia y la celebración que le sigue producen fotografías y grabaciones de video que desplazan el acontecimiento y se convierten en nuestros recuerdos de él (Turkle, 1997:61).

Es una forma de socializar para cumplir las expectativas de la sociedad digital, virtual y del conocimiento ante la que estamos.

Actualmente, Facebook está orientado a una experiencia más social y personalizada, donde las actuaciones, el juego de roles y las máscaras están más presentes, en tal forma que es mucho más claro y fácil conformar ahí un imaginario colectivo en nuestro entorno, que no está exento del componente tecnológico, el cual ha sido extendido al espacio virtual.

Según Cornelius Castoriadis (1983) los actos colectivos se producen dentro de una red llena de símbolos, donde el simbolismo está al servicio del contenido, de tal manera que el ciberespacio no está exento de estas relaciones simbólicas que cohesionan a la sociedad.

La construcción de un imaginario dentro de las redes sociales de internet, o lo que Vayreda (2004) ha llamado el imaginario de internet, responde a diferentes simbolismos de acuerdo con su interpretación y su uso; por lo tanto, el simbolismo

no puede ser neutro ni totalmente adecuado, e irá evolucionando sobre los fundamentos simbólicos precedentes (Castoriadis,1983).

Este imaginario tiene una unidad de fondo y horizonte común, que actúa en la práctica y en la cotidianidad para dar sentido al comportamiento humano y a las relaciones sociales. El hipertexto y el surgimiento de la web 2.0 toman gran importancia para esta construcción simbólica. Sin esta evolución del lenguaje informático las relaciones a través del signo y del símbolo serían muy limitadas.

Los usuarios de internet se han internado en un mundo virtual que les ofrece una gran cantidad de posibilidades de actuación, de creación y de libertad de ser en tal forma que “hay un uso inmediato de lo simbólico, el sujeto puede dejarse dominar por este, pero también un uso lúcido” (Castoriadis, 1983:217) que les permite reflexionar sobre él.

Lo imaginario se separa de lo real, así que para existir debe utilizar lo simbólico. En consecuencia, lo imaginario no está lejos de la virtualidad, la cual requiere de la realidad y de lo simbólico para existir. “El simbolismo supone la capacidad de poner entre dos términos un vínculo permanente de manera que uno represente al otro” (Castoriadis, 1983:220).

Así pues, hemos difuminado la línea entre la simulación y la realidad, “normalmente somos conscientes de que las imágenes y las representaciones en una pantalla no están en el mundo de la misma forma en que estamos nosotros” (Turkle, 1997:209). Entonces se alterna la identidad “con personas que viven la realidad virtual y merodean por diferentes personajes y géneros, de ventana en ventana en la pantalla del ordenador” (209).

El componente racional-real de un simbolismo está entretejido con el imaginario, por lo que el ciberespacio ofrece un excelente lugar para conformar un nuevo imaginario colectivo que permee en espacios locales y globales de la sociedad a través de sus relaciones en las redes sociales digitales, como es Facebook.

Encontramos, entonces, también la transcodificación cultural, donde los términos de ‘amigos’, ‘grupos’, ‘páginas’, ‘muro’, ‘comentarios’, ‘me gusta’ y las ‘reacciones’, así como “todas las categorías que utilizamos para describir las prácticas de comunicación que tienen lugar en Facebook, no son otra cosa que formas humanas de nombrar los complejos procesos informáticos que tienen lugar en la plataforma” (López & Ciuffoli, 2012:24), son símbolos requeridos para concretar un imaginario colectivo en el internet.

Por ejemplo, en la fotografía compartida por la Usuaría 02 el 6 de septiembre del 2015, donde se aprecia a un hombre de espaldas que está destapando un horno en tierra donde se ha preparado una barbacoa estilo hidalguense U02.06.09.15 (imagen 4); quien lo comparte no se queda solo con la intención de publicar el momento en que ha disfrutado de lo que ella acota como “#DeliciasDeLaVida”, sino que trasciende más allá al proponer que se realice un convivio entre los miembros del grupo, como si literalmente fueran todos ‘amigos’ y no solo usuarios de un espacio virtual

“...Si seguimos en esta línea de publicar más fotos de comida me veré obligada a proponer de mínimo un convivio donde tanto degustador de la buena vida compartamos, además de fotos, algo de comida y bebida...”

Además se puede leer en los comentarios una respuesta que dice “No se ve la foto pero la idea es magnífica!!!! (sic) Yo la apoyo”, lo que también nos demuestra que los usuarios pueden trascender a la imagen y pasar a esa identificación de grupo como amigos o conocidos más allá de ser meramente miembros de un grupo que les ha generado un interés común.



**Imagen 4. Captura de pantalla de la fotografía U02.06.09.15:
“#DeliciasDeLaVida.**

Por otro lado, es interesante observar en este mismo grupo de Facebook que, dentro las fotografías que se compartieron de vistas (182 fotos), un número importante muestra espacios reconocibles de una ciudad como monumentos o

edificaciones públicas. Por ejemplo, se encuentra una repetición en 5 fotografías de la estatua de Benito Juárez²⁴ ubicada en la Plaza Juárez de la ciudad de Pachuca, publicadas por 3 miembros del grupo los Usuarios 8, 27 y 83 (imágenes 5, 6, 7, 8 y 9).



Imagen 5. U08.05.10.15c: #PlazaJuárez #Arte #Pachuca #Hidalgo.



Imagen 6. U08.05.10.15d: #PlazaJuárez #Arte #Pachuca #Hidalgo.



Imagen 7. U83.10.03.16: La tarde de ayer en Pachuca...



Imagen 8. U83.13.09.15: Atardecer... Plaza Juárez.

²⁴ Benito Pablo Juárez García (1806-1872), abogado y político mexicano, de origen indígena, presidente de México conocido como *Benemérito de las Américas*. Reconocido por consolidar al Estado mexicano como una república.



Imagen 9. U27.23.09.15: El guardián de la plaza...

Revisando los títulos con los que fueron compartidas las fotografías podemos detectar que lo que se repite es el término de `plaza`, por lo que se está identificando más como un espacio general de concurrencia, que como la referencia directa al monumento. Sin embargo, esto abona al imaginario colectivo, puesto que quienes conocen este espacio de la ciudad de Pachuca, México, de inmediato se identificarán con él y podrán reconocerlo y recordar sus diferentes facetas, ya sea como un lugar nodo o como un espacio donde ocurren diferentes eventos.

En esta serie solo hemos tomado las fotografías en que se ve el monumento a Benito Juárez, sin embargo hay otras imágenes que presentan la plaza, por ejemplo, con el encendido del árbol de Navidad, que también ocurre en este espacio, o la celebración del Grito de Independencia.

La conformación de entes digitales que presentan su vida en la diversidad de pantallas que los rodean, no solo de orden mediático, sino también social, genera un nuevo entendimiento colectivo en el que tienen la posibilidad de presentarse con ciertas máscaras, las cuales pueden cambiar y modificar a placer. Además, pueden organizar los simbolismos de distintas maneras a fin de crear un

imaginario específico para las necesidades del momento. El internet ha contribuido “a pensar la identidad en términos de multiplicidad” (Turkle, 1997:227).

En cuento se construye un *yo* a través de muchos *yos* “Internet se ha convertido en un significativo laboratorio social para la experimentación con las construcciones y reconstrucciones del *yo* que caracteriza la vida posmoderna” (Turkle, 1997:228), nos aut creamos en una realidad virtual.

La “vida del mundo moderno responde tanto a lo imaginario como cualquiera de las culturas arcaicas o históricas” (Castoriadis, 1983:271), donde se da un criterio de realidad a las necesidades que la sociedad presenta. Las necesidades de autoexhibición que permite la plataforma Facebook es uno de los símbolos que se hará constante en el imaginario de estos espacios virtuales. Entonces la vida se da en conexión “donde reconstruimos nuestras identidades en una cultura de la simulación a través de las comunidades virtuales” (Turkle, 1997:225).

Si hoy se debe hablar de un tema de política exterior, los usuarios publican al respecto, pero a lo mejor más tarde se opina sobre un programa de televisión y a la par se realiza una crítica moral o juiciosa hacia alguno de los contactos en este espacio o hacia algún ente público inmerso en el medio. Lo que importa hoy es el *yo flexible*, “la capacidad para la adaptación y el cambio, para trabajos nuevos, nuevas direcciones en nuestras carreras, nuevos roles de género, nuevas tecnologías” (Turkle, 1997:321).

Laura Borrás (2004) ve esto también desde la postura de que, hoy en día, la crítica es un derecho que las personas consideran propio y que se ha intensificado en las redes por la posibilidad de informarse en distintos documentos, lo que crea nexos intertextuales que son densamente personalizados.

A partir de la construcción de estos imaginarios pasamos de la mera interacción hacia una interactividad, donde podemos ser omnipresentes incluso en la ausencia ya que, mientras nuestro perfil digital se mantenga abierto en el espacio virtual, cualquier persona puede relacionarse con él.

La interactividad no es producto de la tecnología informática, sino que se produjo con la aparición del manuscrito y la escritura de imprenta que excluyó la interacción cara a cara. Lo cual el medio electrónico reprodujo sumándole una comunicación sincónica [yacrónica], espontaneidad y volatilidad (Ryan, 2004:247).

Esta interactividad se da puesto que las fotografías, videos, comentarios y publicaciones que realizamos en nuestro muro, así como “los ‘me gusta’ y los mensajes privados que intercambiamos con nuestros contactos son elementos que pueden agruparse en ‘módulos’, preservando su identidad, pero que a su vez pueden ser separados y agrupados nuevamente” (López & Ciuffoli, 2012:22).

Por ejemplo, en el caso de fallecimiento de una persona, los familiares, al acreditar el deceso, pueden solicitar a Facebook que se elimine el perfil o que dicha cuenta se convierta en conmemorativa, donde amigos y familiares pueden compartir historias y recuerdos (Facebook, 2017). Esto nos muestra cómo un perfil puede permanecer en la virtualidad, ya sea como una cuenta más cuando la persona ha muerto, hasta que algún familiar haga la solicitud del cambio de estatus o eliminación de la página.

En este imaginario de internet se da la interactividad del humano con el no humano o la serie de artefactos e intangibles que existen en el espacio virtual. Es ahí donde nos interesa concretar cómo se interactúa con las imágenes en el ciberespacio.

Esta interactividad requiere de la participación del usuario con el ordenador; en ese sentido el nivel de interacción va a ser variable de acuerdo con los intereses del usuario y la capacidad del hipertexto por generar ese intercambio informacional. Podemos tener una interactividad mínima, *reactiva*, lo que “no implica ningún tipo de acción deliberada por parte del espectador o del lector” (Ryan, 2004:249); la máxima sería la *selección al azar entre varias alternativas* donde el usuario debe “mantener en marcha la máquina textual para el que texto

pueda desplegar su potencialidad y realizar su virtualidad” (Ryan, 2004:249); otra sería la *interactividad selectiva* donde la acción tiene un propósito determinado; la interactividad más plena sería en la que se da una *implicación del usuario*, es decir, la “acción productiva que deja una marca duradera en el mundo textual”. (Ryan, 2004:249)

El imaginario colectivo que propicia una comunicación mediada por el ordenador nos situará en lo que más adelante revisaremos como parte de las comunidades virtuales y, por lo tanto, de la generación de una cibercultura. La interactividad está alimentada por las aportaciones de los usuarios, lo cual se da por su búsqueda de influir en un *argumento*, cambiar la *perspectiva del mundo* (virtual), *explorar el campo de lo posible* (juegos y realidad virtual), *mantener la máquina textual en funcionamiento* (hipertextualidad), la *recuperación de documentos* (colección de recursos), para *jugar y resolver problemas* (espacio lúdico), *evaluar el texto* (críticas), *participar en la escritura del texto* (creaciones colectivas), *participar en un diálogo e interpretar papeles* (conversación) (Ryan, 2004:254-256).

Leer hipertextos es una experiencia solitaria, altamente individual, que es difícil de compartir. Por lo tanto, aunque todos los hipertextos tengan un punto de entrada fijo, “cambia con cada lectura, pues los lectores raramente atraviesan el mismo camino” (Ryan, 2004:271).

En la segunda parte de esta investigación revisamos la interactividad que se genera entre la imagen y los usuarios de Facebook a través del dialogismo, buscando los caminos seguidos por cada usuario para leer aquellos hipertextos en los que se da un intercambio mutuo y recíproco de la visión general y la acumulación de información de cada fragmento, lo que permite la construcción de conocimiento entre los usuarios.

Interactividad estética

El hipertexto permite relacionar información verbal y no verbal, por lo que cuando se habla de interactuar con él no es solo en una lectura como la que se hace con

un documento textual tradicional, donde hay un inicio, un clímax y un final. El hipertexto va más allá, aportando también información en cuanto a documentos visuales y sonoros, que pueden ser verbales o no verbales.

De acuerdo con Turkle (1997), vivimos una estética de la simulación por lo que estamos “cada vez más acostumbrados a navegar por simulaciones de pantalla y hemos crecido con menos posibilidades para neutralizar los ordenadores que nos rodean” (55); esas pantallas se han vuelto una extensión de nuestras vidas, por lo que buscamos proyectarnos en ellas.

Nos encontramos entonces con que “el hipertexto fomenta lo que generalmente ha sido considerado como un modo de lectura no lineal” (Ryan, 2004:250) y por lo tanto interactiva, donde cada lector puede elegir cómo iniciar la lectura, continuarla y concluirla, siendo esta lectura no solo de textos, sino también de imágenes y sonidos.

Dentro de esta interactividad con la imagen fotográfica en la red social Facebook, interesa detectar su relación con la estética.

Así, tomad al Hombre Virtual con su aparato fotográfico: no es esclavo de ello como lo sería de una máquina. Ni libre, por otra parte; es un servidor objetivo, asignado al aparato como el aparato le es asignado, por una involución del uno en el otro, una refracción virtual del uno por el otro. El aparato hace lo que el fotógrafo quiere que haga, pero este último no realiza de nuevo más que lo que la máquina está programada para hacer. Es un operador de virtualidad, y su función no es más que, en apariencia, la de captar el mundo, en realidad es la de explorar todas las virtualidades de un programa, como el jugador aspira a agotar todas las virtualidades del juego. Está ahí, por otra parte, la diferencia entre un uso «subjetivo» de la fotografía donde el sujeto permanece armado de una visión reflexiva y estética del mundo, y la fotografía virtual, la fotografía como máquina virtual, cuya responsabilidad frente al mundo es nula, pero las posibilidades de juego innumerables (Baudrillard, 1990:32).

El hipertexto genera una lectura no lineal de lo intangible en el ciberespacio. Así pues, esta cita de Baudrillard, nos permite observar que la interactividad con la imagen en el espacio virtual se da igual que el imaginario a través de una relación dialéctica entre el usuario/productor y la fotografía.

En el espejo, es el sujeto el que juega su real y su imaginario. En el objetivo, y en todas las pantallas en general, y con la ayuda de todas las técnicas «mass-mediáticas», es el mundo el que se hace virtual, es el objeto el que se libera «en potencia» y el que se da en espectáculo. Porque, en la fotografía, todas las imágenes son posibles. Y a la inversa, no hay acto ni acontecimiento que no se refracte en una imagen técnica, ni una acción que no desee ser fotografiada, filmada, grabada, virtualizada, que no desee confluir en esta memoria y hacerse en esta eternamente reproducible (Baudrillard, 1990:32).

Por ello el análisis de esta investigación no se centra solo en la fotografía ni en un conocimiento del usuario de las redes sociales, como se ha dado en otros estudios, sino que desea plantear la interacción dialéctica que sucede entre la fotografía y los usuarios y viceversa.

Retomando a Susan Sontag (2006), ella consideró que lo que una fotografía pretendía comunicar se podría interpretar en varias formas, pero a la larga se entenderá lo que debería estar diciendo; sin embargo, esto podría contraponerse con las lecturas que pueden hacerse al hipertexto en el ciberespacio, donde los lectores responden a diferentes formaciones y bases de su conocimiento. No hay un lector uniforme, por lo que existe una visión de ruptura en cuanto a lograr un idéntico valor. Tal vez, como lo plantea Sontag, al final el mensaje quedará claro, pero lo cierto es que llegar a ese entendido se dará a través de caminos diversos por parte de los cibernautas.

Laura Borrás (2004) plantea una estética de la interactividad en la que leer, comprender y dialogar implica dominar un documento y forma al sujeto, hay una relación intersubjetiva entre dichas acciones.

Es relevante destacar que estas actividades dentro de la red digital se comprenden sin el principio de autoridad que se tendría en otros espacios de conocimiento. Esta nueva apropiación del conocimiento se da a través de interrogantes que suscitan nuevas preguntas, lo que genera un recorrido informativo aleatorio y diferente para cada internauta.

En una fotografía compartida el 5 de septiembre del 2015 en el grupo Crónica Fotográfica de la Vida Cotidiana por la Usuaría 13 (imagen 10), donde captura, en una toma vertical, un chapulín color verde sobre una roca y lo comparte con el título “La naturaleza, sus seres y nuestro entorno, aquí un grillo, en omitlán (sic) de Juárez, Hgo.”, se pretendía mostrar un espécimen de la nuestra naturaleza, la lectura de los usuarios se orienta más bien hacia la impresión que les causa su rostro.

En este sentido, el mismo miembro del grupo que la comparte responde diciendo “...La fotografía nos permite hacer visibles algunas cosas que a simple vista no podemos ver! 😊”. Por lo que la simple imagen produce un diálogo con los usuarios que va más allá de su lectura formal, para dar paso a la generación de una interacción con ella y su entorno, en el espacio virtual en que fue compartida.

Borrás (2004) plantea que la noción de interactividad está fundamentada en el principio del deseo de exploración, en el que la percepción de los usuarios no es pasiva, por lo que su deseo los lleva a realizar ‘clics’ de manera libre y sugerente bajo la idea de un descubrimiento sorpresivo dentro del espacio digital.



**Imagen 10. Captura de pantalla de la fotografía U13.05.09.15:
La naturaleza, sus seres y nuestro entorno...**

Esta investigadora equipara al hipertexto como 'laberinto en red' del sentido, puesto que "en una lectura auténticamente hipertextual no existiría la pérdida porque no hay ningún lugar hasta el que dirigirse, no hay una clara destinación hacia la cual encaminarse, excepto la pantalla en la que uno se encuentra en cada momento" (Borrás, 2004:283).

Si todo queda enmarcado en una pantalla, entonces "cualquier actuación en el ámbito digital es vehiculizada por la mirada" (Borrás, 2004:283). En este contexto, la mirada queda libre en tiempo y en espacio, puede dirigirse o encaminarse

adonde lo desee. La lectura de las imágenes sirve para “construir una opinión o, como mínimo, para ofrecer elementos para configurarla” (284).

El usuario ya no es un observador pasivo, sino que debe interactuar con lo que ve. Existe una interactividad desde el momento en que el ordenador y el usuario deben de realizar comandos para entrar o salir de una pantalla, o para acceder a cualquier información. Se permite un diálogo entre el ordenador y el usuario a distancia y de manera asincrónica.

Esto ha generado que los contenidos encontrados en la red digital respondan a diseños dinámicos y accesibles para todos, así como que los usuarios tengan la capacidad de reflexionar ante estos documentos virtuales, a través de reglas en las que esos entienden “la fragmentación y la no-linealidad, en un medio de comunicación asincrónico” (Borrás, 2004:285).

El gusto

La construcción de un imaginario dentro del espacio virtual parte igualmente de los imaginarios colectivos que cada cultura y comunidad han establecido en su cotidianidad. Desde estos imaginarios, la estética toma importancia y es no solo la estructura formal del arte, sino la mirada que un grupo de personas constituye sobre las imágenes.

En este sentido, Omar Calabrese (1989), en su libro *La Era neobarroca*, se cuestiona sobre las construcciones de convencionalismos alrededor del disfrute que produce un sistema cultural,²⁵ definiéndose así nociones como ‘estilo’, ‘motivo’, ‘tipo’ o ‘gusto’ en un periodo determinado.

Es así como, “[a] menudo en la historia del gusto o de los estilos, se han denominado unos periodos a través de palabras-clave que los hacían extremadamente simplificados o abstractos” (Calabrese, 1989:20), por lo que, para

²⁵ Omar Calabrese (1989) define la cultura como “un conjunto orgánico, en el que cada elemento tiene una relación, ordenada jerárquicamente, con todos los demás” (21).

este autor, el 'gusto'²⁶ corresponde a “‘caracteres’, ‘epistemes’, ‘mentalidades’ de época y son reconocibles por cuanto son redes de relaciones entre objetos culturales” (23).

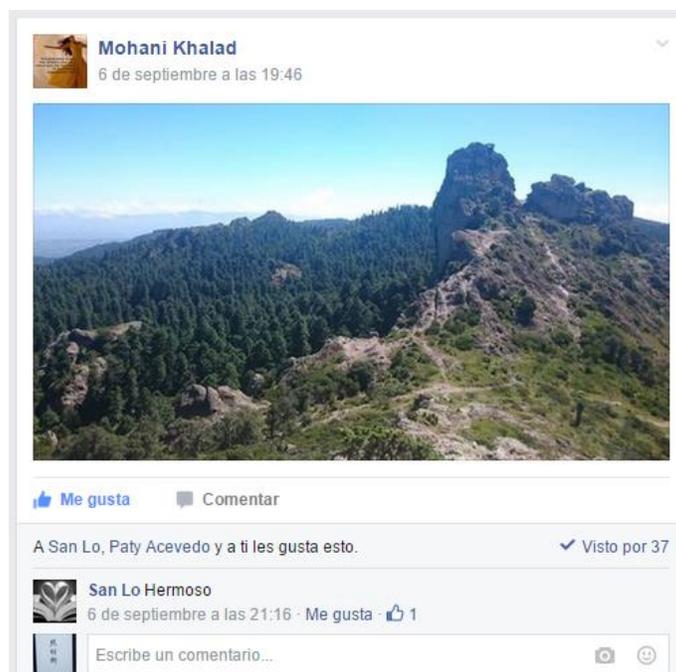
Sin embargo, nos encontramos en una época muy heterogénea, que este semiólogo encuadra a finales del siglo XX como *era neobarroca*, y que está visible en el ciberespacio bajo la propuesta de que “[el] progreso de las ideas nace casi siempre del descubrimiento de relaciones insospechadas, de uniones inauditas, de redes inimaginadas... Cada uno de nosotros, en efecto, dice siempre mucho más de lo que sabe y hasta lo que imagina saber” (Calabrese, 1989:25).

No solo se hace un análisis de las imágenes a partir de la forma, sino que también se busca la comprensión de los juicios de valor con que la sociedad las juzga dentro de una cultura visual, detectando una especie de “estetización de masas” en la sociedad actual. “Un juicio estético se acompaña casi siempre por un juicio ético o pasional o morfológico o viceversa... no solo atribuye determinados valores, sino también homologaciones entre diversas polaridades de valoración” (Calabrese, 1989:39).

En el grupo Crónica Fotográfica de la Vida Cotidiana los géneros fotográficos con mayor presencia buscan generar una estética formal y también generan una serie de juicios de acuerdo con esa apreciación formal y de valores. La interacción que guardan el usuario y la imagen depende de la composición formal de la toma y del contexto en que es tomada la imagen, así como el contexto con el que se presenta dentro de la comunidad virtual. Por ejemplo, en la imagen compartida por la Usuaría 17 el 6 de septiembre de 2015 (imagen 11), que corresponde a una fotografía horizontal de una panorámica desde la cumbre de una montaña boscosa, donde se aprecian otras cimas y un cielo azul con una zona de nubes bajas en el horizonte, perteneciente a una serie de cuatro fotografías que fueron compartidas bajo el título de “Explorando la naturaleza y sus cumbres rocosas !!! (sic)”; se puede observar el comentario de un miembro del grupo –“Hermoso”, lo

²⁶ Acotando que “lo que llamamos usualmente gusto es precisamente esto: la correspondencia más o menos conflictiva de valores presentes en los textos y en los metatextos” (Calabrese, 1989:40).

cual nos lleva a la reflexión de lo planteado previamente, donde no se habla de la belleza de composición o formalidad de la imagen, sino de la esencia de la escena. El juicio de valor que se da en esta interacción se realiza bajo el contexto en el que fue tomada la foto: “Explorando la naturaleza...”, y en el que es compartido un conjunto de fotografías de la vida cotidiana; hay aquí un juicio pasional y no solo morfológico.



**Imagen 11. Captura de pantalla de la fotografía U17.06.09.15c:
Explorando la naturaleza y sus cumbres rocosas !!! (sic).**

Pierre Bourdieu²⁷ retoma las ideas de Michael Baxandall sobre el estudio social del arte a través de la existencia del ‘ojo de la época’ donde hay un condicionamiento social de la mirada, entendiendo que “las condiciones sociales explican la manera de ver y de producir el arte y, consecuentemente, las imágenes pueden informarnos sobre la historia social” (Camacho & Morales, 2017:24).

Bourdieu (1998), en su libro *La distinción*, plantea que el gusto no puede relacionarse solo con las condiciones sociales en que se produce, sino de acuerdo

²⁷ Sociólogo Francés que introdujo a la investigación elementos de la cotidianidad de la sociedad a través de términos como *habitus*, *campo* y *capital*.

con los bienes que se consumen y la manera en que son consumidos en relación con campos legítimos y campos más libres respecto a lo escolar o extraescolar de la sociedad. La “disposición estética no se constituye si no es en una experiencia del mundo liberada de la urgencia y en la práctica de actividades que tienen en sí mismas su propio fin” (51).

Las obras de arte, por ejemplo, presentan un consumo de acuerdo con la preparación que tiene el grupo que las recibe, determinando que aquellas de mayor circulación son reconocidas por personas que no tienen gran preparación escolar, mientras que quien ha accedido a mayores grados de estudio, conocen y consumen obras de arte menos populares (Bourdieu, 1998).

En consecuencia, la aceptación o el gusto por una obra está dado por las categorías de los individuos, que también responden a la imagen colectiva que tienen la obra o los autores, su distribución y su presencia social. Entonces, las prácticas culturales de un grupo de personas dentro de una sociedad tienen una causa en su formación escolar, pero no es lo único; de igual manera impactarán los aprendizajes heredados y la posibilidad de una cultura más abierta, pues la masificación y la reproductibilidad de las obras de arte ha conllevado a que todos tengamos un gusto por el arte, ya sea ‘sin educación’ o ‘cultivado’.

Sin embargo, el estatus que se crea alrededor de conocer o no sobre la estética del arte es lo que hace que las personas busquen demostrar más este conocimiento y se acentúe de acuerdo con su nivel académico.

Bourdieu (1998) se cuestiona, a partir de la idea de Panofsky, que la obra de arte demanda ser percibida estéticamente. En este entendido, la intención estética es lo que hace a la obra de arte y, por lo tanto, nuestra percepción de ello crea al objeto estético, en tal forma que, para que no se convierta cualquier cosa en obra de arte, los objetos artísticos deben ser percibidos “en su *forma* más que en su *función*” (27).

Esto nos lleva nuevamente a la subjetividad que le implica a la audiencia el determinar qué es una obra de arte y qué no. La distinción no está completamente

relacionada con la disposición estética, sino con lo social. Esto nos importa en el ciberespacio, donde se ha visto que la inmediatez ha primado a la estética, pero aun así los usuarios que comparten imágenes dentro de las redes sociales de internet tienen un interés en generar tomas que sean apreciadas desde valores estéticos.

En estos espacios virtuales podemos encontrarnos con imágenes que han tenido una idea de función sobre su forma primeramente, pero que mantienen intenciones estéticas que permiten un gusto en quienes interactúan con ellas.

En el caso de la fotografía, Bourdieu (1998) detecta que la aceptación de una imagen de objetos 'mundanos' o escenas populares o cotidianas calificada como una 'bella fotografía' depende del nivel de instrucción de los cuestionados; sin embargo, la capacidad de relacionar esas imágenes con otras obras artísticas también impactará en su gusto. Si la fotografía de un paisaje recuerda una obra de arte, se considerará como una 'bella fotografía', mientras que si la escena es más común o cercana a lo considerado como 'humano', entonces será una toma 'fea' o 'insignificante'.

La aptitud para adoptar la disposición estética se encuentra así medida por la distancia (que, un campo de producción cuya ley de evolución es la dialéctica de la distinción, es también un desajuste temporal, un *retraso*) entre lo que es estéticamente constituido por el individuo o el grupo considerado y lo que es estéticamente constituido por los poseedores de la legitimidad artística (Bourdieu, 1998:36).

Para el análisis de esta investigación hemos partido del paradigma de inferencias indiciales propuesto por Gizburg (2008), que nos permite tomar los indicios y síntomas encontrados en el grupo Crónica Fotográfica de la Vida Cotidiana y llevarlo a toda la plataforma virtual. Podemos concretar las ideas de Bourdieu (1998) en cuanto al gusto individual o colectivo sobre el del grupo instruido o

dominante; por ello partimos de un índice encontrado en la comunidad virtual mencionada para analizar la interactividad en todo el espacio virtual de Facebook.

En este sentido, el grupo previamente descrito tuvo una fuerte tendencia a presentar imágenes de orden regional en las que cabe destacar la comida tradicional; este es un punto interesante visto desde *la distinción* de Bourdieu (1998) pues es complicado separar la clase o el campo escolar de los miembros de la comunidad que compartieron este tipo de imágenes.

Por otro lado, al revisar este tema dentro de las redes sociales, se observa un fuerte movimiento para reivindicar la comida popular y hasta sus formas de consumirla a través de publicaciones que promueven que no deberíamos de avergonzarnos de comer o haber comido de esta manera. Pareciera que con el tipo de comida que se comparte en fotografías en las redes sociales se busca generalizar en un tipo de legitimidad qué imágenes son dignas de ser admiradas de acuerdo con los alimentos que en ellas se presentan. Así como la gente habla de una obra de arte que debe admirarse porque la crítica social así lo establece, en las comunidades virtuales, esta legitimación no está dada por un grupo concreto, pues es un espacio horizontal, sin embargo, cada persona puede establecer su propia legitimación a través de imagen.

Recordemos además que, de acuerdo con el estudio de Bourdieu (1998), si la imagen de comida se percibe similar a una obra de arte conocida, como las presentadas en los bodegones, tendrá mayor aceptación que si tiende a una escena más mundana. Además, el tipo de alimentos que aparezca en la imagen también determinará su aceptación. No todo los alimentos son aceptados como aptos para preservarse en una fotografía y compartirse en las redes sociales de internet; esto estará igualmente determinado por el imaginario social del grupo virtual.

Si bien la función podría primar sobre la forma dentro de las redes sociales virtuales, por ejemplo, las fotografías de comida de un recetario presentan el resultado final de seguir los pasos de preparación, mas no intentan mostrar una

construcción formal de la composición de un bodegón, pero esto no se deslinda de la intención estética.

La cultura popular tiene mayores espectadores puesto que permite la participación más directa de los públicos, a diferencia de espectáculos culturales más formales. Un platillo elaborado por un chef, aunque tenga una presentación formidable, no permite una participación tan directa como estar presente en el momento en que se destapa una barbacoa, por mencionar el caso expuesto previamente, o en la elaboración de un platillo tradicional para una festividad popular, como es el caso de algunas de las imágenes compartidas en el grupo de Facebook analizado.

Como ejemplo, la serie de seis fotografías, U08.02.11.15a-f (imágenes 12, 13, 14, 15, 16 y 17), compartidas por la usuaria 08 el 2 de noviembre del 2015, bajo el título de “Preparando tamales para el día de muertos! Tradiciones!” (sic), muestra la preparación artesanal de esos en hoja de maíz para la festividad referida, como una fiesta popular en la que se elaboran platillos tradicionales de la región. La serie se compone de seis fotografías en las que se presenta el proceso de elaboración de los tamales, sin mostrar el resultado final.



Imagen 12. U08.02.11.15a: Preparando tamales para el día de muertos! Tradiciones!



Imagen 13. U08.02.11.15b: Preparando tamales para el día de muertos! Tradiciones!



Imagen 14. U08.02.11.15c: Preparando tamales para el día de muertos! Tradiciones!



Imagen 15. U08.02.11.15d: Preparando tamales para el día de muertos! Tradiciones!



Imagen 16. U08.02.11.15e: Preparando tamales para el día de muertos! Tradiciones!



Imagen 17. U08.02.11.15f: Preparando tamales para el día de muertos! Tradiciones!

En estas fotografías la función prevalece sobre la forma, puesto que no se busca presentar una estética a partir de las construcciones artísticas, sino mostrar una actividad que se realiza dentro de una casa para celebrar un suceso popular.

En este sentido, Bourdieu (1998) contempla que el gusto en materia alimenticia “no puede ser completamente autonomizado con respecto a otras dimensiones de la relación con el mundo” (192) puesto que cada clase se manifestará de una manera diferente en cuanto a la preparación de los alimentos, la manera de servirlos y hasta de presentarlo al comensal.

Las imágenes de la serie expuesta nos revelan información sobre la preparación de los tamales en un contexto determinado, en este caso, el hogar de una familia aparentemente de clase media, puesto que las imágenes nos dan indicio de esta posición social a través de los muebles que se aprecian, como las mesas, la mantelería, el tipo de cocina, los utensilios para la preparación de los tamales, entre otros elementos.

Sobre la preparación se pueden observar los ingredientes a utilizar, como la masa, las hojas de maíz, la salsa, el pollo; inclusive se aprecian otros elementos ajenos a este platillo, como las frutas que están dentro de una coladera amarilla en la fotografía U08.02.11.15b (imagen 16), así como el sahumerio, que es un indicador que se relaciona con la festividad a celebrar. la de Día de Muertos, mencionada en el título de la publicación.

Es complicado establecer que una fotografía puede satisfacer ‘a todo mundo’. La apreciación o la percepción estética que se le dé a una imagen ocurre a partir de que el “juicio nunca separa la imagen del objeto de la imagen” (Bourdieu, 1998:39). Este juicio no será ajeno al placer de las sensaciones y tal punto puede ser la razón por la que la comida inspire para ser fotografiada y compartida con la red de amigos virtuales.

“Se espera de la representación que sea una fiesta para los ojos y que, como la naturaleza muerta, ‘evoque los recuerdos y la anticipación de las fiestas pasadas y venideras” (Bourdieu, 1998:40), en tal forma que ese ‘gusto inculto’ va en función de que se capturen las escenas que sean dignas de ser eternizadas de acuerdo con su belleza o con su importancia social y no solo con su forma.

Al final, lo que esto nos muestra es que cualquier imagen generará un diálogo con ella; tendremos una impresión o un comentario al respecto, ya sea en relación con su forma o a su función, o inclusive pensamientos más abstractos, de acuerdo con la formación formal o informal de quien interactúa con la imagen.

Es así como “[l]os gustos (esto es, las preferencias manifestadas) son la afirmación práctica de una diferencia inevitable” (Bourdieu, 1998:53) de tal forma, que el gusto determina como uno se clasifica o por lo que se es clasificado. Nuevamente encontramos aquí la idea de roles o máscaras que nos colocamos, de acuerdo con lo planteado por Goffman previamente, para mostrar nuestras preferencias ante ciertas imágenes o fotografías.

Las posturas objetivas o subjetivamente estéticas que suponen, por ejemplo, la cosmética corporal, el vestido o la decoración doméstica, constituyen otras tantas ocasiones de probar o de afirmar la posición ocupada en el espacio social como categoría que hay que tener o distancia que se debe mantener (Bourdieu, 1998:55).

La distinción en las redes sociales digitales también está dada por estas categorías sociales; mientras un grupo considera que es legítimo publicar fotografías de platillos gourmet, otro grupo prefiere tomar distancia de esto y publicar escenas de comida tradicional. Las publicaciones satíricas de estos espacios virtuales conocidas como *memes* hacen mofa de diversas situaciones donde el estatus social se contrapone, así como la identidad regional. Esto se revisará con mayor detalle en el tercer capítulo.

El gusto por la fotografía que se genera en los espacios virtuales responde, como lo planteaba Calabrese (1989), a mentalidades de época en la que los juicios de valor que se hacen a una obra se ven permeados por toda la cultura visual que nos rodea y que corresponde, como expone Bourdieu (1998), a las tradiciones pictóricas y sociales de quien observa las imágenes.

Para cerrar

La interactividad propia de la web 2.0 permite a los usuarios un diálogo asincrónico y abierto que va más allá de lo verbal, por lo que la fotografía toma una gran relevancia para el análisis de estas interacciones.

Hay un proceso de identificación por parte los usuarios de las redes sociales, a través del uso de máscaras específicas para el ciberespacio que ha generado un imaginario social virtual o de internet. Este imaginario nos permite valorar cómo se da la interacción entre los usuarios y el hipertexto, y específicamente, de acuerdo con el interés de esta investigación, cómo se da la interacción con las imágenes.

Si bien los usos de la imagen en la red son variados, el interés de este análisis recae sobre el diálogo que se puede generar con la fotografía desde las posibilidades que ofrece el hipertexto y sobre la interacción que se presenta con la estética y con el gusto de los usuarios y las imágenes.

Estos gustos manifiestan las preferencias de los públicos en una época determinada, pero también presentan una distinción entre lo que nos parece grato o no y por lo tanto una aversión por los estilos diferentes, de acuerdo con lo que se considera un gusto legítimo sobre uno 'inculto'. En este sentido, "la imposición de legitimidad es impedir que jamás pueda determinarse si el dominante aparece como distinguido o noble porque es dominante" (Bourdieu, 1998:90) y esto se contrapone con el origen de la cibercultura, que se explora en el siguiente capítulo, puesto que esta nace de una esquema abierto, universal y destotalizador, donde diversos estándares confluyen para conformar una comunidad de internautas más plural y menos jerárquica.

Mucho se ha criticado sobre si hoy en día cualquiera puede ser fotógrafo en las redes sociales digitales, puesto que pareciera que se fotografía por fotografiar, pero esto solo nos llevaría a objetivar la fotografía sin encontrar la interactividad que el medio ha propiciado para dialogar con las imágenes, y sobre todo para identificar toda la cultura visual que hay detrás de las mismas.

CAPÍTULO 2. Cuestiones metodológicas

Como se ha planteado en el apartado anterior, es de interés de esta investigación detectar la interactividad que se suscita de manera dialéctica entre los usuarios de la red social de internet Facebook y las fotografías que ahí se comparten. Dicha interactividad se analiza desde los planteamientos de la cibercultura y de la era neobarroca para así determinar la interactividad hipertextual y estética.

El detectar que la interactividad se realizaba en una relación dialéctica nos permitió decidir que el presente análisis de la interactividad estética de las imágenes debía realizarse desde la cultura visual de acuerdo con la historia social del arte y no desde el formalismo de la fotografía, así como plantear la interactividad hipertextual desde el dialogismo que se desarrolla entre los usuarios y las fotografías.

El proceso se inició a través de la observación participante, siguiendo a Cristine Hine (2004) respecto a la etnografía virtual, a partir de ubicar a esta red virtual como el campo de estudio, donde no solo se analizan las partes de una unidad cultural en lo local, contextual, interrelacionado y coherente, sino que también lleva a la revisión de las conexiones, heterogeneidad, diversidad e incoherencia.

Para ello hay que limitar el “espacio” por investigar, auto-restringiéndolo durante la investigación, en tal forma que se decidió crear un microcosmos dentro de este espacio virtual a través de un grupo dentro de la plataforma de Facebook denominado *Crónica Fotográfica de la Vida Cotidiana*, y así pudimos detectar indicios que fueron luego revisados frente a la inmensidad de imágenes que circulan en esta red social.

Para Hine (2004) el internet es “como una cultura en sí misma y como un artefacto cultural” (26), y lo relevante es el uso y la construcción de sentido que se hace alrededor de este. En la investigación nos estamos centrando en productos dentro de la cultura visual, por lo que “el propósito de la etnografía se convertiría, entonces, en explorar lo que son esos vínculos, cómo se constituyen y qué

transformaciones provocan en la ruta, cual si fuesen una bola de nieve, sensible a su misma heterogeneidad”; por ello no podemos abstraernos de las imágenes que circulan en toda la plataforma virtual de Facebook.

Será importante también observar que internet tiene características como interactividad, hipertextualidad, intertextualidad, inmediatez y reciprocidad (Landow, 2009) y que se generan “ciertas lecturas que son interpretadas/usadas según el contexto, lo cual no significa que sean los contextos los que tienen cualidades inherentes pues las características relevantes de cada contexto también se producen en los momentos de interacción con la tecnología” (Hine, 2004:48). Por ello consideramos la interactividad y la dialéctica como base principal para este análisis.

Crónica Fotográfica de la Vida Cotidiana

Este grupo de Facebook se creó el 3 de septiembre de 2015 bajo el nombre de “Crónica Fotográfica de la Vida Cotidiana.”²⁸ Este nombre tuvo la intención de aludir al interés detectado en los usuarios de redes sociales virtuales por compartir su día a día a través de sus imágenes.

Se observó que dentro de Facebook la gente elige subir imágenes que hacen referencia a sus acciones cotidianas. Se decidió nombrarlo *crónica* bajo la propuesta de Van Dijck (2008), quien considera que la fotografía sirve como herramienta para recordar y su propósito primordial es generar memoria, y que así se puede experimentar un evento y por lo tanto recordar un pasado común, con lo que se construye un relato cronológico de nosotros mismos. Entonces nuestras fotos somos nosotros y, por lo mismo, nuestra vida diaria.

²⁸ <https://www.facebook.com/groups/296339757203431>

Para hacerse de usuarios se hizo una invitación abierta en redes sociales a unirse e invitar a otros a ser parte de este grupo con la siguiente información:

"¡Hola! Te invito a unirme y a compartir 'Crónica Fotográfica de la Vida Cotidiana', este grupo es parte de una investigación para tesis del Doctorado en Ciencias Sociales de la Universidad Autónoma del Estado de Hidalgo, que presenta Rosalía Guerrero. En él te pedimos que tengas una participación activa ya sea en cuanto a compartir las imágenes de tu vida diaria o comentar lo que otras personas comparten: <https://www.facebook.com/groups/296339757203431/>"

En esta forma las primeras solicitudes de acceso se fueron registrando y para el 10 de septiembre de 2015 ya se contaba con 80 usuarios y 61 fotografías compartidas.

No todos los usuarios que se fueron integrando a este espacio virtual lo hicieron por elección propia, sino que algunos fueron agrados por sus propios contactos en Facebook, ya que esta plataforma virtual te lo permite. Cada que había un usuario nuevo en la red se le compartía un mensaje de bienvenida:

"¡Hola! Si estas en este grupo fue porque solicitaste unirme o alguno de tus amigos de esta Red te agregó. En este grupo te pedimos que tengas una participación activa ya sea en cuanto a compartir las imágenes de tu vida diaria o comentar lo que otras personas comparten."

Este mensaje tuvo como finalidad que los usuarios supieran que eran parte de dicho espacio virtual y conocieran también la razón de su creación; igualmente se les reiteraba la solicitud de generar interacción con los otros usuarios.

Como se mencionó antes, algunos usuarios ingresaron a la comunidad virtual sin haberlo solicitado. Esta situación puede observarse a partir de un diálogo que se generó dentro de la publicación de la fotografía **U16.05.09.15** (imagen 18) que presenta una imagen de plano panorámico en contrapicada del cielo en el que se

aprecia una nube con una forma que sugiere a un jinete sobre un animal. En los comentarios se alude a esta imagen y a la pertenencia al grupo citado: - “No sabía que pertenecía a este grupo xD” – “citando a toby agregue a ‘todo el mundo’ jajajaa (sic) ya si no les gusta que se vayan saliendo jajajajaja”.



Imagen 18. Captura de pantalla de la fotografía U16.05.09.15: ...agregue a “todo mundo”...

Sobre el corpus

Para la catalogación de las imágenes que se compartieron en este grupo de Facebook, se asignó a cada uno de los usuarios que se fueron integrando un número, usando así la *U* de usuario seguida de su número dentro de la lista. Dicho listado inicio formalmente en *01*. Para separar mi participación como investigadora y no impactar en el número de miembros, me registré con el número *00*.

Las imágenes se fueron guardando bajo la nomenclatura de *U* seguido del número de usuario, un punto y la fecha de publicación de acuerdo con día.mes.año. En caso de ser más de una imagen en la publicación o en el día, se diferenciaban por una letra del abecedario iniciando con la *a* y continuando con el orden del alfabeto.

Para las imágenes que se determinaron dentro del análisis se consideró que del 3 de septiembre del 2015 al 3 de septiembre del 2016 se presentó la actividad más alta dentro del grupo. Se realizó una revisión a las publicaciones compartidas dentro de este medio con el fin de seleccionar los diferentes corpus de análisis para los apartados de esta investigación.

En el año revisado se unieron al grupo 164 usuarios; algunos por una elección propia al solicitar ser miembros de la comunidad mencionada y otros anexados por sus contactos en Facebook.

Es importante mencionar que la interactividad realizada por esos 164 usuarios no ha sido homogénea; encontramos un alto porcentaje de los usuarios que solo son observadores, sin mayor participación, con una interactividad baja. Esto se detecta ya que la plataforma nos indica cuantos de los usuarios vieron alguna de las publicaciones, como se observa en la Imagen 19 **U17.24.03.16** en la que se indica que fue visto por 135 personas.

Con esto queda claro que la usuaria del grupo compartió la imagen y esta fue vista por 135 personas, pero solo recibió 7 reacciones en el botón de 'me gusta' y la comentaron únicamente 3 personas, incluida quien la publicó.

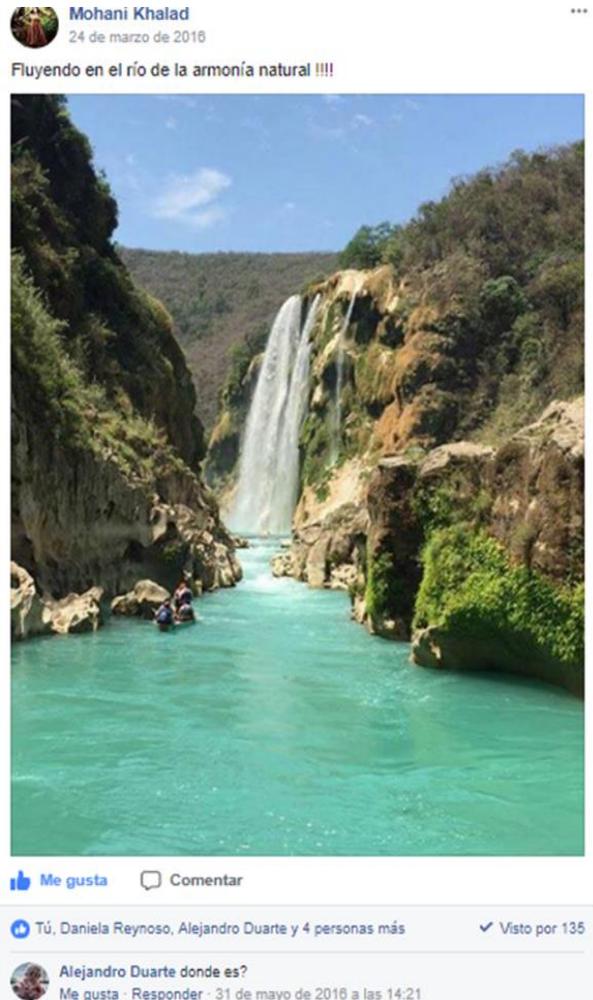


Imagen 19. Captura de pantalla de la imagen U17.24.03.16: Fluyendo en el río de la armonía natural!!!!



Imagen 20. Captura de pantalla de los comentarios de la imagen 19 donde se observa cuantos usuarios vieron dicha publicación.

Sirva este ejemplo para mencionar que, en términos generales, de los 164 usuarios solo se detectó, en el periodo previamente descrito, la participación a través de publicaciones de 51 integrantes del grupo; 31 por ciento de los usuarios se mantuvo activo en Crónica Fotográfica de la Vida Cotidiana; sin embargo, este tercio de usuarios estuvo bastante activo al compartir 344 fotografías.

Es interesante observar que una parte de esos 51 miembros estuvo activa igualmente en los comentarios, destacando la participación de 22 usuarios contra otros 6 que solo comentaron pero no compartieron fotos durante este periodo. Lo anterior da un total de 35 por ciento de usuarios activos durante el año de interacciones revisadas.

Por otro lado, sobre las fotografías compartidas se encuentran imágenes de vistas, naturaleza muerta o bodegones, retratos y fotografía social principalmente, como se muestra en la tabla 1.

Respecto a las vistas, la mayoría de las postales corresponde a panorámicas de espacios abiertos tales como el campo, las montañas o reservas ecológicas; posteriormente destacan las escenas urbanas o de estatuas o monumentos. inclusive algunas imágenes respondieron a alguna denuncia ciudadana, principalmente respecto a infracciones de tránsito.

Dentro de las fotografías de naturaleza muerta o bodegón, se detecta que las tomas de comida son las más recurrentes, ya sea el proceso de preparación del alimento o la presentación final del mismo. Los motivos florales son las fotografías que siguen en número de publicaciones en esta categoría.

En el caso de las fotografías de retrato, muchas de ellas corresponden a actividades sociales tales como reuniones de amigos, celebraciones especiales, conciertos, eventos culturales y deportivos; pero hay un número considerable de retratos a las mascotas, principalmente perros y gatos.

Género	Cantidad	Ejemplo
Vistas	182	<p data-bbox="964 239 1138 264">U157.12.11.15</p> 
Naturaleza muerta / Bodegón	101	<p data-bbox="959 753 1143 779">U08.07.09.15.k</p> 
Collage	2	<p data-bbox="971 1325 1138 1350">U19.05.09.15</p> 

<p>Retrato / fotografía social</p>	<p>85</p>	<p>U02.07.10.15</p> 
------------------------------------	-----------	--

Tabla 1. Corpus general: Fotografías compartidas en el grupo CFVC.

Otro detalle interesante en esta colección es que algunos usuarios compartieron fotografías escaneadas, es decir, imágenes de sus álbumes fotográficos que fueron digitalizadas para compartirse en este medio virtual. Por último, dentro de las imágenes que se compartieron a modo de collages, su composición se realizó principalmente con la compilación de fotografías de retrato.

Dentro de la interactividad hipertextual

Como ya se planteaba en el capítulo anterior, la intención de esta investigación es analizar la relación dialéctica entre los usuarios de Facebook y las fotografías que ahí se comparten a través de la interactividad que se produce por el hipertexto y la estética. En el segundo apartado consideramos la interactividad desde la cibercultura con elementos como la conformación de culturas virtuales que permiten compartir una identidad y conformar un cibercomportamiento el cual fue revisado a través del dialogismo que los usuarios generan con las imágenes que en esa red social de internet se comparte.

Las imágenes seleccionadas para este análisis de Crónica Fotográfica de la Vida Cotidiana respondieron a la interactividad entre los usuarios; se eligieron las que más reacciones y comentarios tuvieron. De las 344 fotografías compartidas en el grupo de Facebook se seleccionaron las que habían recibido comentarios por parte de los usuarios, detectando un total de 45 imágenes. Al revisar estas fotografías se pudo también observar que de los 164 usuarios del grupo solo habían participado en estas imágenes 28, ya fuera compartiéndolas o comentándolas.

La elección de las imágenes para el análisis se basó en dos criterios: por un lado, el nivel de interactividad que habían generado en reacciones y comentarios, así como el tipo de imagen para tener la presencia de vistas y fotografías de comida. En este apartado se analizan 4 fotografías de *foodies*, 4 de vistas urbanas y 1 de retrato.

Género	Imágenes
Vistas	<ul style="list-style-type: none"> • U83.13.09.15: Atardecer... Plaza Juárez • U77.07.09.15: Sin Título (fotografía nocturna con barrido) • U00.15.09.15: Reloj Monumental de Pachuca <ul style="list-style-type: none"> • U84.28.09.15: ... una foto del Reloj...
Foodies	<ul style="list-style-type: none"> • Serie fotográfica (U08.02.11.15a,b,c,d,e,f) Preparando tamales para el día de muertos! <ul style="list-style-type: none"> • U08.28.09.15a: Chalupaaaaaaas!!! • U06.05.09.15: La cena de hoy... • Serie fotográfica (U121.03.11.15j,k,l,m,n) San Bartolo Tutotepec
Retrato	<ul style="list-style-type: none"> • U83.16.05.2016: Festejo!

Tabla 2. Corpus 1: Fotografías compartidas en el grupo CFVC.

Dentro de la interactividad estética

Para el tercer apartado del análisis se consideró la propuesta de la Era neobarroca de Omar Calabrese, como ya se ha comentado en el capítulo anterior.

Se analizaron de acuerdo con las categorías de *Repetición*, *Detalle* y *Fragmento*, así como el *Consumo Productivo*.

Se utilizaron únicamente las fotografías de comida conocidas como *foodies*. Dentro del grupo de Facebook se compartieron 43 fotografías con esta temática en tres variantes: comida en procesos de producción, con 20 imágenes; comida presentada en plato, con 21 imágenes; y degustación de la comida, con 2 imágenes; de las que finalmente se eligieron 20 imágenes para su análisis y comparación.

Categoría	Imágenes
Repetición	<ul style="list-style-type: none"> • U70.16.09.15a - Serie: ::: Placeres Real del Monte • U70.16.09.15b - Serie: ::: Placeres Real del Monte <ul style="list-style-type: none"> • U06.05.09.15 - La cena de hoy... • U17.18.10.15a – Serie: Cenando !!!! • U17.18.10.15b – Serie: Cenando !!!! • U17.06.09.15e - Serie: Comida !!! Un placer ... ♥ • U17.06.09.15h - Serie: Comida !!! Un placer ... ♥ <ul style="list-style-type: none"> • U06.06.11.15 - Un gustito • U06.22.09.15 – Disfrutando • U08.25.01.16 – Sin Título (taza de café) • U08.06.09.15a: "#comiendo #elotes
Detalle	<ul style="list-style-type: none"> • U08.02.11.15d - Serie: Preparando tamales para el día de muertos! Tradiciones! • U08.02.11.15e - Serie: Preparando tamales para el día de muertos! Tradiciones! • U121.03.11.15k – Serie: SAN BARTOLO TUTOTEPEC <ul style="list-style-type: none"> • U08.28.09.15b - Comidita saludable!!!
Fragmento	<ul style="list-style-type: none"> • U05.11.04.2016 - Comparto una foto del señor... <ul style="list-style-type: none"> • U02.06.09.15 - Barbacoa al mejor estilo... • U08.06.09.15.b - "Elotes! Rico!... • U08.13.09.15g - Serie: Entre gusanos de maguey, elotes, esquites y pulque! Un fin de semana muy mexicano! • U08.13.09.15f - Serie: Entre gusanos de maguey...

Tabla 3. Corpus 2: Fotografías compartidas en el grupo CFVC.

A través de la revisión de variantes e invariantes de acuerdo con el proceso de análisis de imágenes por parte de Rudolf Wittkower (2006), se fueron ubicando las imágenes de comparación dentro de la plataforma virtual de Facebook, las cuales son imágenes de circulación pública en esta red social de internet. Se seleccionaron memes e imágenes de páginas de Facebook, entre otras representaciones.

En la misma forma, para las imágenes de arte se buscaron diferentes bodegones dentro de la historia del arte que cumplieran o semejaran estas variantes e invariantes, así como los casos de nuevas manifestaciones artísticas a través del uso del internet y la virtualidad.

Segunda Parte

CAPÍTULO 3. Cibercultura: las comunidades virtuales y Facebook

"La «vida privada» no es más que esa zona del espacio, del tiempo, en el que no soy una imagen, un objeto."

Roland Barthes (1989:48)

Principios de los nuevos medios de información y comunicación

El ciberespacio ha generado una muy particular forma de comunicación cotidiana entre las personas, sobre todo con el surgimiento de las web 2.0²⁹ y la aparición de los dispositivos móviles con acceso a internet; por ello más que de nuevas tecnologías, en todo caso se habla de las tendencias que estas van generando con sus cambios y adaptaciones en la sociedad.

La razón tecnológica³⁰ ha regido la conciencia humana a partir del instante en que el hombre sintió la necesidad de usar el primer objeto como herramienta para desarrollar una actividad; desde entonces esta razón no ha dejado de funcionar y poco a poco hemos generado cambios ambientales y sociales con base en las tecnologías, que ahora son también de la comunicación y de la información.

La historia de la tecnología va de la mano con el proceso de civilización, de tal manera que se han entrelazado los múltiples saberes empíricos y mecánicos con los tradicionales y locales, generando así instrumentos, herramientas, técnicas y, como tal, la tecnología que promete un bienestar social mayor al que en un momento determinado se tiene. En todo caso, las creaciones científicas y tecnológicas van asociadas con la organización socioeconómica del mundo.

²⁹ De la web 1.0 a la 2.0 se da el cambio de un internet unidireccional y prácticamente textual a una red más interactiva, bidireccional y abierta a la diversidad del hipertexto.

³⁰ De acuerdo con Raymundo Mier, la razón tecnológica es la que "alienta, da forma, moldea y orienta" las utopías que requiere la organización.

Para Pierre Lévy³¹(1999) "la especie humana ha emergido de tres procesos de virtualización: el desarrollo de los lenguajes, la abundancia de técnicas y la creciente complejidad de las instituciones" (67). Es así como la tecnología ha tenido un papel importante para la homogenización de la sociedad.

El desarrollo tecnológico ha sido motivo de distintos análisis y revisiones teóricas, desde el uso de las herramientas más rudimentarias hasta la actual sociedad de la información.³² Esta última es la que nos atañe en la presente investigación. La sociedad se está manifestando en red, lo que genera interacciones sin usuarios, es decir solo mediante el lenguaje máquina entre ordenadores, o con todos ellos, es decir humanos y ordenadores. Encontramos aquí la postura de Daniel Bell (2006), quien considera que los conocimientos basados en la información serán el eje central de la economía, pues existe hoy una pluralidad de sociedades del conocimiento. En la década de los setenta del siglo pasado, tras una serie de crisis económicas, políticas y sociales, se configura la globalización, y es esta la que hizo que el término de *sociedades de la información* se generalizara y se utilizara para estudiar y conocer sobre las tecnologías de la información.

Las tecnologías de la información y la comunicación proveen a la gente de amplias posibilidades comunicativas que antes no sucedían; no se trata solo de una serie de herramientas que son únicamente una extensión del cuerpo, sino más bien de una virtualización en acción, puesto que la técnica se exterioriza y se hace pública y compartible, lo que aporta a la subjetividad colectiva; "la cuestión, no es, por tanto, evaluar su *utilidad*, sino determinar en qué dirección orientar este proceso irreversible de creación cultural" (Lévy, 1999:79).

La idea de desarrollo y el proceso de la civilización han ido de la mano con la creación de herramientas y el surgimiento de la técnica. Hoy tienen una fuerza importante en la visión de las tecnologías de la información. El tiempo tecnológico está marcando una velocidad distinta a la que nuestros relojes pueden medir. La

³¹ Pierre Lévy es un teórico de la cibercultura y la comunicación digital situada alrededor del concepto de inteligencia colectiva y del de sociedades basadas en el conocimiento.

³² Término acuñado en 1973 por Daniel Bell en su libro *El advenimiento de la sociedad post-industrial*.

tecnología en su búsqueda de control y producción ha cambiado las perspectivas de tiempo y espacio, y qué mejor ejemplo de ello que el internet, donde un espacio virtual e intangible tiene cabida en la vida de las personas, y el tiempo de desarrollo de mejoras técnicas y tecnologías no se detiene, encontrando cada día una distinta expresión (Mier, 2006).

La tecnología se ha ido adueñando de distintos estados de nuestra vida, lo que hace que nuestra mirada ante la vida tenga una óptica instrumental y una perspectiva técnica de lo que nos rodea. Estas tecnologías de la producción han impactado también en la comunicación a través de las tecnologías narrativas, lo que ha cambiado la manera de narrar, recordar y representar el diálogo. Del mismo modo se han modificado el espacio y la significación de esta comunicación, lo que conforma un universo simbólico distinto al del inicio de la civilización y difícilmente separable de la existencia de la tecnología. Existe una memoria y una identidad externada y multiplicada.

Estas tecnologías de la comunicación, de acuerdo con George Landow³³ (2009), comienzan con el lenguaje hablado, y esto permitió una memoria cultural para el desarrollo de las comunidades, puesto que permitió “acumular y ejercitar conocimientos y luego transmitirlos a las generaciones posteriores” (57).

En este esquema era necesario que el emisor y el receptor estuvieran presentes en lugar y tiempo, por lo que la escritura fue la siguiente “tecnología más importante que los seres humanos hayan desarrollado jamás” (Landow, 2009:59), conformando una comunicación asincrónica a nuestra conveniencia.

Posteriormente, la imprenta da la posibilidad de la multiplicidad al poder tener varias copias de un mismo texto; así, los lectores conforman la primera comunidad virtual en la que están separados en tiempo y espacio, pero pueden conocer y referirse a la misma información. El desarrollo de esta tecnología llevó igualmente a la democratización del conocimiento y la educación (Landow, 2009).

³³ George P. Landow (1940) es un estudioso de la historia del arte y la literatura victoriana, crítico y teórico de literatura electrónica, así como pionero en el análisis de las características y los efectos del uso del hipertexto y la hipermedia.

De acuerdo con Landow (2009), estas tecnologías dieron forma a un *texto rígido* en el que se crearon registros verbales estáticos e inmodificables; por ello el desarrollo de la tecnología de la información digital tomó fuerza al permitir generar *textos flexibles*. “Este desplazamiento fundamental de lo táctil a lo digital, de lo físico a lo codificado y de los medios rígidos a los flexibles produce textos con cualidades distinguibles” (63), que para Marie-Laure Ryan tienen que ver con la virtualización en “lo intemporal, abstracto, general, múltiple, versátil, repetible, ubicuo y morfológicamente fluido” (citada en Landow, 2009:63).

Sociedad Red

El impacto de la aparición de las tecnologías de la información digital ha sido muy amplio. Para Landow (2009) es importante observar las ganancias y pérdidas de cada tecnología que la humanidad ha creado en este sentido, lo que nos lleva a observar que actualmente están en una época de *convergencia digital*, es decir, ocurre un fortalecimiento de los sistemas de comunicación mediante la integración de la tecnología electrónica y digital junto con nuestros esquemas análogos, los cuales además se han reforzado con la existencia del internet.³⁴

Esta evolución de las tecnologías de la información y la comunicación ha llevado a Manuel Castells³⁵ (2001) a desarrollar distintos textos que crean un acercamiento a una sociedad informacional que encuentra en internet un medio para interactuar libremente a través de la red de redes,³⁶ la cual en muy poco tiempo alcanzó a un grupo de internautas importantes pues es relativamente joven, si consideramos que su surgimiento se dio alrededor de los años noventa.

Posteriormente a la sociedad de la información se comienza a formular el concepto de sociedad del conocimiento para conjuntar el aspecto técnico con su proceso cultural, social e institucional, y considerar una comunidad más activa e integrada en estos nuevos esquemas tecnológicos. Este paradigma se centra más en una tecnología por los seres humanos y para ellos, y no solo para la

³⁴ De acuerdo con Castells (2001), es la red de redes de ordenadores capaces de comunicarse entre ellos.

³⁵ Sociólogo español que aborda el tema de las tecnologías de la información y la comunicación.

³⁶ World wide web (www).

producción. De esta manera, la tecnología tiene ahora una presencia imperceptible en nuestra cotidianeidad.

La *web* contiene la memoria documental con base en cientos de datos que se han ido acumulando en ella, así como en una serie de estructuras, señalizaciones y organizaciones específicas; "basta que el texto exista físicamente una sola vez en la memoria de un ordenador conectado a la red para que sea recogido" (Lévy, 1999:45) por cualquier usuario. De acuerdo con la Unión Internacional de Telecomunicaciones (UIT, 2017), los usuarios³⁷ de internet a finales de 2017 alcanzaron 4,300 millones, lo que muestra cómo esta tecnología ha ido llegando en promedio a 48 por ciento de la población mundial.

En el caso de México, el Instituto Nacional de Estadística Geografía e Información (INEGI) informa que a finales del 2017 existían 71.3 millones de usuarios de internet, lo que representa 63.9 por ciento de la población mayor de 6 años, de los cuales 92 por ciento accede a través de una red celular con el uso de un *smartphone*. Respecto a redes sociales, la Asociación Mexicana de Internet reporta que 83 por ciento de los usuarios accede a estas plataformas (INEGI, 2018).

Para Castells (1999) esta fuerza humana en la web tiene la oportunidad de ser activa y creativa –y no solo reactiva, como en el caso de otros medios de comunicación–, al poder innovar y redefinir su contenido. Desde su creación internet se ha manejado como un medio de comunicación abierto y público que permite a los usuarios acceder fácilmente a él, lo que provee una base de capacidad de innovación tecnológica constante.

Con la aparición del internet como un medio de comunicación accesible para la sociedad se comenzó a hablar de las 'Nuevas Tecnologías de la Información y la Comunicación', las cuáles son capaces de transmitir y procesar información en un tiempo inmediato a través de la convergencia tecnológica que se da dentro de la

³⁷ Los usuarios de internet son personas con acceso a la red mundial, de acuerdo con la Unión Internacional de Telecomunicaciones del Banco Mundial.

red y a través de un dispositivo tecnológico.

Se generan así espacios artificiales que nos crean una percepción diferente a lo real: nos hemos integrado y disuelto en el ciberespacio. La tecnología envuelve a la cultura actual a través de una comunicación interconectada e interactiva; entonces la cultura tiene una evolución más rápida que lo biológico (Gómez, 2000).

En este sentido, ubicamos que el surgimiento del internet conlleva una serie de filias y fobias a nivel político-social y de investigación. La creencia en su posible autonomía, al pensar que traerá grandes beneficios y progresos a la sociedad, también observa la posibilidad de efectos negativos. En este sentido, uno de los principales puntos en contra tiene que ver con lo relativo a la privacidad; por ejemplo, qué tan segura está nuestra información en este canal. La exhibición de lo privado en lo público tiene un efecto que para algunos ha sido negativo.

Si bien hay una serie de ventajas sobre el uso de esta red de redes, es complicado visualizar las desventajas puesto que nos encontramos inmersos en el desarrollo y el crecimiento de este medio. Se puede observar que existe una brecha digital en las naciones y entre ellas, pero de inmediato percibimos que lo que necesitamos, entonces, es recuperar los fines sociales de este medio, y que permitan impulsar a la sociedad e innovar con objetivo social y no solo de desarrollo y progreso.

De acuerdo con el secretario general de la UIT (2016), "la interconexión mundial aumenta rápidamente, pero todavía queda mucho por hacer para reducir la brecha digital y traer a la economía digital a más de la mitad de la población mundial que todavía no utiliza Internet" (parr. 4). Una solución a la brecha digital se encuentra justamente en la posibilidad de que estas tecnologías converjan entre ellas; no solo la computadora da uso a estas tecnologías digitales, sino que están generándose dispositivos híbridos,³⁸ que pueden hacer dos o más actividades y

³⁸ Hay dispositivos tecnológicos específicos para cada tarea, por lo que los dispositivos híbridos consisten en combinarlos y perfeccionarlos para un funcionamiento más integral; "adaptar un solo dispositivo a nuestras necesidades, en lugar de utilizar una solución que conste de dispositivos múltiples" (Carvalho, 2017).

que poco a poco van siendo accesibles a los ciudadanos.

Sobre la brecha digital Manuel Castells (2001) menciona que evidentemente hay una distancia, vista en oportunidad y competitividad, entre los usuarios o países que tienen acceso a internet y quienes no; sin embargo, esto está disminuyendo rápidamente, y una razón podría ser la apertura de la red y, por supuesto, la capacidad de los seres humanos de aprender. A pesar de ello, aún se concentra principalmente en las zonas urbanas.

En tal sentido, esta tecnología conlleva una idea-fuerza que impacta en la mente, el cuerpo y los códigos locales y globales en tal forma que se considera que todo es posible a través de este medio, lo que lleva a que estas nuevas tecnologías no abandonen del todo a las anteriores, sino que más bien las potencien y las modifiquen. El riesgo de lo anterior es que se mitifica el fenómeno aceptándolo incuestionablemente (Rodrigo, 2014).

Tiempo–espacio

El impacto de estas tecnologías está dado por el manejo del tiempo y del espacio dentro de las mismas. Actualmente podemos encontrar gran cantidad de información en segundos, y conocer lugares que en distancia geográfica están lejos de nosotros. Esto conlleva a una cultura digital donde la facilidad de acceder a un conocimiento nuevo o reforzar alguno ya aprendido es más rápido y cercano cada vez (Gómez, 2000; Lévy, 1999).

La realidad es que nos encontramos ante un mundo virtual que cada día se abre más, que, a pesar de lo que ya se ha venido estudiando, es un medio en exploración y en construcción teórica, metodológica y analítica, por lo que con cada paso e investigación que realizamos avanzamos dentro de las arenas movedizas de la red de redes, puesto que al otro día o, mejor dicho, al siguiente minuto puede haber algo totalmente diferente y nuevo.

Lo interesante de esto es que constituye un medio que ha creado oportunidades comunicacionales únicas y que por algún tiempo fueron impensables. El internet,

es un medio que impacta en nuestra representación de mundo actual y que genera diversas expectativas y exigencias. Por ejemplo, ya desde el 2001 Castells apuntaba, sobre las comunidades virtuales, que lo más interesante de estas es que se basan en los intereses individuales y en las afinidades y valores de las personas, e internet es el medio que sobrepasa cualquier frontera de espacio y tiempo y es positivo ante este escenario; consideró la sociabilidad correlativa en el mundo real y en el virtual, lo cual suprime algunas teorías fatalistas sobre que un medio no físico alejaría a las personas.

La distancia es un elemento presente en los cambios culturales de la historia de la humanidad. Lev Manovich³⁹ (2005) hace una revisión de este elemento desde la óptica de Walter Benjamin⁴⁰ y Paul Virilio,⁴¹ y encuentra que ambos autores, ante diferentes alteraciones culturales mediante un dispositivo tecnológico, le dan importancia a esa:

Para Benjamin y Virilio, la distancia garantizada por la visión preserva el aura de un objeto, su posición en el mundo, mientras que el deseo de *acercarse más a las cosas* destruye las relaciones entre los objetos, eliminando por completo en última instancia el orden natural y vaciando de significado las nociones de distancia y espacio (235).

Estos acercamientos y cambios de la distancia están presentes en el internet, donde tiempo y espacio funcionan en doble vía. El usuario puede obtener imágenes de diferentes lugares en una misma pantalla, así como compartir las imágenes de su espacio físico y, además, estará al mismo tiempo presente en otros espacios, “puede operar un cambio en la realidad material a una distancia física y en tiempo real” (Manovich, 2005:234).

³⁹ Profesor investigador del programa de Ciencias de la Información en la NYU y director del Laboratorio de Análisis Cultural: lab.culturalanalytics.info. Ha estudiado teoría del cine, historia del arte y teoría literaria. Ha trabajado en los nuevos medios como artista, diseñador y programador.

⁴⁰ A través de “La obra de arte en la época de su reproductibilidad técnica”, de 1936.

⁴¹ A través de “Big Optics”, de 1992.

El sujeto no es un mero espectador, sino que se vuelve un usuario que debe tomar acciones y caminos dentro de las pantallas que revisa, decidir a qué hipervínculos darles clic, o qué información compartir en cada página que visita, de tal manera que oscila entre el rol de espectador, cuando solo mira la narrativa que le provee la pantalla consultada, o de usuario, al participar activamente dentro de ella.

La comunicación, en principio, se genera entre el humano y el ordenador, pero la doble vía implica también la comunicación con la información que otro humano ha puesto en el espacio virtual, el cual está controlado por el nivel informático. Entonces la pantalla nos revela a la máquina y al humano a través de la espera de este último por el texto y la imagen que eventualmente se destruirán con su siguiente clic (Manovich, 2005).

Para Lev Manovich (2005) esta es la ilusión del tiempo y del espacio que generan los medios digitales, donde “los cambios periódicos entre la ilusión y su suspensión son necesarios para que el sujeto se involucre por completo en la ilusión” (273) de tal forma que irá alternando entre la ilusión y la interacción a través de actitudes mentales y multitareas. “La ilusión queda subordinada a la acción, la profundidad a la superficie, y la ventana abierta a un universo imaginario queda subordinada al panel de control” (276).

Hipertexto

Para el entendimiento de este mundo contemporáneo digital George Landow (2009) revisa la propuesta de dualidad de Baudrillard, quien propone la existencia de una relación entre estímulo/respuesta y lo digital, por su esquema binario; sin embargo, la conclusión de este autor es que “la existencia del hipertexto demuestra muy claramente que lo digital no nos confina necesariamente en un mundo lineal ni en uno de oposiciones binarias” (73). Es decir, que lo digital también tiene la posibilidad de sustituir la condición binaria y lineal por la “multiplicidad, por una verdadera actividad y activación del lector y la posibilidad para él de desviarse en varias redes” (74).

El hipertexto a simple vista es igual que un documento físico, pero nos presenta imágenes posibles visualizadas en un espacio en el que se pueden crear, modificar e interactuar con nuevos hipertextos, produciendo sentidos e interpretaciones diversas y no solo leerlos de manera clásica; en tal forma que el texto también se desterritorializa, puesto que se pierden sus fronteras visibles y se exterioriza (Lévy, 1999).

El hipertexto está revolucionando la búsqueda y la edición de información. La velocidad de navegación es cada vez más rápida y la cantidad de información que la computadora revisa en segundos para encontrar los mejores datos tiene un crecimiento constante. La información existente en línea es una base de conocimientos estáticos y dinámicos que presenta datos y puntos de vista sobre estos. Hay una memoria colectiva dinámica y emergente que cambia en tiempo real dentro del ciberespacio (Lévy, 1999).

El hipertexto facilita la manipulación de los símbolos alfanuméricos, lo que permite un procesamiento más sencillo del texto. Además esta facilidad de cortar, copiar y manipular la información aumenta la posibilidad referencial y el uso de información de la red. Por último configura una posibilidad para enlazar esta información a través de hipervínculos, lo que ayuda a la multiplicidad de trayectos que el lector puede generar al seguirlo.

La comunicación a través del internet propone la posibilidad de intercambiar una serie de información que no solo es texto, sino que también es imagen o audiovisual, y que por tanto puede hacer más eficiente esta relación entre mensajes, creando así redes de información que sobrepasan obstáculos o censura que en los medios tradicionales de comunicación se pueden hallar. Estos medios digitales y virtuales están cubriendo la necesidad de expresión a través de nuevos modelos de información y comunicación; sin embargo, también presentan el desafío sobre la incertidumbre de la identidad de los usuarios, limitando las estrategias de control.

Este desarrollo en la búsqueda, la construcción de documentos híbridos y la

propagación tecnológica nos lleva a un nuevo esquema, que es el *big data*, esto es, las grandes bases de datos que se están generando todos los días en la red.

La relevancia de este momento es ese salto de red 'social' a red de 'datos', de cómo procesamos ese flujo de datos y de la influencia que tiene en todos los campos del conocimiento, ya sea el científico, académico, económico o cultural. Este boom del Big Data y su visualización podemos verlo desde los últimos años en el desarrollo de una creciente proliferación de espacios y ámbitos sociales que están orbitando en torno a este contexto (Segura, 2014:14).

Cibercultura y virtualidad

Las transformaciones en las tecnologías de la comunicación proveen de una realidad no lineal en la que el hipertexto configura a un lector/escritor con un lenguaje digital que es inmediato, interactivo, asincrónico y recíproco; lo cual solo puede darse en un nuevo espacio permitido por lo virtual. Desde la postura de Baudrillard (1990) lo virtual “no es ni real ni irreal, ni inmanente ni trascendente, ni interior ni exterior, borra todas estas determinaciones” (33).

Landow plantea que:

subrayar la virtualidad del *texto e imagen* electrónicos no implica de ningún modo que la experiencia actual de lectura implique un lector descarnado o una presentación inmaterial del texto mismo (...) el texto del ordenador puede ser virtual, pero quienes lo leemos somos todavía físicos; al leerlo dependemos de dispositivos físicos y la lectura tiene efectos en el mundo físico (2009:64).

Por ello es importante aclarar que la virtualización de los medios de comunicación

no se opone a lo real, sino que genera un sentido al comportamiento humano y sus relaciones sociales y personales; es una construcción posible y, en todo caso, su contraparte más bien es la actualidad, es decir, lo que en estos momentos existe y se modifica hacia un espacio más fluido y libre como lo es el virtual. Afirma Philippe Quéau⁴² (1995) que “lo *virtual* nos propone otra experiencia de lo *real*” (17).

Se están reconfigurando las interacciones sociales a través de espacios indefinidos o, mejor dicho, desterritorializados, donde los usuarios pueden estar en algún lugar fijos o de manera móvil, o incluso no estar, es decir, no hay un espacio físico ni una temporalidad ordinaria. (Lévy, 1999).

Estamos en un mundo virtual que permite “gráficos interactivos, explorable y visualizable en tiempo real en forma de imágenes tridimensionales de síntesis capaces de provocar una sensación de *inmersión en la imagen*” (Quéau, 1995:15).

Para Gubern (1996), esta nueva dimensión de espacio y tiempo es conceptual, no es un lugar concreto ni un tiempo establecido; es un ciberespacio en el que no hay extensión y solo existe efímero y transitorio. Para este autor, los mundos virtuales son laberintos no materiales. Esto nos lleva a cambiar nuestras ideas de espacio y tiempo ordinario por la posibilidad de una diversidad de espacialidad y duración, puesto que hay una relatividad respecto al uso de un nuevo medio de comunicación, pues acorta distancia y disminuye la diferencia de tiempo entre quienes interactúan. Cada sistema construye un ritmo y una cualidad diferentes (Lévy, 1999).

“El cuerpo puede desplazarse físicamente en un mundo simulado” (Quéau, 1995:21), los espacios virtuales nos permiten experimentarlos con un realismo sobrecogedor, convirtiéndose en una imagen líquida que puede moldearse a partir de nuestra interactividad con ella a través de la mediación de los sentidos y la inteligencia. La “imagen propone una representación visible y el modelo una

⁴² Philippe Quéau (1952) es doctor en Ciencias de la Información y la Comunicación, tecnólogo enérgico con una reflexión humanística sobre internet cultural y no comercial.

representación inteligible” (23).

Esta virtualización modifica nuestro esquema social. Compartimos un gran ojo colectivo al estar en contacto con las mismas imágenes, lo que nos hace percibir sensaciones y emociones a través de diversos medios de comunicación y los dispositivos de estos. En este sentido, Gubern (1996) considera que la realidad virtual hará que percibamos como imperfectas y poco satisfactorias nuestras representaciones tradicionales, y preferiremos las que estos espacios digitales nos ofrecen.

Sin embargo, Quéau (1995) plantea que pondremos una *distancia* con estos mundos virtuales de tal manera que podemos comprenderlos y percibirlos, estando en ellos pero sin perder la conciencia del existir, puesto que los lugares físicos están ligados al cuerpo, lo que “nos da una *base*, nos asegura un *posición*” (25) que no puede ser abolida en la virtualidad; en todo caso, en este espacio nos aventuramos a un abismo que debe ser *realizado*. Tendremos que “revelar lo que está virtualmente presente en ellos” (29).

Dice Lévy (1999) que hay un medio para cada sentido de nuestro cuerpo, que crea una experiencia sensorial completa y nos permite hacernos presentes en otros espacios sin estar físicamente ahí; existe un hipercuerpo que se mezcla con el de otros que participan en la red. "Virtualizándose, el cuerpo se multiplica" (31).

El hipercuerpo lo vivimos cada día y en cada momento, cuando sentimos la necesidad de comunicarnos a través de los medios digitales o de verificar los distintos estatus de las redes sociales de internet que utilizamos. Estamos viviendo con un elemento externo como la computadora (convertida en diversos dispositivos actuales) en tanto es un elemento base de nuestra generación.

"El ciberespacio mezcla las nociones de unidad, de identidad y de localización" (Lévy, 1999: 45). De acuerdo con Baudrillard, no nos alienamos con las nuevas tecnologías, formamos junto con ellas un circuito integrado donde “ordenadores, calculadoras, televisiones, vídeos, y también el aparato fotográfico son como lentes de contacto, prótesis transparentes, como integradas en el cuerpo, hasta

formar parte de él casi genéticamente” (1990:33).

En las redes digitales interactivas la comunicación sigue con el uso de lenguajes tradicionales; es a través de estos como conservamos una memoria del pasado, una visión del presente y hacemos una proyección del futuro; a través de la digitalización y la virtualidad, la cual consiste en convertir la información (registros de cualquier tipo) en dígitos que codifican sus características y cualidades. Se está enriqueciendo y extendiendo el lenguaje, lo que da grandes posibilidades para imaginar y crear nuevas alteridades.

Con lo virtual se da una nueva relación entre lenguaje e imagen; ya lo exponía Landow (2009) con la configuración del hipertexto. Sin embargo, las imágenes que se crean en los espacios virtuales no responden solo a las representaciones clásicas propuestas por la fotografía, el cine o la televisión, sino que se encarnan por programas informáticos por lo que “estas imágenes no son primero imágenes, sino lenguaje” (Quéau,1995:32). Con unos cuantos símbolos tecleados en un ordenador se da vida a una imagen virtual que sintetiza todo un escenario para la interacción del usuario.

La digitalización cambia nuestra forma de leer la información. No hay un soporte físico, no se puede manipular manualmente lo que reviso, ahora está en una serie de códigos informáticos que la computadora traduce en signos visibles y entendibles para el ser humano. Sus consecuencias sociales y económicas son palpables; la imagen que antiguamente se había despreciado ahora es “una eficaz herramienta de trabajo, un arma económica o de guerra, una forma de escritura funcional y heurística” (Quéau,1995:34).

Por su parte Lev Manovich (2005) detecta que el ciberespacio es un lugar integrado por fragmentos, los cuales conforman “una única imagen, sonido, espacio o secuencia” (192) a través de la *composición digital*.

Esta composición busca crear un objeto totalmente integrado, a través de una *composición restringida* en la que el ensamblaje es general y logra una *composición amplia* en la que se añaden nuevos elementos o se remodelan los

que ya existen, a través de la interactividad del medio, logrando así ese ensamble único.

Philippe Quéau (1995) considera que las “imágenes de lo virtual deben ayudarnos a revelar la realidad de lo virtual, que pertenece al orden de lo inteligible, y de una inteligibilidad proporcional al fin perseguido, teórico o práctico, utilitario o contemplativo” (29).

Inteligencia colectiva

El lenguaje es uno de los procesos humanos virtuales por excelencia. Desde su concepción nos permite externar emociones, conocimientos y conceptos que pueden viajar de lugar en lugar o en el tiempo, de una persona a otra u otras. Lo que digamos o escribamos estará codificado indefinidamente en la memoria de la humanidad, es decir, en una existencia virtual (Lévy, 1999).

Se abre una nueva ventana informática, potencializadora de la información, que permite la presentación de texto e imagen que nos permite crear una memoria digital. La sociedad se ha virtualizado inicialmente a través de este manejo simbólico que está en el lenguaje y en la construcción del tiempo y del espacio.

Después están las técnicas. . En este caso, el objeto es el que virtualiza las acciones y el entorno físico, de tal forma que se está desterritorializando con las acciones y es capaz de actualizarse en cada una de ellas; la herramienta creada con un fin está actuando aquí y ahora, y representa un elemento del pasado y un potencializador del futuro, virtualmente está presente y existe. Por último, se dan las relaciones sociales, donde se virtualizan las relaciones de fuerza y poder. El lenguaje pasa de boca a oído; la técnica, de mano en mano. Las relaciones sociales se convienen a través de un proceso compartido en el seno de una sociedad (Lévy, 1999).

Para Lévy (2007), el ciberespacio es "el espacio de comunicación abierta por la interconexión mundial de los ordenadores y de las memorias informáticas" (70), y a través de este se realizan intercambios de información, lo que genera realidades

virtuales compartidas donde entran en comunicación miles o millones de personas. La construcción de este ciberespacio facilita una comunicación a gran escala no mediatizada, lo que conlleva a una evolución de la inteligencia colectiva, puesto que cada cual es potencialmente emisor y receptor en un espacio fijado por los mismos participantes; es una actividad comunicativa interactiva.

La cibercultura, entonces, genera una transformación rápida que impacta en una inteligencia colectiva, la cual crea una comunicación interactiva y comunitaria. Nuestra inteligencia posee esta dimensión de colectiva, ya que somos seres de lenguaje, el cual hemos actualizado activamente en nuestra evolución.

Se ha iniciado una inteligencia colectiva que, de acuerdo con Lévy (1999, 2007), tiene su base en el macro-psiquismo que presenta una conectividad en constante transformación, un espacio abierto a signos y símbolos, cualidades que representan valores positivos y negativos donde se muestra la fuerza de las imágenes, los cuales pueden ser modificados o creados por los individuos en su colectividad virtual. No pensamos solos, lo hacemos a través del diálogo con uno o más interlocutores; además nos apoyamos en instrumentos, que son muestras claras de nuestras construcciones colectivas, al igual que el lenguaje. Entonces se dice que "toda una sociedad cosmopolita piensa en nosotros" (87).

La idea de la inteligencia colectiva es entendida por Pierre Lévy como "puesto en sinergia de las competencias, de las imaginaciones y de las energías intelectuales, cualquiera que sea su diversidad cualitativa y en cualquier sitio que se sitúe" (2007:140); donde se pone en común la memoria y la experiencia a través del intercambio de información en tiempo real. De lograrse esto, el ciberespacio estaría construyendo el principal equipamiento colectivo de la memoria, el pensamiento y la comunicación internacional. En este análisis no se deja fuera el sentido del arte; es una de las actividades más virtualizantes, puesto que "da una forma externa, una manifestación pública a las emociones, a las sensaciones sentidas en la más íntima subjetividad" (Lévy, 1999:73) otorgándole un alcance colectivo.

La búsqueda de lo virtual está dada por encontrar una zona de seguridad de confort donde el control esté claro; el arte no pretende esto, sino que busca una salida de aquí y de allá, lo que para Lévy implica virtualizar lo virtualizado; es un esfuerzo infatigable por escapar de la muerte. Para este teórico, el ciberespacio, más que reproducir lo mediático, el consumo comercial o espectacular, debería proyectar una civilización centrada en la inteligencia colectiva, donde los lazos sociales generen intercambio de conocimiento y refuercen la valoración de las singularidades.

Pero, ¿estarán las redes sociales virtuales logrando un poco de esto? Aparentemente no, pero de esto lo abordaremos en el siguiente capítulo.

Cibercultura

El uso del internet, como se ha comentado, conlleva miradas de fobia y de filia. Lévy (2007) es un autor situado más en la segunda postura, y él apunta que "cuanto más universal, menos totalizador" será el ciberespacio, es decir, más que conformar una identidad, propicia la inmersión al medio, donde se genera un espacio artificial que modifica la percepción de lo real, creando simulaciones de lo hiperreal, dentro del abrigo de lo imaginario.

En este sentido, en él no se ve solo lo local ni se fuerza a una cultura en particular, más bien expresa la diversidad de lo humano, conformando así la cibercultura. El ciberespacio ofrece un nuevo entorno de comunicación y socialización para el intercambio de información y conocimiento, que solo en este espacio virtual encuentra su existencia. La web une millones de universos subjetivos en una misma memoria dinámica, común y navegable (Lévy, 2007,1999).

Esa interacción, fácil, rápida, de interconexión universal, favorece la sinergia de las inteligencias individuales para dar paso a intereses o competencias comunes y mutables compartidamente. Es así como la cibercultura genera interconexión que propicia comunidades virtuales basadas en intereses comunes, intercambio y cooperación en proyectos, independientemente de su ubicación territorial,

situación que no excluye las emociones compartidas; además, se interactúa bajo una moral implícita basada en la reciprocidad.

Y, aunque no están exentas de confrontaciones, ofensas o engaños, su control a través de administradores es positivo, pone en marcha una coordinación no jerárquica que genera sinergia para la inteligencia colectiva, el intercambio de conocimiento y la autocreación de este (Lévy 2007, 1999).

Comunidades virtuales

Las comunidades virtuales tienen su base en la propuesta de las comunas hippies,⁴³ que buscaban una utopía virtual. Estos grupos han tenido un impacto importante en el cambio de la comunicación. Las primeras comunidades virtuales tuvieron tropiezos para lograr una interacción efectiva y libre de conflictos; algunas fueron afectadas por *hackers*⁴⁴ con intenciones negativas, sin embargo, poco a poco han establecido el intercambio de valores comunes que las colocan como comunidades superiores a las tradicionales y que generan, de acuerdo con Rheingold (citado en Flinchy, 2003), homogeneidad social.⁴⁵

Mientras haya un fin común reconocido, la comunidad se cohesiona, la vigencia también le proporciona esta unión. Si los usuarios son volátiles, entonces la

⁴³ Lee Felsenstein, en 1973, dirigió un proyecto llamado *Community Memory* (la memoria de la comunidad) “que comprendía simplemente dos terminales unidas a un ordenador en tiempo compartido e instaladas en lugares públicos (...) Esta voluntad de crear una simbiosis entre la máquina y su usuario se inscribía en una perspectiva clásica de la contracultura californiana de esta época, que imaginaba la electrónica e informática como técnicas ecológicas (...) reúne algunos elementos importantes de la cultura hippy: la idea de paz y de armonía frecuentemente resumida a través del eslogan *Peace and love*, la voluntad de volver a la naturaleza y, al mismo tiempo, la pasión por determinadas tecnologías electrónicas” (Flinchy, 2003:2).

⁴⁴ De acuerdo con Flinchy (2003), *hacker* significa “estar chiflado por la informática”, pero actualmente se entiende más bien como “pirata informático”.

⁴⁵ Es importante comentar que Facebook mantiene una cultura de hackers donde estos han generado un ambiente que recompensa ante la solución de problemas informáticos en forma creativa, así como la toma de decisiones rápida. Han hecho de este ‘problema’ parte de su estilo de creación e innovación constante de su producto. Su frase es “este viaje está terminado al 1%”, por lo que su misión de acercar al mundo apenas va comenzando (Facebook, 2017).

comunidad tenderá a desaparecer. Con un número de personas adecuado, aunque no todos sean activos pero la comunidad permanezca en el tiempo, la cohesión se dará por añadidura.

Aunque hablemos de un espacio virtual, estas comunidades generan relaciones y comportamientos similares a los que ocurren en los espacios análogos, es decir, se usan los turnos de comunicación así como el buen sentido y respeto al conducirse con el otro. Lo único que cambia es la relación espacio-tiempo que nos da el ciberespacio y que conforma la cibercultura (Camarero, 2015).

La virtualidad no está dirigida solo a una experiencia individual; ofrece la posibilidad de crear relaciones sociales. Son espacios en los que podemos “representarnos a nosotros mismos, de ponernos en condición de comprendernos mejor” (Quéau, 1995:45). De los demás podemos obtener su información y opinión sobre el mundo, por lo que su experiencia complementará la nuestra. “Sólo podemos enriquecernos al confrontarnos con esa humanidad multiforme, virtual por su representación, pero muy real por su sustancia profunda” (46).

Howard Rheingold (citado en Imaña, 2015), quien estudia las implicaciones culturales, sociales y políticas de las tecnologías digitales, considera que las comunidades virtuales no distan de lo que las personas suelen hacer en un café, donde se discute o habla de algún tema en común y además se encuentran unas personas con otras conocidas, se saludan y comentan alguna cosa, regresando a estos espacios en cualquier momento. Sin embargo, de acuerdo con Quéau (1995), lo que sí permiten es atenuar los temores y la rigidez de los entornos reales, permitiendo interacciones sociales “en todas las direcciones sin pérdida de energía” (46).

Las comunidades virtuales, en este sentido, han roto con la noción de cercanía. Ahora tenemos “vecindarios simbólicos y virtuales” (Quéau, 1995:47) que no representan una proximidad física, pero tampoco la sustituyen. Se ha conformado la idea de la “complementariedad de los mundos reales y virtuales” (48) que se unen por relaciones complejas e influyen en la distancia.

Se destacan, igualmente, los grupos creados con algún propósito especial, como la identificación con una escuela o con una causa social, pasando por el reconocimiento de alguna marca comercial o institucional. Sin embargo, no hay que olvidar que en estos espacios también construimos nuestra imagen personal.

Como se planteaba en la primera parte, jugamos una serie de roles en nuestra vida que se pueden expandir en los espacios virtuales, por ello será importante no olvidar que, al duplicarnos en el espacio virtual, dejamos una huella de nuestra propia imagen en las redes. “Hay que tomar en serio la vida propia de estas imágenes, procurar no olvidar que toda imagen cogida por la red puede ser retocada, manipulada, falsificada, deformada hasta el infinito y sin que sepamos” (Quéau, 1995:47).

La creación de esta virtualidad abre la posibilidad para pensar en la *realidad potencial*. Quéau (1995) la considera una especie de *virtualidad real* en la que estamos asimilando los mundos virtuales dentro de nuestros mundos físicos. El hipercuerpo nos ha mostrado que cada vez estamos más unidos a los dispositivos que apoyan la convergencia digital y cada día los hacemos más presentes en nuestra vida diaria y nuestras relaciones interpersonales, efecto que es muy evidente con el uso de las redes sociales virtuales.

Justamente el riesgo que vislumbra Quéau (1995) es la “desencarnación de nuestra personalidad profunda, induciendo de este modo un mayor aislamiento afectivo y espiritual” (49), donde se presenta una indiferencia al *rostro* que está desprovisto de toda la confianza que nos da el mundo real.

Las conexiones en Facebook

Actualmente estamos conectados a miles de personas, conocidas o encontradas dentro de la red virtual, en el ciberespacio que nos permite interactuar con ellos rompiendo la identidad local por una cultural que nos posibilita intercambiar conocimiento, información, opiniones, entre otros aspectos.

Este medio acrecienta los lazos sociales, moviliza actores, se toma una conciencia

diferente del tiempo y del espacio y los usuarios se vuelven creadores y constructores de estas comunidades, generan relaciones más directas, totales y significativas. Estos espacios virtuales permiten nuevos códigos de comunicación y sistemas de significación; posibilitan, por ejemplo, que el sujeto sea el emisor y el mensaje al mismo tiempo (Flinchy, 2003; Siles, 2005).

El interconocimiento que se construye se concibe con las distintas dinámicas de comunicación, que conforman el intercambio de información fácil y rápida en las redes y disminuyen las diferencias entre los usuarios. Las comunidades virtuales pueden formarse a partir de comunidades análogas, que ya existen de manera física, abriéndose en el ciberespacio a la inclusión de nuevos actores que, en ocasiones, pueden ser inclusive de otras latitudes (Camarero, 2015).

En este sentido, Facebook es un medio digital que se distingue por la colaboración activa de sus usuarios. En él convergen contenidos de diferentes formatos que publican personas, medios de comunicación, artistas, marcas, políticos y distintas organizaciones (López y Ciuffoli, 2012).

Facebook es una plataforma digital dentro del ciberespacio que permite la generación de comunidades virtuales, las cuales están evolucionando hacia una gran sociedad horizontal con características complejas y colaborativas, se promueve una convivencia pacífica y se construye un alfabetizador digital.

La comunicación, para Tabachnik(2012), se da a través de un "contrato conversacional" (245) que es preestablecido por los usuarios y se actualiza y renueva constantemente. Estos espacios virtuales pertenecen a lo privado dentro de un nuevo espacio público, donde su audiencia es transclasista y transgeneracional.

Además, en Facebook la interacción tiene reglas diseñadas por su propia arquitectura;, por ejemplo, la expresión de las ideas se da por turnos y solo podemos utilizar el icono de *me gusta*, más no uno que manifiesta el disgusto o la aversión, lo cual alienta el uso del *me gusta* sin contraparte, aunque ahora existan otras 5 reacciones: *me encanta*, *me divierte*, *me entristece*, *me asombra* y *me*

enoja. Ninguna rompe con la cordialidad ni son reacciones netamente negativas. Su finalidad es recrear y afianzar un vínculo comunitario, pueden unir y crear fuertes vínculos entre personas que no se conocen en el espacio físico. En este sentido, la comunicación entre la comunidad virtual genera una identidad psicosocial cambiante e inconsistente, puesto que los usuarios que participan en dicho espacio tienen una identidad incierta al modificarla con facilidad.

López y Ciuffoli (2012) detectan que Facebook es “una ciudad amurallada. 'Yo comunico', 'Yo tagueo', 'Yo distribuyo', 'Yo comparto', 'Yo me informo' y 'Yo converso' en red. Todas las actividades giran en torno al usuario, pero tienen el límite que les impone la propia red" (56). Algunos de estos límites están dados por la creación de perfiles homogéneos y una estandarización sobre cómo publicamos delimitados por la interface de la página.

Mendelson y Papacharissi (2011) ven a las redes sociales virtuales como un medio para conectarse con las personas que conocen de manera *offline*, más que con nuevas y diferentes personas que solo conocerían por el medio *online*. Estas relaciones, en el caso de Facebook, dependen de su participación activa o pasiva en la red, lo que convierte a los usuarios en "observadores" o creadores.

Hay un juego validado entre los usuarios con esta incertidumbre de la identidad; el umbral de la tolerancia se desplaza dentro de esta virtualidad. Facebook está promoviendo un cibercomportamiento y una cibermoral; y para conocer esto hay que observarla desde dentro, interactuando con sus parámetros en construcción (Galindo, 2011, 2013).

En este sentido, Tabachnik (2012) habla de la "*netiqueta*", la cual construye normas regulativas, no para prohibir, sino para generar recomendaciones con el fin de prevenir los riesgos que existen dentro de internet, y en este caso, cuando se usa una comunidad virtual, busca generar comportamientos deseables entre los usuarios. También se cuestiona cómo se da la interacción comunicativa en estas comunidades virtuales, donde la conversación se genera a través de un diálogo escrito entre usuarios que están ausentes físicamente. La conversación

virtual "no tiene lugar en el sentido de una localización física y material" (250), donde los interlocutores solo se identifican por un perfil creado por ellos mismos. Esto promueve que, a pesar de las reglas de convivencia, es muy común que el engaño, la omisión y la mentira estén presentes y que los malentendidos se den más por la dificultad de identificar la emoción o el sentido de la frase que se lee, que por diferencias sobre el contenido.

Los sitios de redes sociales, en tanto comunidades virtuales, se ven como una comunidad egocéntrica en la que se intercambian rituales comunes, actividades colectivas e identificaciones; donde los usuarios ocupan tiempo en su propio perfil y entran en contacto con otros. De esta manera, considera Parks (2011) que generan un acceso fácil para contactar a otros e intercambiar intereses, pero el autor no deja fuera la idea de que estas redes se crean con una visión inicial de tipo comercial, donde se pueden ofertar y vender productos y servicios. Mientras más grande es la comunidad, mayor valor comercial tiene.

Los individuos actualmente se encuentran interconectados en todo momento gracias a los dispositivos móviles, que permiten una conexión permanente al internet, o intermitente, pero constante, de tal forma que las personas pueden interactuar en el mundo *offline* y *online*, lo que rompe con la línea de lo público y lo privado. Si bien antes decidíamos qué parte de nuestras vidas hacíamos pública, ahora más bien preservamos y nos esforzamos por mantener algo privado.

El internet genera conexiones y, en este sentido, las comunidades virtuales propician la creación de identidad alrededor de la conectividad permanente en la que se busca construir y manejar las relaciones sociales que mantienen en los medios virtuales, de tal manera que se da una hipercomunicación que intensifica la relación, le brinda mayor inmediatez sirviéndose de su naturaleza informal y lo desinhibidor del medio (Serrano-Puche, 2013).

Pierre Lévy (2007) plantea, entonces, que la cibercultura genera una forma nueva de interactuar con los distintos signos y símbolos que ahí se exponen, los hipertextos se abren y se mueven indefinidamente. Una imagen, por ejemplo,

permite una visualización interactiva construyendo un universo de datos colectivo.

Identidad (e imagen en redes sociales)

Los medios virtuales nos dan una amplia libertad para crear la imagen personal. Podremos representarnos con tantos *yos* digitales como la percepción de nosotros mismos, lo que nos llevará a “una evolución de las relaciones entre nuestra personalidad privada y nuestra personalidad pública; las esferas de lo público y de lo privado se irán mezclando cada vez más” (Quéau, 1995:47).

La red va interconectando datos; nuestra información se mezcla con la de los otros cientos o miles de usuarios, con la facilidad que podemos crearnos el perfil que queramos, y al interactuar de la manera que más nos plazca, conformando una ‘comunidad-red’. Estas son comunidades en las que se dan las mejores prácticas simbólicas, con una interacción dialógica y conversacional, como lo expresa José Brea:

Seguramente el más fuerte de los potenciales críticos de la red es su capacidad de construir esferas públicas participativas –y es a su través como la nueva práctica interviene en los procesos de construcción identitaria–. El horizonte utópico que ese mecanismo señala: el de la construcción de comunidades de participación ecuanímes, en las que todo agente partícipe lo fuese al mismo rango, en el que no hubiera ya más la jerarquía vertical de los emisores frente a los receptores –sino una rizoma acéntrico y desjerarquizado de participantes” (en Segura, 2014:27).

La virtualidad, entonces, no la entenderemos como lo contrario a lo real, pues esto dejaría fuera cualquier interacción en nuestra vida, aunque se realice en un medio donde la corporalidad está ausente; sin embargo es esta desaparición del cuerpo lo que, en mucho, pone en entredicho la idea de la identidad, puesto que trabaja

sobre una heterogeneidad, lo que confronta al individuo con diversas alteridades y, por lo tanto, lo centra en una subjetividad de su propia definición, afectando también el constante cambio del ciberespacio.

Sobre la identidad, Zhao, Grasmuck y Martin(2008) la presentan como parte de nuestro autoconcepto a través de los pensamientos y sentimientos en relación con los otros, encontrando que su construcción se da mediante un proceso público y cara a cara de coincidencias. Internet ha cambiado esto al separar físicamente los encuentros sociales, por lo que el hipertexto ha tenido que sustituir esta interacción física.

La identidad es compleja en el ciberespacio, pues se trata *de vidas de pantalla* que se ordenan en lo imaginario donde las bases psicosociales de demografía, clase social y escolaridad, entre otros estatus, son omitidos, sustituidos o ficticios, generando una incertidumbre sobre esa identidad (Tabachnik, 2012).

Las imágenes en estos medios afectan la subjetividad o la visión del yo, desde las "figuraciones visuales del anonimato y la reticencia, las máscaras, las cronoimágenes, las autofotos y las diferentes aplicaciones destinadas a alterar la propia imagen" (Tabachnik, 2013:45). Hay un juego fuerte entre la realidad y la simulación, donde esta última no se percibe como fraudulenta.

Serrano-Puche (2012) establece una relación de las interacciones online con lo que el sociólogo Erving Goffman hace al asociar la dramaturgia con la presentación de las personas en la vida cotidiana, donde la generación de la máscara que el individuo utilizará en el encuentro está mediada en primera instancia por la creación de un perfil semipúblico en la red social.

Otra postura es la de Zygmunt Bauman⁴⁶ (2005), quien, sobre la identidad, plantea que hay una liquidez y volatilidad en la sociedad actual; entonces, el uso de los medios virtuales son para mutar y cambiar constantemente de identidades. "Por

⁴⁶ Zygmunt Bauman es sociólogo, filósofo y ensayista polaco; acuñó los términos de «modernidad sólida y líquida» para referirse a la modernidad y a la posmodernidad, donde también trata el tema de la identidad. Trabaja, entre otras temáticas, las clases sociales, el socialismo, el holocausto, la hermenéutica, la modernidad y la posmodernidad, el consumismo, la globalización y la nueva pobreza.

muy divertidas que sean estas comunidades virtuales, solo crean una ilusión de intimidad y una pretensión de comunidad" (Charles Handy citado en Bauman, 2005:59).

Se han elegido estos medios para mantenernos unidos y en comunidad a través de un espacio tan móvil, buscando mantener una vida que conocemos al menos por un instante, antes de que desaparezca o cambie. En este sentido, el exhibicionismo en Facebook y el uso de las fotografía como los autorretratos (#selfies) permiten a los usuarios de este medio probar distintas identidades, ya que, como indica Bauman, en nuestra vida no existe la identidad única y verdadera: jugamos constantemente a ser quien en ese momento queremos ser, o quien se nos pide/obliga ser.

Estos medios nos proporcionan "extraterritorialidad virtual... sustitutivas... imaginadas" (Bauman, 2005:204), lo cual permite levitar espiritualmente en el ciberespacio, sin necesidad de moverse físicamente. Los jóvenes, sobre todo, no renuncian a las relaciones de permanencia, sino que multiplican sus relaciones transitorias y de alcance limitado, que les permite experimentar sin consecuencias.

El perfil de Facebook

Las redes sociales virtuales funcionan como portales de identidad donde se pueden consolidar las relaciones offline a través de construir y expresar un yo; sin embargo, la dialéctica pone en duda la capacidad de significar de la identidad al confrontar en una espiral al yo y al otro que cambian continuamente del lado interno al externo. La virtualización es un proceso de la alteridad en el que no hay límites claros ni definiciones consensuadas con los terceros incluidos en nuestro espacio real (Lévy, 1999, Serrano-Puche, 2012).

En este sentido, encontramos el tema de la empatía. La investigación de Manuel Ayala (2012) destaca que el uso de estos medios tiene que ver con reforzar la identidad y la referencia personal del usuario, esto a través de expresar ideas, sentimientos, preferencias y otros asuntos particulares. Resalta el uso de citas o

frases textuales que los usuarios exponen en su estado, lo que define su contexto social y cultural, expresando dichos locales o haciendo referencia a elementos de la cultura popular, lo cual fortalece la identidad y hace evidente la necesidad personal de mostrar su realidad cotidiana.

Entonces, si los estados predominantes son los de ánimo negativo, como quejas, malestar y odio, entre otros, se puede deducir la necesidad de generar empatía con el otro al buscar una respuesta consoladora. Es así como estas publicaciones, aunque reciben menos "me gusta", son las que más comentarios generan, lo que muestra una identificación importante entre contactos.

En Facebook se da inicio a la identidad a través de lo visual, con la publicación de una foto de perfil en la cual se proyecta una imagen socialmente deseable que puede ser distinta a lo que sucede fuera de línea; además, también se incluye información personal, ya sea visual y textual, para definir quién se es en el medio virtual.

El 'ser-virtual' que se crea proyecta un mensaje publicitario para encontrarse con sus similares o con su prospecto de conexión, pero no termina ahí la definición de la persona pues también ofrecen información las otras imágenes que, en ese espacio, se comparten, así como los comentarios escritos sobre ellas, que muestran gustos y aficiones del usuario. Todo esto promueve un esfuerzo por construir una identidad orientada al grupo, al mezclar contenidos propios, de la industria y de la cultura popular que circula por la red (Aguilar & Said, 2010).

Quien crea uno de estos perfiles comienza una lucha por la popularidad en el medio a través de una imagen personal que cumpla con los criterios estéticos del mercado, o con aspectos de índole deportivo o de moda para así obtener altos niveles de visibilidad; se crean perfiles que deseamos que sean una versión mejorada de nosotros mismos (Flores, 2013; Serrano-Puche, 2012; Zhao, Grasmuck & Martin, 2008).

Esta socialización al presentar quiénes somos se ve retroalimentada a través de comentarios o de la sentencia "me gusta", o alguna de las otras reacciones. Si no

se dan estas reacciones o comentarios, entonces encontramos que la publicación ha sido poco visible, de baja aceptación o escasa relevancia. Por ello se busca la fama en estos medios, lo cual se expone con un mayor número de respuestas, recalcando que la fama es pasajera y por lo tanto hay que redefinirse o renovarse.

Esto corresponde a una idealización de la persona, pues de acuerdo con lo atractivo, visual, social o culturalmente que resulte el usuario a sus contactos es como será percibido dentro de este grupo; y los usuarios deben contemplar que la red social limita las funciones que se pueden realizar en el medio. Por ejemplo: cuántas fotos puede subir, de qué puede hablar, cuánto puede escribir, entre otros aspectos, y todo esto controla la interacción que se tendrá con los otros.

Los usuarios de las redes sociales están conscientes de que la imagen que se proyecta siempre distará un poco de la real, es algo ya concedido entre los actores de la web; sin embargo, si la fotografía de perfil no existe o es sustituida por una imagen distinta, entonces surge la duda y se desconfía de la veracidad del perfil (Serrano-Puche. 2012).

Las fotografías expuestas en Facebook

La imagen fotográfica expuesta en redes sociales es un medio para conocer la representación gráfica, histórica y narrativa que genera un individuo de sí mismo y del otro desde su perspectiva particular. En este sentido, el uso de la fotografía en los medios sociales digitales tiene una importancia fuerte.

Las fotos personales⁴⁷ crean una biografía visual que busca la mejor presentación de uno mismo. Basile y Linne (2005) analizan esta autopresentación de los adolescentes en las redes sociales, destacando que hay una fuerte búsqueda de la identidad en estas imágenes. Constantemente existe una tensión entre la imagen real y la idealizada del yo, que tiende, en la mayoría de los casos, a un asunto de índole sexual.

⁴⁷ De acuerdo con Basile y Linne, son las fotos de presentación mirando a la cámara donde se retrata el cuerpo del usuario o a su familia o pares.

En tales fotografías los jóvenes experimentan con base en sus estructuras estéticas socialmente definidas, pero también buscando crear algo que los diferencie del otro. Sobre la calidad estética de las imágenes, los usuarios ponen interés en una definición y edición de las imágenes, lo que denota mejor estatus en la comunidad; sobre la identidad sexual. Se hacen tomas en espacios intimistas o emulando una sesión de modelaje, las cuales tienen una fuerte carga erótico-sensual y se pretende reforzar dotes físicos y juveniles, representando escenas establecidas principalmente por los medios masivos de comunicación. Sobre el valor social, emotivo y cultural, se transmiten algunas fotografías de su cotidianidad, sobre todo al socializar con sus pares, ya sea en actividades diurnas o nocturnas, las cuales presentan mayor carga lúdica y afectiva (Basile y Linne, 2005).

Entonces, se puede decir que los medios virtuales ofrecen una oportunidad para experimentar nuestra identidad y tener una especie de libre elección sobre quién queremos ser, cómo y cuándo queremos serlo, y de qué manera lo vamos a presentar a través de las imágenes que utilicemos en estos medios, en los cuales encontramos una serie de replicantes que los usuarios van reproduciendo, como el caso de las #selfies, #duckface o #foodies, donde al intentar tener una identidad individual no logran desprenderse de la colectividad. El sujeto virtual está en una constante construcción y reformulación entre lo no virtual y lo virtual que le permite mantener las relaciones que ha creado en las redes digitales.

CAPÍTULO 4. Interactividad hipertextual en el grupo de Facebook Crónica Fotográfica de la Vida Cotidiana

"Debemos intentar elevarnos por encima de las imágenes e inmiscuirnos en los fundamentos de la obra virtual. Hay que desear participar en ella, percibirla por fin como un universo íntimo."

Philippe Quéau (1995:133)

Sobre la importancia de las imágenes en los espacios virtuales Philippe Quéau (1995) expone su valor como instrumento de conocimiento que revoluciona en su capacidad de "interacción con el espectador y de generación en tiempo real" (35), lo que causa una sensación de *inmersión en la imagen*. "Ya no podemos quedar satisfechos con la posición, sentada, del espectador" (133).

La digitalización y la virtualización de la imagen han impactado sobre todo en las redes sociales interactivas de internet, donde permiten la creación de perfiles, avatares y representaciones simbólicas en cualquier lugar y tiempo.

Para este análisis nos hemos centrado principalmente en la presencia de la fotografía en redes sociales virtuales. Concretamente nos ubicamos dentro del contexto de la plataforma virtual de Facebook, y de manera específica se trabajará con las imágenes publicadas en el grupo de Facebook **Crónica Fotográfica de la Vida Cotidiana**, puesto que el espacio virtual no está dedicado solo al consumo individual, sino que permite una vida social en relación con los espacios públicos.

La creación de este grupo responde, como ya se comentó en el primer apartado, a la importancia que han tenido las fotografías como parte del hipertexto que se comparte en las redes sociales de internet. En Facebook detectamos que la gente elige subir imágenes que hacen referencia a sus acciones cotidianas, recuerdos o eventos con los que se encuentran en su vida diaria.

La dirección electrónica del grupo se fue compartiendo en la mencionada red social, y es así como las primeras solicitudes de acceso se registraron desde el 3

de septiembre del 2015, y el 10 de septiembre del mismo año ya se contaba con 80 usuarios y 61 fotografías publicadas en esa comunidad virtual.

Partimos del análisis a través del paradigma indicial propuesto por Carlo Ginzburg⁴⁸ (2008), con base en el cual revisamos particularidades de las imágenes seleccionadas para la investigación a través de indicios que pueden revelar variantes e invariantes en dos categorías de análisis. La primera es la narrativa de fotografía, aspecto en el que se considera inicialmente su composición:⁴⁹ encuadre, plano y ángulo, así como el comentario con el que se sube a la red, a fin de llegar a una propuesta de la enunciación de la imagen. Como segunda categoría está la interactividad que se da en el diálogo generado con cada imagen a través de las respuestas del receptor a los diversos mensajes que se le presentan en esta red social digital, lo que generó una estructura enunciativa dentro de un contexto cultural y la dimensión social en que se plasma el mensaje. Estas acciones se realizan en un balance entre la vida real y la vida dentro del ciberespacio, lo que da lugar a una interacción verbal e inclusive hipertextual al intercambiar distintos signos y símbolos, y no únicamente con la palabra.

Al ser del interés de este análisis la interacción que se suscita dentro de las redes sociales virtuales en relación con la imagen, se ha hecho un corte temporal dentro de la participación del grupo Crónica Fotográfica de la Vida Cotidiana del 3 de septiembre de 2015 al 3 de septiembre del 2016. En este año de colaboración se sumaron 162 usuarios al grupo y se compartieron 344 fotografías por parte de 51 usuarios, un tercio de los participantes.

En la selección del corpus para el análisis de esta sección se consideraron 46 imágenes que presentaron dos aspectos relevantes dentro de la interacción, reacciones a través del icono de *me gusta* y comentarios a la misma, lo cual fue colocado en el muro del grupo por 24 usuarios. En esta selección de imágenes se

⁴⁸ Historiador italiano, abanderado de la Microhistoria (1939-).

⁴⁹ Como un nivel morfológico de la imagen, siguiendo a Javier Marzal (2005), "se trata de comenzar con una descripción formal de la imagen, tratando de deducir cual(es) ha(n) sido la(s) técnica(s) empleada(s)" (64).

encontró que 12 correspondían al género fotográfico de retrato, de las cuales 5 son de animales; 19 fueron imágenes de vistas, de las que 15 son de espacios urbanos; 15 fotografías están dentro de la categoría de *foodies*,⁵⁰ finalmente tras la revisión de esta selección, sobre todo a nivel de comentarios, se procedió al análisis de 4 fotografías de *foodies*, 4 de paisajes urbanos y 1 de retrato.

Facebook es un espacio virtual de exhibición donde los usuarios pueden subir cualquier tipo de imagen en la que presenten una realidad de su vida diaria, la cual puede ser fabricada específicamente para el medio. A través de la fotografía podemos estar presentando una analogía de la realidad o es una invención propia del fotógrafo (Barthes, 1986; Foncuberta, 2013); entonces, ¿que presentan las fotografías que se suben a las redes sociales de internet: realidad o ficción? Sobre todo, ¿cómo se interactúa con ellas? Podemos animarnos a pensar que lo que buscan los usuarios de la plataforma es crear una verosimilitud con la realidad que desean proyectar.

Si tomamos a la fotografía como ese testigo silencioso de la realidad, podemos encontrar que es la audiencia la que le otorga veracidad a lo que se mira en las imágenes; "los grupos sociales necesitan depositar sus vivencias y recuerdos, fijándolas precisamente en documentos confiables capaces de forjar una realidad" (Acosta, 2012:8). Susan Sontag (2006) considera que lo que una fotografía pretende comunicar se puede interpretar de varias maneras, pero a la larga se entenderá lo que debería estar diciendo.

Sobre esta plataforma social llamada *Facebook*, algunos teóricos se interesan en la arquitectura de la red social digital como una cuestión propicia para el intercambio de comunicación y para compartir imágenes (Galindo, 2011), mientras que otros están más enfocados en la cibercultura que se construye en esos espacios virtuales con el intercambio de información en tiempo real a través de la interacción de los usuarios que ponen en común memoria y experiencias (Lévy, 2007).

⁵⁰ Término utilizado en Internet para las fotografías de Iba comida, con su variación de *foodie selfies*.

Ya decíamos que Facebook es un medio digital que se distingue por la colaboración activa de sus usuarios, quienes comparten un contenido distinto, nuevo o repetitivo. Sin embargo, para Galindo (2011) en este tipo de publicaciones se puede aplicar lo que él llama la *Ley 90-9-1*, la cual plantea que de 100 personas 90 solo observan, 9 participan espaciadamente y solo una propone contenido; posiblemente esto vaya cambiando, pero para dicho investigador la participación masiva genera contenido sin profundidad, como "entretenimiento, exhibicionismo exacerbado y contenido banal" (182).

En este sentido, podemos ubicar que los números de Crónica Fotográfica de la Vida Cotidiana varían un tanto de la propuesta de Jesús Galindo, donde encontramos que del total de los participantes del grupo, 31 por ciento ha colaborado dentro de él y la interacción más activa la ha tenido 17 por ciento, compartiendo fotografías y comentando lo que otros suben al espacio virtual.

La cibercultura tiene una postura optimista, considera que en estos medios digitales se construye una identidad a través de las relaciones sociales que se mantienen en el espacio virtual mediante el uso de la hipercomunicación,⁵¹ donde los usuarios se identifican entre sí en grupos, además de consolidar su propia identidad o identidades, sobre todo valiéndose de lo desinhibidor del medio. Por otro lado, considera que los usuarios estructuran normas y regulaciones propicias para la convivencia respetuosa y en orden dentro de estos medios virtuales. (Serrano-Puche. 2012).

Facebook está promoviendo un cibercomportamiento y una cibermoral, y para conocer esto hay que observarla desde dentro, interactuando con sus parámetros en construcción (Galindo, 2011, 2013).

⁵¹ Comunicación multidisciplinaria dentro de la web 2.0.

La cibercultura en Facebook

Los espacios virtuales han ganado importancia en el análisis por la inteligencia que se da en sus interacciones; sin embargo, las redes sociales virtuales, como Facebook, distan mucho de proveernos de una inteligencia colectiva como lo ha planteado Lévy (2007). En todo caso lo que podemos observar en este espacio es una ciberparticipación, donde los usuarios ejercen una presencia activa desde sus perfiles y comparten experiencias y conocimientos con otros, pero no forzosamente para crear una inteligencia superior.

Los mundos virtuales nos permiten experimentar abstracciones completamente nuevas a través de objetos que nos son familiares como el texto o las imágenes, lo que nos da la posibilidad de establecer puntos de vista simbólicos que no forzosamente se vuelven parte de esa inteligencia colectiva, sino solo parte del imaginario colectivo de internet.

Lo cierto es que las comunidades virtuales nos inducen a nuevas experiencias, nuevas formas de ser y de hacernos mutuamente presentes. Y, por lo tanto, nos permiten también crear nuevas formas de figuración y representación.

Las redes sociales de internet nos permiten ampliar nuestra participación en un espacio que busca no ser totalizador. Cada usuario de este medio puede expresarse incluso desde diversas voces o identidades. Es por ello que en este análisis hemos tomado principalmente lo que tiene que ver con el comportamiento de los usuarios dentro de Facebook, comprendido como *cibercomportamiento*, y las identidades que se conjugan en su participación dentro del medio, esto dialécticamente con las imágenes que se comparten.

La mediósfera está llena de imágenes, nos llegan por todos lados y podemos decir que su base es la fotografía, por ello es el interés de conocer cómo ha interactuado esta en los medios virtuales actuales como Facebook. Nos encontramos en un momento en el que conocer el mundo está guiado por las imágenes digitales, lo que conforma una nueva mentalidad frente a las cosas y a

la idea o representación de estas.

Si bien el análisis de esta investigación son las fotografías que se suben a la red social virtual Facebook, para lo cual se creó el grupo Crónica Fotográfica de la Vida Cotidiana, no se puede dejar de lado el contexto del espacio virtual que nos atañe, observando los diversos usos y, sobretodo, los diversos contenidos que se comparten en esta plataforma.

Facebook te permite conformar una comunidad virtual personalizada puesto que tú decides a qué usuarios agregar a tu red, que páginas seguir de acuerdo con tus intereses, así como a qué grupos pertenecer para generar una interacción concreta. Esta interactividad inicia con la conformación de un perfil en el cual se coloca una imagen principal que se convierte en tu carta de presentación, y una imagen de portada que viste tu página personal. De igual manera hay que dar una serie de datos personales; pero en todos estos pasos no hay un esquema de verificación, por lo que se puede colocar tanta información como se desee, la cual puede ser falsa, verdadera o simplemente manipulada al antojo del usuario (Facebook, s.f.).

Sin embargo, dentro de los controles que la administración de la plataforma tiene, cada día se diseñan estrategias para evitar la información falsa, como el caso de la imagen 21, en el que la plataforma limita el acceso al usuario al no tener un nombre reconocible en su perfil.

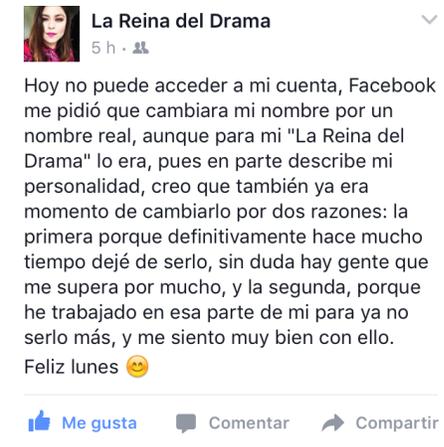


Imagen 21. Captura de pantalla de estado de Facebook sobre cambio de nombre de usuario

Una de las ideas que los teóricos de la cibercultura tenían sobre el uso del internet era que el medio sería menos totalizador, que los usuarios tendrían facilidad de ser libres en sus expresiones, lo que al final generaría una sinergia con los otros usuarios y por lo tanto la creación de nuevos contenidos (Lévy, 2007).

A pesar de que una plataforma como Facebook busca ser un medio de expresión personal, lo que podemos observar es que los usuarios no están presentándose a sí mismos con sus propias palabras o con imágenes creadas por ellos; no hay creación de contenido original. Lo primero que se nota es la repetición de frases, imágenes y diseños, entre otros contenidos.

Los teóricos han considerado a Facebook como un alfabetizador digital, lo que en cierta forma ha ocurrido al ser una plataforma de diseño amigable. También creen que busca promover una convivencia pacífica, que puede validarse con opciones de “me gusta”, pero no su contrario, así como por los controles de la administración de la plataforma que impone una serie de reglas, además de que cada uno de los usuarios puede denunciar, bloquear o reportar alguna publicación o contacto que considere indebido.

En este sentido, la idea de un orden interno está entonces programada por relaciones similares a su contexto fuera del espacio virtual pero que, ante sentirse

amenazado por el otro, con un clic lo desaparece de inmediato. Sin embargo, este orden mantiene el deseo de lograr una *netiqueta* que genere comportamientos deseables entre los usuarios (Galindo, 2010; Tabachnik, 2012).



Imagen 22. Infografía “Cómo ser más consciente en redes sociales” tomada de Facebook.com/Pictoline.

Lo anterior no es totalmente visible en esta plataforma virtual; por el contrario, más bien los usuarios tienden a comentarios moralistas, intolerantes o de crítica excesiva por lo que otros hacen, piensan o comparten.

Estamos frente a un espacio que permite la conformación de una ciudadanía digital⁵² que ha dejado de lado los medios tradicionales de comunicación para converger en los virtuales, dándole un sentido social a sus acciones en internet. Este medio que permite una mayor interactividad e inmediatez de la información genera que los usuarios no solo sean consumidores de esta, sino que también se

⁵² Definida por Natal, Benitez y Ortíz (2014) como “el conjunto de prácticas políticas y ciudadanas que de una forma u otra tratan de modificar y/o incidir en las instituciones, a través del uso de medios y tecnologías que tienen como característica la digitalización de sus mensajes y contenidos” (9).

vuelvan productores de contenido, los llamados *prosumidores*. Por otro lado esta apertura del medio, también nos lleva a facilitar la libertad de expresión, lo que ha democratizado el esquema de comunicación entre emisor y receptor al colocarlos en el mismo nivel y con la posibilidad de intercambio fácil y rápido (Natal, Benitez & Ortiz, 2014).

Estas posibilidades que ofrecen los medios digitales también agregan valor a la información que cualquier autor puede suscribir en el medio, de tal forma que se construyen también espacios de colaboración. Sin embargo, a pesar de encontrarnos ante un espacio que nos facilita el acceso a la información, la calidad y, por lo tanto, el valor que se le puede otorgar no siempre es el más adecuado para generar una verdadera inteligencia colectiva, como se lo planteaba Pierre Lévy.

Por ejemplo, por un lado, estos espacios permiten cotejar la información oficial con la contrainformación que diversos grupos (o personas) pueden publicar en estos medios, lo cual puede generar conocimiento y acciones sociales; sin embargo, los consensos no resultan ser siempre efectivos “pues al igual que en el mundo real en el virtual las acciones emprendidas a través de internet pueden llegar a reducirse a meta retórica” (Natal, Benítez & Ortiz, 2014:41).

Por su parte, los columnistas, como observadores sociales de la vida cotidiana, dejan constancia de su opinión sobre las redes sociales de internet. Luis González de Alba (2015), por ejemplo, observa que en “Facebook y Twitter, no existen las controversias de buena fe ni los desacuerdos por pensamientos diversos” (parr. 2). Por otro lado, Emily Parker(2017) considera que el internet que una vez “sirvió como plataforma para disidentes valientes, hoy en día es un terreno fértil para promover el terrorismo, el racismo y la misoginia” (parr 2); para ella la desventaja de este medio es una cultura en redes sociales que actualmente no funciona.

Hoy esta plataforma virtual está llena de opiniones y perspectivas que buscan posicionarse por encima de las opiniones y perspectivas de los otros creando un debate, más que de argumentos y posiciones, de orden moral. Así, pues, *Pijama*

Surf (2017) propone que en una época tan narcisista, como la que estamos viviendo actualmente, “tenemos propensión a pensar bien de nosotros mismos (quizá como un mecanismo de defensa) pero ello se exagera particularmente en lo que se refiere a asuntos morales” (parr 3).

Habrá que observar al internet, y sobre todo a las redes sociales como Facebook, no como totalmente liberador, pero tampoco como represivo, considerando que es actualmente un medio en el que se da el debate y la deliberación de actores e ideas, pero que requiere de un proceso sociocultural más profundo y complejo para lograr la calidad requerida.

Fotografía en Facebook

La propuesta es analizar las fotografías que los usuarios de Facebook comparten de su vida para identificar características tales como la identidad, su estética y cómo es que se interactúa con ellas, así como su narrativa y contexto, y finalmente reconocer qué es más importante al compartir estas imágenes al mostrarlas en un medio virtual.

Las investigaciones actuales dentro del ciberespacio tienden al análisis de lo tecnológico más que de lo social, y que en su mayoría son investigaciones cuantitativas sobre el uso de estos medios, más que cualitativas o de la imagen. Hay que destacar también que México tiene una participación importante dentro de la plataforma al ser el primer país de América Latina en esta red social de internet.

En este sentido, se puede observar (imágenes 23, 24, 25 y 26) que los usuarios de esta red social han disminuido su participación en la creación de información o imágenes propias, prefiriendo compartir publicaciones de otras páginas externas o internas de Facebook (Martínez, 2016).



Imagen 23. Captura de pantalla de foto pública de perfil del 7 de septiembre del 2016.



Imagen 24. Captura de pantalla de foto pública de perfil del 27 de junio del 2015.



Imagen 25. Captura de pantalla de foto pública de perfil del 11 de octubre del 2016.

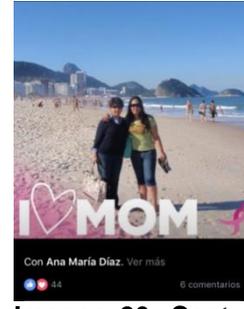


Imagen 26. Captura de pantalla de la foto pública de perfil del 9 de mayo del 2016.



Soy de Hidalgo 100%

Ayer a las 23:20 · 🌟

Alguien dijo yo?
Chalupas Apenas para Está Hambre
Qué tengo



Imagen 27. Captura de pantalla publicación de "Soy de Hidalgo 100%" el 26 de octubre del 2016.



Betsy Salinas

Las chalupas no yevan jitomate esas no son de hidalgo

Ayer a las 23:50 · Me gusta · 👍 1 · Responder



Juanita Villa-Solano

Las chalupas Hidalguenses llevan
Papa
Salsa
Lechuga
Queso
Pollo



Imagen 28. Captura de pantalla comentarios a la publicación del 26 de octubre del 2016 de "Soy de Hidalgo 100%".

Sin embargo, sí puede verse la participación de los usuarios en páginas relacionadas con la identidad, concretamente la regional; he aquí un ejemplo de la página "Soy de Hidalgo 100%", que no solo muestra el interés de los usuarios en participar, sino que además refuerza las imágenes presentadas en la sección de Identidad de Crónica Fotográfica de la Vida Cotidiana cuando se aborda el asunto

de las chalupas estilo hidalguense (imagen 27 y 28).

Se puede observar, por un lado, que al igual que en Crónica Fotográfica de la Vida Cotidiana la hipertextualidad está presente con la exposición de un comentario acompañado de imagen en el que se reafirma el estilo de chalupas que se hacen en el estado de Hidalgo. Y, por último, está también presente el hecho de una alta participación de los usuarios ante una temática identitaria, pues la imagen lleva alrededor de 111 comentarios y más de 2,300 reacciones, lo que contrasta con otras páginas en las que la participación es muy limitada.

Es importante considerar la propuesta del semiólogo Omar Calabrese (1989) sobre el exceso,⁵³ pues es claro que en un medio como las redes sociales virtuales es fácil encontrar, por la rapidez con que se comparten la información y las imágenes en estos espacios, la capacidad de datos que podemos compartir.

Facebook (2011, 2015, 2018) permite subir hasta 1,000 fotos por cada álbum, y se puede crear un número ilimitado de álbumes; esta empresa declara que se suben alrededor de 350 millones de fotos diariamente. Estos excesos "no producen necesariamente inaceptación social" (Calabrese, 1989:81), lo que nos indica el gusto que se construye en nuestras prácticas dentro del mundo virtual, concretamente de las redes sociales.

La fotografía en Facebook a través de "CFVC"

Una de las actividades que pueden realizarse dentro de la plataforma virtual Facebook (2017) es la creación de grupos,⁵⁴ los cuales dan a la gente un espacio privado para compartir con familiares, compañeros de equipo o amigos un interés

⁵³ Categoría que Omar Calabrese analiza en la Era Neobarroca. Límite y exceso son dos tipos de acción cultural. Existen periodos más encaminados a la estabilización ordenada del sistema centrado y periodos opuestos: tender al límite y experimentar el exceso. A este último pertenece el "neobarroco" (Calabrese, 1989:66).

⁵⁴ Los grupos de Facebook son usados por más de mil millones de personas en todo el mundo cada mes.

en común. Dentro de un grupo las personas pueden publicar actualizaciones, compartir fotos y archivos y organizar actividades. Por lo tanto, tienen ciertas características similares a las comunidades virtuales. Aunque no mantienen el ideal inicial de estas, que esperaban simular las comunas en las que todos los participantes tenían que trabajar colaborativamente y equitativamente, sí mantiene la idea de un espacio en el que los intereses son comunes y donde todos los usuarios estarían interesados en participar activamente por una misma propuesta.

Por ello que se eligió este esquema para conformar el espacio de análisis de la investigación con la idea base de intercambiar las fotografías que se toman en el día a día y que se desea compartir con los otros usuarios del grupo. Así se creó Crónica Fotográfica de la Vida Cotidiana, espacio en el que se localiza una serie fotográfica colectiva de las imágenes que los usuarios del grupo han elegido compartir dentro de este lugar virtual.

Lo primero que podemos observar es que la colaboración no ha sido tan equitativa entre los usuarios y que, como ya lo han planteado algunos teóricos, la participación es variable, existe una mayoría de usuarios que solo observan, y otros que se limitan a tener una reacción simple como dar clic en el ícono de “me gusta”, sin comentar más y sin compartir creaciones propias. Aun así, la participación ha sido de más de un tercio de los usuarios, lo que muestra diferencia con otros grupos donde suele ser igual o menor a 10 por ciento.

También que estos espacios virtuales cuentan con la intervención de un moderador o administrador del grupo para regular la participación de los usuarios. En este sentido Crónica Fotográfica de la Vida Cotidiana al principio trató de mantener solo el intercambio de las fotografías, sin embargo, así como existen grupos para realizar compra y venta de productos, en este espacio se ha promovido este tipo de servicio, aunque han caído dentro de la propia idea del grupo, esto es, han ofertado servicios de fotografía.

Los grupos, al igual que las comunidades virtuales, tienen como finalidad recrear y afianzar un vínculo comunitario entre personas que pueden o no conocerse cara a

cara; en tal sentido, la comunicación que en este espacio se genera promueve una identidad psicosocial,⁵⁵ que ha caído principalmente en elementos de tipo regional.

Es así como la cibercultura genera la interconexión que propician comunidades virtuales basadas en intereses comunes, intercambio y cooperación en proyectos, independientemente de su ubicación territorial, situación que no excluye las emociones compartidas; además, se interactúa bajo una moral implícita basada en la reciprocidad.

Interactividad y narrativa de la imagen

Los medios digitales han informatizado los datos, las ideas y las imágenes. Tienen un orden dado por la computadora, pero responden a elementos reconocibles para el usuario humano. Es decir, aunque la imagen se informaticice, la representación “pertenece al lado de la cultura humana, y entra de manera automática en diálogo con otras imágenes” (Manovich, 2005:92) así como también “entra en diálogo con otros archivos informáticos” (93).

El diálogo, entendido por Bajtín como una forma primordial del mensaje, y visto como una estructura interactiva, tiene un peso ideológico, lo cual impacta en un valor cultural. La palabra no se expresa solo como referencia a un objeto, sino que conlleva un valor emocional e intencional del creador y por lo tanto va de acuerdo con el aspecto sociocultural en el que se produce (Hernández, 2011). Este diálogo está dado en un nivel cultural e informático en tal forma que la lógica del ordenador influye en la lógica cultural, y viceversa. La reconceptualización cultural no es únicamente humana y debe sustentarse en este intercambio dialógico entre ambos niveles (Manovich, 2005).

Por todo ello la cuestión estética no se percibe solo desde la imagen, o de su uso dentro de los ordenadores o espacios virtuales, sino que debe considerar también lo emocional y la intención del autor, así como la reacción y el punto de vista del

⁵⁵ Cada persona suele desear que su propia identidad sea a la vez distinta de las de los demás y positiva, al compararla con la de otros grupos de personas.

receptor, humano o informático, dentro de la contemplación del mensaje o, en este caso, de la imagen.

Las dinámicas de interacción dentro de las comunidades virtuales se dan en la comunicación dialógica y con dimensión en las emociones, lo que genera construcción de las identidades, en tal forma que la construcción del yo dentro de una comunidad virtual depende del intercambio discursivo con el *otro*, conformando una relación de alteridad que propicia la reciprocidad y la coexistencia. Genera también una conciencia crítica de un discurso propio a través de la intencionalidad colectiva, las reflexiones a través del intercambio de experiencias, el placer en compartir conocimiento y la cooperación orientada hacia la colaboración (Aires et al, 2006).

Dentro de la narrativa de la imagen se considera su posible enunciación a través de los elementos compositivos de la misma, su observación así como los complementos textuales que la rodean, como el comentario con el que se sube a la red "porque suele anclar el sentido desde la perspectiva de la instancia del autor" (Marzal, 2005:59). Varios factores se deben considerar en esta sección puesto que existen, por ejemplo, elementos dentro y fuera de campo que da información valiosa a la imagen. De igual manera, y retomando lo referente a la interactividad, es importante el contexto en el que se sube y se comenta la imagen.

Las emociones son parte de las narrativas individuales y sociales que se comparten en un mensaje y que presentan al yo de quien publica, lo que promueve dentro de una comunidad la construcción de nuevos significados y acciones. Esta narrativa no es solo textual; también, a través de las imágenes, se puede generar el vínculo con el receptor de recursos culturales y de identidad.

Cibercomportamiento

Un aspecto que a los teóricos de las comunidades virtuales ha interesado es la generación de normas y regulaciones para una convivencia en el internet. En este

sentido, se puede observar que la plataforma virtual Facebook (s.f.) permite a sus usuarios tener control de su información, puede elegir quién ve las publicaciones y quién no, a quién se desea agregar a la lista de contactos y de estos, decidir de quién seguir sus publicaciones, entre otras acciones. Pero dentro de un grupo hay algunas variantes: para empezar ahí las publicaciones son visibles para todos los participantes, pueden incluso ser evaluadas por un administrador antes de ser publicadas, es decir, el control de la información queda en manos del o los administradores o moderadores del mismo. Así, a pesar de la idea de crear comunidades de comunicación horizontal, en estos espacios cerrados existe un control que no se genera colaborativamente con todos los integrantes del grupo.

Este control podría generar tensión en los procesos virtuales; sin embargo, el control por parte de los administradores puede verse como positivo puesto que pone en marcha una coordinación que permite la colaboración y la sinergia de los usuarios para lograr el objetivo de la comunidad y, por lo tanto, un intercambio de conocimiento y la autocreación de este (Lévy 2007).

En ese sentido, podemos observar algunas imágenes en las que la interactividad entre los usuarios muestra que se sigue un cierto comportamiento dentro del grupo para mantener un orden social. La propia arquitectura de la plataforma hace que se tenga que esperar turno para responder o comentar. Puede observarse que en ocasiones la comunicación se ve sesgada o afectada por esta situación; no siempre se realiza un intercambio de comunicación efectivo, quedando por lo tanto afectada la relación entre los usuarios, lo que puede verse como ofensivo o molesto dentro de las relaciones que se generan en estas comunidades virtuales.

Como ejemplo de mensajes agradables y positivos hacia el usuario que comparte la fotografía tenemos la imagen digital U83.13.09.15 (imagen 29) que muestra un plano general en ángulo contrapicado del monumentos ubicado en la Plaza Juárez, el cual está expuesto a contra luz con un cielo en tonalidades azul marino, así como un atardecer nublado.

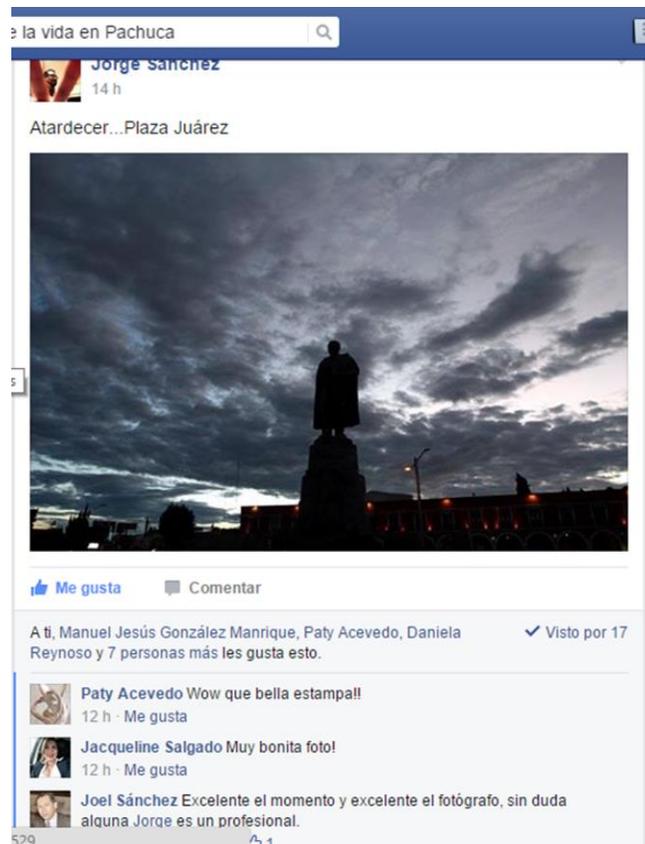


Imagen 29. Captura de pantalla de la fotografía U83.13.09.15: Atardecer... Plaza Juárez.

La imagen se presenta con el título de "Atardecer... Plaza Juárez"; no especifica la localidad ni los datos del monumento, sin embargo el nombre de la plaza da parte de esta información por lo que podemos suponer que la estatua representa a Benito Juárez, expresidente de México. Al ser un personaje representativo de la historia del país, también podemos asumir que es una plaza pública reconocida y de importancia en la localidad.

Los comentarios en este caso tampoco nos dan referencias geográficas ni identitarias, más bien versan en torno a la estética de la fotografía: "Wow que bella estampa!!!", "Muy bonita foto", y también a elogiar el trabajo del fotógrafo: "Excelente momento y excelente fotógrafo, sin duda alguna Jorge es un profesional". Así podemos ver que los comentarios no solo son corteses, sino halagadores para el usuario que ha subido la imagen a esta red social. Por otro

lado, como se indicaba previamente, la comunicación queda sesgada al no recibir respuesta alguna del usuario que ha posteado esta imagen.



Imagen 30. Captura de pantalla de la fotografía U77.07.09.15: Fotografía nocturna con barrido.

Este efecto de una comunicación compleja también se observa en la fotografía digital U77.07.09.15 (imagen 30) la cual es una foto nocturna en plano panorámico de una avenida con una estatua en medio. La imagen fue compartida sin mayor información, sin embargo aquí los comentarios no solo permiten conocer sobre la ubicación de la imagen, sino también generar conocimiento alrededor de la manera de realizar este tipo de imágenes nocturnas con las luces de los automóviles barridas.

Los diálogos son confusos al estar interactuando varios usuarios con la imagen, pero con diferentes temáticas; en este caso, el usuario que ha posteado la imagen se esmera en contestar a todos estos cuestionamientos que versan sobre donde fue tomada la foto, cómo es que se logra el efecto de barrido, así como felicitaciones sobre la imagen.



Imagen 31. Captura de pantalla de la serie fotográfica Preparando tamales para el día de muertos!

Por otro lado, la serie fotográfica "Preparando tamales para día de muertos! Tradiciones!" compuesta por seis fotografías, U08.02.11.15a,b,c,d,e,f (imagen 31), de las cuales en esta imagen solo son visibles cinco, que presentan el proceso de producción de tamales como su título lo indica.

Desde la identidad, lo primero que podemos identificar es la tradición de hacer tamales para el Día de Muertos; se aprecia un tipo de tamal de la zona centro del país. Pero en este caso, lo que nos interesa es la revisión de los comentarios que esta serie fotográfica generó.

Si bien, como en otros casos de comida, lo que los usuarios escriben está relacionado con el alimento en sí con frases como "¿A dónde llegamos?" O "Invita", es decir, hay un gusto por el alimento que las imágenes muestran; por otro lado, son comentarios que buscan motivar una interacción social que salga del ámbito virtual hacia una relación interpersonal cara a cara. Sin embargo, estos comentarios no son respondidos por quien postea la imagen, y es así como el último comentario "no nos invitaron..." no solamente refuerza esta falta de comunicación, sino que deja entrever un sentimiento de desilusión. La comunicación en este caso queda interrumpida por una falta de retroalimentación.

Otra imagen interesante por revisar desde la óptica de la identidad así como del cibercomportamiento es la fotografía U83.16.05.2016 (imagen 32), que presenta un plano general de una barra deportiva, la cual, por las banderas que se presentan, se puede apreciar que es del equipo de futbol soccer Club Pachuca, lo que nos ubica en espacio y por lo tanto en un cierto tipo de identidad.



**Imagen 32. Captura de pantalla de la fotografía U83.16.05.2016:
Festejo!**

Sin embargo, se coloca esta imagen en la sección de cibercomportamiento por el comentario que en ella se expresa: "crónica de un pueblo sometido"; el cual sutilmente lleva una carga política y social. En este sentido, algo que para unos es, tomando el título de la fotografía, un "Festejo..." dentro de una dinámica deportiva, para otros representa el sometimiento de los ciudadanos a un mero entretenimiento.

La sensación que deja este comentario no es agradable. Nuevamente el usuario que postea la imagen no contesta al comentario, ni nadie más del grupo, lo que deja al argumento expuesto sin mayor debate.

El orden en la arquitectura de la plataforma ya no es lo que va a generar una comunicación respetuosa entre los usuarios, es decir, la estructura no determina qué y cómo comenten los usuarios. Si bien, en los ejemplos expuestos de la interacción dada en Crónica Fotográfica de la Vida Cotidiana no se observan groserías o mensajes directamente ofensivos contra quien postea una imagen, si se observan aspectos que dificultan una correcta comunicación entre los usuarios, así como cargas emocionales en torno a lo que se comparte.

También cabe destacar la hipertextualidad que permite el medio digital; se interactúa con distintos signos y símbolos, desde el hecho de subir una fotografía, hasta el uso de emoticonos⁵⁶ u otras imágenes para comentar lo que se ha compartido, produciendo sentidos e interpretaciones diversas y que permiten leerlos no solo de la manera clásica (Lévy, 1999).

He aquí algunos ejemplos del uso de emoticonos para reforzar el comentario que se publica (imagen 33, 34, 35 y 36):

⁵⁶ De acuerdo con la Real Academia Española, "emoticono" proviene del inglés *emoticon*, que es la unión de las palabras emoción –*emotion*- e icono –*icon*-. Es la representación de una expresión fácil que se utiliza en mensajes electrónicos para aludir al estado de ánimo del remitente (www.dle.rae.es).



Imagen 33. Comentario con uso de emoticono de asombro a la fotografía U13.05.09.15.



Imagen 34. Comentario con uso de emoticono de lengua a la serie U17.06.09.15.



Imagen 35. Comentario con uso de emoticono de ojos brillantes a la fotografía U14.30.09.15b.



Imagen 36. Comentario con uso de emoticono sonriente a la fotografía U18.05.01.16.



Imagen 37. Comentario con foto dentro de la fotografía U21.23.09.15c.



Imagen 38. Comentario con foto dentro de la fotografía U21.25.10.15.



Imagen 39. Comentario con foto dentro de la fotografía U00.15.09.15.



Imagen 40. Comentario en la imagen U76.14.04.2016 con enlace a Youtube.

De la misma manera se pueden utilizar otras imágenes o fotografías o las tan populares imágenes tipo GIF,⁵⁷ así como otros recursos o hipervínculos para reforzar un mensaje o comentario, como se puede ver en los ejemplos de las imágenes 37, 38, 39 y 40.

⁵⁷ Graphics Interchange Format, imágenes que contienen animación simple y con duración en segundos.

Todos estos elementos impactan sobre las relaciones que se dan entre los usuarios, generando un comportamiento positivo o negativo dentro de la interactividad, lo cual es mediado entre los usuarios y puede ser controlado por el administrador o moderador del grupo.

Identidad(es)

Una comunidad virtual puede tener una serie de características tales como un idioma, costumbres, valores, ubicación geográfica, religión y estatus social similar, entre muchos otros aspectos; lo cierto es que lo más determinante está en tener una identidad en común sin la necesidad de algún objetivo específico (Soro, 2006). En la cibercultura no se ve solo lo local ni se fuerza a una cultura en particular; más bien se expresa la diversidad de lo humano, y por lo tanto una diversidad en la identidad.

Desde la perspectiva de Bauman (2005), a través de su planteamiento de la liquidez y la volatilidad en la sociedad actual, la identidad en las redes sociales virtuales permite mutar y cambiar constantemente de identidades, desarrollar identidades múltiples. Para Turkle (1995) el ciberespacio nos pone a vivir entre lo real y lo virtual y nos obliga a definirnos sobre la marcha en tal forma que podemos irnos construyendo y reconstruyendo a cada instante en este espacio virtual. Uno puede ser mucha gente, y mucha gente puede ser uno, conformando así una identidad posmoderna, descentrada, no lineal o, como lo plantea la liquidez de Zygmund Bauman, fluida.

En Crónica Fotográfica de la Vida Cotidiana los usuarios han compartido esta serie de identidades a través de las imágenes y los comentarios que ahí se gestionan, los que se han dirigido principalmente hacia la identidad cultural y regional, donde fundamentan su pertenencia a una región o a un grupo cultural en concreto. En este espacio virtual se han compartido distintos géneros fotográficos, entre ellos las vistas, las foodies y retratos, entre otros. De los más compartidos y comentados han sido los paisajes, espacio donde es interesante que en su mayoría se hayan compartido fotografías de espacios urbanos.

Tomemos, entonces, la fotografía digital U00.15.09.15 (imagen 41), que es un plano general en ángulo contrapicado que muestra al Reloj Monumental de Pachuca circundado por una malla y una cerca por aparentes obras a su alrededor. Esto es parte de la narrativa de la imagen que toma un monumento resguardado dentro de una remodelación en su entorno, lo que indica su importancia en el proceso; sin embargo el título con el que se presenta "A sus 105 años, así luce hoy nuestro Reloj monumental", indica también que en su aniversario no está disponible para esta celebración.

Por otro lado, los comentarios, no solo refuerzan la importancia de este monumento para la identidad regional, sino que demuestra la molestia de los usuarios ante esta remodelación "Upssss este año el Alcalde no le cantó las mañanitas jejejeje", "Odio verlo así! Una tristeza!".

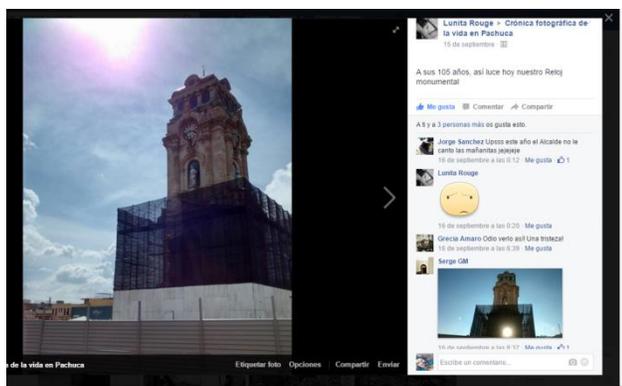


Imagen 41. Captura de pantalla de la fotografía U00.15.09.15: Reloj Monumental de Pachuca.

Nuevamente detectamos la presencia de la hipertextualidad que este espacio virtual permite, pues no solo están los comentarios textuales, sino también los gráficos. En este caso, dentro de los comentarios se incluye otra perspectiva de la misma situación, con una imagen que juega con la posición del sol atravesando por un arco del monumento y la malla que lo rodea, haciendo de la imagen una fotografía más dinámica y estética. Por un lado está corroborando el estado en que se encontraba el monumento en esa época, pero, por el otro, nos comunica que no tiene nada que decir, pero sí que mostrar.

Como otro ejemplo está la fotografía digital U84.28.09.15 (imagen 42), que es un plano general ángulo contrapicada de un monumento en contraluz, que se reconoce nuevamente como el Reloj de Pachuca. El cielo que presenta la imagen está nublado y en tonalidades anaranjadas. A diferencia de la imagen anterior, esta fotografía no busca presentar la situación de remodelación de la plaza, sino una imagen más estética con el manejo de los colores del atardecer y el contraluz que se genera silueteando al monumento.



**Imagen 42. Captura de pantalla de la fotografía U84.28.09.15:
... una foto del Reloj..**

El título es sencillo para comentar lo que se presenta: "Les comparto una foto del Reloj... la tomé hace un mes aprox :P (*Emoticono lengua*)". En los comentarios se

dice que el monumento fue dañado rompiéndole los vidrios, pero que la fotografía fue tomada "mucho antes de ser balaceado... :P jejeje", sin entrar en mayor detalle de la situación, mientras que los otros comentarios, se enfocan en la estética de la imagen felicitando al fotógrafo: "Excelente foto!"

Estas dos fotografías presentan un monumento local y eso se refleja en las interacciones que tiene un número importante; no obstante, es claro que la segunda tiene mucho más reacciones, lo que muestra que la identificación del espacio es importante para los usuarios de este grupo virtual y también les interesa la estética de la imagen. Los comentarios siguen igualmente este sentido. Mientras que en la primera imagen se centran en la situación que narra la imagen, en la segunda se va hacia la composición de la fotografía con adjetivos positivos hacia la toma así como felicitaciones al fotógrafo.

Si bien las fotografías de monumentos locales son un elemento recurrente en lo que se ha compartido en el grupo virtual, no queda claro el aspecto de la identidad que hay en el mismo, con excepción de la ubicación geográfica y el reconocimiento a estos iconos. Mientras, con las fotografías de comida, que es otro de los géneros que más se comparten, se tiende a reafirmar en mayor medida la identidad de grupo.

Podemos observar algunas imágenes como la fotografía digital U08.28.09.15a (imagen 43), la cual presenta un plano general con ángulo picado de un comal en el que se preparan chalupas estilo hidalguense. En la imagen se pueden ver algunas tortillas que solo tienen papa y otras a las que ya se les ha puesto lechuga. Las chalupas de este tipo llevan papa, lechuga, rábano, salsa verde, queso y pollo.

En otros lugares de México no se preparan estos antojitos o se dan variantes con el mismo nombre, por lo que al compartir la fotografía la persona que reacciona a ella es porque conoce el platillo. En este caso puede observarse que el comentario va en el sentido de no ser de Pachuca y por lo tanto no conocer este antojito hasta vivir en la ciudad: "No las conocía cuando llegué a vivir a Pachuca."

Además al conocerlas adquirió el gusto por ellas, comenta en la publicación: - "Cuando supe qué eran fui fan" (sic); incluso en este comentario también conocemos algo de la historia de esta usuaria, que vino a Pachuca a estudiar. Normalmente como estudiante foráneo se vive on cierta dificultad económica, por lo que el precio de este producto fue adecuado para esa situación, y por ello la usuaria agrega: -"sobretudo porque son muy baratas".



Imagen 43. Captura de pantalla de la fotografía U08.28.09.15a: Chalupaaaaaaas!!!

Es interesante observar cómo la comida toma un papel tan importante en la creación de una identidad, puesto que esta creación tiene relación con que el hombre está biológicamente predestinado a construir y habitar un mundo con otros, por ello los procesos sociales solo transforman la animalidad del hombre, pero no desaparece, por lo que puede, entonces, comer y teorizar al mismo

tiempo.

Esto implica que la socialización intervenga en el funcionamiento del organismo; por ejemplo, la sexualidad y la nutrición se canalizan socialmente más que biológicamente, lo que afecta las funciones del organismo. El individuo mantiene una dialéctica entre la identidad y su substrato biológico. El «yo» superior debe afirmarse sobre el «inferior». Así, en esta forma, no deja fuera su interés biológico por la alimentación, pero esta se ve rodeada y explicada por los componentes sociales que la rodean (Berger & Lickman, 2001).

En otro ejemplo, se comparte la fotografía digital U06.05.09.15 (imagen 44) que de igual manera presenta, en un plano detalle con ángulo en picada, un plato de chalupas del mismo estilo, pero con una historia diferente.



Imagen 44. Captura de pantalla de la fotografía U06.05.09.15: La cena de hoy...

Es de observarse que entre el plato y las chalupas hay un plástico, lo que puede sugerir que se compraron y no fueron hechas en casa, y esto es parte de su narrativa. En tanto detalle de un todo, nos deja fuera mucha información, como es la ubicación de este platillo.

Como parte de la narrativa de la imagen, la usuaria escribe: "La cena de hoy Tanto que se extrañaba esto estando lejos de México ¡Buen provecho!" lo cual, a diferencia de la reacción en la imagen anterior de alguien que no conocía este

alimento, nos indica más claramente una identidad regional. Tenemos a una persona que estuvo viviendo fuera del país y que a su regreso disfruta de un platillo típico de su región.

Los comentarios completan que las chalupas son de estilo "pachuqueño", lo que regionaliza aún más la situación que se vive alrededor de esta fotografía. Otros comentarios van sobre la comida en sí y enfatizan el hecho de que la imagen genere el antojo de quien la ve y se comparta, entonces, información sobre su sazón -"Estabas (sic) buenísimas Paty".

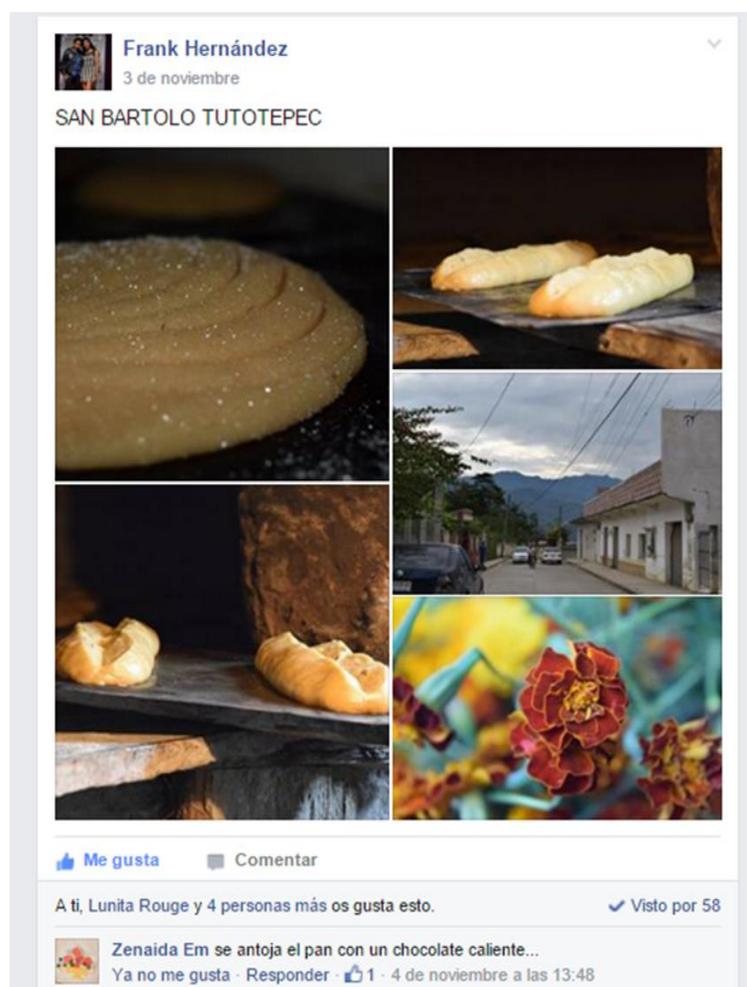


Imagen 45. Captura de pantalla de la serie San Bartolo Tutotepec.

La presentación de las imágenes también genera un contexto distinto. El siguiente

ejemplo (imagen 45) no muestra una sola fotografía, sino que se comparte una serie fotográfica bajo un mismo título que hace referencia al lugar de la toma: "San Bartolo Tutotepec".

Es una serie de cinco fotografías digitales U121.03.11.15j, plano detalle en ángulo normal de un pan con azúcar arriba; U121.03.11.15k, plano detalle en ángulo normal de dos barras de masa listas para ingresar en el horno de leña; U121.03.11.15l, plano detalle en ángulo normal de dos barras de masa listas para ingresar en el horno de leña; U121.03.11.15m, plano panorámico de una calle de San Bartolo Tutotepec, con vista a la sierra y fachadas de casas; U121.03.11.15n plano detalle en ángulo cenital de flores anaranjadas con amarillo y tallos verdes, la selección de imágenes de entrada ya ofrece una visión de lo que para el usuario representa este municipio del Estado de Hidalgo. En este caso los comentarios no se dan en cada foto, sino de toda la serie.

Las imágenes narran principalmente la hechura de pan en lo que puede apreciarse como un horno de leña, lo cual va complementado y contextualizado con un paisaje para completar la presentación de la región, pasando por una imagen de las flores del lugar. A pesar de esta variedad fotográfica, el comentario se enfoca en el pan: "se antoja el pan con un chocolate caliente", del cual resulta interesante la afirmación de "con un chocolate caliente" puesto que eso puede indicar el clima del lugar de la fotografía, sumado a que en la imagen del paisaje puede apreciarse un día nublado.

Es interesante también detectar el tiempo que quien comenta está viviendo. Se sabe que las fotografías y el comentario son del mes de noviembre que suele ser frío en varias regiones del Estado de Hidalgo.

En las fotografías antes presentadas en general se ve un detalle de lo que el usuario estaba viviendo al momento de la toma; por ejemplo, esperando su platillo o ya a punto de comerlo, así como la visión que se puede tener de un lugar, donde curiosamente la comida toma un lugar principal, y no tanto el paisaje o algún otro elemento de la zona.

Se resalta que en las dos primeras imágenes no hay un cuidado en la composición de la fotografía, eso es lo que menos importa; compartir el antojito regional es más importante y se cuida la composición de la fotografía, mientras que en la serie de San Bartolo Tutotepec el aspecto visual toma más relevancia y se cuidan los encuadres y selección de imágenes que se comparte.

A modo de cierre

Facebook te permite conformar una comunidad virtual a tu manera puesto que tú decides a qué usuarios agregar a tu red, que páginas seguir de acuerdo con tus intereses así como a qué grupos pertenecer para generar una interacción específica. En cuanto a los grupos creados dentro de Facebook existe una gran variedad de tópicos; los intereses y temas que pueden presentarse en esta sección pueden ser sobre cualquier cosa que se nos venga a la mente, al igual que las páginas que se pueden desarrollar en esta plataforma.

Una exploración rápida en varias páginas similares a Crónica Fotográfica de la Vida Cotidiana, es decir, de publicación de imágenes principalmente, presenta un contraste interesante respecto a la participación de los usuarios. Muchos de estos grupos al parecer sí cumplen con la Ley 90-9-1 que plantea Galindo (2011), según la cual, a pesar de ser significativo el número de usuarios que publican, son los menos, y los que participan con reacciones y comentarios también es mínima.

Así como se observa que en Facebook se comparte material de otros usuarios o de otras páginas, también en el grupo Crónica Fotográfica de la Vida Cotidiana se ha compartido material fotográfico que no es del usuario que lo publica, pero que sí mantiene las ideas antes presentadas de espacios de la ciudad de Pachuca o imágenes de tipo cultural del Estado de Hidalgo.

Tal parece que lo que sucede en Facebook está contrastado con lo que las propuestas de la cibercultura esperaban de expansión y de generación de un

espacio global y armónico, como dice Bauman (en Art and Culture TV, 2016); los usuarios interiorizan la red social virtual y caen en una zona de confort donde, más que buscar expandir su mundo, se están concentrando para evitar la soledad y solo escuchan el eco de su voz.

La interactividad en Facebook así como en el grupo de análisis permite ubicar relaciones que manifiestan una intencionalidad colectiva por compartir aspectos de pertenencia de una región y una cultura local, esto a través de diálogos en los que se intercambian experiencias y aspectos contextuales, colaborando en la construcción del placer visual a través de las fotografías subidas a la red.

El internet, como ciberespacio, y todos sus integrantes están conformando una nueva sensibilidad social y cultural, estableciendo relaciones frente a una pantalla, ya sea del celular, de la computadora y o de cualquier otro dispositivo electrónico conectado al internet, las cuales se vuelven tan reales como la relación del diálogo y la alteridad lo permitan. Facebook se está convirtiendo en un patio de juegos para los usuarios, donde no tienen la necesidad de generar propuestas originales; solo deben subirse a las tendencias de la red y preparar el rostro o rol que quieren representar en el medio. Joan Foncuberta (en Riaño, 2016) plantea: "si la noción de propiedad no importa nada, la de originalidad tampoco. Se comparte, no se posee. Circula y no es de nadie. Es lúdica, sobre todo" (parr. 6).

Tercera parte

CAPÍTULO 5. Interactividad estética en las *foodies* de Facebook

"La fotografía es el arte de transformar en imágenes las ideas, las sensaciones, los temores, las filias, las emociones y los deseos, es decir: lo que pienso y lo que soy. Crear alimentos y comer tiene mucho que ver con pensar, amar, desear y ser."

Álvaro Fernández Prieto (en Acosta, 2011:32)

En este capítulo se plantea que las *foodies* presentes en la plataforma virtual Facebook reproducen una estética neobarroca. Esto se deduce a partir de que mantienen características similares a las de las pinturas y fotografías asociadas al bodegón, y a que la estética que reproducen es la propuesta por Omar Calabrese (1989), en la Era neobarroca, en categorías como la repetición, el fragmento y el detalle.

Esto se realiza a partir del análisis de las variantes e invariantes de una serie fotográfica de *foodies* publicadas en el grupo de Facebook Crónica Fotográfica de la Vida Cotidiana, así como de otras imágenes del mismo tipo que se reproducen en esta plataforma virtual de manera pública, visualizando su relación con el bodegón y las categorías estéticas de la Era neobarroca, así como la apropiación de este medio en el arte contemporáneo.

Lo que se revisa desde la propuesta de la cultura visual y la Era neobarroca, más que desde el reflejo de la sociedad consumista y de la soledad del usuario, es la razón para compartir ciertas imágenes en la red, que se plantea desde la sociología con pensadores como Zygmunt Bauman.

El bodegón y la estética de las *foodies*

Dentro de la historia del arte y en innumerables ocasiones "la Pintura se ha servido de las realidades naturales para crear abstracciones que, a la par que decorativas, envían al espectador una serie de mensajes y despiertan el gusto estético" (Andújar, 2013:459).

Así pues, existe una evolución iconográfica de la comida a lo largo de la historia de las imágenes en las artes plásticas. Esta forma de representar ha ido mezclándose y enriqueciéndose; ha sido objeto de deseo de los consumidores o retratada por los académicos. Un barrido general por las imágenes que han alimentado nuestro inconsciente nos mostrará un mapa cultural de las formas de representación de la comida desde la antigüedad hasta los tiempos actuales; desde la tesela hasta el lenguaje binario.

El tema que nos ocupa, la representación de comida en cualquiera de sus etapas, desde la exposición natural al plato preparado, pertenece a un campo icónico más amplio, el del bodegón.

Características del bodegón

María Victoria Legido (2016) ubica las primeras representaciones de comida en las villas romanas, bajo el nombre de *Xenia*; "originariamente eran las ofrendas de alimentos que las familias griegas y romanas realizaban a sus invitados" (416) y que posteriormente se dejaron plasmadas en frescos y mosaicos con la intención, por parte de los anfitriones, de mostrar los productos alimenticios que degustarían sus huéspedes.

Bodegón es el término español acuñado a partir del concepto de "naturaleza muerta" del holandés *still-leven*, o del inglés *still-life*, que significaba "modelo inerte" o "naturaleza inmóvil", es decir, objetos en reposo. Sin embargo, para este análisis, optamos por el concepto de *bodegón* sobre el de *naturaleza muerta*, puesto que proviene de la palabra "bodega", que era el lugar donde se guardaban

la comida y la bebida. Siguiendo a Legido (2016), es el más adecuado para estas representaciones, pues es una referencia más cercana a los alimentos, aunque las imágenes se acompañen de otros elementos no comestibles, como flores, utensilios de cocina o, inclusive, personas. El término de *naturaleza muerta* no nos permitiría, por ejemplo, pinturas como las de Diego Velázquez en las que se incluyen representaciones humanas, como lo plantea Calabrese (citado en Legido, 2016): "Las primeras denominaciones oficiales de naturaleza muerta, aquellas que en cierto sentido han sancionado su ascensión como estereotipo y establecido su constitución de 'género', no hablan en absoluto ni de naturaleza ni de muerta". (418).

El bodegón, asociado con lo mundano de sus inicios, fue considerado en arte bajo al tratar elementos que se consideraban fuera de lo divino, por tanto más cercano a la naturaleza humana o incluso inerte. Sin embargo, igual se ha considerado el "bodegón a lo divino", como es el caso de *Cristo en casa de Marta y María* (1618-20) de Velázquez, donde no solo es una escena de cocina, sino que, como decíamos anteriormente, cuenta con la presencia de mujeres (Moreno, 2001).

Ha existido una discriminación a lo que percibimos por los sentidos del gusto y del olfato frente a lo que podemos percibir a través de la vista, el oído y el tacto. En tal sentido "ha existido una exclusión sensorial que no consideraba arte lo que nos llegaba a través de ellos; ya que tanto el gusto como el olfato eran sentidos considerados más cercanos a la naturaleza que el resto, es decir más animales" (Legido, 2016:419). Esta idea se rompe en el siglo XX, sobre todo con la consolidación de tendencias como el performance y los happenings.

También hay que observar que el bodegón no es solo una representación costumbrista, sino que integra algunas características como "la elección de las figuras, la composición de las escenas, la iluminación de las mismas, la ubicación de los elementos y el reparto del espacio" (Andújar, 2013:459).

Asociación y usos del bodegón

Los más antiguos vestigios de representaciones de comida nos llevan a Pompeya y Herculano, donde sus paredes, protegidas durante siglos de la intemperie por la capa volcánica del Vesubio, han desvelado elegantes mosaicos y frescos con representaciones de frutas y demás comestibles. La función exhibidora de riqueza en este caso estaría abierta a muchas interpretaciones, pero la herencia que dejó en el arte paleocristiano y su simbolismo (Cristo como pez) repercutió considerablemente en todo el medievo.

Durante el Renacimiento, y con el contacto entre el viejo y el nuevo mundo, el modelo de representación se torna más naturalista, con intención científica, botánica, y se transformará en una moda para los consumidores, primero aristócratas y luego burgueses, de los siguientes siglos. De acuerdo con Legido (2016), "A partir del siglo XVII los bodegones son claras representaciones del nacimiento de la primera sociedad de la sobreabundancia, siendo los máximos exponentes de este subgénero las pinturas holandesas y flamencas" (419).

Perdida, ya en el siglo XIX, su carga simbólica religiosa y mítica, la representación de comida va a ser ideal para la experimentación de nuevas técnicas; como pintura impresionista, postimpresionista, cubista, hiperrealista. La comida siempre ha sido un paciente aliado del pintor. "Naturaleza paciente" le decían en la Holanda del siglo XVII, donde toda una escuela se especializa en la destreza de la representación natural que impactará tanto en la Corona española como en sus virreinos.

Ya en el México independiente encontramos herencias de aquellos estilos pictóricos con obras populares como las de Hermenegildo Bustos. Y en el mundo de la fotografía es clara su presencia desde las primeras placas de experimentación, donde la comida mantuvo su paciencia de modelo ideal.

En el siglo XX se concreta este arte percibido no solo mediante la vista, el oído o el tacto, sino también por el gusto y el olfato con el nacimiento del *Eat Art* en los

años sesenta, acuñado por Daniel Spoerri quien, como cocinero y anfitrión, organizaba cenas que luego fotografiaba y exponía.

A lo largo de la historia se mantiene la idea de presentar el consumo y el derroche, la abundancia y la capacidad de ofrecer ciertos alimentos. Hoy las cámaras digitales y las redes sociales exponen para el mundo en segundos lo que vamos a degustar; evidentemente ya se perdió la carga religiosa y mitológica desde hace siglos, pero la que perdura es la de la exhibición pública, la identidad, el poder y la velocidad de la era de las comunicaciones. Las representaciones contemporáneas también contienen "objetos de un solo uso: servilletas de papel, vasos de plástico, latas y platos de cartón" (Legido, 2016:422), que conviven con la comida y sus restos. Tal como en su momento el *Art Pop* lo hizo con Andy Warhol y su emblemática obra "Sopas Campbell, hoy no solo se captan escenas de grandes banquetes o de restaurantes de lujo, sino que también entran en la dinámica las de comida rápida.

El bodegón y la fotografía

Los bodegones, entonces, representan a la sociedad de la abundancia, donde no solo importa que se consume, sino inclusive dónde o de qué manera. Para Legido (2016) "los bodegones contemporáneos son nuestra vergüenza social" (425) puesto que más de un tercio de la comida del primer mundo termina en la basura; "estos bodegones además de rabiosamente contemporáneos son, como ya ocurriera en el periodo barroco, símbolos del lujo, de la avaricia y la opulencia" (425).

Los bodegones contemporáneos ya no son las naturalezas muertas del pasado, pues no queda ni atisbo de naturaleza en ellos, hoy son más memento morque, son vanitas, puesto que no solo hacen mención a nuestra propia desaparición como especie, sino también a la de todo el planeta tierra (426).

El bodegón en la fotografía mantiene las características básicas de mostrar objetos inertes como la comida a través de ángulos frontales, en picada e incluso de manera cenital, con planos cerrados hasta el detalle; sin embargo, la fotografía, a diferencia de la pintura, puede hacer uso de la profundidad de campo que permite tener planos de la imagen en foco y fuera de foco, lo que da a esta técnica la posibilidad de una composición distinta.

Una de las variantes que podemos encontrar es la fotografía gastronómica. Esta se va modificando según el uso que se le ha dado, desde su aparición en los menús restauranteros, pasando por las publicaciones en diarios, luego en revistas especializadas e incluso a galerías de arte, y hoy en día en los portales y plataformas digitales de socialización en el internet. En estas imágenes se busca una composición estética única para cada muestra de un platillo.

El crítico de comida John Lendorff (2016) considera que las fotos de comida pueden hacer que un batido verde sepa mucho mejor; por ejemplo, los fotógrafos profesionales tenían todo un cuidado para hacer una imagen de algún alimento que iba a ser publicado en algún medio impreso, ya fuera para darlo a conocer o para presentar la crítica del restaurante; sin embargo hoy cualquiera simplemente saca el celular, hace un somero acomodo de los objetos y toma la imagen, y de ahí va directamente a cualquier red social; incluso los mismos críticos de comida de los medios lo hacen así hoy; no hay necesidad de procesos técnicos de iluminación o composición. Se considera que si vale la pena inmortalizar en una imagen el plato que se va a degustar, seguramente es, debe ser, un alimento maravilloso.

Por su parte, la fotografía publicitaria tiene la finalidad de seducir al cliente con la imagen, contribuyendo a la ideología de inmediatez para generar un espejismo de consumo. En este sentido, la construcción de esta imagen está pensada, planeada y estructurada técnicamente para ofrecer un fin concreto.

De los bodegones y planos cenitales de platos que apenas buscan su fotogenia estética de libros y revistas de los años 60 del siglo XX, se pasa, a partir del cambio de siglo, a la sensualidad de una piel que se resbala de un ajo, el gancho que atraviesa una loncha o el líquido que se escapa del vértice de un timbal de chocolate blanco. Estas imágenes están hechas en primerísimos planos, una mirada popularizada por la industria del cine porno y que, aplicada a la gastronomía, se denomina *porn food* (Acosta, 2011:7).

Los medios presentan imágenes construidas con cuidados estéticos que buscaban que los valores fotogénicos resaltaran al ser presentadas en la publicación, provocando una ligereza que al público le fuera fácil de entender y aceptar (Eguizábal, 2005). “La promiscuidad del detalle, el aumento del zoom toman un valor sexual. La exorbitancia de cada detalle o aun la ramificación, la multiplicación serial del mismo detalle nos atraen” (Baudrillard, 1990:29). Sin embargo, cuando visualizamos este elemento en las redes sociales, la realidad es muy diferente, tal pareciera que nuestro deseo es más por su artificialidad técnica.

Asimismo, como con el fenómeno de las *selfies*, el internet también se ha inundado con las *foodies*, fotografías digitales de comida que la gente publica en sus redes sociales virtuales, en plano detalle, ángulo picada de los alimentos que tiene enfrente, con su variante de *foodie selfie*, en la que no solo aparece el alimento, sino también la persona que lo está consumiendo. En este sentido, es una variante del bodegón a través de la fotografía.

En Facebook, por ejemplo, se ha vuelto muy común la creación de álbumes con recetas de comida, donde las fotografías no siempre son armadas de manera técnica, no hay un cuidado estético total. Esto cambia, en gran medida, de acuerdo con quien lo comparte; por ejemplo, si se trata de una página de una empresa de comida, las imágenes son cuidadas publicitariamente, mientras que si es un álbum de un usuario con intereses culinarios, entonces comparte fotografías con una calidad estética menor. El valor fotogénico no forzosamente está presente en este tipo de imágenes.

La presencia de los bodegones en la pintura como una "obsesión por las naturalezas muertas, y en especial por los alimentos" (Arredondo, 2008:167) tiene un fuerte significado en los tiempos de carencia en que fueron pintados, y esto no deja fuera su presencia actual en las redes sociales a través de la fotografía, puesto que, como manifestaba Legido (2016) la hambruna es mundial, en diferente escala tal vez, pero en todo el mundo, y la presencia de la comida basura o rápida, así como de utensilios desechables que parecieran un gran avance de nuestra civilización, deja aun entrever la escasez frente a la sobreabundancia.

Las *foodies* mantienen estas características del bodegón, son parte de un gusto de la época que en su momento dependió del "acceso al mercado cultural de una clientela que marcará una gradación en ese mundo doméstico y bajo" (Arredondo, 2008:168); es, tal vez, un mundo similar el que tiene acceso a las redes sociales virtuales. Podemos decir que tanto en el barroco como en nuestros días, son imágenes que acompañan "una sociedad en la que lujo y consumo conviven con miseria y hambre, dos polos que se convierten en imágenes sensibles para un público acostumbrado a miraras, leerlas e interpretarlas" (168). Evoca una idea de estatus entre los usuarios de la red social virtual o es, al menos, lo que imágenes comunes en las redes sociales de internet, como son los memes, han venido manifestando.

Las foodies en Facebook

Como ya mencionaba John Lendorff (2016), antes para hacer fotos de platillos se requería de cierto equipo y técnica, hoy en día la gente tiene una cámara en su celular y fácilmente puede tomar la foto de la comida que le acaban de servir o que acaba de preparar y de inmediato la sube a las redes sociales de internet. Esto se intensificó con el surgimiento de Instagram,⁵⁸ que es una aplicación gratuita para celulares que permite compartir fotos y videos únicamente, los cuales pueden ser modificados con ediciones automáticas; la aplicación, además, se

⁵⁸ Instagram es un producto de Facebook (2017) que propone a los usuarios tomar fotos o videos, editarlos a través de su grupo de filtros y compartirlo, tanto en la propia aplicación como en otras redes sociales.

puede asociar con otras redes sociales como Facebook, Twitter y Flirck para ser compartidas, lo que facilita compartir la imagen por toda la red (Rubira, 2013).

Aunque no es Instagram la plataforma virtual que estamos revisando, nos impacta porque su contenido es subido en la red social Facebook, la cual adquirió esta aplicación en el 2012. Instagram se volvió popular entre los usuarios jóvenes de la red y los interesados en la fotografía. Es común encontrar en internet una serie de páginas como *Instagramers* que proporcionan consejos para subir las mejores fotos a este medio; incluso esta página comenta que la gastronomía y todo lo relacionado con la cocina y comida están de moda, desde programas de televisión en horario estelar, hasta la presencia de imágenes con estos contenidos en las redes sociales, y por ello comparte una serie de consejos para presentar la mejor foto en estos medios virtuales.

Como esta página, el internet está lleno de muchas más que precisan cuál es la mejor manera de tomar y subir una foto de tu comida al mundo digital. Algunos de los consejos por destacar son cuidar el entorno del platillo para que sea una toma lo más limpia posible, decidir si lo mejor es el alimento completo o solo una rebanada de este, jugar con el enfoque y desenfoco de la toma -que ya lo mencionábamos con anterioridad en relación con la profundidad de campo-, diversificar los ángulos y la dirección de la toma, evitar el uso del *flash*, elegir filtros que resalten los colores y no que los opaquen; además dentro de estas redes sociales el uso del *hashtag* como un hipervínculo para ubicar otras publicaciones similares es muy importante, así que la elección de los temas de identificación debe ser el adecuado (González, 2013).

Pero en Facebook, no solo se comparten las fotos de Instagram, sino también hay fotografías directamente en la biografía, álbumes, grupos y *fan pages* donde se comparte este tipo de imágenes. En un recorrido rápido por la línea del tiempo (*time line*)⁵⁹ de la red social virtual, es fácil y rápido encontrar que varios contactos han compartido álbumes con fotografías de comida que ofrecen las páginas

⁵⁹ Es una representación gráfica, en el muro de la red social de internet, de nuestra actividad donde se mostrarán nuestras acciones con la actividad de nuestros contactos (Velasco, 2012).

especializadas en nutrición, salud y belleza, o incluso de marcas reconocidas como productoras de insumos de alimentos.

Por otro lado, están los videos de comida. Desde hace tiempo Youtube se convirtió en un espacio lleno de tutoriales de todo tipo, entre ellos, la presentación de recetas de comida; pues ahora Facebook se ha visto inundado por este tipo de contenido. Los usuarios han compartido recetas entre ellos e incluso las publicaciones instruyen respecto a que si no se quiere extraviar esas recetas para en algún momento poder elaborar la que se nos antojó, entonces debemos compartir dicha publicación en nuestro espacio virtual dentro de la red social.

La estética de la repetición de las *foodies* en la era neobarroca

Desde la perspectiva de Joan Foncuberta (2013), hemos entrado en el tercer milenio y muchos problemas decimonónicos siguen vigentes. En cuanto a la fotografía, como seguimiento de la pintura o como instrumento de la ciencia; existen aspectos que no han llegado a ser resueltos. La fotografía es ciertamente un depósito químico producido en un cierto momento, pero eso no es lo que realmente nos interesa. Lo que en un momento dado se quiere saber es cómo esa combinación de luz, espacio y tiempo adquiere un sentido para el emisor y para el receptor, así como cuáles son contexto ideológico o los efectos políticos que desencadena.

Lo que sí afirma este autor es que, en su paquete de nuevas medidas estéticas, el posmodernismo⁶⁰ canceló normas establecidas por el romanticismo y la vanguardia: "abogó por lo impersonal, negó la idea de originalidad como mito canonizador del acto artístico y repudió la personalidad y el estilo" (Foncuberta,

⁶⁰ El posmodernismo, desde la mirada del filósofo Jean-Francois Lyotard (1984), está dado por la entrada a la era postindustrial, donde la cultura se enfrenta a un cambio en el sistema de conocimiento y ciencia, en el cual el saber será producido para ser vendido, consumido bajo el valor de producción y, por lo tanto, será posible intercambiarlo.

2013:10). Concuerta con él Carlos Fajardo (2005) al exponer que "el mundo actual se libera de la obsesión de unidad y totalidad, y juzga positiva la pluralidad de los discursos, también facilita una ideología de la individualización casi total" (63).

Tal pareciera que en el posmodernismo se presenta una estética negativa del modernismo que destruye el sentido, mas es idealista pensar que el arte puede resistirse a toda asimilación. "El posmodernismo representa el último resurgimiento iconoclasta de la vanguardia, con su transgresión demótica de las jerarquías, sus subversiones auto reflexivas de la clausura ideológica, su desenmascaramiento populista del intelectualismo y el elitismo" (Eagleton, 2011:455); se burla de "las variedades obsesivas de la cultura tradicional" (456), pero depende de ellas para las condiciones estables de sus propias operaciones.

Esta posmodernidad obliga al hombre a reinventarse, da la posibilidad de lo nuevo, que lentamente se ve cubierto por la reproducción de las formas antiguas o el uso de técnicas pasadas, pero que bajo la novedad cobran interés. Pareciera que la humanidad ha alcanzado tal grado de autoalienación que puede experimentar su propia destrucción con un placer estético.

La forma, para los posmodernistas, se enraizó en los valores de la sociedad, sobre todo en lo concerniente a las relaciones de poder como la clase, el género y la raza, entre otros; dejando de lado el significado nítido y neutral que los puristas deseaban (Bright, 2005). Si bien los géneros fotográficos continúan siendo los mismos (retrato, vista, narrativa, objeto, documento), la fotografía posmoderna busca reinterpretarlos rechazando cánones estrictos, como la esencia de la imagen o la comunicación que produce.

En los medios digitales y virtuales como Facebook podemos considerar, según comenta Fajardo (2005), que "tal vez un sin belleza, sin sublimidad, sin gracia, haya entrado a operar en estas representaciones del 'sin utopías' como nuevas formas de la experiencia estética de última hora" (77).

La estética de la repetición neobarroca

Para Omar Calabrese el término "posmodernismo" no es el correcto por ser una palabra genérica y equívoca que se ha convertido en el eslogan de operaciones creativas. Se le relaciona con la incredulidad y la rebelión contra el funcionalismo y el racionalismo. Por ello él propone la etiqueta de "neobarroco" pues considera que las producciones culturales actuales tienen una forma interna común que proviene del barroco; existe una constante, por ejemplo, del abandono del orden o la simetría por lo disarmónico o asimétrico. "El progreso de las ideas nace casi siempre del descubrimiento de relaciones insospechadas, de uniones inauditas, de redes inimaginadas" (25). Para ello es importante detectar el sistema de valores con que la sociedad está juzgándose a sí misma y por lo tanto a las producciones culturales.

El semiólogo plantea como premisa que "toda cultura de una época se expresa, en mayor o menor cantidad y de un modo más o menos profundo, en la obra de cualquiera" (12) ya que a pesar del análisis de diferencias y semejanzas hay una apariencia y afinidad como base; además de que expone que "cada uno de nosotros sabe mucho más de lo que cree saber y dice mucho más de lo que cree decir" (12).

En la investigación hemos partido de la postura de Carlo Gizburg para analizar a través de indicios encontrados en el grupo de Facebook Crónica Fotográfica de la Vida Cotidiana. En este sentido, Calabrese plantea que el análisis de "objetos de indicio" se puede relacionar con la 'microhistoria' o 'microsuceso' que "funcionan idealmente por fragmentos", expresando el espíritu de una época (Calabrese, 1989:93).

Es por ello que se han seleccionado dos categorías de análisis principales dentro de la propuesta de la Era neobarroca de Omar Calabrese: la estética de la repetición y el fragmento y detalle.

Para el análisis se toman fotografías del grupo Crónica Fotográfica de la Vida Cotidiana, así como imágenes que circulan de manera libre en la plataforma virtual

y se busca su similitud con algunos bodegones clásicos. La temática seleccionada gira en torno a las imágenes de comida que, como ya se ha mencionado, se conocen como *foodies* y adquieren mucha presencia en las redes sociales digitales. En este caso, dentro del grupo de Facebook se encuentran 43 fotografías con esta temática en tres variantes:

- Comida en procesos de producción: 20 imágenes.
- Comida presentada en plato: 21 imágenes.
- Degustación de la comida: 2 imágenes.

Finalmente se eligieron 20 fotografías para su análisis y comparación.

Categoría de repetición

Omar Calabrese (1989) plantea una "estética de la repetición" producida por el perfeccionamiento de la creación de un producto a través de una mecánica de repetición y optimización del trabajo.

Si todo se ha dicho y escrito ya, y posiblemente también ya se haya visto todo, ¿qué pasa con producir algo original e irrepetible? Nos encontramos con producciones culturales que responden a lo repetitivo y lo serial, así como al uso de la cita y el pastiche. Para Calabrese, esto no es un problema, ya que la estética se encuentra en el dinamismo del ritmo y la repetición; es ahí donde se ofrece una clave estética.

El semiólogo plantea que hay tres tipos de producción, de elementos del texto y de tipos de consumo, los cuales se combinan entre sí. A partir de estos nueve elementos, Calabrese propone relacionar las tres áreas para detectar "las figuras dominantes en la repetición contemporánea" (52) a fin de encontrar la existencia de la estética neobarroca.

[L]a repetición industrial (producción): es decir, la existencia de un modelo, que es repetitivo en un estándar, pero que puede ser variado con unas opciones (...) la repetición textual: la invariante, la serie (los tipos) y la variable (...) la repetición del consumo: el sistema de demandas dada por un modelo o por una invariante, la

repetición idéntica (consolatoria) y la repetición re-orientada, es decir, el gusto de la variante consumativa de un mismo objeto (Calabrese, 1989:51).

PRODUCCIÓN	TEXTO/IMAGEN	CONSUMO
Modelo	Invariante	Demanda
Estándar	Serie	Consolación
Opcional	Variable	Consumo productivo

Tabla 4. Adaptación de la tabla presentada en La era neobarroca (Calabrese, 1989:51)

Para Calabrese, el valor estético neobarroco se da en la relación de estas tres áreas en la repetición de figuras de orden contemporáneo. Para detectar estas relaciones revisaremos imágenes de bodegones, fotografías compartidas en el grupo de Facebook y otras imágenes de circulación pública en dicha plataforma.

Primeramente observemos algunos bodegones que nos permitirán contraponer estas construcciones artísticas de diferentes épocas con las *foodies* que se comparten en redes sociales de internet.

En estos cuatro bodegones, dos del siglo XVII (imágenes 46 y 47) y dos del siglo XXI (imágenes 48 y 49) es clara la estandarización del producto. Hay un estilo concreto, ángulos frontales o en picada, mostrando el contenido del plato, lo que permite ver las características de los objetos que ellos se muestran.

El cuadro de Juan Fernández (imagen 47) se compone de cuatro racimos de uvas aún unidos a su rama con hojas, que se encuentran suspendidas sin ser claro de dónde; tres de los racimos, uno a la izquierda y dos a la derecha, tienen un color rojizo tenue, mientras que el racimo central es de un tono morado oscuro además de ser el racimo de proporción mayor. Este cuadro nos permite observar las variantes del estándar por su uso no solo artístico sino también científico, que se exponía en el apartado del uso del bodegón, donde muchas de las representaciones hechas dentro de este género tenían como finalidad un sentido informativo.



Imagen 46. *Still Life* (1607), de Clara Peeters.



Imagen 47. *Bodegón*, de Juan Fernández *El Labrador* (1629-1636).

Fuera del caso de las uvas, que podemos decir que están en su 'estado natural', las otras tres representaciones son alimentos que se han dispuesto en utensilios de cocina para su consumo. La pintura de Clara Peeters (imagen 46) presenta algunas bebidas servidas en copas aparentemente de cristal con ornamentas metálicas; una de ellas, la de la izquierda, se encuentra en un plato de aspecto metálico, redondo y de color gris, sobre el que también están dos galletas, una en forma de letra P, que es de color café, y otra, de corazón, en colores blanco con café; sobre el mismo plato hay un grupo de figuras plateadas, cinco alargadas, tres circulares y una amorfa como roca, que más que comida parecen elementos para joyería; hacia este sentido se distinguen al centro de la parte inferior del cuadro un pendiente en forma de hoja y un anillo con pedrería. Adornan también el cuadro un candelabro con una vela blanca encendida, una rama verde con flores y un insecto, especie de mosca, inerte.

Las pinturas de Luigi Benedicenti (imagen 48) y Mark Adam Webster (imagen 49), tienen un sentido hiperrealista que pudiera incluso confundirse con fotografía. La primera presenta un plato dorado de forma rectangular, sobre el que se colocan cinco tartas de las cuales cuatro son redondas, con un relleno que se percibe cremoso y cubiertas de frutas como diversas moras, fresa, una rebanada de kiwi y un gajo de mandarina, mientras que una quinta es más bien esférica con una

cubierta color rosa; el plato deja entrever que una sexta tarta ya ha sido consumida y en su lugar se ha quedado solo el capacillo de papel blanco, que tienen debajo todas las demás tartas.

La obra de la 'Taza larga de café' muestra la mitad de una taza blanca con filo negro y dorado en su parte superior, sobre un plato blanco y redondo con filo negro; se puede observar el contenido de la taza que aunque en el título ya se menciona que es de café, cabe destacar que el tono nos permite asumir que es café con leche o crema.



Imagen 48. Colección *Tarts and Truffles* (2008). Pintura hiperrealista de Luigi Benedicenti.



Imagen 49. *Large Coffee Cup Still Life Oil Painting* (2012), por Mark Adam Webster.

En tres de los casos es visible que los alimentos están conservados en el momento de ser servidos, con la excepción de la tarta faltante; mientras que en el caso de la obra de Clara Peeters también surge la duda de cuánto tiempo llevan el plato y las bebidas ahí colocadas que ya hasta una mosca aparentemente muerta

ha quedado sobre la mesa, aunque la vela no tiene rasgos claros de esta temporalidad.

Respecto a las fotografías seleccionadas de Crónica Fotográfica de la Vida Cotidiana, hay que acotar que algunas de las imágenes suceden durante el proceso de preparación, otras son inclusive series de fotografías que muestran cómo es que se cocinan algunos alimentos y bajo qué condiciones. Se destaca la presencia de los elotes completos o desgranados, así como las chalupas, los tamales y otros guisos no especificados claramente.

La mayoría de las fotografías compartidas tienden a presentar comida de tipo tradicional, pero que está dispuesta para ser consumida, es decir, se ha servido y acomodado dentro de un plato, que es llevado a la mesa para el comensal, muy similar a los bodegones antes comentados. Pero, a diferencia de aquellas pinturas, aquí encontramos elementos que nos indican que "alguien" se dispone a comer los alimentos fotografiados, pues aparte de estar servida la comida, los platos se encuentran sobre una mesa y alrededor de esta hay una serie de utensilios requeridos para poder degustar los platillos, como vasos, saleros, cubiertos u otros platos. Algunos de estos elementos se pueden ubicar dentro de un restaurante por la manera en que está dispuesta la mesa. También se toma en cuenta el tipo de mantelería y la loza, pero hay otras imágenes en las que los elementos que acompañan a la comida no quedan tan claros, si es una casa u otro espacio como para asegurar su ubicación. En algunos casos es clara la presencia de personas al ser visibles partes del cuerpo humano dentro del encuadre de la imagen.

Sobre los elementos de la gastronomía, que se detecta principalmente regional, se observa la presencia, de manera recurrente, de salsa, carne de res y de pollo, queso, nopales, aguacate, por lo que se puede suponer que estos insumos se combinan o utilizan en distintos platillos de la región, es decir, de la cocina tradicional mexicana. Igualmente podemos destacar la presencia de útiles de cocina reconocidos como típicos dentro de la cocina mexicana, como son los platonos de barro y el molcajete.

Varias de estas fotografías muestran el proceso final del alimento cocinado, pero previo a ser consumido pues la comida está intacta y posiblemente es el momento en que es servida la comida en la mesa el que atrae al usuario a tomar la fotografía. Por lo general no se muestran alimentos en su etapa de consumo: con mordidas o medio empezados o a punto de terminar de consumirlos.

U70.16.09.15a - Serie: :::|Placeres Real del Monte

Fotografía digital publicada por el usuario 70 en el grupo de Facebook Crónica Fotográfica de la Vida Cotidiana el 16 de septiembre del 2015, formato cuadrado, ángulo cenital y primerísimo plano de un plato de sopa. Se aprecia un fondo rojo, sobre el que está un plato hondo color blanco, dentro del que se encuentra un caldo color rojo con trozos de tortilla, chile, queso, crema y aguacate.

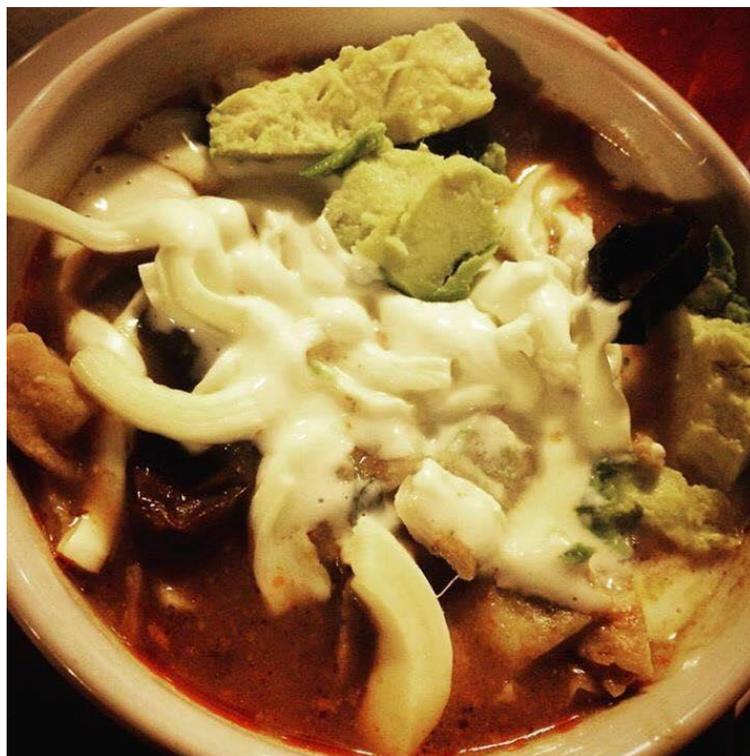


Imagen 50. Fotografía U70.16.09.15A: :::|Placeres Real del Monte

Este platillo se conoce como *sopa azteca* o *sopa de tortillas* en los restaurantes de comida tradicional mexicana. Es un guisado típico de la región centro del país, aunque algunos restaurantes extendidos por todo México la han incorporado a su menú y la volvieron famosa y reconocida como un platillo típico de su respectiva región. Tiene varios elementos comunes en la comida mexicana, como es el caldo con algún tipo de chile y jitomate, por eso su color rojo, así como la presencia de tortilla y aguacate como elementos clásicos de nuestra gastronomía; la crema y el queso también se encuentran con regularidad como complemento y vista de los platillos mexicanos.

U70.16.09.15b - Serie :::|Placeres Real del Monte



Imagen 51. Fotografía U70.16.09.15b: :::|Placeres Real del Monte.

En la fotografía se ve un molcajete de piedra volcánica con aparente forma de cochinito, dentro del cual se observa principalmente carne, un nopal, el rabo de lo que parece una cebollita de cambray, dos trozos de queso probablemente Oaxaca y dos rebanadas de aguacate. El molcajete está sobre una mesa presumiblemente de madera; atrás en la esquina superior izquierda se ve algo que parecen dos o tres vasos.

La comida dentro de un molcajete es algo que se ha vuelto tradicional, sobre todo en restaurantes donde lo principal es la carne asada, sin embargo siempre con toques muy tradicionales de la región como son los nopales y el aguacate. En este caso sabemos que es en algún restaurante de Real de Monte, porque así nos lo indica el encabezado de la fotografía.

Estas dos fotografías corresponden a la serie fotográfica “:::|Placeres Real del Monte”, lo que nos permite tener un conocimiento de la ubicación de la escena así como del origen de los platillos. Ambas fotografías mantienen el estándar propuesto por el bodegón al hacer primeros planos de los platillos y mostrar qué alimentos contiene el platillo que se va a comer, muy similar a la pintura hiperrealista de las tartas.

De igual manera la siguiente fotografía que presenta un plato de chalupas es una muestra de un plano cerrado que no permite mayor contextualización de la imagen, más que por el título, donde puede deducirse la lejanía de la persona por un cierto tiempo de este tipo de comida. La toma es cerrada y permite ver a detalle el alimento que se presenta.

U06.05.09.15 - "La cena de hoy Tanto que se extrañaba esto estando lejos de México ¡Buen provecho!"

Fotografía publicada por el usuario 06 del grupo Crónica Fotográfica de la Vida Cotidiana el 5 de septiembre del 2015; es una imagen con encuadre horizontal, ángulo en picada y primer plano, que muestra chalupas servidas en un plato.

A detalle podemos observar 8 chalupas, que son tortillas fritas que comúnmente llevan papa, salsa verde, queso, pollo, cebolla, lechuga y rábano; están servidas sobre un plato de colores rojo, amarillo y verde, el cual está cubierto con un plástico, lo que nos permite suponer que se están consumiendo en una cenaduría donde se prepara este platillo, puesto que es una forma que comúnmente se observa en los establecimientos de comida típica, lo que les facilita el reuso de los platos sin necesidad de estarlos lavando. El plato se encuentra sobre un mantel de plástico color naranja y ambos están sobre una mesa color verde o con mantel verde, no se distingue claramente.



Imagen 52. Fotografía U06.05.09.15: La cena de hoy...

Las chalupas son un alimento tradicional del centro del país, aunque el nombre se usa para diferentes estilos de esta preparación en otras regiones. Este estilo es principalmente de Hidalgo y la Ciudad de México. El texto que acompaña la

publicación "La cena de hoy Tanto que se extrañaba esto estando lejos de México ¡Buen provecho!" nos da varias ideas: por un lado, que es una comida típica de las cenadurías, no tan común a otra hora del día; por otro lado, que San Lo, quien la pública, estaba volviendo a México, después de un periodo fuera del país, y comer la comida regional le produce ese gusto de volver a casa.

Una situación muy similar se presenta en las siguientes dos fotografías, en las que además observaremos cómo los elementos que se colocan alrededor del alimento tienen una importancia de tipo ornamental, pero también informativa.

U17.18.10.15a - Cenando !!!!

Fotografía publicada por el usuario 17 del grupo Crónica Fotográfica de la Vida Cotidiana el 18 de octubre del 2015, encuadre vertical con ángulo en picada y primer plano, que muestra un plato de comida presentado de manera gourmet en lo que parece la mesa de una banquete, pues se observan copas, el plato con pan y el anuncio del menú por servirse.

La mayor parte de la foto, dos tercios inferiores de esta, está ocupada por el plato blanco, donde está el platillo principal, que se compone por seis camarones cocinados con hierbas y servidos sobre dos salsas colores café y amarillo, la mitad izquierda espesa y la otra, más líquida. Arriba de los camarones hay una porción en juliana de zanahoria, un ejote, un jitomate cherry, una rebanada de calabacita, una bolita de algo que pudiera ser mantequilla, sobre esta una especie de rama - no queda claro qué es- y al lado una hoja de maíz amallada en los extremo y abierta por el medio con algo cremoso color blanco dentro que parece ser queso crema sazonado y una rebanada de plátano macho frito encima.



Imagen 53. Fotografía U17.18.10.15a: Cenando !!!!

En el tercio superior se observan las patas y parte de cuatro copas; la del lado derecho, de la que se ve más cuerpo, tiene restos de una bebida blanca. También se observan tres platos pequeños con panecitos tipo cuernito y bollo. Del lado izquierdo hay un cartón en el que se aprecian textos: posiblemente el menú que se servirá en ese banquete. Y arriba a la derecha, en último plano, se ven algunas hojas de planta, tal vez de un centro de mesa. Se observa también debajo de todo el mantel blanco tipo deshilado.

El platillo se encuentra dentro de un banquete, eventos que son de tipo variado. Solo podemos suponer que fue con cierto lujo, ya que la mantelería y la cristalería

son finas, además de que los camarones se ubican como una comida cara y no tan común.

U17.18.10.15b - Cenando !!!!



Imagen 54. Fotografía U17.18.10.15b: Cenando !!!!

Fotografía publicada por el usuario 17 del grupo Crónica Fotográfica de la Vida Cotidiana el 18 de octubre del 2015, encuadre vertical con ángulo en picada y primer plano, que presenta un plato redondo y blanco en el que se han colocado

una líneas diagonales que forman un trama entre ellas, posiblemente de chocolate, sobre las que se ha puesto un postre que parece hecho de una textura suave, color café claro, con un adorno de chocolates en forma de flores y una esfera de color blanco, con azul y rosa y un palito probablemente también de chocolate.

El plato se encuentra sobre un mantel fino, con delicado trabajo de deshilado, de color blanco sobre fondo oscuro. En la parte superior de la fotografía se observan las bases de tres copas, un vaso con hielos y refresco de cola, una cuchara metálica y dos cartones de color beige, uno de ellos con textos evidentes.

Esta imagen presenta un postre dentro de un banquete, que parece el complemento del banquete de la fotografía anterior de la misma serie. La imagen de este platillo tiene la intención de dar una vista especial al alimento, y no solo de entregar un postre cualquiera, sino que se antoje con solo verlo y que pueda apreciarse previamente a ser degustado. Al hablar de un banquete, también se puede detectar que hay un profesional detrás de este trabajo, y que no solo piensa en cómo se va a preparar el alimento, sino que también tiene el cuidado del montaje del mismo a la hora de ser servido.

Se puede observar que estas dos imágenes se relacionan fuertemente con los bodegones de Clara Peeters y de Luigi Benedicenti al conocer elementos como las copas, platos presentados de manera gourmet y la presencia de alimentos dulces y no solo salados. La producción estándar del género se mantiene en composición y contenido.

U17.06.09.15e - Serie: Comida !!! Un placer ... ♥

Fotografía publicada por el usuario 17 del grupo Crónica Fotográfica de la Vida Cotidiana el 6 de septiembre del 2015, en encuadre horizontal, ángulo en picada y primer plano de un plato de comida que contiene varios alimentos. De izquierda a derecha podemos ver algo que parecen enchiladas, completadas con carne de

res, nopales y una pierna de pollo, cebolla cambray, papas a la francesa, chorizo y frijoles refritos con dos totopos, así como un rebanada de limón.



Imagen 55. Fotografía U17.06.09.15e: Comida !!! Un placer ... ♥

El plato es grande, extendido y de color blanco, está sobre una mesa que tiene mantel blanco de base y uno en color coral encima. En la parte superior de la imagen se aprecia parte del torso de una persona así como su mano y el brazo derecho. Del lado izquierdo sobre la mesa se ven una pequeña parte de otro plato, los cubiertos y, en la esquina inferior derecha, se observa la orilla de un plato posiblemente con tortillas.

Se puede relacionar con lo que se conoce como *plato huasteco*, que se sirve en algunos restaurantes de Pachuca y Real del Monte, ya que tiene los productos de esa región del estado. Por su presentación se supone que se está consumiendo en algún restaurante.

U17.06.09.15h - Serie: Comida !!! Un placer ... ♥

Fotografía digital publicada por el usuario 17 en el grupo de Facebook que presenta un plato de comida tradicional mexicana, en encuadre horizontal, ángulo en picada y primer plano.



Imagen 56. Fotografía U17.06.09.15h: Comida !!! Un placer ... ♥

En la imagen se observa una mesa con mantel blanco de base y encima uno de color coral sobre el que están tres platos, dos blancos, la mitad de uno en la parte superior de la imagen con algo que parece un taco y cuatro rebanadas de algún vegetal verde, posiblemente nopal, junto con un salero del lado izquierdo; la mitad de otro en la esquina inferior derecha no muestra su contenido; y, ocupando la mayor parte de la imagen, un plato de barro con detalles en colores amarillo y verde sobre el que se encuentra un tradicional huarache con salsa verde, carne tipo bistec y queso rallado. Junto al plato de barro, del lado izquierdo, están un

cuchillo y un tenedor, y en el lado derecho, entre los tres platos, un vaso con agua color blanco, posiblemente de horchata, que es una bebida de arroz típica de México.

Esta imagen es parte de la serie subida por esta usuaria bajo el título de "Comida !!! Un placer ... ♥". Nuevamente nos encontramos con comida que es regional, pero que además es concebida como un antojito.

Se observa la preparación de una tortilla más gruesa y grande con bordes, que es conocido como *huarache*. Posiblemente recibe ese nombre por su forma amplia y ovalada, en alusión a ese tipo de calzado. Este antojito normalmente lleva como base frijoles refritos negros, salsa roja o verde, queso y se acompaña con alguna carne asada de cualquier tipo. El agua de horchata también se ha vuelto característica de la zona centro del país, aunque es una bebida procedente de las regiones tropicales. Esto también nos habla de la regionalidad y de la tradición alimenticia del país.

U06.06.11.15 - Un gustito (Emoticono sonriente)

Fotografía digital publicada por el usuario 6 del grupo Crónica Fotográfica de la Vida Cotidiana el 6 de noviembre del 2015; imagen con encuadre horizontal, ángulo en picada y primer plano, que muestra chalupas con pollo en un plato.

Al centro se observa comida típica de la región. La mitad del plato está ocupado por alrededor de 5 chalupas y la otra mitad tiene una pieza de pollo, que no se distingue claramente cuál es, todo cubierto con lechuga, cebolla, queso, rábano y salsa verde.

El plato es de color café claro y del lado superior izquierdo se ve un tenedor metálico detenido en aquel. Todo esto está sobre una mesa cubierta por un plástico sobre el mantel blanco y amarillo, lo que nos hace suponer que se trata de una cenaduría de este tipo de antojitos.

En la parte superior de la foto se aprecia la parte de una persona, quien posiblemente va a comer esos alimentos; aparentemente es un hombre.



Imagen 57. Fotografía U06.06.11.15: Un gustito

La ubicación del plato parece ser la mesa de un restaurante que se dedica a la venta de platillos típicos. Esta comida es considerada como un antojito típico; no se ve como una comida regular, sino de un momento o situación específica, lo que se reitera con el título de la publicación "Un gustito :)". Solo se consume como algo extraordinario que, además, debe ser un producto sabroso, cuestión que puede verse reiteradamente al incluir una carita sonriente dentro del título. En este sentido cumple con las características de otros antojos mexicanos, como es la tortilla frita y la presencia de salsa, en este caso verde.

Las dos fotografías pertenecientes a la serie bajo el título "Comida !!! Un placer ... ♥" y esta última mantienen la producción de las imágenes con un modelo

estándar del género del bodegón, manteniendo la composición y la estética, aunque se ve como variante tener dentro del encuadre partes del cuerpo humano, como posibles comensales de los alimentos, lo que no aparece en los casos de las pinturas antes presentadas.

U06.22.09.15 - Disfrutando

Fotografía digital a color publicada por el usuario 06 en el grupo "Crónica Fotográfica de la Vida Cotidiana" el 22 de septiembre del 2015. Encuadre horizontal, ángulo en picada y primer plano de dos tazas de café.



Imagen 58. Fotografía U06.22.09.15: Disfrutando.

Se ven en la fotografía dos tazas, de lo que presumiblemente es café, la del lado derecho es una taza de cerámica color verde, con un contenido líquido color café

oscuro y espuma blanca con el diseño de una flor, parecida a un tulipán. La taza del lado izquierdo es color oscuro, en un tono entre vino y morado, contiene un líquido de color café claro con espuma blanca, sobre la que se ha hecho el diseño, de algo que también puede ser una flor o un corazón concéntrico.

Las tazas se encuentran sobre una mesa de madera color café claro. En la esquina superior izquierda se asoma una parte de un salero y a la mitad del extremo derecho se ve el mango de un cubierto.

El hecho de que la espuma de las tazas tenga un diseño nos remite a un lugar de especialidades de café. Quien publicó la foto no explica dónde fue tomada la imagen, pero se presume que es en una cafetería y al menos podemos suponer que hay dos personas degustando éstas las en ese espacio.

El título de la publicación refuerza el hecho de presentar una foto de comida, porque se está disfrutando del momento. Los comensales se encuentran "disfrutando" de una taza de café en compañía de la otra persona.

U08.25.01.16 - (Sin comentario)

Fotografía digital a color publicada por el usuario 08 del grupo Crónica Fotográfica de la Vida Cotidiana el 25 de enero del 2016. Encuadre cuadrado (posiblemente editada vía Instagram), ángulo en picada y primer plano de una taza de café.

Se aprecia una taza de cerámica azul con un contenido líquido color café con espuma blanca, en la que se ha elaborado un diseño parecido a una flor con sus hojas y su tallo.

La taza está sobre una mesa de cristal, sobre la que se refleja el cielo, una especie de cortina, posiblemente de un manteado, y también se ve, a través de la mesa, algo que parece el asiento de una silla. El piso es de losa color claro y en la parte superior de la foto se aprecia un jardín con pasto y plantas.



Imagen 59. Fotografía U08.25.01.16: Taza de café.

Podemos suponer que la persona que tomo la fotografía se encuentra en un café de especialidades, donde no solo se sirve la bebida, sino que se adorna para darle un toque selecto. No se ven personas en la imagen, ni tenemos comentarios sobre ellas que nos sugieran lugar y cantidad de personas conviviendo alrededor de esta taza, por lo que solo podemos partir de que hay una persona.

Sin lugar a dudas, hay una relación de estas dos fotos con *Large Coffee Cup* de Mark Adam Webster, pero más que el parecido, podemos deducir que el consumo de café o té como una práctica cotidiana de varias culturas y países alrededor del mundo y con varios siglos de tradición no podía faltar en las imágenes que se comparten artísticamente y dentro del internet.

Lo que si se puede apreciar diferente es que la pintura pareciera una taza de café preparada en casa; mientras que en el caso de las fotografías los cafés han sido

coronados con un diseño sobre la espuma, elementos que nos remiten a un café servido en un lugar de especialidades y no hecho caseramente.

Esto son algunos casos dentro de Crónica Fotográfica de la Vida Cotidiana. Sin embargo, en la red social, en general, ha proliferado este tipo de imágenes, incluso concentradas en grandes álbumes, que presentan desde mariscos hasta cualquier botana, pasando por las tradicionales salsas o platillos de la región.

Las fotografías en estos medios suelen mantener el estilo antes mencionado; por lo general se omite la presencia de personas; en algunos casos se mantiene la colocación de utensilios u otros elementos, como frutas y verduras, de manera ornamental, como lo hemos visto en algunos de los bodegones.



Imagen 60. Captura de pantalla de Facebook.com/pizcadesabor

Pero no son las únicas manifestaciones de la comida en esta red; también están páginas como *Kiwilimón* o *Tasty*,⁶¹ que crean videos, donde se explica una receta de manera muy rápida, pero con música y encuadres que abren el apetito y que hacen ver cualquier guiso muy fácil de preparar y que aparentemente quedará con un sazón delicioso.



**Imagen 61. Captura de pantalla de
Facecook.com/mamaconmuchoestilo**

Con todas estas presentaciones en las páginas de Facebook entonces muchos querremos también mostrar lo que preparamos o lo que vamos a comer, buscando que se vea apetecible.

En este caso se tiende más al video, pero los encuadres de cámara no son muy distintos del estándar que ha establecido el bodegón; sin embargo, en este cambio de medio hay que destacar la idea de lo que ya se comentaba anteriormente: la creación de la variante de *foodporn*, donde los encuadres y diseños de la imagen responden a la sensualidad del chocolate escurriendo, o la salsa cayendo lentamente, con primerísimos planos que recuerdan la popular industria de la pornografía.

⁶¹ Actualmente cuenta con 89,555,751 seguidores en su página de Facebook: Socialbakers, 2017.

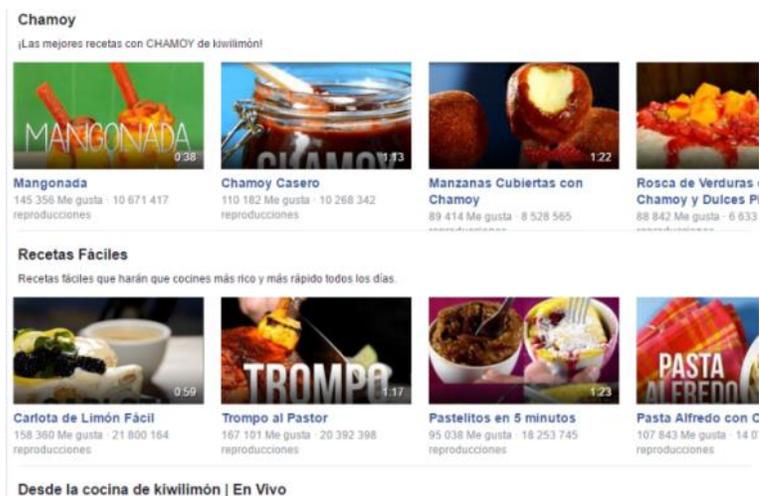


Imagen 62. Captura de pantalla de la sección de videos de Facebook.com/Kiwilimon.

Esta variante del modelo ha convertido a la comida en cebo, de tal manera que genera dos millones de visitas al mes a los sitios que publican este contenido. Así es como se mantiene a los usuarios de Facebook atentos a sus páginas. El canal de Facebook centrado en comida de BuzzFedd, *Tasty* registró más visitas de vídeo que cualquier otro canal de la red social.

Dentro del gusto barroco se encuentra la diferenciación organizada, policentrismo y ritmo, los cuales se recuperan en la estética Neobarroca como variaciones organizadas, centros variados, una irregularidad regulada y un ritmo frenético, Es por ello que la creación cultural excesiva de nuestro tiempo ha tenido que generar una "producción replicada" (Calbrese, 1989:61) con variantes que, además, hacen uso de las tecnologías cada vez más sofisticadas. La estética de la repetición además plantea una disgregación generada por el exceso de historias, de regularidad y de lo ya dicho.

En el caso de la fotografía en redes sociales de internet pudiera impactar como variaciones de temáticas o imágenes preexistentes como el caso de las #selfies, #duckface o #foodporn, relacionadas con la interactividad que los usuarios generan alrededor de ellas.

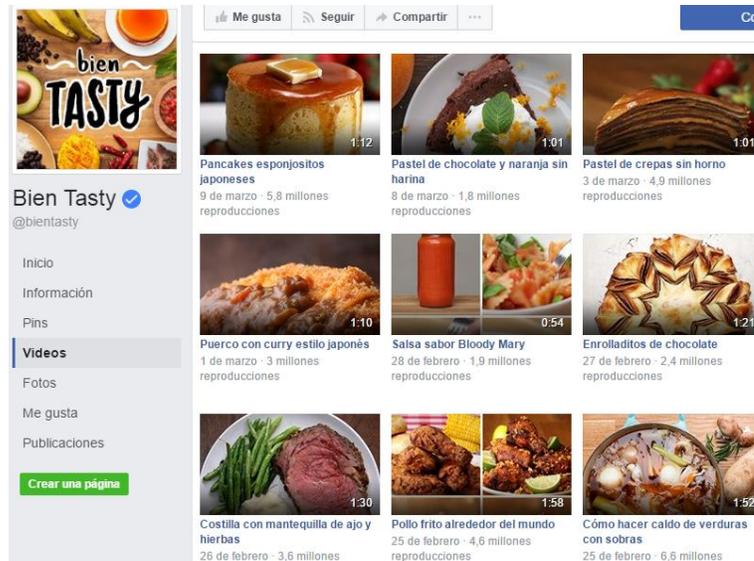


Imagen 63. Captura de pantalla de la sección de videos de Facebook.com/bientasty.

Ya se mencionaba en las características de los bodegones que no solo incluyen utensilios o elementos ornamentales; también se amplía el término *bodegón* a algunas escenas en las que aparecen personajes relacionados con la acción. Este tipo de bodegones los revisaremos en el siguiente apartado; sin embargo aquí tomaremos el caso de una variante.

Esta variante, tiene que ver con algo que no es muy común en el bodegón clásico, aunque tenemos un ejemplo cercano, pero que en el siglo XX, con el cambio de ideología y temáticas dentro del arte, tuvo mayor presencia y es la degustación de la comida.

La primera imagen, 'Mujer con cerezas' (imagen 64), que ha sido atribuida a Giovanni Ambrogio de Predis, presenta el retrato de medio cuerpo una mujer joven de tez clara, con cabello rojizo y ondulado, ataviada con un vestido de colores rojo, verde y blanco, con un listón negro en el pecho, lo cual se encuentra sosteniendo una especie de cesta que contiene algunos frutos y flores que, por el título, se identifican como cerezas.



Imagen 64. *Mujer con cerezas* (1491–95) atribuida a Giovanni Ambrogio de Predis.

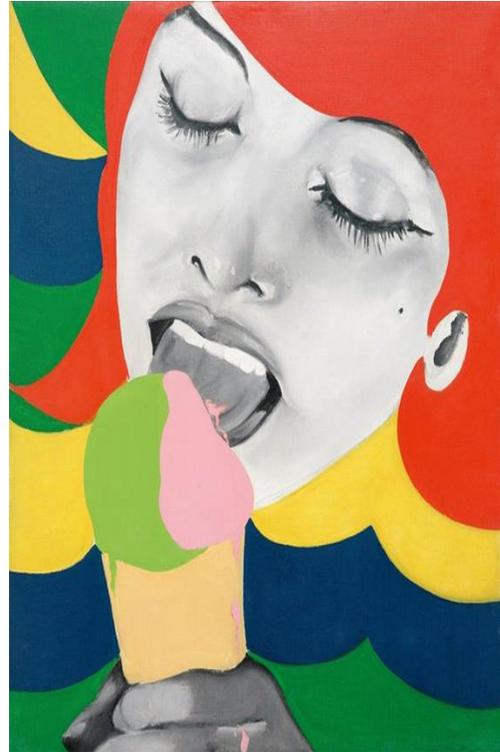


Imagen 65. *Helado* (1964) de Evelyne Axell.

En esta fotografía la mujer no degusta el fruto; la posición de su mano derecha con intención de tomar uno de los frutos nos lleva a la narrativa de que el acto siguiente es llevarlo a la boca para comerlo.

La segunda imagen es más clara en este sentido: la artista Evelyne Axell (imagen 65) crea esta pintura en 1964. Como ya se mencionaba, es en el siglo XX cuando el gusto y el olfato toman un valor dentro de la creación artística, así que ella retrata a una mujer joven con la piel en tonos grises, que tiene una cabellera color naranja y, aunque no se aprecia el torso de su cuerpo, podemos suponer que es su mano la que sostiene una especie de barquillo con helado verde y rosa, el cual es degustado por su lengua; el fondo de la pintura está en colores azul, verde y amarillo, escena que nos remite al movimiento de pop art que, valga argumentar, buscaba presentar escenas de la cotidianidad.

Estas pinturas se asocian a la variante de la *foodie* que ya se comentaba anteriormente, que es la *foodies selfie*, es decir, no solo se presenta la comida,

sino también a la persona que la degustará. La obra 'helado', además, es un caso interesante en esta relación con las redes sociales, puesto que no solo tiene esta comparativa visual, sino que también ha tenido que supeditarse a las políticas de la página al ser eliminada de Facebook por tener "contenido sugerente", lo cual seguramente sí fue la intención principal de la artista.

La comida, según la tratamos normalmente en nuestra vida, tiene tres etapas: la primera es la de la preparación, cuando elaboramos lo que vamos a consumir; la segunda etapa se da cuando ya está hecha y la servimos para llevarla a la mesa; y, por último, nos disponemos a comerla. Esta última fase es la que menos se presenta en las imágenes que se han subido al grupo de Facebook; sin embargo ya decíamos que existe como variante del modelo de las *foodies*.

En este caso tomaremos la fotografía U08.06.09.15a "#comiendo #elotes" (imagen 66). Observamos que en varias de las fotografías anteriores falta el sujeto involucrado en la acción o está recortado de la imagen, lo que permite levemente asociar los platillos con la participación de personas, pero este caso es distinto, la presencia es clara y directa.

Fotografía digital a color publicada por el usuario 08 del grupo de Facebook Crónica Fotográfica de la Vida Cotidiana el 6 de septiembre de 2015. Encuadre vertical, ángulo normal y primer plano de una persona mordiendo un elote asado.

La fotografía se ve editada con un filtro que genera una especie de desenfoque y falta de nitidez en el contorno de la imagen, de manera circular, que tiene como centro el rostro de la persona, que es lo más nítido de la fotografía. Se ve una persona de las clavículas a la cabeza que tiene un elote de asado de manera transversal dentro de su boca, tal como si lo estuviera mordiendo.

El elote es sostenido por sus manos en los extremos, las cuales presentan las uñas pintadas de color rosa. La persona es una mujer joven de unos treinta años, con ceja gruesa, nariz ancha, ojos grandes color café, pestañas enchinadas y con rímel, la cual usa lentes de pasta de color negro. Tiene el cabello negro y recogido

hacia atrás; solo alcanzamos a ver una de sus orejas, de la que cuelga una arracada. Aparentemente viste un suéter de manda larga.

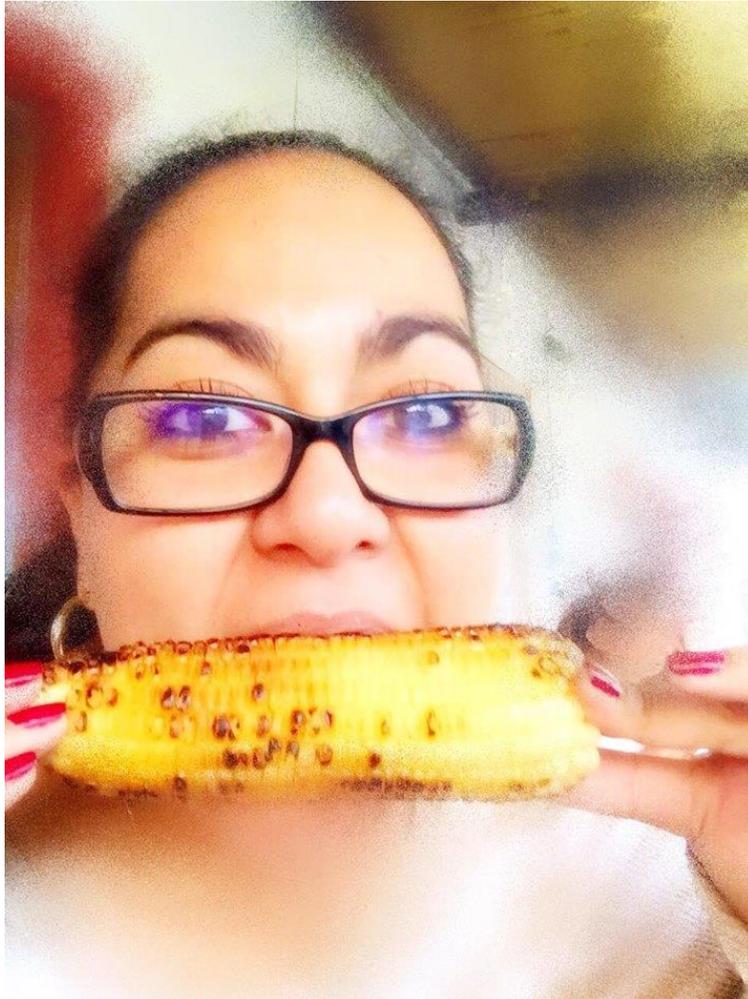


Imagen 66. Fotografía U08.06.09.15a: “#comiendo #elotes.

A pesar del desenfoque del fondo podemos detectar que la foto fue tomada en el exterior. Hay una fuente de luz que procede del lado derecho de la imagen. Se observa el marco de una puerta o el techo posiblemente de madera y lo que podría ser la cabeza de una persona detrás de la mano izquierda de la mujer.

Esta fotografía nos determina algunos aspectos, como el hecho de que sí hay un comensal para los alimentos que se han preparado; también muestra que se puede tener la imagen de alguien comiendo, aunque es claro que este retrato está posado, es decir, no es una imagen infraganti de alguien mordiendo un elote asado, sino que hay un cuidado de cómo va a salir este personaje en la fotografía. Aparentemente no se muestra a alguien consumiendo los alimentos, porque es una escena que puede rayar en lo grotesco.

El hecho de que esté editada también refuerza la rareza de tener gente comiendo en una instantánea para que no se vea como una acción que no se comparte en redes; entonces hay que ponerla al estilo que se utiliza en estos medios, usando una serie de filtros que cambia la estética de la fotografía. El título "#comiendo #elotes" también es un claro ejemplo de las costumbre de las redes sociales, ya que utiliza el símbolo del *hashtag*, conocido como *gato*, que se utiliza para resaltar una temática dentro de un texto.

Esta fotografía abre el panorama hacia las imágenes que no se ven, las que no se muestran, las que los usuarios deciden no compartir por preferir mostrar platos sin iniciar y evitar poner personas comiéndolos.

La estética neobarroca en el fragmento y el detalle

Si la estética neobarroca disgrega, es claro que hay un serie de elementos repetitivos variantes e invariantes en las producciones culturales, Calabrese (1989) retoma la relación 'parte'/'todo' en la que "El uno no se explica sin el otro" (84); por lo tanto, el detalle⁶² y el fragmento también dan lugar a actitudes estéticas. El detalle y el fragmento son una "parte" del "todo", pero que eventualmente pueden volverse autónomos, enteros.

⁶² Para definir estos conceptos, Omar Calabrese (1989) parte de la pareja "parte"/"todo" como términos interdefinidos donde "uno no se explica sin el otro" (85).

En este sentido, Calabrese considera que si ya todo se ha dicho, entonces estos elementos son importantes para las creaciones culturales contemporáneas. "Nuevamente, y muy a menudo, los artistas contemporáneos proceden por la fabricación de obras-detalle o de obras-fragmento" (1989:85), lo que presenta un cierto gusto de época para estrategias creativas.

Detalle

En esa relación 'parte'/'todo', el detalle es un corte que se realiza a un entero en forma definida, es decir, "hecho perceptible a partir del entero de la operación de corte (...) nos acercamos por medio de un precedente acercamiento a su entero, y se percibe la forma del detalle hasta que esta queda en relación perceptible con su entero" (Calabrese,1989:87).

El entero y la parte están copresentes con el detalle; la idea de ver los detalles de ese entero es la de "mirar más dentro de un todo analizado, hasta el punto de descubrir caracteres del entero no observados a primera vista" (Calabrese,1989:88).

En este caso hemos tomado dos bodegones (imágenes 67 y 68) que son variantes del modelo, es no presentan un plato o un alimento en un plano en detalle, sino que, por un lado, contemplan la presencia de personas, hombres y mujeres, así como la preparación de los alimentos, y no estos como platillos ya preparados.

Son pinturas, además, de las que podrían extraerse partes en forma de detalle para definir o explicar ciertos aspectos. Por ejemplo, en la primera, *Dos mujeres cocinando* (imagen 67), donde justamente se aprecian a las mujeres, la de la derecha, sentada, con un vestido rojo con negro y un mandil blanco, sostiene con su mano derecha un ave ya desplumada y con su mano izquierda le pasa el cuchillo a la segunda mujer del lado izquierdo. La segunda mujer está de pie, agachada hacia un balde donde se encuentra metida de cabeza otra ave, aún con plumas color negro, esperando recibir el cuchillo con su mano izquierda mientras se sostiene del balde con la mano derecha; esta segunda mujer viste un vestido

azul con blanco; aquí podríamos tener un primer detalle sobre los trabajos de las mujeres de la época.



Imagen 67. *Dos mujeres cocinando* (1562), de Aertsen.



Imagen 68. Imagen del libro *The Art of Cookery in the Middle Ages*, de Terrance Scully.

Otro elemento interesante dentro de la imagen es superficie circular que se encuentra en la esquina inferior derecha sobre la que se encuentran algunos animales ya muertos y aparentemente limpios para su preparación, como otras tres aves de diferentes tamaños; esta parte podría tomarse como un detalle puesto que el ángulo de visión de la tabla no corresponde con el de la acción de las mujeres, sino que está en una visión que se tendría desde picada que, como ya se ha mencionado antes, es uno de los ángulos que regularmente se encuentra en las representaciones de un bodegón.

Dentro de la imagen hay otros elementos que dan vida a la cocina donde se lleva a cabo la escena: un búho en la esquina superior derecha, algunas cestas de mimbre y una mesita con un candelabro y su vela.

La segunda imagen (imagen 68) es una ilustración de *The Art of Cookery in the Middle Ages* que representa una panadería; en ella también se encuentran dos personas, en este caso hombres: el que está en primer plano va vestido con una camisola color café con rojo y pantalón azul y trae un gorro café, así como un mandil blanco, está de pie, en dirección al horno de leña y sostiene con ambas manos la pala para colocar el pan dentro del horno. La segunda persona viste una

camisola color azul, pantalón café y una gorra roja, igualmente porta su mandil blanco, está parado a un costado del primer personaje viendo cómo este introduce los panes al horno mientras sostiene en su mano izquierda la masa del siguiente pan que probablemente será introducido en el horno. Igual que en la imagen anterior, esta parte podría ser un detalle para presentar específicamente el oficio del panadero en la Edad Media.

Si observamos el horno de pan que está en el tercio derecho de la imagen, aparentemente un horno de piedra y muy probablemente de leña, podemos encontrar que también la posición de los panes dentro de este difiere del ángulo de la imagen general; nuevamente el ángulo que presenta el interior del horno responde a una visión en picada, que es común en el bodegón para dejar en claro cómo están acomodados los panes dentro del horno para su cocción.

Esta parte de la imagen podría tomarse como un detalle para determinar el proceso de preparación de un pan. Igualmente detrás de los panaderos, en el primer tercio del lado izquierdo de la imagen, se observa una mesa de preparación del pan, que también mantiene la angulación distinta a la relación de la acción de los panaderos, lo que nos permite tomarla como otra parte de la imagen para comprender el proceso de producción.

Por último, en la ilustración se encuentran detallados algunos círculos, posiblemente cestas para el pan, que están colgados en las paredes posterior y lateral izquierda. Aunque estas imágenes son un todo y no un detalle, sí nos permiten ubicar secciones que en un momento dado podrían ser utilizadas como detalles y que, si se volvieran de uso común, podrían convertirse en autónomas.

Dentro de las imágenes que se han compartido en Crónica Fotográfica de la Vida Cotidiana es interesante observar que igualmente encontramos elementos que completan el cuadro de la acción, como en el caso de los bodegones antes expuestos. Cuando se está mostrando la preparación de un alimento se presentan elementos de la cocina tradicional como anafres, comales, ollas de barro, fogones y hornos de leña o carbón; los cuales son procesos bastante rudimentarios y

básicos y que se siguen utilizando a pesar de la diferencia de siglos con las pinturas presentadas.

En otros casos no están totalmente presentes, pero sí se aprecian algunos objetos como los cuchillos y cucharones. A veces, esta información se encuentra dentro del campo de la imagen, mientras que fuera de campo nos podemos guiar con los títulos que se les pusieron a las imágenes en la publicación, donde se habla, por ejemplo, del pulque, así como, en otros casos, de la ubicación de la toma.

U08.02.11.15d - Serie: Preparando tamales para el día de muertos! Tradiciones!

Fotografía digital compartida en el grupo de Facebook Crónica Fotográfica de la Vida Cotidiana por el usuario 08 el 2 de noviembre de 2015, tomada en formato vertical, ángulo en picada y primer plano.

Se observa parte del torso de una persona, vestida con una blusa con fondo gris y un diseño floral en colores azules y morados, así como sus manos y antebrazos; con la mano izquierda sostiene una hoja de maíz para tamal que contiene masa y un trozo de pollo, mientras que con la mano derecha cucharea un recipiente con salsa verde.

Al fondo se observa un mantel cuadriculado en blanco y azul, con bordados en blanco. Sobre este se puede ver, arriba a la izquierda, una pila de tamales ya preparados (aproximadamente 16), a un costado de estos, una plato mediano, hondo y color blanco con pollo, del lado superior derecho se ve la mitad de una vasija donde presumiblemente estaba la masa para los tamales.

Del lado derecho y bajo el brazo de quien cocina hay un conjunto de varias hojas de maíz. El mantel cuelga y se alcanza a ver parte de la pierna de la persona con un pantalón color azul.



Imagen 69. Fotografía U08.02.11.15d: Preparando tamales para el día de muertos!

La preparación de los tamales está asociada a varias celebraciones. Varían en sabores, texturas y formas de acuerdo con la zona o la región donde se preparan. En este caso el evento es el día de muertos, la región es Hidalgo y los tamales que se observan son tradicionales de todo el centro del país, que son de hoja de maíz, con pollo y salsa verde.

**U08.02.11.15e - Serie: Preparando tamales para el día de muertos!
Tradiciones!**

Fotografía digital compartida en el grupo Crónica Fotográfica de la Vida Cotidiana por el usuario 08 el 2 de noviembre de 2015, encuadre en primer plano, ángulo en picada y encuadre horizontal que muestra una pila de tamales armados antes de ser cocinados.



Imagen 70. Fotografía U08.02.11.15e: Preparando tamales para el día de muertos!

Podemos observar tamales de hoja de maíz, aproximadamente 30 piezas, rellenos de salsa roja; están colocados sobre una plancha de loseta tipo madera en tonos café claro, posiblemente parte de la barra de una cocina. En la esquina superior izquierda se aprecia parte de un envase transparente con un líquido parecido al agua, detrás de este hay una escobetilla y una esponja para lavar trastos, junto a estos, y detrás de la pila de tamales, apenas se alcanza a ver un vaso de plástico transparente.

Sobre la pila de tamales pasa una manguera amarilla posiblemente conductora de gas LP, atrás de ella se aprecia parte de posibles electrodomésticos como licuadora o procesador de alimentos. En la esquina inferior izquierda, sobre la loseta, se puede ver también masa derramada junto con salsa roja.

El título incluye la palabra "Tradiciones" por lo que podemos ubicar que no es la preparación de tamales en un negocio o para la venta, sino que hay una intención cultural a la hora de prepararlos. Se puede pensar en un ritual de preparación fuera de campo de la imagen, puesto que están apilados esperando a ser cocidos en alguna vaporera, pero que justamente por no ser una preparación comercial, no se cuenta con todo el equipo para preparar tantos tamales. A diferencia de la imagen anterior, en esta no sabemos claramente cuál es el relleno, solo podemos apreciar que contienen salsa de tomate, posiblemente picante.

Esta serie 'Preparando tamales para el día de muertos! Tradiciones!' nos remite a la primera imagen de *Dos mujeres cocinando*; nos presenta este juego de preparación de los tamales. La serie se compone de más fotografías que nos seguirán remitiendo al mismo bodegón, y esa es la razón por la que se eligieron para ser revisadas en esta sección del detalle, puesto que, aunque no son partes recortadas definitivamente de un todo, al ver las diferentes imágenes nos permite reconstruir un todo.

Es fácil identificar la relación entre las imágenes; por otro lado, al igual que el bodegón mencionado, busca a través de la angulación en picada mostrar la preparación del alimento que se presenta y finalmente añade la segunda fotografía, donde ya se ven apilados los envueltos que se han hecho previamente a su cocción. En ningún momento vemos el resultado final; incluso su título nos lleva a este proceso de producción, más no a la presentación final del producto.

La primera imagen es una variante del bodegón, igual que lo veíamos con los ejemplos de la pintura, mientras que la segunda imagen mantiene los principios estandarizados de la construcción de este tipo de imágenes.

U121.03.11.15k - SAN BARTOLO TUTOTEPEC

Fotografía publicada por el usuario 121 del grupo Crónica Fotográfica de la Vida Cotidiana el 3 de noviembre del 2015; toma en ángulo normal, encuadre horizontal y primer plano de la preparación de pan en un horno de piedra.

Se observan dos piezas de pan, previamente a su cocción, sobre una lámina en la que serán horneadas dentro de un horno aparentemente de piedra; dentro del horno ya hay otros panes cociéndose. La lámina está sobre una madera, posiblemente la pala que sirve para introducir y sacar las charolas del horno.

El título de la publicación nos ubica en el lugar, que es el municipio de San Bartolo Tutotepec en el Estado de Hidalgo, y es una poblado en la Sierra Otomí-Tepehua, a más de tres horas de la ciudad de Pachuca. Es una zona alta donde el frío es común. También podemos ubicar el proceso artesanal de la elaboración del pan en un horno de piedra que es calentado con leña.



Imagen 71. Fotografía U121.03.11.15k: Panadería de San Bartolo Tutotepec.

Por la escena que presenta la fotografía queda clara la relación con la ilustración de los panaderos en el libro de Terrance Scully, y esta toma cerrada de los panes a punto de entrar en el horno podría ser un detalle de aquella pintura. Es interesante también que, a pesar de que en la fotografía no podemos alterar la perspectiva de otras áreas dentro de la toma, aun así se alcanzan a ver los panes que ya están dentro del horno.

Tampoco en la fotografía vemos a los panaderos, pero no dudo que en nuestra mente se recree una escena similar a la de la ilustración con un hombre con su mandil blanco y su gorro protector en la cabeza. Por otro lado, esta fotografía podría colocarse en diversos espacios, pero siempre nos llevará a un todo, que es una panadería artesanal donde se prepara pan en horno de leña.

U08.28.09.15b - Comidita saludable!!!



Imagen 72. Fotografía U08.28.09.15b: Comidita saludable!!!

Fotografía digital publicada por el usuario 08 del grupo de Facebook Crónica Fotográfica de la Vida Cotidiana el 28 de septiembre del 2015; imagen con encuadre vertical, ángulo en picada y primer plano, que muestra comida diversa servida en un plato.

En el primer tercio de la fotografía se observa arroz blanco cocido; en el segundo tercio, carne, aparentemente pollo asado, y ejotes; y en el último tercio, pepinos rebanados, todo en un plato de color azul, blanco y rojo, que parece tener una imagen de la Torre Eiffel y un texto que hace referencia a esta imagen.

El plato está sobre una mesa con mantel amarillo con blanco. En la parte superior de la foto se ven algunas formas posiblemente del respaldo de las sillas y el piso.

Parece comida casera, pues no hay datos que nos indiquen que es en un restaurante. La manera en que está presentada la comida, sin mucho cuidado, así como el tipo de alimentos y el plato nos dan la idea de ser comida en una casa. El título tampoco nos informa mucho de la ubicación, pero nos señala que la comida es cuidada y que no es un antojito ni comida rápida, puesto que dice "Comida Saludable!!!".

Por último, este ejemplo de "Comidita saludable!!!" nos permite apreciar que, más que fijarnos en la comida y en la toma de la fotografía, que evidentemente cumple con la composición estándar que ya se ha venido mencionando, centra la atención en el plato sobre el que está la comida, puesto que, a pesar de estar prácticamente todo cubierto con los alimentos, deja entrever algunos detalles que nos permiten sin dificultad detectar el todo y saber que se trata de un plano que incluye el diseño de la Torre Eiffel, que se ha vuelto un ícono mundial.

Fragmento

El fragmento es una fracción o fractura del entero, pero, a diferencia del detalle, aunque pertenece a ese todo "no contempla su presencia para ser definido; más bien: el entero está *in absentia*" (Calabrese,1989:89). Por lo tanto, los confines del

fragmento no está definidos como el detalle, sino más bien interrumpidos. Esta frontera está definida por la ruptura que ha aislado al fragmento de su todo.

El análisis a través del detalle o del fragmento "contempla una suposición de valor que se da a la relación entre la porción y el sistema al que este pertenece" (Calabrese,1989:93). El detalle es "excepcionalizado", es decir, siempre nos remite al entero, mientras que el fragmento es considerado un accidente del que se parte para construir un todo, una "normalidad".

Si se fragmenta lo que ya se ha hecho, se puede mantener su forma, pero de manera autónoma. Detalle y fragmento autónomos, total o parcialmente, están dentro de la pérdida de la totalidad en nuestra modernidad (o posmodernidad). "El hecho es que el detalle de los sistemas o su fragmentación se hacen autónomos, con valoraciones propias y hacen literalmente 'perder de vista' los grandes cuadros de referencia general" (Calabrese,1989:105). El fragmento también nos conlleva al uso de las "citas", en las que el artista contemporáneo fragmenta "las obras del pasado para extraer de ellas materiales" (101).

Las fotografías no son la excepción al presentar escenas o situaciones muchas veces descontextualizadas, pero que en la globalidad del medio adquieren mucha importancia; "el placer (...) consiste en la *extracción* de los fragmentos de sus contextos de pertenencia y en la eventual recomposición dentro de un marco de *variedad* o de multiplicidad" (Calabrese, 1989:104) y "entonces aparece la idea de un universo fragmentado, compuesto por comportamientos locales diferentes por calidad" (161).

Varios bodegones de nuestras historias del arte fácilmente podrían descontextualizarse y revolve en la historia misma; son escenas que podríamos ver en diferentes siglos y que no cambiarían fuertemente, similar a los ejemplos expuestos en la sección del detalle. Podemos observar que algunas prácticas de producción de alimentos se siguen haciendo de manera artesanal y mantienen el uso de instrumentos básicos y de uso ancestral.



Imagen 73. *Alimenti fritto* (Aprox. S. XI)
Taccuino Sanitatis, Casanatense 4182.



Imagen 74. *Vieja friendo huevos*, Diego Velázquez (Sevilla, 1618).

Lo interesante de estos dos bodegones en relación con las imágenes que en seguida se presentan es que los alimentos están en una situación intermedia entre el proceso de producción y el momento de ser servidos. Por ejemplo, en la escena de *Alimenti fritto* (imagen 73) ya no se ve ningún utensilio ni alimentos para la preparación del potaje que se observa dentro de la olla está puesta al fuego; la mujer de la imagen, ataviada con un vestido azul, ya no está preparando nada más, sino que simplemente revuelve el guisado, dándole su tiempo de cocción.

En el caso de la segunda imagen, la de Diego Velázquez (imagen 74), se aprecian algunos utensilios, como el cuchillo, la vasija para revolver, las jarras con aceite, así como algunos ingredientes tales como las especias y la cebolla. La mujer que fríe los huevos tiene en su mano izquierda un huevo, que posiblemente es el siguiente en ser puesto dentro de la olla que presumiblemente es de barro. También en la escena se encuentra un joven que lleva consigo una especie de bota, tal vez de agua o de vino, así como una botella que parece contener vino,

pues el líquido se aprecia oscuro; posiblemente se dirige a la mesa para servir las bebidas.

U05.11.04.2016 - Comparto una foto del señor... De los tacos. Foto tomada con celular. #EIPariente



Imagen 75. Fotografía U05.11.04.2016: #EIPariente.

Fotografía digital a color publicada por el usuario 05 el 11 de abril de 2016 en el grupo Crónica Fotográfica de la Vida Cotidiana. La foto tiene encuadre vertical, plano medio y ángulo normal.

La fotografía presenta un estanquillo de tacos de carne al pastor. Del lado izquierdo se localizan cuatro personas en planos consecutivos, donde las primeras tres son hombres, quienes preparan la carne y los tacos, y la última aparentemente es mujer y es más bien un cliente del negocio

En los dos tercios verticales siguientes de la foto hacia la derecha podemos ver que el estanquillo es metálico en la parte inferior, donde se cocina la carne al pastor parece de acero inoxidable y el techo es de dos aguas color rojo. A la mitad de observa la carne partida, un trozo de tronco como tabla para picar, las parrillas de cocción y una fracción del trompo en el que se coloca la carne al pastor.

La carne al pastor es común en nuestro país; aunque en el norte es conocida como *tacos de trompo*, es muy similar: carne de cerdo sazonada y cocinada en un trompo donde se cuece de manera vertical. Posiblemente es una influencia de Medio Oriente, donde los turcos cocinan el *döner*, los árabes la *shawarma* y los griegos los *gyros*, que son carnes diversas y sazones distintos, pero la preparación es la misma; nosotros lo ponemos en tortillas y ellos en pan pita. Vemos que entra dentro de los alimentos para cenar y comer como un antojito; la hora de la toma no se sabe, pero al fondo se aprecia que es tarde-noche.

En el título de la fotografía "Comparto una foto del señor... De los tacos. Foto tomada con celular. #ElPariente" el autor nos informa que la foto fue tomada con su celular, por lo que podemos suponer que se subió de inmediato al grupo, y además hace también un juego de palabras posiblemente con la idea cristiana de "El señor es mi pastor", al decir que comparte una foto del señor y luego con la pausa de los puntos suspensivos, aclara que el de los tacos. Una situación interesante a diferencia de otras de las fotos revisadas es que indica el nombre del estaquillo, que es "El Pariente", y esto ya es una referencia más clara por si alguien más del grupo ha estado ahí o ha comido en ese lugar.

U02.06.09.15 - "Barbacoa al mejor estilo, hidalguense y casera. Destapando el horno, en una mano la cámara y en la otra la tortilla preparada *Emotición*

tongue *Foto tomada en Temuthé, Hgo. (P.D.: Si seguimos en esta línea de publicar más fotos de comida me veré obligada a proponer de mínimo un convivio donde tanto degustador de la buena vida compartamos, además de fotos, algo de comida y bebida *Emotición grin :P*)."

Fotografía digital a color publicada por el usuario 02 el 6 de septiembre de 2015 en el grupo Crónica Fotográfica de la Vida Cotidiana. La foto tiene encuadre vertical, plano medio y ángulo picada.



Imagen 76. Fotografía U02.06.09.15: Barbacoa al mejor estilo, hidalguense y casera...

En la imagen se encuentra una persona del sexo masculino de medio cuerpo de chamarra blanca con azul, cachucha azul, cabello entrecano, pantalón de mezclilla con cinturón negro. El personaje se ve de espaldas y está inclinado hacia abajo donde, en el suelo, se encuentra la barbacoa con las pencas de maguey ya destapadas, posiblemente recién abierto el horno que se hace en el suelo para su cocción. Al fondo está una barda de monoblock.

En esta imagen se tiene la relación de la persona que está preparando el alimento, que se puede identificar como barbacoa y que, en este caso, por estar en un hoyo en el suelo, se puede deducir que es carne de borrego, como se prepara al estilo Hidalgo; es un platillo típico de esta región. El proceso de preparación de esta comida es bastante rudimentario y básico, pero no cualquiera lo hace pues requiere de un cuidado y una técnica específicos. Al revisar el título de la publicación, encontramos que se identifica la comunidad donde sucedió la toma: "Temuthé, Hgo." y sabemos que no se trata de un restaurante, sino posiblemente de una fiesta familiar "Barbacoa al mejor estilo, hidalguense y casera" y la usuaria hace un comentario de lo que sucede fuera de campo en el momento de la fotografía "una mano la cámara y en la otra la tortilla preparada". Quienes son de la región saben que el mejor taco de barbacoa se hace a pie de horno, recién destapado.

Por otro lado, es interesante que la usuaria acote un comentario sobre las fotografías de comida que se han compartido en el grupo de Facebook proponiendo "de mínimo un convivio donde tanto degustador de la buena vida compartamos, además de fotos, algo de comida y bebida".

Estas dos imágenes tienen, en relación con los bodegones, ese proceso intermedio de producción en el que se está en la espera de la cocción final para ser servidos; ambos cuentan también con los personajes que preparan los alimentos, pero su relación con la fragmentación se da cuando se descontextualizan y es complicado determinar dónde ocurre, dónde se encuentra localizado el lugar que presenta la toma, como se mencionaba en el caso de la imagen de "Comparto una foto del señor... De los tacos".

Ese tipo de cocción a través de acomodar las carne en una especie de espada formando un trompo y cociéndolo en vertical no es propia de una solo lugar y su preparación se ha extendido mayormente por el mundo con la comida árabe. Son imágenes que se pueden colocar en diversos espacios y que difícilmente nos permitirán ubicar el todo del que fueron tomadas.

U08.06.09.15.b - "Elotes! Rico! Disfrutando de una vida tranquila! Francisco I. Madero, Hidalgo"

Fotografía digital compartida en el grupo Crónica Fotográfica de la Vida Cotidiana por el usuario 08 el 6 de septiembre de 2015, en formato cuadrado (posiblemente editada en Instagram), primer plano y ángulo en picada; que muestra diez elotes asándose sobre una parrilla elaborada con 6 varillas de tubular de $\frac{3}{4}$, la cual se ubica sobre tambo metálico dentro del que se ha prendido lumbre aparentemente con carbón y madera, la cual tiene flamas grandes y elevadas.



Imagen 77. Fotografía U08.06.09.15.b: Elotes! Rico!

En la parte superior de la imagen, detrás del tambo, se aprecia una carretilla de color rojo que contiene presumiblemente carbón. Se puede observar que es una zona exterior, posiblemente un patio, ya que hay una plancha de cemento en la mitad inferior de la foto y suelo de tierra en la mitad superior.

Se aprecia un halo alrededor de la foto que la oscurece más. Puede suponerse que la preparación se lleva a cabo por la tarde.

El título "Elotes! Rico! Disfrutando de una vida tranquila! Francisco I. Madero, Hidalgo" nos da información sobre el lugar donde se lleva a cabo la preparación de los elotes: un municipio del Estado de Hidalgo a unos 40 minutos de la ciudad de Pachuca y es una zona de cultivo.

Nada nos dice que los elotes hayan sido recolectados previamente a ser cocinados, porque parece ser un patio de casa donde se están preparando, así que también pudieron haber sido comprados en algún establecimiento. Lo que también resalta del título es la frase de "Disfrutando de una vida tranquila", que nos remite al campo, al proceso lento de cocción y a la degustación de los alimentos en calma y sin prisas.

Se puede suponer que la fotografía fue editada porque el formato cuadrado no es común en las cámaras tradicionales ni las de celular, además de que el halo alrededor de la foto se logra con este tipo de ediciones.

U08.13.09.15g - Serie: Entre gusanos de maguey, elotes, esquites y pulque! Un fin de semana muy mexicano!

Fotografía digital a color publicada por el usuario 08 en el grupo de Facebook Crónica Fotográfica de la Vida Cotidiana el 13 de septiembre del 2015, con un encuadre vertical, ángulo cenital y plano detalle, donde se muestran 10 elotes asados sobre una hornilla, la cual está ubicada en una zona verde abierta.

Al lado de los elotes se observa una pequeña parte de un comal grande sobre el que hay unos chinicuiles, probablemente también asados ya. En la parte superior de la foto se ve una hoja de elote; también se aprecian el suelo de tierra mojada y algunas plantas. En la parte inferior de la imagen también se observan hojas de elote y plantas, así como pasto.



Imagen 78. Fotografía U08.13.09.15g: Un fin de semana muy mexicano!

Igual que en la imagen anterior, vemos posiblemente elotes de temporal, guisados en un estilo común de México. Aparte está la presencia de los gusanos de maguey conocidos como *chinicuiles*, que nos permiten suponer que, de ser Hidalgo, entonces el evento puede ser en el Valle del Mezquital o en el Altiplano, que es donde hay más magueyes.

**U08.13.09.15f - Serie: Entre gusanos de maguey, elotes, esquites y pulque!
Un fin de semana muy mexicano!**



Imagen 79. Fotografía U08.13.09.15f: Un fin de semana muy mexicano!

Fotografía publicada por el usuario 08 del grupo Crónica Fotográfica de la Vida Cotidiana el 13 de septiembre del 2015. Encuadre vertical, primer plano en ángulo cenital.

Sobre un fondo negro, presumiblemente un comal, se encuentra, ocupando casi la totalidad de la toma, un montón de maíz con huitlacoche cocido, que comúnmente se conoce como *esquites*. En la esquina inferior derecha se aprecian partes de 4 elotes en hoja que probablemente también están siendo asados.

En esta serie, "Entre gusanos de maguey, elotes, esquites y pulque! Un fin de semana muy mexicano!" compartidas en Facebook, hemos notado que el elemento principal de todas son los elotes. En este caso además distinguimos una característica especial que es común del centro del país, y no tanto de otros lugares de México, como es el huitlacoche; no es algo común tampoco en los esquites.

A pesar de que estas dos últimas imágenes pertenecen a una misma serie de fotografías, fácilmente pueden confundirse entre sí, incluso la imagen inicial de esta sección "Elotes! Rico! Disfrutando de una vida tranquila!" pudiera ser parte de la misma serie sin ningún problema. Las tomas son cerradas, sin mayor información. A diferencia de los otros casos, las personas están ausentes de la toma, lo que nos lleva a la producción estándar del bodegón.

Como ya se mencionaba al principio de esta categoría, el uso de utensilios hechizos o artesanales está presente, por lo que las escenas podrían suceder en distintas épocas de nuestra historia sin problema. Las imágenes son intercambiables y, por lo difíciles de ubicar en un todo, son fragmentos de una historia que se puede ubicar libremente en cualquier tiempo y espacio.

En general, en muchas de las imágenes que se han compartido en Crónica Fotográfica de la Vida Cotidiana hay una falta de contextualización que nos dificulta conocer más información de la situación del momento fotográfico. Por ejemplo, es prácticamente inexistente el comensal, no tenemos referentes sobre si hay "alguien" que va a comer esos alimentos o incluso quién los está preparando, según sea el caso; desconocemos si es una persona sola o acompañada.

Estas suposiciones se dan con información que nuestra propia percepción, imaginación o experiencia personal obtiene de lo que está fuera de campo, a través de indicios dentro de la fotografía.

La movilidad de las redes sociales virtuales encuentra en este aspecto de la fragmentación y el detalle, una situación interesante, ya que es un medio en el cuál se puede magnificar a alguien por una obra que solo es relevante en su

comunidad, pero que se hace viral⁶³ porque pareciera que les interesa a todos los usuarios de este medio.

Se presenta una estética de la repetición basada en los fragmentos. Hay una "ruptura casual de la continuidad y de la integridad de una obra y en el gozo de las partes así obtenidas y hechas autónomas" (Calabrese, 1989:104), como el caso de los memes.

Las imágenes utilizadas dentro de las redes sociales digitales no son solamente las fotografías o los videos, también están los llamados memes,⁶⁴ los cuales, respecto a las fotografías de comida, han criticado paradójicamente uno de los principales elementos por lo que surgieron los bodegones, que es la presunción de abundancia, pues consideran que en su mayoría las *foodies* tienden a presentar platos muy adornados o con alimentos que no se consumen cotidianamente, es decir, los usuarios que comparten estas imágenes buscan presentar un cierto estatus de vida.

Los memes han buscado contrarrestar esto, con su humor característico, basado principalmente en el sarcasmo, pues consideran que quienes publican estas fotos quieren comunicar un nivel socioeconómico muy distinto del que viven fuera del mundo virtual.

Hemos tomado dos ejemplos (imágenes 80 y 81) encontrados en las redes sociales y que se contraponen con lo que se ha visto en el grupo de Facebook de esta investigación, puesto que la crítica que estas imágenes muestran no se ve reflejada claramente en las imágenes presentadas en las secciones anteriores.

⁶³ Término utilizado para referirse a la proliferación de un producto comunicacional. Un usuario recibe el producto y se *infecta*, luego continúa *infectando* a los usuarios que tenga más cercanos. Esto se ha convertido en una estrategia comunicativa dentro de las *nuevas* tecnologías de la comunicación.

⁶⁴ De acuerdo con Gabriel Pérez (2014), *meme* es una unidad de imitación con sentido transversal y longitudinal que puede tomar la forma de frase, imagen o video, con simbologías propias del internet.



Imagen 80. Meme obtenido de Facebook.com hecho por Memeful.com.



Imagen 81. Meme obtenido de Facebook.com/CorridosyBandaMixOficial

Las dos imágenes hacen referencia al estatus contra la identidad regional y la humildad de ciertas formas de alimentarse; es impositiva al referirse a que hay ciertos alimentos o maneras de comer que se hacen o se han hecho y que no se dan a conocer en las redes sociales virtuales.

En el primer caso (imagen 80) se presenta una imagen de la producción de gorditas sobre un fogón de construcción casera con monoblocks parados que circundan la lumbre, la cual es alimentada por leños; se pueden observar algunos encendidos y vueltos carbón. Esto nos habla de una preparación en una casa humilde, con pocos recursos y en un espacio muy simple, y el texto que incluye nos dice que si hemos comido así y si nos atrevemos a decirlo, o más bien nos avergonzamos de ello.

La idea de este primer meme es retadora e impositiva, ya que plantea que si eres capaz de publicar la foto de tu comida cuando vas a un restaurante, por qué no compartes también la humildad y sencillez de otras circunstancias culinarias. Nos exige además poner el "me gusta" repitiéndolo tres veces en la imagen, dos con la figura de la mano con el pulgar levantado y una de manera textual.

En el segundo caso (imagen 81), más que presentar el tipo de alimento, hace alusión a la manera y el lugar en que se consumen los alimentos. La fotografía es un plano general en ángulo normal, en el que se reúnen cuatro personas, aparentemente todos de la tercera edad. Del lado izquierdo están dos mujeres que visten suéteres y pantalones; la que está en primer plano lleva un sombrero. Detrás de ellas un hombre con sombrero y camisa azul, del que no se distingue claramente su edad pues está sentado de espaldas a la toma. Estos tres personajes se encuentran sentados sobre carretillas. Del lado derecho está el cuarto personajes, un hombre vestido con camisa blanca y pantalón café y sentado sobre el pastizal.

En una carretilla de color rojo que está al centro de la escena se encuentran las bolsas del mandado que presumiblemente llevan los alimentos, así como algunos utensilios de cocina, como platos. El texto, al igual que el primer caso, es inquisidor al solicitar el *like* a la publicación si “no te da vergüenza decirlo”.

other girls me



Photo credit: vintage | tumblr | minisuerter | tumblr

mitú

Imagen 82. Meme obtenido de Facebook.com/wearemitu.

Por su parte, presentamos un tercer caso (imagen 82) en el que quien publica no tiene vergüenza de dar a conocer lo que ella come, pero si se compara con el estatus que otras personas pueden tener respecto a alimentos de cierta marca. El meme que se presenta contrasta la relación de subir fotos con alimentos que tienen precios elevados y, por lo tanto, se relaciona con un estatus social alto, contra otros que son de un consumo más popular y de precios más accesibles.

Las dos fotografías que presenta la imagen muestran una mano que sale de la esquina inferior izquierda sosteniendo un vaso que podemos reconocer que es de café de Starbucks, y la del derecho sostiene un elote entero, cocido y preparado. En este sentido podemos ubicar la presencia de un vaso de café de Starbucks, marca que se ha reconocido como de un precio excesivo y de un mercado de consumo con percepciones de clase media alta y alta, y que como marca se ha posicionado a través de su presencia activa en series de televisión y películas, principalmente, lo que hace que su logotipo se reconozca fácilmente; así esta imagen nos lleva de inmediato hacia la idea de presunción y superioridad. Mientras que se contraponen una comida que tradicionalmente encontramos en varios espacios de la ciudad de manera popular, ya sea con puestos fijos o móviles y que tiene un costo más accesible, no está asociado a ninguna marca, puesto que el nombre es solo "Ricos elotes", puede ser cualquier puesto y prácticamente en cualquier ciudad del país. Por lo tanto, quien adquiere ese alimento no se está comprando una imagen, sino que ejerce un gusto por un alimento tradicional, por esto, y al ser un puesto callejero, se asocia más a espacios de clase media hacia abajo.

Este meme, además, se relaciona fuertemente con el esquema más contemporáneo de los bodegones comentado por Legido (2016), acerca de que comienzan a incluir utensilios desechables, como en estas imágenes donde se observan el vaso de café y el palo que sostiene el elote. Además existen referencias a restaurantes de comida rápida, como es el caso de Starbucks, y en su versión más regional el puesto de elotes callejero.

Por otro lado, el hecho de que el texto esté en inglés lo podemos asociar a dos situaciones: por un lado, que la página que lo promueve, *We are Mitú*, maneje textos en inglés (en Facebook hay las dos versiones de página *We are Mitú* y *Somos Mitú*); por otro lado, enmarca mucho más la diferencia de estatus, puesto que no solo es el producto que se compra, sino tener el estatus de leer y entender el inglés. Es muy probable que la página esté dirigida a los inmigrantes latinos radicados en Estados Unidos de América, puesto que al dar un recorrido por su página en Facebook, se observa mucho contenido dirigido al grupo de hispanos, usando, en algunas ocasiones, el spanglish.

En el caso de la repetición, a los memes los podemos ubicar dentro de las variantes del estándar, ya que se han creado diversos modelos para hacer una crítica y se han utilizado imágenes fragmentadas, que son arrancadas de otro contexto e introducidas con la idea que se quiere presenta ahora.

Tu novia
la mamona || Yo merengues



Imagen 83. Meme obtenido de Facebook.com.

La descripción de esta imagen es prácticamente la misma de la anterior, con ligeras diferencias en los fondos de la toma, pero con encuadres y ángulos similares. Las frases que acompañan la comparativa también son similares al hacer un planteamiento del consumo que haría alguien más y el que la emisaria de la toma compraría, pero responde a una variante que se viralizó en la red social

durante el 2016, que era comparar una situación que probablemente haría el o la novia de la persona en quien se tenía un interés y lo que el emisor haría usando un frase coloquial como “yo merengues”.



Imagen 84. Captura de pantalla de publicación del 29 de mayo de 2017 de Facebook.com/AmigosDeHidalgoEnUsa.

Estos memes, y las otras manifestaciones de comida en las redes sociales digitales, dejan ver que el estatus y la identidad son aspectos presentes en el medio, donde los usuarios tienden a crear una imagen idealizada de sí mismos, esperan que su avatar virtual sea mucho mejor que el del mundo fuera de la red, por lo que alimentan sus deseos de ser un tipo de persona en la virtualidad que puede distar de la realidad física; sin embargo, estas imágenes no solo juzgan a

los que quieren aparentar, también impactan sobre los que posiblemente en su vida actual tienen el estatus para comer en "lugares caros" y entonces son juzgados por perder una identidad, que no forzosamente tienen.

Por otro lado, Facebook, como medio de comunicación, ha permitido acercar información y conocimiento a gente que, de otra manera, no los tendría. En esta forma igualmente se ha contribuido a la conservación o la construcción de ciertos aspectos culturales e identitarios.

También se crean grupos o páginas que comparten información cultural de algún municipio, región o suceso ritual o tradicional de alguna zona de nuestro país; lo cual va dirigido tanto a los integrantes de la zona como a quienes están lejos de estas actividades o espacios, y por ello siguen la tradición a través de las redes sociales. En el caso del Estado de Hidalgo, de donde es la mayoría de los usuarios que integran el grupo Crónica Fotográfica de la Vida Cotidiana, encontramos en esta red social la comunidad bajo el nombre de "Soy de Hidalgo 100%", grupo que publica actividades turísticas en la región, temas de interés comunitario y, por supuesto, recetas o tradiciones culinarias de la entidad.

La página está dirigida tanto a quienes quieran visitar el Estado de Hidalgo, o a quienes viven en él y quieren compartir aspectos que les agrada del mismo, así como a las personas que no quieren deslindarse de su población natal, aun estando lejos de ella, principalmente los migrantes que radican en Estados Unidos de América.

Concluyendo

Volvemos a la tesis de Calabrese sobre un "inconsciente óptico" mediante el que reproducimos imágenes; estas surgirán con base en el bombardeo mediático, donde las imágenes nos llevan a mantener los cánones preestablecidos por la estética barroca y, entonces, tal como lo plantea el semiólogo al sugerir que "toda

cultura de una época se expresa, en mayor o menor cantidad y de un modo más o menos profundo, en la obra de cualquiera" (Calabrese, 1989:12). Las fotografías de los usuarios de las redes sociales mantendrán una composición y un estilo de acuerdo con su cultura visual.

Es por ello que se propuso que *foodies* como imágenes que se comparten repetidamente en las redes sociales de internet estuvieran configuradas dentro de esa estética neobarroca que nos inunda en todas las imágenes que nos rodean.

Al tomar esta visión neobarroca nos resultaba prudente ver el origen de este tipo de fotografía, detectando su relación con el género pictórico del bodegón, que también se conoce como 'naturaleza muerta' o 'naturaleza paciente', entre otros términos. En este sentido, pudimos detectar que, por un lado, el bodegón clásico mantiene ciertas características a través del uso de perspectivas en picada o cenitales, planos cerrados casi al detalle y se constituye de elementos usualmente inertes; sin embargo, existen algunas variantes donde puede haber personajes involucrados, así como elementos ornamentales para la obra. El género del bodegón no solo correspondía a un tipo específico de escena, sino que tenía que ver más bien con la temática asociada a la cocina y los alimentos, puesto que este tipo de obra se consideraba muy cercana a la naturaleza humana y, por lo tanto, tenía menor nivel en la obra artística.

Las características y temáticas que guarda la pintura del bodegón se extendieron hacia la fotografía a través de la toma de imágenes gastronómicas o publicitarias, medio que nos queda mucho más cercano a nuestra actualidad y que es visible en cualquier lugar en el que nos desenvolvamos, desde un menú hasta un espectacular anunciando un restaurante.

Las fotografías de comida en redes sociales de internet se volvieron tan populares que no solo se ven y se comparten, sino que se hicieron de un nombre, el de *foodies*, en asociación con la palabra *selfie*, que es también popular en estos medios. Igualmente este tipo de imágenes se creó una tendencia a través del uso del *hashtag* #foodporn, puesto que no solo ha mantenido las características de los

bodegones, sino que se ha valido de las narrativas mediáticas de las producciones pornográficas para atraer la mirada de los usuarios del medio.

Se mencionaba, también, que los bodegones están asociados a presentar la abundancia y a la vez la escases que existía en la época en que se han producido. Las fotografías de comida en las redes sociales no distan mucho de esto pues buscan seducir, informar, transmitir un mensaje, pero un mensaje que está más asociado a crear una identidad y reflejar un estatus con el que logren una popularidad en el medio a través de ganar *likes*.

La exhibición de la comida en estos medios tal vez nada tenga que ver con una expresión artística, pero sí con la propia temática del bodegón: presentar la rutina y la vida cotidiana que establecemos con esas imágenes.

Al hablar de la repetición de características de un género y la creación de tendencias dentro de un medio, prácticamente estamos tocando las principales categorías de la propuesta de Omar Calabrese en la era neobarroca, quien plantea que esta es la estética de la repetición y que en mucho se logra a través del fragmento. Al revisar estas categorías podemos observar que efectivamente la repetición está dada en las imágenes que constantemente se comparten en las redes sociales virtuales.

En el caso concreto de las fotografías de comida, y tal vez en otros tipos de imagen que se comparten en este medio, detectamos que la repetición difícilmente se da con un modelo invariante; más bien ese modelo sirve de base para generar estándares que permitan seguir al modelo y, a partir de ello, genere variantes al mismo. Si bien el bodegón tiene ya sus propias variaciones a lo largo de la historia del arte y de su conceptualización, aún este medio digital le da algunos giros al incluir nuevas propuestas visuales, así como elementos ajenos a los bodegones clásicos.

El concepto de fragmento de Calabrese se ubica en estas imágenes en las que es difícil detectar el contexto y principalmente la ubicación donde fue hecha la toma, ya que la fotografía se cierra al objeto y son pocas las imágenes compartidas que

indican algún dato de ubicación, sea geográfica o si se trata de un restaurante, en una casa, en un banquete, en un parque o cualquier otro lugar. Hay una fragmentación del espacio volviéndolo cualquier lugar y por lo tanto nos centramos más en el contenido: qué alimento se presenta y cómo, más que en donde se consume, porque además muchas de las fotografías podrían pertenecer a la misma serie, al fotografiar elementos similares y procesos cotidianos que ocurren en cualquier lugar.

Otros elementos relevantes que se comparten en Facebook asociados a las fotografías de comida son los memes, imágenes que no solo tienen el interés de compartir una imagen tomada con su celular, sino que tienen intención de proponer un contenido crítico, ácido y directo sobre alguna temática que haya en el medio.

La comida ha sido uno de estos elementos relevantes, donde justamente han criticado la principal idea del bodegón de compartir escenas de abundancia. Plantean la crítica hacia elementos más identitarios que de estatus. Los memes, son un gran ejemplo de fragmentación, ya que son capaces de arrancar cualquier imagen del espacio que sea y recontextualizarla con un nuevo contenido.

CAPÍTULO 6. El consumo neobarroco en Facebook

“Toda la cultura de una época se expresa, en mayor o menor cantidad y de un modo más o menos profundo, en la obra de cualquiera.”

Omar Calabrese (1989:12)

Internet ha dado un giro a muchas de las actividades que realizamos en nuestra cotidianidad. Es una red homogénea con sus propios instrumentos y protocolos establecidos y que “está contribuyendo, tal vez más que ninguna otra tecnología, a la globalización de las economías y las culturas” (Mark Tribe⁶⁵ en Manovich, 2005:13).

Desde el proceso económico, las sociedades organizan su desarrollo alrededor de la producción, la distribución, el intercambio y el consumo alrededor de los diferentes agentes económicos que conforman a la comunidad. La sociedad requiere de satisfacer necesidades a través de esa extracción, la transformación, la distribución y el consumo, que es organizado por la sociedad y sus clases (Mann, 1991:45).

La producción, en un sentido económico, se entiende como “cualquier actividad que sirve para crear, fabricar o elaborar bienes y servicios” (Sabino, 1991:239) con el fin de satisfacer una necesidad humana. La distribución, como otro elemento importante del proceso productivo, determina cómo “la riqueza global existente en una sociedad se reparte o llega a los individuos y grupos que la componen” (141), es decir, “las remuneraciones que recibe cada uno de los factores productivos, clásicamente tierra, capital y trabajo” (142).

Por otro lado, el intercambio es la transferencia entre sujetos de “bienes o servicios a otra recibiendo, en contrapartida, otros bienes o servicios” (Sabino, 1991:190), dando así origen al comercio. Por último, el consumo se entiende como el “acto o

⁶⁵ Creador de <http://rhizome.org>, organización digital dedicada al arte y la cultura digital a través de comisiones, exhibiciones, preservación digital y desarrollo de software.

proceso de obtener utilidad de una mercancía o servicio” (111) conformándose así el ciclo económico de producción y adquisición de los bienes o servicios creados para satisfacer las necesidades de la sociedad.

En los espacios virtuales de comunicación podemos observar también este proceso de producción, distribución, intercambio y consumo; siendo este último el más relevante para nuestro análisis, y que en este caso es un consumo cultural.

El internet, al buscar ser un espacio homologado, genera aspectos de estandarización del sujeto y del medio; objetiva, incluso, los procesos mentales internos y privados hacia formas visuales externas de fácil manipulación. Así el consumo de lo privado y lo individual queda regulado en lo público a través de producir en masa y estandarizarlo (Manovich, 2005).

El hipertexto es una de las principales regulaciones y controles del medio digital; por ejemplo el hipervínculo “objetiva el proceso de asociación, que suele tenerse por central en el pensamiento humano” (Manovich, 2005:108), en tal forma que no solo es el orden objetivamente establecido de asociación de programas, sino que además esto nos lleva a que “confundamos la estructura de la mente de otra persona con la nuestra” (109), lo que conlleva cambios culturales, principalmente en la identificación, por ejemplo, con la mente del diseñador del medio, que a la vez se identifica con otros usuarios y sus productos digitales.

Siguiendo a Néstor García Canclini (2003), estamos accediendo a la cultura a través del camino “de lo culto, de lo popular o de lo masivo” (16) y la relación entre estos tres caminos es lo que determina nuestro consumo. En este sentido, García Canclini (2003) nos presenta el juicio estético de la modernidad influido por la relación “con las nuevas tecnologías de promoción mercantil y consumo” (55); lo que se consume es en buena medida “de los productos que circulan por las industrias culturales, así como la difusión masiva y la reelaboración que los nuevos medios hacen de obras literarias, musicales y plásticas que antes eran patrimonio distintivo de las élites” (60).

El consumo estético de la modernidad no solo conlleva el proceso económico incluido en la producción cultural, sino que también impacta en el gusto y la elección de los consumidores,

La interacción de lo culto con los gustos populares, con la estructura industrial de la producción y circulación de casi todos los bienes simbólicos, con los patrones empresariales de costo y eficacia, está cambiando velozmente los dispositivos de organizadores de lo que ahora se entiende por “ser culto” en la modernidad. (García Canclini, 2003:61).

El juicio estético ya no es solo un recurso para la producción cultural, más bien es ahora un recurso complementario que propicia la experiencia artística que el consumidor quiere tener al adquirir un bien o un servicio cultural. Esto ha llevado a los creadores a dejar de lado la creatividad y la innovación dándole prioridad a la interacción de lo artístico con lo extra-artístico que busca el público, lo que genera que “las obras plásticas, teatrales y cinematográficas sean cada vez más collages de citas de obras pasadas”.

Este elemento de las citas está contemplado por la obra del semiólogo Omar Calabrese, y lo retomaremos en el apartado de las obras de arte en el ciberespacio. Canclini y Calabrese no se distancian mucho en sus propuestas, pero Omar Calabrese no se quedó solo en la cinematografía como producción cultural, sino que también retoma la producción televisiva y literaria con distintos niveles de análisis. Son sus categorías las que utilizamos en esta investigación puesto que no se alejan de lo que ocurre en el proceso de producción y consumo en los medios virtuales: ya en el capítulo anterior hemos utilizado las categorías de la estética de la repetición y de detalle y fragmento, y en este capítulo abordaremos lo referente al consumo.

El consumo consolatorio y productivo en Facebook

Dentro de la estética neobarroca, Calabrese (1989) considera que el valor estético se da bajo la relación de los valores de producción, imagen y consumo. En este sentido, detectamos que las imágenes compartidas en Facebook se relacionan con el consumo consolatorio y productivo de dicha propuesta estética.

PRODUCCIÓN	TEXTO/IMAGEN	CONSUMO
Modelo	Invariante	Demanda
Estándar	Serie	Consolación
Opcional	Variable	Consumo productivo

Tabla 5. Adaptación de la tabla presentada en *La Era neobarroca* (Calabrese, 1989:51)

Omar Calabrese (1989) considera que el arte se apropia, a través del fragmento, de obras del pasado, con las que configura el arte contemporáneo. Hablamos de un consumo consolatorio en el que, a partir de una imagen existente, se genera una serie de variantes, lo que presenta un consumo productivo por parte de los artistas y se ve reflejado en el arte en redes sociales, como lo mostraremos más adelante.

Las personas tienen distintos gustos; para Bourdieu (1998), en su libro *La distinción*, ese se da bajo el consumo de los productos culturales a través de los campos legítimos y más libres, donde los usuarios ponen de manifiesto sus capitales culturales y sociales. Así, por ejemplo, el consumo del arte está determinado por el reconocimiento de la obra o de su autor, más que por nuestro propio conocimiento. Como dice Calabrese (1989), tenemos conocimientos previos que nos conllevan a elegir sobre cierto producto, así como en la aceptación estética de una obra sobre otra.

Dentro de la relación revisada en el apartado de repetición: Producto-Imagen, existe un tercer elemento que es el Consumo. Omar Calabrese (1989) detecta 3 consumos principales: por demanda, por consolación y el consumo productivo. Las imágenes compartidas en redes sociales virtuales caen principalmente en el segundo y en el tercer apartado de la tabla, lo que nos conduce al consumo por consolación y al productivo.

Ambos consumos rompen con la producción por modelo, no se dan ante un producto invariante que se reproduce idénticamente en cada ocasión. Igualmente ambos consumos están presentes en las construcciones mediáticas que son producidas a partir de elementos estándares o con variantes opcionales, en tal forma que se valen de fragmentos recompuestos que los consumidores han aprendido a seguir.

Consumo consolatorio

El consumo por consolación se da a través de productos de repetición idéntica, pero no invariante, es decir, versiones que mantienen un estándar de producción, pero que tienen sus propias singularidades. Mientras que el consumo productivo se da con productos de "repetición re-orientada, es decir, el gusto de la variante consumativa de un mismo objeto" (Calabrese, 1989:52).

El análisis de Calabrese se presenta en los medios masivos de comunicación, como son el cine y la televisión; en nuestro caso estamos tomando al internet y principalmente la red social virtual Facebook. Pero, como hemos visto en los apartados anteriores, las relaciones no distan mucho entre medios.

Actualmente dentro de esta sociedad en red pareciera que todo individuo inmerso en ella "debería tener un blog, un espacio de publicación de vídeo en YouTube, ser usuario de Facebook, Flickr, Twitter, etc." (Segura, 2014:28), y estos espacios digitales son la base para hablar de producciones estándar. Cada uno de los espacios virtuales a los que tenemos acceso a través del internet tiene un

esquema estandarizado que debemos seguir; la cuestión está en que paralelamente nos dan un esquema opcional, es decir, también nosotros podemos hacer una re-orientación del contenido y crear nuestras propias variantes en estos espacios.

La principal comparación que se ha hecho en este análisis ha sido entre los bodegones y las *foodies*, donde se ha detectado que existen variantes con respecto al estándar; sin embargo, en su mayoría nos encontramos con un consumo consolatorio en el que los usuarios han aprendido a seguir las pautas marcadas por el estándar y a producir su propio estándar.



Imagen 85. *Cristo en casa de Marta y María* (1618-1620) de Diego Velázquez.

viernes a las 17:35 · 👤
Galletas de chocolate blanco y nuez y
muffins de avena y miel



👍❤️ 17

1 comentario

Imagen 86. Captura de pantalla de una publicación en Facebook.

Sobre la pintura *Cristo en casa de Marta y María* de Velázquez (imagen 85), ya se mencionaba en el apartado sobre los bodegones que es una variante del mismo al presentar una escena religiosa al fondo, esto es una pintura dentro de la pintura, dentro de una escena de la vida cotidiana, como es la preparación de las especias, seguramente para sazonar los pescados que se aprecian en la pintura.

La segunda imagen (imagen 86), una fotografía contemporánea, es una imagen digital que una usuaria de la red social Facebook hizo de las galletas, que probablemente ella preparó. No solo construye una escena de bodegón, como lo hemos comentado anteriormente, con cierta angulación y planos centrados en los detalles, sino que, al igual que la pintura de Velázquez, queda dentro de la escena otra pintura, que destacadamente corresponde también a un bodegón en el que aparece un vaso aparentemente de cristal con un líquido lechoso junto a un plato sobre el que hay unos frutos rojos, que no se distingue si son cerezas o uvas, incluso se podría pensar que son uvas pues la imagen está adornada con una hoja muy similar a la de la vid.

Entonces, a pesar de que se detecte como una variante del bodegón, la producción mantiene el estilo estándar, no es una novedad, no hay cambios con lo que ya se ha hecho o visto, así que el consumo es consolatorio.

Consumo productivo

En la red social Facebook se pueden encontrar ambos tipos de consumo, sin embargo el más interesante dentro de estos espacios virtuales es el correspondiente al consumo productivo, pues su base está dada por una anomalía en la estabilidad. En el caso del consumo por consolación, los usuarios aprendemos a seguir el estándar y en ellos nos basamos; sin embargo, los espacios digitales han puesto en juego esa estabilidad al permitirnos opciones; "lo 'percibido' es inestable y potencialmente transformado" (Calabrese, 1989:167), así, cada vez que nosotros observamos un objeto cultural no lo hacemos de manera pasiva, sino que nos enriquecemos con él; y estas percepciones nos permiten realizar continuas interpretaciones, lo que nos facilita la generación de nuevas obras culturales.

En estas relaciones de consumo no es fácil tener un universo cultural único e irrepetible, sino que tenemos un universo cultural en el que conviven

perfectamente estructuras contradictorias. Mientras unos siguen los patrones establecidos por la plataforma virtual en la que se circunscriben, otros las transforman, como el caso del arte que se ha apropiado de la red de redes para crear sus obras, o como el caso de los memes que fragmentan las imágenes para recomponerlas en nuevas obras.

Dentro del consumo productivo en el internet, podemos incluir a los memes que, como se planteaba en la sección pasada, hacen uso de imágenes fragmentadas para convertirlas en una nueva idea o crítica a lo que en su momento corresponda. Se desestabiliza lo que se sabía o conocía de esa imagen para colocarla en un nuevo contexto y, por lo tanto, en una producción única.



Imagen 87. Meme obtenido de Facebook.com.

Los memes buscan que cada consumidor pueda ser productor de su propia creación, la cual, aunque haga uso de una imagen estándar, tenga su propia idea, así cada imagen es igual pero diferente, está re-orientada hacia una situación distinta. El riesgo está en que estas nuevas estructuras eventualmente pueden

volverse un estándar y, por lo tanto, los consumidores pueden pasar del consumo productivo al consumo por consolación, como aparentemente pasa con los memes después de un tiempo de viralización.

Pero lo cierto es que este universo cultural va en crecimiento a través de lo fragmentado y las estructuras contradictorias, producciones que, en el fondo, distinguen "el gusto de nuestra época", de acuerdo con Calabrese. Y en el caso del universo virtual, pareciera que a veces se estanca, pero eventualmente resurge y genera una reorientación que le permite seguir generando contenido 'nuevo'.

El consumo fragmentario del arte contemporáneo

Internet y sobre todo la web 2.0 han dado un vuelco a la historia del hombre. Hoy en día hay una gran cantidad de actividades que ya no imaginamos sin el acceso a esta red, desde los estudios hasta actividades cotidianas como comunicarnos con nuestra familia, transitando inclusive por el arte.

Esto conlleva a lo que Carlos Fajardo (2005) llama la historia de la inmediatez, donde la mutación estética por la desterritorialización global genera en las imágenes una mirada masiva que, en cierto modo, le da una libertad de acción incontrolable. "Al aprovechar la red digital para situarse en el mundo como sujetos activos y ciudadanos múltiples, el sentimiento de ingravidez histórica puede irse superando hasta lograr una participación colectiva en algunos micro espacios o micro poderes reales" (69).

Si bien en los apartados previos hacíamos una presentación de variantes e invariantes entre los bodegones de la historia del arte y las *foodies* que se publican en espacios virtuales como el Facebook, en esta sección la relación se invierte, y es la plataforma virtual la que toma el protagonismo en la escena de las artes.

Para Claudia Supelano-Gross (2016) no estamos dentro de una sociedad de la imagen, sino más bien de la cosa diseñada, ya que no se hace una imagen, se crea, y más desde el entendido del hipertexto que nos permite la web 2.0. Además, las redes sociales virtuales no dejan más "remedio que diseñarse a sí mismo --auto-diseñarse" (2); en las imágenes que se diseñan más bien se construye el sujeto como quiere presentarse ante la mirada del otro.

García Canclini (2003) considera que los artistas, al desear llegar a los públicos modernos, que viven saturados de publicidad y mensajes masivos y políticos, tuvieron que "actuar como diseñadores gráficos" (131).

La estética del auto-diseño pertenece a la sociedad de la imagen diseñada, a su civilización de la cosa y su inherente dialéctica de la repetición, que finalmente se configura como espectáculo. Dice Debord (citado en Supelano-Gross, 2016) que no es "un conjunto de imágenes, sino una relación social entre personas mediatizada por imágenes" (3).

El arte contemporáneo, muchas veces expresado a través de la fotografía artística, dice Bright (2005):

tiende a evitar el peso de esa historia [del arte] para volcarse en los objetos ordinarios y cotidianos que muchas veces pasan desapercibidos; en los que se ignoran y en los que se consideran indignos de ser convertidos en tema de una obra de arte (109).

Es así como como las redes sociales virtuales, un espacio tan mundano, acceden al mundo de las artes como base de sus creaciones artísticas.

Omar Calabrese (1989) plantea que el fragmento, también nos conlleva al uso de la "cita" en las que el artista contemporáneo fragmenta "las obras del pasado *para extraer de ellas materiales*" (101); "el arte del pasado es solo un depósito de

materiales, que, por tanto, se hace completamente contemporáneo y que además implica necesariamente la fragmentación" (102), pero hoy no solo se extrae esa materia prima del arte del pasado, sino que son también el internet, la web 2.0 y las diferentes redes sociales digitales las que alimentan y sirven a su vez de plataforma para el arte contemporáneo. El fragmento anula al entero y hace de la obra artística un producto autónomo, generando una geometría propia y la valorización de su aspecto como elementos estéticos, eludiendo el centro y el orden del discurso dado.

El arte digital inicia su participación en la red de redes como su plataforma de presentación a mediados de los años noventa, con la creación de páginas web destinadas a mostrar las producciones artísticas individuales o en colectivo, y es con la entrada de la web 2.0 cuando cambia de ser solo una plataforma de difusión a ser un alimento para su obra.

Arte en red

Al arte digital en la red se le conoce en inglés como *net art* (arte de red) y se entiende como "aquel que utiliza la red o su contenido en niveles ya sean técnicos, culturales o sociales como base de producción de una obra de arte" (Segura, 2014:26) que ha surgido a través de la interacción de persona-computadora, utilizando los recursos que permite la informática, el diseño gráfico y la creación crítica con bases psicológicas y sociológicas.

En los apartados anteriores vemos como en redes sociales virtuales los usuarios hacen un consumo productivo o consolatorio a través de plasmar sus propias ideas, contenidos y propuestas gráficas (y de otros tipos); así el arte también ha buscado su producción inmaterial en la virtualidad a través de "la producción intelectual y afectiva... [en] una sociedad con tendencia a la participación y a vivir la experiencia de un modo mediático" (Segura, 2014:26).

La participación del *net art* en las redes sociales virtuales implica una relación bidireccional como usuario, así como una caja de herramientas para su

producción. Crea una difusa línea entre arte y activismo, como entre creación y divergencia, en un nuevo contexto de actuación que, además, pone a prueba "los potenciales subjetivadores y críticos del medio" (Segura, 2014:30). Se ha llegado a considerar que como medio de comunicación lo que se presenta en las redes, más que arte es un "uso artístico" de ella.

Para la finalidad de esta investigación hablaremos en general del *net art*, y tomaremos solo una tipología, la del arte de redes sociales. Los géneros dentro de este arte digital son tan vastos como la hibridación y la hipertextualidad del medio virtual le han permitido. Algunas de las tipologías mencionadas por Yolanda Segura (2014:31) que pueden revisarse en su investigación son: '*Identity Activism. Identity-based/Prank*', '*Art.hacktivism*', '*Cyberfeminism/Gender Identity*', '*Social network art*' y '*Data visualization art*', entre otros.

Arte de redes sociales es, entonces, una propuesta en la que se explora la interactividad que existe en estos medios, por ejemplo la interconexión, la capacidad de transmisión de información, la colaboración entre usuarios, las conexiones geográficas, así como la crítica en torno a la construcción identitaria y la exposición de la intimidad, entre otros aspectos que comúnmente se comparten en las redes sociales de internet. Aunque esta es la clasificación que más se acerca a la revisión de esta investigación, no hay que olvidar que justamente el internet es la red de redes, lo que implica que todas las diferentes tipologías del *net art* no están aisladas entre sí y se alimentan unas de otras.

Veamos ahora algunos de los casos que se encuentran dentro de esta tipología del *net art*, obras que han tomado a las redes sociales virtuales, y principalmente a Facebook como parte de su construcción artística.

‘Identidad Romero’

Identidad Romero⁶⁶ es una obra que usa "la estética del auto-diseño para configurarse como una intervención subversiva y conceptual en Facebook" (Supleano-Gross, 2017:7). Un caso en el que la visualización de información en red hace uso de una plataforma social de internet, pero además a partir de ella construye su propuesta artística. Esta artista crea un perfil de Facebook donde se define por la siguiente frase "No poseo fronteras definidas y poseo diferentes significados [.] A veces me relaciono con anonimato, a pesar de que por lo general, soy máspreciada por las personas que son más conocidas por el público" (facebook.com/intimidadromero).



Imagen 88. Captura de pantalla del perfil de Facebook de Inti Romero.

⁶⁶ <https://web.facebook.com/intimidadromero>, <http://intimidad.tumblr.com/>

Es un perfil de Facebook como cualquier otro: "comparte fotos auto-diseñadas, tiene amigos, le gustan cosas y sus cosas son gustadas" (Supleano-Gross, 2017:7). Denomina su trabajo como *Artwork* en Facebook y lo que propone es colocar imágenes tomadas de otras cuentas de usuarios de la plataforma virtual que se encuentran públicas y *pixelea* la identidad, es decir, los rostros que aparecen en dichas fotografías son difuminados.

La intención de pixelear las imágenes responde justamente a esa invasión a la privacidad de los usuarios de Facebook, así como a la declaración del crecimiento de la fotografía digital a través de la web 2.0. La artista explora, a través de su obra, las nuevas formas de entender o interpretar la identidad y las relaciones en estos medios virtuales. Las imágenes con las que se comunica con sus amigos en la red social son "robadas", como ella misma lo establece, de perfiles públicos de la red. La mayoría son retratos en los que se pueden observar las variantes compositivas que son detectables en el perfil de cualquier persona.

En las imágenes que se incluyen podemos observar que tanto su foto de perfil como la de portada de Facebook son retratos, ambos con el rostro pixeleado, pero ambas con la posibilidad de suponer que se trata de una mujer.

Dentro del álbum de fotos "*Robados/Stolen/Facebook's 'Friends'*" encontramos una serie fotográfica de personas en acciones cotidianas, donde igualmente el rostro ha sido pixeleado, eliminando la identidad visual de los personajes, cosificándolos y reduciéndolos a sujetos intercambiables.



Imagen 89. Fotografía tomada del álbum de fotos "Robados|Stolen|Facebook's 'Friends'".



Imagen 90. Fotografía tomada del álbum de fotos "Robados|Stolen|Facebook's 'Friends'".

‘Agente Doble’

Aunque Identidad Romero se mantiene como perfil de Facebook, no todos los proyectos han mantenido esta suerte; es el caso de Agente Doble,⁶⁷ quien se define como "un paria 2.0. Ahora pertenezco al lumpen informacional" (Ganga, 2016).

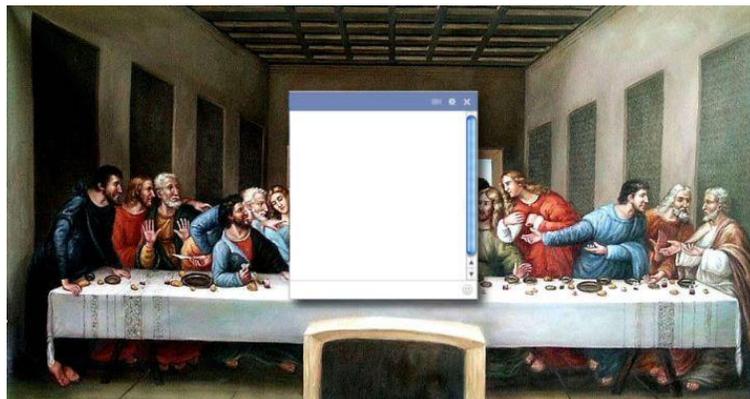


Imagen 91. Imagen de portada de la página agentedoble.net.

⁶⁷ <http://www.agentedoble.net/expos.html>.

Agente Doble no es la primera identidad del artista (o artistas, puesto que parte de su obra es mantener esto en el anonimato). Ya ha expuesto obras bajo otros seudónimos. Suele utilizar en sus obras el *collage* y el *decollage*. A través de la red, se ha valido de la comunicación bidireccional del internet 2.0 para generar crítica a la identidad contemporánea.

Se ha retomado una de sus obras, que toma como detalle la pintura de *La Última Cena* (1495-1497) de Leonardo da Vinci y en collage como superposición tiene un ventana de diálogo o chat, sin texto alguno, usuarios. No se pudieron localizar otras obras puesto que la mayoría fueron desarrolladas y expuestas como posts, eventos o videos y, como ya se mencionó antes, Facebook eliminó su perfil argumentando que "Agente Doble" era un nombre falso y la plataforma virtual retiró su trabajo de circulación pública (Agente Doble, 2010).

‘Face to Facebook’

El proyecto de Paolo Cirio y Alessandro Ludovico.(2011) "Face to Facebook",⁶⁸ que pertenece a la trilogía "*The Hacking Monopolism Trilogy*", tuvo la misma suerte que Agente Doble.

En este caso, los artistas extrajeron fotografías de un millón de perfiles de Facebook, posteriormente las filtraron con un software de reconocimiento facial y las republicaron en un sitio web de citas que ellos crearon, de acuerdo con las características de expresión facial que presentaban. Su interés era dar un nuevo lugar compartido y libre a todas estas identidades virtuales, justamente para romper las restricciones de Facebook, mismas que los llevaron a tener que bajar el sitio de internet (lovely-faces.com), ante la demanda directa de dicha plataforma (Cirio & Ludovico, 2011).

⁶⁸ <http://www.face-to-facebook.net/face-to-facebook.php>.

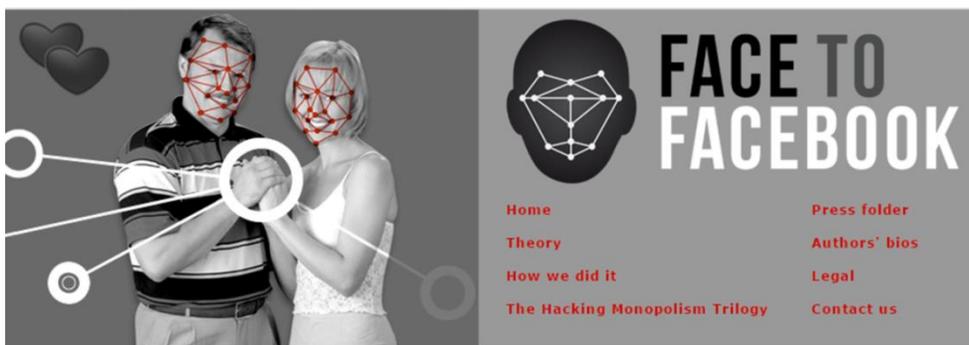


Imagen 92. Imagen tomada de la página face-to-facebook.net.

Estos dos ejemplos nos recuerdan que la apertura y la libertad que se planteó del internet en sus inicios no es tan abierta como se esperaba, puesto que las plataformas virtuales, se ven obligadas a establecer políticas de uso y protección de los datos personales de sus usuarios, lo que ha llevado a esos casos a ser eliminados de dicha red.

‘Broadcast yourself’

Por otro lado, están los casos en que la red social no es la plataforma de exposición, pero sigue siendo la materia prima del artista. En tal caso está la obra de Cristina Llanos, quien eligió distintas fotografías públicas de usuarios de redes sociales de internet -en este caso no se especifica la plataforma virtual-, las reprodujo como dibujos y creó un libro para colorear, *Broadcast yourself*⁶⁹.

A pesar de que no es clara la plataforma virtual de donde se extrajeron las imágenes, los dibujos que se presentan en la imagen de dos de las páginas de este libro tienen las tendencias exhibicionistas y de estilo de muchas de las fotografías que se pueden ver en Facebook.

⁶⁹ https://issuu.com/nikitarodriguez/docs/colorea_a_sus_colegas.



Imagen 93. Ilustraciones del proyecto 'Broadcast yourself'.

La intención de la artista por crear estos dibujos, ponerlos en un libro para colorear y colocarlo libre y públicamente en la red es la de generar la interacción que permite la web 2.0, donde los usuarios podrán apropiarse de estas imágenes, intervenirlas y así darles un nuevo significado (Llanos, 2011).

'The Last Supper'

Como una sección aparte se ha colocado la obra de Jordan Stubbs #TheLastSupper puesto que es una obra que nos permite más claramente recuperar los conceptos de Calabrese (1989) de fragmento, además de cita que, como ya se mencionaba al inicio de este apartado, es la manera en que él considera que crean las obras los artistas contemporáneos. Esta obra se compone de 3 momentos.



Imagen 94. Fotografía del proyecto #TheLastSupper.

El primero (imagen 94) está dado justamente por la creación de una fotografía que cita a la pintura de *La Última Cena* de Leonardo da Vinci, puesto que no es un detalle de la pintura, sino que recompone un fragmento central.



Imagen 95. *La Última Cena* de Leonardo da Vinci.

Presenta tres personas del lado izquierdo que están próximas entre ellos en una especie de plática privada, y en posturas similares a las de los tres apóstoles a la derecha de Jesús en la pintura mencionada; al centro encontramos a una persona,

que podemos decir que emula a Jesús, pero que, a diferencia de la pintura, no está con los brazos extendidos sobre la mesa ofreciendo los alimentos, sino que se encuentra sosteniendo un celular con el flash encendido simulando la acción de tomar una fotografía de su comida.

Por último, del lado derecho de la imagen hay dos personas más que cierran la fotografía y que están, también, en poses similares a la de los dos apóstoles que han sido pintados a la izquierda de Jesús. Ambos personajes tienen sus manos levantadas y están volteados en dirección al personaje central. Sobre la mesa, similar a la obra de Da Vinci, se observan comida y platos, así como copas de vino.

El segundo momento (imagen 96) se da cuando el artista coloca, a modo de instalación, el celular que aparece en las manos del personaje central de la fotografía, en el cuál se encuentra proyectada la imagen del plato de comida que ha sido fotografiada a través de la cámara del teléfono y que se ha publicado en una red social bajo el nombre de *#TheLastSupper*.

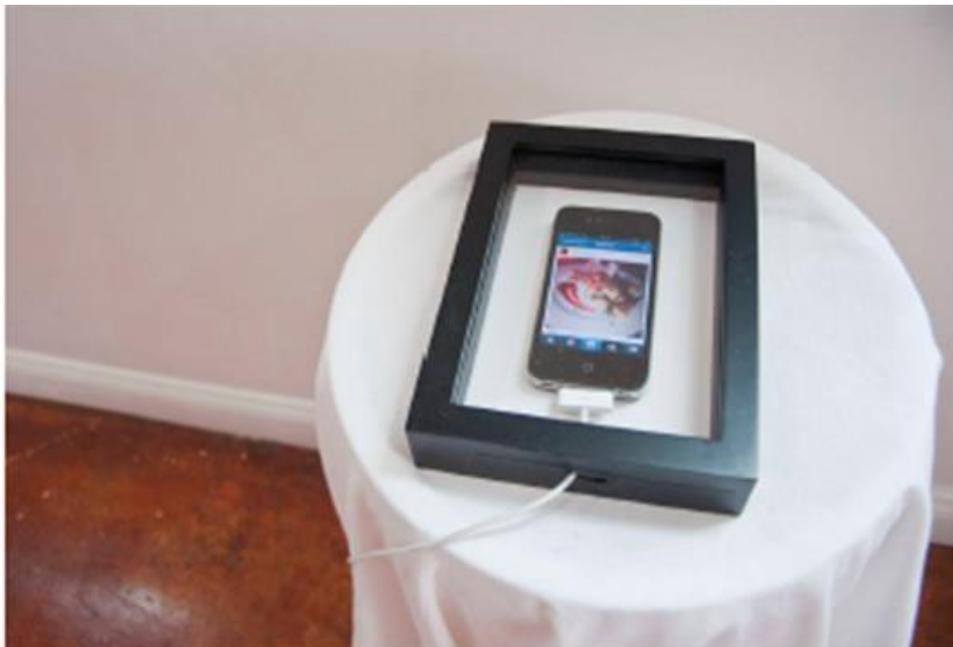


Imagen 96. Exposición del celular del proyecto *#TheLastSupper*.

El tercer momento (imagen 97) es meramente opcional, pero definitivamente es parte de la interactividad que ofrece la web 2.0, en la que la audiencia se puede conectar con el artista a su red social, en este caso Instagram, a través de la cuenta @selfiesproject y observar y reaccionar ante la *foodie*, en la que se observa una especie de salsa como adorno del platillo junto a algo que parece una ensalada de papas con diversas hierbas, completado con dos flores blancas, todo esto sobre un plato blanco con relieves curvos alrededor.



Imagen 97. Captura de pantalla del Instagram @selfiesproject.

La interactividad del Arte en Red

El arte en red está criticando que nos hayamos creído la idea de globalización, con el internet como medio de la apertura de las fronteras, la innovación tecnológica que impactaría en la economía y en la sociedad en positivo; sin embargo la brecha tecnológica está ahí en sociedades que siguen teniendo una economía y una cultura inferiores a otras. La red es virtual, "no es una sociedad real pues no tiene herramientas concretas de influencia en el Estado" (Troyo, 2017:2).

Pero la estética, como ese estudio de la belleza, y por lo tanto su presentación en el arte, apela a lo humano, a la conciencia y a los sentimientos; estos "son invariables en las personas, todos reímos, todos lloramos, todos nos conmovemos o inspiramos con algunos temas como la libertad y la igualdad" (Troyo, 2017:2) y es ahí donde incide el arte. No importa si la sociedad es la que físicamente nos rodea o si se encuentra convertida al sistema binario, el arte impacta en el deseo de la unificación humana de nuestra sociedad.

Para Yolanda Segura (2014) los nuevos medios generan una transcodificación en la que las producciones digitales tienen una capa tecnológica, informática y cultural, y es esta última la que se ve más transformada en este proceso digital. De acuerdo con la investigadora la informática y la tecnología han irrumpido en el arte "creando un nuevo paradigma estético, una nueva cultura de lo visual basada en la transformación y visualización de datos que introduce nuevas formas de percibir el mundo" (75).

Esta estética digital, no se aleja de la estética neobarroca de la repetición y el fragmento expuesta en las secciones previas, puesto que al final las creaciones digitales se basan en códigos y algoritmos que se repiten binariamente. El artista ha creado una serie de instrucciones y códigos dictados al software que se utiliza para crear o manipular la obra, construyendo así experimentos, como en su momento hicieron los artistas modernos y abstractos, y logrando variaciones formales y piezas conceptuales como los artistas de la vanguardia del siglo XX.

Los artistas en red no están buscando ya los convencionalismos de la historia del arte. Su trabajo puede ser llamado *arte* o *diseño*; lo que les interesa, de acuerdo con Manovich (citado en Segura, 2014), es "la crítica del software. Esta generación escribe sus propios códigos de software para crear sus propios sistemas culturales, en lugar de usar *samples* [muestras] extraídos de los medios comerciales. El resultado es el nuevo modernismo de la visualización de datos, redes de vectores, flechas y grillas de un pixel de espesor: diseño Bauhaus al servicio del diseño de la información" (81).

Internet se convirtió, entonces, para los artistas en "un campo ideal para el desarrollo de una práctica artística radicalmente inmaterial" (Vasconcellos, 2013:parr. 1), es un medio que cambia las estrategias tradicionales del arte como la idea de exponer, comercializar o el poder controlar su consumo y posesión, pero ahora la reflexión se centra en "qué hace la gente con la red y qué hace la red con todos nosotros" (parr.10).

Las pretensiones que alguna vez tuvo el arte, como lo denunció el movimiento *Fluxus*⁷⁰ en su momento, han desaparecido nuevamente. Las expresiones artísticas plasmadas en las redes sociales de internet o haciendo uso de ellas presentan esta coyuntura; el arte no solo está en la creación del artista, sino en la plataforma misma. Algunas expresiones artísticas que actualmente tienen mayor presencia y difusión fueron creadas por *amateurs*, más que por profesionales del arte.

Las redes sociales no están diseñadas para resolver los problemas sociales, pero permiten la creación de nuevas redes de comunicación y relaciones; sin embargo, estas conexiones se crean dentro de una plataforma de orden privado que busca principalmente el éxito económico y que, por lo tanto, termina objetivando a los usuarios. Mientras más usuarios haya, más dinero gana la red y los usuarios se vuelven parte de ella bajo su premisa de "sé popular, sé tú, no pares", donde

⁷⁰ Manifiesto escrito por George Maciunas que denunciaba el "estatus elitista, profesional y parasitario" de los artistas que pretendían que arte fuera "complejo, pretencioso, profundo, intelectual" y que entonces promovía la autosuficiencia del público puesto que "todo puede ser arte y cualquiera puede hacerlo" desacralizando la labor creativa. (Vasconcellos, 2013:parr. 11)

creemos que somos únicos en la red. No obstante, vivimos reproduciendo lo mismo que todos los demás, y esto es lo que la mayoría de los proyectos de *art net* han expuesto en sus obras. "Nuestra cara es nuestro espacio más privado y al mismo tiempo el más expuesto" (Cirio & Ludovico, 2011).

Como cierre

Omar Calabrese establece una relación entre producción–imágenes–consumo, es decir, se produce de una manera que genera las imágenes que alguien consume. El usuario no puede quedar fuera de la ecuación, pues sin consumidor no tendría sentido el producto.

Calabrese presenta tres tipos de consumo: demanda, consuelo y productivo. En este estudio nos hemos centrado en los consumos consolatorio y productivo, puesto que son los que se corresponden con los productos estandarizados y variables. Los usuarios de las redes sociales plasman en estos consumos sus intereses. Lo relevante del medio es que se les permite tener una comunicación bidireccional, apropiarse de cualquier contenido, modificarlo, hacerlo propio y volverlo a compartir. Es así como, a pesar de realizar una fotografía con cánones preestablecidos, pueden estar generando un contenido nuevo que eventualmente se vuelva único y autónomo, o que se pierda en la multitud de repeticiones similares que surgen en esta red.

Por último, se hizo una revisión al *net art*, movimiento artístico que inicialmente utilizó al internet solo como plataforma de difusión, pero que al ver su potencial creador y de consumo decidió que era un buen espacio del cual se podían tomar fragmentos que le permitirían hacer su crítica artística y estética en torno a los fenómenos que ahí suceden.

Así, por ejemplo, retomando a Intimidad Romero y su obra artística, ella considera que "si he de convertirme en una mercancía, y esa es la lógica que impone

Facebook, prefiero que sea como obra de arte" (en *Ganga*, 2016). En consecuencia podemos considerar que el arte en red, en este caso, será "el único espejo crítico y directo de nosotros en este mundo en el que las ilusiones dominan la razón" (Trovo, 2017:2004).

Se aprecia, por ejemplo, que la comunidad *foodie* está creciendo, y podemos observar que tienen características en común, que han ido conformando un consumo productivo que eventualmente se ha convertido en un consumo por consuelo, puesto que iniciaron con una propuesta que aparentemente no existía en el ciberespacio, pero que actualmente sigue una estandarización.

En tal sentido, los usuarios con este tipo de intereses toman fotografías de sus platos de comida, visitan los lugares culinarios de moda para dar su punto de vista, preparan las recetas que los medios como *Tasty* les ofrecen, pero lo más importantes es compartir estas actividades dentro de sus redes sociales de internet, generando así un consumo de imágenes de comida bajo un estándar establecido por la comunidad *foodie*.

El consumo en el capitalismo clásico se basa en la utilidad de la producción; lo importante de la cadena económica es la producción. El consumidor hace compras por necesidad, es parte del proceso de acumulación del capital. Así, la subsunción del capitalismo opera dentro de un proceso laboral preexistente (Pavón-Cuellar, 2017).

Para Jorge Veraza, en el capitalismo neoclásico se otorga más autonomía al consumidor, pero lo sume en la subsunción real del consumo al capital. Tenemos la ilusión de controlar el consumo, pero seguimos nutriendo al capital. Esta subsunción propicia que el capital se apropie de nuestras diversas actividades de consumo, donde sentimos cierto control de la cadena económica, pues podemos ser productores, distribuidores y consumidores a la vez; o podemos acceder a producciones personalizadas, que es, por ejemplo, uno de los intereses de la web 2.0: darnos experiencias personales (Pavón-Cuellar, 2017).

Esto es interesante en lo que respecta al consumo en espacios virtuales o de la cultura visual, como se ha planteado, puesto que hablamos de un ciclo en el que los *prosumidores* crean productos digitales que son variaciones de otras producciones y que, con su explotación, se convierten en productos estándares que los públicos virtuales consumen. Suponemos que somos creadores de nuevos productos o conceptos o ideas, pero estamos inmersos en una cultura que no da las bases para esas creaciones, que eventualmente serán repetidas por otros, aunque hagan usos de variaciones.

Estamos pasando de las industrias culturales, como se les ha denominado a los grandes conglomerados mediáticos, a las industrias creativas, que no requieren de grandes corporativos. Una persona puede emprender este tipo de industria con el uso de las tecnologías de la comunicación y la información, simulando así el control de todo el proceso económico, pero que persigue una ideología neoliberal de satisfacción personal con ganancias monetarias, lo que finalmente crea una subsunción al capitalismo.

Si bien la muestra de imágenes en redes sociales se ha asociado a la exposición de la intimidad así como al exhibicionismo, siendo esto un reflejo de la sociedad consumista, individualista y, por lo tanto, una expresión de la soledad del usuario, como lo plantea en diversas disertaciones Zygmunt Bauman, este trabajo se ha centrado más bien en la cultura visual que nos rodea y que nos permite crear imágenes desde una iconósfera preconcebida, donde, como establece Calabrese, si todo se ha dicho y escrito ya, tal vez también ya se haya visto todo, y solo estamos haciendo variaciones sobre un mismo modelo.

Conclusiones Generales

“La necesidad de confirmar la realidad y dilatar la experiencia mediante fotografías es un consumismo estético al que hoy todos son adictos.”

Susan Sontag (2006:43)

La fotografía ha sido cuestionada desde sus inicios, por ejemplo, en la discusión sobre si es una obra de arte o un arte medio, hasta la fidelidad de su registro como copia exacta de la realidad. Estos elementos dejan fuera su valor social; no importa si ha sido parte de las artes o de la ciencia, si ha ayudado a resolver crímenes o investigaciones científicas, la cuestión aquí está en el valor que ha aportado a la cultura en su trayectoria.

Esta investigación inició pensando en la falta de estética de las imágenes que frecuentemente se comparten en los espacios virtuales como Facebook; sin embargo, la observación de cómo la fotografía ha permeado en los diferentes ámbitos sociales nos llevó a verla como un objeto de investigación y también como ese vestigio de la vida social y cultural de la humanidad que merecía ser leído y escuchado.

La producción fotográfica no puede aislarse del entorno en el que se produce. En este estudio estamos presenciando secuencias de imágenes que plasman la vida cotidiana de una sociedad con características y situaciones específicas del momento. Observamos la mirada de una sociedad que se encuentra en red y que está plasmando sus intereses y percepciones en una imagen.

Así, entonces, el cuestionamiento dio un giro y bajo la idea inicial de cómo interactúan los usuarios de Facebook con las imágenes que ellos mismo publican en el medio, volvimos a mirar las fotografías y nos dimos cuenta de que la relación no era unidireccional, que no solo los usuarios leen las imágenes, sino que también las imágenes comunican, por lo que trabajamos esta investigación bajo una mirada dialéctica.

El objetivo de la investigación de conocer la forma en que se interactúa con la fotografía en Facebook a través de esa relación dialéctica entre el usuario y la fotografía se cumplió. Detectamos las relaciones hipertextuales y estéticas con las imágenes que se publican diariamente en este espacio virtual. Para lograr ese objetivo fue necesario situarnos como observadores participantes en el medio concreto de estudios que fue Facebook, pues esto nos permitía asumir que aquellas imágenes que aparecen en el entorno son de nuestra vida cotidiana, reflejan nuestro contexto social.

La observación se da a toda la plataforma digital, sin embargo por la amplitud de dicho espacio, que además contiene millones de imágenes, se decidió trabajar a través del método inductivo, por lo que se creó el grupo Crónica Fotográfica de la Vida Cotidiana dentro de dicha red social de internet para comenzar a detectar indicios que nos permitieran reconocer el tipo de imágenes que cotidianamente se comparten en la plataforma virtual y detectar también la interacción que se daba entre miembros e imágenes.

Este grupo fue de gran relevancia para la investigación. Fue a través de la observación participante como se detectaron los indicios para así poder profundizar más en el análisis. El grupo fue el punto de partida para apreciar las distintas interacciones que se suscitan entre las imágenes y los usuarios de Facebook.

Se observaron dos principales formas de interacciones, una a través de la propia estructura del medio con el uso del hipertexto, y la segunda a través de la estética que se conforma a partir de compartir una misma cultura visual.

Esta investigación se basó en la historia social del arte, que señala la consistencia de una cultura visual que compartimos en una época y entre épocas, considerando a esta cultura como el contexto en el que se localiza actualmente el ciberespacio. Por ello la observación no solo se hace considerando a la fotografía como un objeto de estudio, ni se toma únicamente el uso que los miembros de las redes sociales de internet hacen de la imagen como en otros estudios, sino que se

analiza de manera dialéctica la relación que se da entre la foto y el usuario en una cibercultura que se enmarca, como ya se mencionaba, dentro de una cultura visual.

Una parte importante del estudio se basó en imágenes de comida y es por ello que el ámbito gastronómico no quedará fuera de este cierre de la investigación. Trataré de explicar las principales conclusiones a las que hemos llegado a través de una analogía con la degustación del vino, o de cualquier otra bebida o alimento en su defecto, retomando tres fases: la visual, la olfativa y la gustativa.

Fase visual

En una degustación, a través de la fase visual nos disponemos a observar la copa de vino a contraluz para poder distinguir su color, su densidad y el lagrimeo; como en cualquier otro platillo, la vista que presente nos indicará mucho del mismo, desde su preparación hasta el momento en que es servido.

Es claro que nuestro primer contacto con una imagen es a través de la vista, pero esta analogía no es solo hacia la imagen, sino hacia el proceso que llevó esta investigación.

La primera observación en la fase visual corresponde al medio: bajo qué entorno se está presentando el fenómeno fotográfico. No sería lo mismo analizar una fotografía que está dentro de un museo de arte moderno, que otra que se encuentra en la intimidad de un álbum familiar. El contexto de presencia tiene importancia para conocer el producto final.

Esta interactividad que nos interesa entre imagen y usuario se da dentro de la web 2.0, la cual nos presenta una actividad asincrónica y abierta que permite el medio virtual.

Los miembros de Facebook comienzan su relación con el mismo a través de la vista que propone su arquitectura; su éxito no continuaría si sus desarrolladores no se enfocarán en hacer de su página un medio amigable con el que se puede

comenzar un diálogo a través de distintos hipertextos de manera permanente y sin que el tiempo y el espacio sean un determinante.

El medio tiene ciertas características que pueden ser observadas a contraluz, ya que así como pareciera un espacio totalmente abierto, también podemos darnos cuenta que hay un subtexto de control, de tal manera que los usuarios de internet se vuelven omnipresentes, incluso en la ausencia, pero realmente no están en todos lados, sino solo en los que sus pantallas y su capacidad de acceso a la red le permiten.

No tengo que estar observando mi pantalla e interactuando con ella para que otro usuario se relacione conmigo, ya que con el simple hecho de haber creado un perfil en el ciberespacio este se mantendrá ahí para que cualquier persona se conecte con él, pero esto no forzosamente hace que se ponga en comunicación conmigo.

Es claro que en esta fase visual del ciberespacio lo que siempre está presente es la mirada. En todo momento hay un usuario observando su pantalla, en la que puede abrir tantas páginas como quiera. A través de esas pantallas puede ser un mero observador, tener un bajo perfil de interacción; finalmente mantiene una interactividad con el ordenador desde el simple hecho de abrir una ventana de navegación y dar clic a los diferentes hipervínculos; o puede disponerse a entrar en contacto con otro sujeto, más allá del ordenador a través de un texto, una imagen, un video, entre muchas otras posibilidades que el contenido de internet le ofrece.

Dicha mirada es libre de encaminarse adonde desee, pero todo lo que observa le hará conformarse una idea o una opinión sobre la diversidad de datos e ideologías que el ciberespacio concentra, de tal manera que sobre la estética también construirá una visión, que no estará alejada de una visualidad compartida.

Es aquí donde la fase visual de la degustación no implica una mera observación, sino que va acompañada de un conocimiento previo; por ejemplo, el color del vino nos permite saber si un vino es joven o viejo y conocer esto nos lleva a la

construcción del gusto, que en el caso de esta investigación está centrado en lo que Calabrese y Bourdieu configuran como mentalidades de época y de grupo, bajo las cuales se rige la distinción de productos culturales en los que se aprecian valores estéticos a partir de conocimientos y saberes previamente concebidos y que siguen los planteamientos de la historia social del arte al responder a un condicionamiento social de la mirada.

La sociedad en red no solo reproduce lo que se ve en el medio virtual, sino que manifiesta su intencionalidad colectiva por compartir aspectos de pertenencia cultural y social, colaborando a construir el placer visual al compartir imágenes de su vida cotidiana más allá de solo representaciones de las bellas artes. Así, construimos juicios en torno a la imagen de forma y de función, igual que con la fase visual de la degustación del vino, que aún no ha sido consumido pero ya nos hemos hecho una idea de él.

Fase olfativa

En este momento de la degustación es cuando se descubren los aromas que desprende un vino en su estado estático y en movimiento. Esta fase puede ser tan real como el poder detectar el aroma de la uva del vino en cuestión, como ficticia cuando genera el *bouquet*, que nos presenta olores similares a otros objetos conocidos de nuestro entorno, pero que nada tienen que ver con el proceso de elaboración del vino. Como decíamos, estas fases aplican para otros alimentos, a los que podemos distinguir por algún tufo característico que resulte similar o no a su sabor.

En la fase olfativa de nuestra investigación nos encontramos con la virtualidad del medio, de la imagen y de los sujetos que en este espacio habitan. La cibercultura propuesta por Pierre Lévy pone de manifiesto a esta virtualidad no como opuesto a lo real, sino cómo un espacio que genera sentido al comportamiento humano y sus relaciones sociales y personales dentro de un ciberespacio, a través de la

construcción de realidades que son posibles en ese espacio no físico, pero que en la actualidad no pueden realizarse en el espacio tangible.

Esta virtualidad nos permite identificar, igual que en la fase olfativa de una degustación, elementos que crean una realidad para los sujetos, así como simulaciones que permiten que los usuarios del medio creen nuevas ideas de su mundo. De ahí que exista y se modifique un espacio más fluido y libre como lo es el ciberespacio.

El *bouquet* de esta investigación está en ver al internet como un espacio virtual en el que se puede construir un contexto menos totalizador y completamente libre, donde los usuarios conformarán una realidad desterritorializada con comunidades virtuales que responderán a una inteligencia colectiva. Todos los participantes en este medio tendrán la posibilidad de aportar y modificar el espacio bajo los intereses comunes del grupo.

¿Por qué considero esto el *bouquet* de la investigación? Porque este aroma que se distingue en la fase olfativa de la degustación es el más complicado de adivinar. No todas las personas tienen el gusto tan desarrollado como para detectar estos aromas que son simulados, ya que no tienen que ver con el proceso formal de la creación de un vino y sin embargo ahí están. Los teóricos de la cibercultura han conformado una idea que, por un lado, se basa en aspectos reales y conocidos por los usuarios, pero también presenta utopías que no se logran en el ciberespacio real.

En la actualidad, la observación de las redes sociales de internet no nos permite detectar totalmente este panorama. Difícilmente estamos dentro de una red social virtual que esté generando inteligencia colectiva, pero si está generando ciberparticipación. Esta participación no es totalmente positiva, está dada por un cibercomportamiento de acuerdo con cada evento y situación, así como con la identidad que el usuario haya creado en ese espacio.

Para poder detectar el *bouquet* de una situación determinada en Facebook se dependerá de las construcciones de identidad propias de los individuos, las cuales

en el espacio físico se dan bajo las premisas de pertenencia y de juego de roles, pero en el virtual pueden tomar diversas dimensiones y formas. En todo momento las personas estamos construyendo nuestra identidad de acuerdo con la comunidad con la que nos relacionamos; también nos construimos una serie de máscaras de acuerdo con el rol que nos toca presentar en determinada situación. Así como el *bouquet* de un vino se basa en el parecido a aromas externos tales como frutos secos, animales, maderas, entre otros, la virtualidad permite una serie de simulaciones que impactan también en nuestras máscaras. Al ser un espacio tan abierto y libre como lo plantea Lévy, entonces los usuarios tienen la posibilidad de crearse tantas identidades como lo deseen.

Esto ha generado que el cibercomportamiento no sea del todo positivo.. Lo que se esperaba era que las relaciones se realizaran en armonía bajo la premisa de que la comunicación abierta conllevaría a una inteligencia colectiva, la cual promovería relaciones cordiales y más humanas que en el espacio no virtual. Por el contrario, la crítica es una constante hoy en día en las redes virtuales, porque además los usuarios tienen la posibilidad de alimentar sus ideas con los nexos intertextuales prácticamente infinitos que el ciberespacio les permite.

El grupo Crónica Fotográfica de la Vida Cotidiana, creado para esta investigación, buscó también asemejarse a una comunidad virtual en la cual los miembros del grupo compartirían intereses en común, como es el mostrar fotografías en las redes sociales de internet. En el análisis de las interacciones generadas no se detectaron agresiones o disgustos fuertes como sí se ha observado en los espacios más abiertos y generales de las redes sociales virtuales como Facebook; sin embargo, la crítica y la diferencia de opiniones sí estuvieron presentes dentro de la comunidad virtual, sobretodo en temas de índole social.

La interacción hipertextual es una de las construcciones que, tras la evolución del internet de la web 1.0 a la 2.0, ha permitido que los miembros del ciberespacio tengan más posibilidades de compartir y de conocer no solo con documentos textuales, sino con cualquier otro tipo de signo. El hipertexto está también presente en la inteligencia colectiva, puesto que cualquier miembro del

ciberespacio es potencialmente emisor y receptor en un espacio fijado por los mismos participantes; lo que genera una actividad comunicativa interactiva y comunitaria en una dimensión colectiva.

Esta posibilidad de hipercomunicación es clara en Facebook, desde que podemos interactuar con una publicación a través de íconos como el pulgar levantado del “me gusta”, o mediante otras opciones visuales como el corazón para indicar “me encanta”, el emoticono sonriente para el “me divierte” o el de la boca abierta que connota el “me asombra”, el que tiene la boca curvada hacia abajo y una lagrimita para el “me entristece”, así como el “me enoja”, que lo representa un emoticono con cejas curvadas y color rojo en la frente.

Pero no es la única forma de concretar una interacción hipertextual en este medio; también tenemos la posibilidad de publicar imágenes o incluir emoticonos en nuestros textos. Por otro lado, podemos hacer un comentario a través de compartir una fotografía o lo que en estos momentos se ha vuelto moda, que es incluir un GIF. También podemos usar otros recursos como anexar el hipervínculo que nos lleve a otra página para afirmar o ampliar nuestro comentario.

La fase olfativa de esta investigación presenta aromas reales como son las fotografías que representan la vida cotidiana de las personas y los olores simulados, así como otras representaciones gráficas que se han vuelto íconos codificados para los usuarios de estos medios, conformando un *bouquet* llamado *hipertexto*. Este permite mantener la dialéctica entre el usuario y la computadora, y también entre sujetos, enriqueciendo la comunicación entre ellos y cualquier otra interacción que tengamos en el medio virtual.

Esto favorece sobre todo la construcción de una cibercultura en la que los usuarios determinan sus relaciones bajo ideas colectivamente aceptadas de cibercomportamiento, identidad y cultura visual. Así es como llegamos a la concreción de una visualidad compartida dentro de la cibercultura en la que las imágenes nos ofrecen una interacción estética. Sin la existencia del hipertexto, no podríamos tener la abundancia visual que existe en el ciberespacio. Incluso se

podría considerar que estamos viviendo una sobrecarga de información gráfica, la cual, en algunas ocasiones, nos desborda la mirada.

Fase gustativa

Esta fase dentro de una degustación implica el consumo de la bebida o un alimento. No es hasta ese momento cuando podemos percibir los diferentes sabores del vino en cuestión. Esta fase representa el último apartado de la investigación, donde el gusto ya pasó por la vista y por el olfato y ahora se abalanza al consumo.

La interactividad con la estética de la imagen se da a medida que consumimos las fotografías más allá de su vista y de su forma y pasamos al sentido funcional o de valor, de acuerdo con el contexto en que se comparte.

Para comprender esta fase gustativa, es claro para Omar Calabrese que los productos culturales surgen de ideas y contenidos que ya se han expuesto previamente, es decir, no estamos creando nuevos productos, solo transformando los fragmentos del pasado. ¿Cómo podríamos detectar los sabores de un alimento si no conocemos previamente a lo que sabe algo salado, dulce, ácido, amargo o picante? Igualmente con las imágenes, no podemos partir de que algo es estético sin todo un bagaje visual previo.

Esta cultura visual se enmarca en la era neobarroca, pues el estilo que esta época reproduce está más cercano al barroco que al clásico, a través de los polos de sus categorías formales de base, bajo principios de coherencia colectiva e individual, cómo son lo disarmónico y lo asimétrico de dicho movimiento.

En su tesis Calabrese desglosa una serie de categorías que son relevantes para determinar su propuesta de la era neobarroca, de las cuales, para esta investigación, hemos tomado 3 principales rubros: la estética de la repetición, el uso del detalle y el fragmento, y el consumo productivo.

Los sabores han sido categorizados a lo largo de la historia de la humanidad, y aunque puede haber diferencias culturales para fines de esta analogía, podemos mencionar que en general se distingue lo salado, dulce, ácido, amargo y picante, y para distinguirlos hemos de partir de nuestros indicios, es decir de pruebas previas a sabores similares y que nuestro gusto se ha apropiado. Para esta parte del análisis identificamos índices en el grupo de Facebook Crónica Fotográfica de la Vida Cotidiana, detectando un número importante de fotografías en las que se mostraban alimentos, lo que nos llevó a recordar dentro de nuestro gusto visual a los bodegones y los que, como fotografías en el ciberespacio, se han denominado *foodies*.

Esta relación nos permite confirmar primeramente que, como lo plantea Calabrese, ya todo se ha dicho y mostrado. Los bodegones, por ejemplo, tienen una tradición pictórica de siglos, pero no solo eso, sino que además tienen un contexto social muy similar al que se expone con las *foodies* en los espacios virtuales.

Podemos decir que las *foodies* son semejantes a los bodegones, en cuanto a que ambos comparten propiedades formales de planos, ángulos y composición. Sin embargo, se diferencian porque se producen en contextos diferentes: el bodegón requiere de un proceso largo para su creación, mientras que la *foodie* se da dentro de la inmediatez del espacio virtual.

Esto se identifica a través de la categoría de repetición de la era neobarroca. Se repiten construcciones de forma, igual que en el sabor. Por ejemplo, el plano más común presente en *foodies* y bodegones es el detalle, como se observa en tomas en las que solo se ve el plato de comida sin mayor contextualización.

Otro elementos que se repite es el tipo de ángulo, siendo el de picada y cenital el más común en reproducirse en las fotografías de comida así como en las pinturas de naturaleza muerta. Esto se hace puesto que desde este ángulo se pueden ver los alimentos como los observaría el comensal en la fase visual de una degustación, y nos remite también al momento de tener el plato enfrente y percibir

los aromas que desprende para la fase olfativa. De esta manera la fotografía permite apreciar el tipo de alimento que se va a consumir y poder traer a nuestra memoria ese momento de la fase gustativa.

Dentro de la repetición se tiene como característica también la construcción de la escena centrada en el plato principal, quitándole relevancia al fondo o contexto de la situación. Esto se observa en la mayoría de los ejemplos de bodegones, así como de *foodies* analizadas en esta investigación.

Sobre las diferencias, se puede observar que las *foodies* y los bodegones no comparten el contexto de creación ni de exposición, ya que las fotografías de comida que se comparten en el ciberespacio se producen con una cámara digital con la que actualmente cuentan los teléfonos conocidos como smartphones, los cuales actualmente tienen conexión a internet, por lo que pueden compartir la imagen en redes sociales virtuales inmediatamente después de ser tomada, donde queda expuesta públicamente o para disfrute de su comunidad virtual.

Por su parte, los bodegones son producciones artísticas, es decir, sus creadores tienen el oficio de pintar, principalmente al óleo, sobre un lienzo, lo que conlleva no solo un conocimiento técnico, sino la dedicación de un tiempo específico a esta producción. Sobre la exposición encontramos que estas pinturas requieren de ser colocadas en lugares especializados como galerías o museos, incluso podrían nunca ser expuestas ni visibles para otros fuera del autor.

En este sentido, es muy importante la contextualización de las imágenes que se comparten en las redes sociales de internet, esto en el sentido de lo que Calabrese identifica como el uso de detalles o de fragmentos. Así, pues, en una serie de fotografías de comida puede buscarse presentar un detalle de una tradición o de un alimento reconocido por quienes observan la imagen.

Sin embargo, generalmente lo que se produce más en el ciberespacio son fragmentos de contextos a través de las imágenes que pueden ser contextualizados en una gran diversidad de espacios, lo que las hace autónomas y, como mencionábamos anteriormente, pone de manifiesto que las fotografías

que se publican en los espacios virtuales como Facebook pueden responder a cualquier espacio y momento mientras compartamos una cultura en común.

Al llevar los indicios a toda la plataforma virtual pudimos detectar el uso común y constante de las imágenes de *foodies* en los mencionados memes, los cuales concretan las ideas de esta investigación al mostrar en una misma imagen la interactividad hipertextual y estética del análisis. Para la fase gustativa podríamos decir que nos encontramos con un sabor que no se ha sabido definir y que se le conoce como *umami*,⁷¹ el cual es un sabor diferente a otros sabores, pero combinable con lo dulce, lo ácido, lo amargo y lo salado.

Los memes toman un gran valor en el análisis al contener elementos que integran todos los anteriores, pero tienen su propio sentido y significado, como por ejemplo la sátira. Son utilizados por los usuarios de internet para conformar sus opiniones y tienen un juego interesante dentro del cibercomportamiento, pues no solo critican un *status quo* que se quiera conformar en la cibercultura, sino que, además, confronta con la diversidad de realidades y por lo tanto de identidades que cada miembro de una comunidad virtual busca establecer.

Entonces, las *foodies* y los memes son semejantes en cuanto a que ambos son productos del hipertexto dentro de la cibercultura, además de que comparten la estética de la repetición en forma y función. Sin embargo, se diferencian ya que las imágenes de comida responden normalmente a detalles de una escena, mientras que los memes son fragmentos de una imagen que se descontextualiza para su uso satírico.

En cuanto a la construcción a través de fragmentos, la mayoría de los memes utiliza partes de imágenes que en muchas ocasiones se desconocen o que, aunque se sepa de donde fueron extraídas, ya han sido descontextualizadas y resignificadas al colocarles un texto específico, lo que le genera una autonomía dentro del ciberespacio.

⁷¹ Proviene del idioma japonés (うま味) y significa 'sabor agradable, sabroso'.

Sobre los bodegones, las *foodies* y los memes, cabe destacar que mantienen una relación de estatus e identidad, es decir, su creación y presentación responden al deseo de determinar ideas de abundancia y escasez así como legitimación de ideas y opiniones en torno a una identidad individual o colectiva.

Mencionábamos que esta fase gustativa es el momento en el que se concreta el consumo de la bebida o alimento; igualmente Calabrese plantea un consumo de los productos culturales, que en este trabajo de investigación se centró en dos consumos: el consolatorio y el productivo, los que corresponden a la creación de productos estandarizados y variables, ya que no consideramos que en los medios digitales se lleve a cabo una producción en serie.

Si partimos de ver al ciberespacio como un lugar abierto y destotalizado, esperaríamos que los usuarios estuvieran creando una inteligencia colectiva basada en producir ideas nuevas e innovadoras, en las que sus producciones destacan y se diferencian de otras. Sin embargo, lo que detectamos es que se están produciendo variaciones de lo que ya existe o ha existido.

Por lo anterior podríamos decir que, en gran medida, en el espacio virtual realizamos un consumo productivo en el que reproducimos lo que otros han creado, nos lo apropiamos y lo convertimos en una nueva publicación con variaciones al reinterpretarlo. Sin embargo, el consumo consolatorio no queda fuera, puesto que en el momento en que esas variaciones se estandarizan, volvemos a la repetición solo del estándar, como detectamos que sucede con los memes y las *foodies* al volverse tendencia.

En esta dialéctica en que se ha centrado la investigación, la creación de imágenes no solo se ve influida por una cultura visual que viene del pasado, sino también por la que ocurre simultáneamente a nuestro alrededor, en tal forma que el arte no es solo un referente visual por usar en nuestra producción virtual, sino que también el contexto virtual impacta en la creación del arte.

Calabrese ha dicho que el arte contemporáneo se vale de la fragmentación para producir sus productos culturales a través de variantes; es así como identificamos

que los artistas han fragmentado las redes sociales de internet para convertirlas en espacios artísticos y obras de arte.

El arte expuesto y creado en el ciberespacio también responde al consumo productivo que, a través de la diversidad de opciones que le provee la cibercultura, genera variantes artísticas con el uso de fragmentos que son descontextualizados y resignificados en sus valores estéticos.

Como diría Manuel Castells, estamos recombinando la información en múltiples formas a través del hipertexto, y esta recombinación es fuente de innovación de productos que se convierten en base de otras interacciones, creando una espiral de información significativa. Por lo tanto, la ilusión de un consumo/producción innovador es lo que está haciendo girar este entorno cibernético, aun cuando sea una ilusión del capitalismo.

Con estas tres fases para la degustación de una bebida o un alimento, podemos encontrar el gusto por una fotografía, la cual no puede ser vista solo como un objeto por describir, sino que nos pide ponerla a dialogar, y es algo que la interactividad del espacio virtual le ha permitido; por lo tanto abre ante nosotros un mundo de posibilidades de análisis para la imagen.

Por otro lado, esta tesis complementa los estudios de la cibercultura que, por tratar un espacio virtual en constante transformación, dificulta muchas veces su seguimiento. Facebook, como la plataforma digital elegida para llevar a cabo esta investigación, ha logrado mantenerse por más de una década; sin embargo, hemos visto aparecer y desaparecer muchas redes sociales de internet, lo que nos presenta la volatilidad del medio.

Por tales razones esta investigación se presenta como exploratoria; sin embargo, el trabajo cuenta con una amplia base teórica desde los estudios de la cultura visual propuesta por la historia social del arte, lo que ha facilitado el análisis y el proceso metodológico aquí expuesto.

En conclusión, esta tesis busca aportar principalmente la visualización de la imagen no como un objeto de estudios que se revisa desde su construcción formal, sino como esa interacción dialéctica que se produce entre la fotografía y el sujeto que la mira y de regreso, en un contexto específico, donde además confluye una cultura visual que apoya la producción y el consumo de estas imágenes, en este caso, dentro del ciberespacio.

REFERENCIAS

- Acosta, B. (2012). *Paradojas en la representación documental. El trabajo fotográfico de Maya Goded*. Tesis inédita de Maestría. Universidad Nacional Autónoma de México, México.
- Acosta, Y. (2011) *Fotografía gastronómica. Del bodegón al porn food*. Madrid: Sociedad Latina de Comunicación.
- Agente Doble (2010) *Agente doble was here*. Recuperado el 12 de marzo de 2017. Disponible en: <http://www.agentedoble.net/expos.html>
- Aires, L.; Teixeira, A.; Azecedo, J.; Gaspar, M. & Silva. S. (2006) Alteridad y emociones en las comunidades virtuales de aprendizaje. *Revista Electrónica Teoría de la Educación. Educación y Cultura en la sociedad de la información*. Universidad de Salamanca. 7(2). Diciembre 2006. Disponible en: <http://www.usal.es/teoriaeducacion>
- Alpers, S. (1987) *El Arte de Describir*. Hermann Blume
- Amador, P. (2002) La imagen fotográfica y su lectura. En Pilar Amador Carretero, Jesús Robledano Arillo y María Rosario Ruiz Franco (eds.). *Primeras Jornadas Imagen, Cultura y Tecnología* (1). Madrid: Universidad Carlos III, Editorial Archiviana, pp. 225-239
- Ann, J. (1995). The camera never lies: Social construction of self and group in video, film, and photography. *The Journal of ValueInquiry*, 29: 431-446, EUA.
- Andújar, R. (2013) La identificación de especies y la nomenclatura científica a través del bodegón barroco. *Revista Eureka*, 10 (3), 458-467.
- Arredondo, M. (2008) El pincel y la pluma. Sobre retratos, paisajes y bodegones en la literatura del Siglo de Oro. *Anales de Historia del Arte*. Vol. Extraordinario, 151-169.
- Art and Culture TV (Compilador) (2016/01/9) *Zygmunt Bauman comenta el tema "Redes sociales"* Recuperado el 28 de octubre de 2016 en <https://youtu.be/DHBASp0uqOA>
- Ayala, M. H. (2012). Expresión personal y empatía en las redes sociales: los estudiantes universitarios y el uso de Facebook. *Cuadernos de h ideas*, 6.
- Bacallao, L. (2010) Representaciones mediáticas de las redes sociales: un estudio de casos. DOI: 10.4185/RLCS-65-2010-887-114-125-ISSN 1138-5820-RLCS#65-2010

- Banco Mundial (2015) *Usuarios de Internet (por cada 100 personas)*. Disponible en: <http://datos.bancomundial.org/indicador/IT.NET.USER.P2> Recuperado el 09 de octubre de 2015
- Barthes, R. (1989). *La Cámara Lúcida: Notas sobre la fotografía*. España: Paidós Comunicación.
- Baudrillard, J. (1990) *Videosfera y Sujeto Fractal*. En Talens, J. (1990) *Videoculturas de Fin de Siglo*. Editorial Cátedra: Madrid.
- Bauman, Z. (2005) *Identidad*. Buenos Aires: Losada
- Bell, D. (2006) *El advenimiento de la sociedad post-industrial*. España: Alianza Editorial
- Benjamin, W. (1989) *Pequeña historia de la fotografía. Discursos interrumpidos*. Buenos Aires: Taurus.
- Berger, T. & Luckman, B. (2001) *La construcción social de la realidad*. Amorrortu Editores: Buenos Aires
- Borrás Castanyer, L. (2004). De la estética de la recepción a la estética de la interactividad. Notas para una hermenéutica de la lectura hipertextual. *Arte y Nuevas Tecnologías: X Congreso de la Asociación Española de Semiótica*/coord. por Miguel Ángel Muro Munilla (pp. 272-287).
- Bourdieu, P. (1998) *La distinción, Criterios y bases sociales del gusto*. Madrid: Taurus
- Bright, S (2005) *Fotografía Hoy*. México: Editorial NEREA
- Burucúa, José Emilio (2003). *Historia, arte, cultura. De Aby Warburg a Carlo Ginzburg*. México, Fondo de Cultura Económica.
- Calabrese, O. (1989) *La era neobarroca*. Madrid: Ediciones Cátedra.
- Camacho Morfín, T. & Morales Damián, M. (2017) Estudiar la imagen desde la historia y la historia del arte. En: Morales Damián, M. (Coord.) (2017) *Culturas visuales en México. Reflexiones y estudios sobre la imagen*. Pachuca de Soto: Universidad Autónoma del Estado de Hidalgo.
- Carvalho, R. (2017) El auge de los dispositivos híbridos, *BusinessBlog HP*. Disponible en: <https://blog.ext.hp.com/t5/BusinessBlog-es/El-auge-de-los-dispositivos-h%C3%ADbridos/ba-p/9169>
- Castells, M. (2001) Lección inaugural del programa de doctorado sobre la sociedad de la información y el conocimiento (UOC).

- (2001a) Epílogo: Informacionalismo y la sociedad red. En: Himanen, P. (2001) *La ética Hacker y el espíritu de la era de la información* [Online] <http://eprints.rclis.org/12851/1/pekka.pdf>
- (1999) *La era de la información. Economía, Sociedad y Cultura; La Sociedad Red*. México: Siglo XXI

Castoriadis, C. (1983) *La institución imaginaria de la sociedad 1*. Barcelona: Tusquets Editores. Pp. 197 – 285.

Del Valle, Félix (2002) Perspectivas sobre el tratamiento documental de la fotografía. En Pilar Amador Carretero, Jesús Robledano Arillo y María Rosario Ruiz Franco (eds.). *Primeras Jornadas Imagen, Cultura y Tecnología* (1). Madrid: Universidad Carlos III, Editorial Archiviana, pp. 225-239

Eagleton, T. (2011) *La estética como ideología*. Madrid: Editorial Trotta

Eguizábal, R. (2005) La fotografía publicitaria. En López, R; Marzal, J. & Gómez, F (Eds.) (2005) *El Análisis de la imagen fotográfica. Col·lecció <<Humanitats>> e-Humanitats, 2*. Universitat Jaume-I

Espinosa, A. (2015) La magia de la modernidad. *Coma Suspensivo*. Disponible en: <http://www.comasuspensivo.com.mx/sociedad/la-magia-de-la-modernidad/>

Facebook (2011) *Bigger, Faster Photos*. Recuperado el 20 de abril de 2015 de <https://www.facebook.com/notes/>

- (2014). *Facebook Reports Second Quarter 2014 Results*. Recuperado el 22 de octubre del 2014. Disponible en: <http://investor.fb.com>
- (2015) *¿Cuántas fotos puedo subir?* Recuperado el 20 de abril de 2015 de <https://www.facebook.com/help>
- (2016) *Facebook presenta la visión para los próximos 10 años: Conectividad, IA y Realidad Virtual*. Revisado el 29/08/2017 desde: <https://ltam.newsroom.fb.com/news/2016/04/facebook-presenta-f8/>
- (2018) *Newsroom*. Revisado el 03/05/2018 desde: <https://newsroom.fb.com/company-info/>
- (s.f.) *Normas Comunitarias*. Revisado el 20/08/2017 desde: <https://es-es.facebook.com/communitystandards>

Fajardo, C. (2005) Aproximación a los cambios operados en la estética de la era global. En Marchan S. (2006) *Real/Virtual en la estética y la teoría de las artes*. Barcelona: Paidós. Pp. 61 – 83

Flinchy, P. (2003) Las comunidades, un nuevo imaginario de Internet. Lo imaginario en Internet. Madrid; Tecnos. Pp. 93-120

Flores, J. (2009). Nuevos Modelos de Comunicación perfiles y tendencias en las redes sociales. *Comunicar*. 17 (33); 73-81, España.

- Foncuberta, J. (1984) *Estética fotográfica: Selección de textos*. Madrid: Editorial Blume.
- (2013) *La cámara de Pandora. La fotografía @ después de la fotografía*. Barcelona: GG
- Galindo, J. (2010). La Internet y sus redes sociales. Comunicología e ingeniería en Comunicación Social de un fenómeno aún emergente. *Razón y palabra*, (71)
- (2011). Las nuevas tecnologías de información y comunicación y las políticas culturales en México-Ingeniería en Comunicación Social del servicio de redes sociales Facebook. *Intercom-RBCC*, São Paulo, 34 (2); p. 175-196.
 - (2013). Arquitectura e Ingeniería en Comunicación Social de Facebook. *Analecta calasanctiana: publicación semestral religioso cultural y de investigación histórica*, (109) 67-88.
- Ganga, J. (2016) Cuatro usuarios que han convertido Facebook en arte. *El País*. Revisado el 22/01/2017. Disponible en:
http://elpais.com/elpais/2016/02/19/tentaciones/1455898306_140401.html
- García Canclini, N. (2003) *Culturas Híbridas. Estrategias para entrar y salir de la modernidad*. México: Grijalbo.
- Ginzburg, C. (2008) Indicios. Raíces de un paradigma de inferencias indiciales en Ginzburg, Carlo (2008) *Mitos, emblemas e indicios*. Morfología e historia. Barcelona: Gedisa, pp. 185-239.
- Goffman, E. (1989) Estigma e identidad social. En Goffman, E. (1989) *Estigma. La identidad deteriorada*. Buenos Aires: Amorrortu Editores. Pp. 11 – 55.
- Gómez, E., Ardévol, E. (2011). Imágenes revueltas: los contextos de la fotografía digital. *QUADERNS-E*, 16 (1-2), 89-102 Universitat Oberta de Catalunya.
- Gómez, C. (2000) Revolución tecnológica: un nuevo paradigma para la comunicación. *Signo y Pensamiento*, XIX (36) Colombia. pp. 11-17.
- Gómez, H. (2010) El adjetivo visual. De la figura retórica al significado de la imagen fotográfica. *Revista de la SEECI*. 22 (XIV) Pp. 30 – 79.
- González, L. (2015) Redes sociales: Hogueras, comisarios, sabelotodos y súbitas inteligencias. *Nexos*. [online] Recuperado del 01 de agosto de 2017
 Disponible en: <http://www.nexos.com.mx/?p=23965>
- González, P. (2013) ¿Cómo sacar fotos de comida en Instagram? *Instagramers*. Recuperado el 10 de octubre de 2017. Disponible en:

<http://instagramers.com/spanish/como-sacar-fotos-de-comida-en-instagram/>

Google (2014). *Tendencias de búsqueda*. Recuperado el 22 de febrero del 2014 desde: www.google.com/trends/explore#q=Facebook&geo=MX&cmpt=q

Gubern, R. (1996) *Del bisonte a la realidad virtual*. Barcelona: Anagrama.

Guigou, L. N. (2001). El ojo, la mirada: Representación e imagen en las trazas de la Antropología Visual. *Diverso Revista de Antropología Social*, 4, 123-134.

Hernández, S. (2011) Dialogismo y alteridad en Bajtín. *Contribuciones desde Coatepec*. Universidad Autónoma del Estado de México, julio-diciembre, 2011, pp. 11-32

Hine, C. (2004). *Etnografía Virtual*. Barcelona: Editorial UOC.

Hortal, P. (2004) Sobre la Naturaleza de la fotografía digital. *Arte y nuevas tecnologías: X Congreso de la Asociación Española de Semiótica*. Universidad de la Rioja. Pp. 651 – 659

INEGI (2018) Encuesta Nacional sobre Disponibilidad y Uso de Tecnologías de la Información en los Hogares (ENDUTIH) 2017. *INEGI*. Recuperado el 30 de abril de 2018. Disponibles en: http://www.beta.inegi.org.mx/contenidos/saladeprensa/boletines/2018/OtrTemEcon/ENDUTIH2018_02.pdf

Jiménez, D. (2015) 12 consejos sencillos y efectivos para la fotografía de alimentos. *Xatakafoto*, 15 de mayo 2015. Disponible en: <http://www.xatakafoto.com/trucos-y-consejos/12-consejos-sencillos-y-efectivos-para-la-fotografia-de-alimentos> Revisado el 15 de abril del 2016.

Landow, G. P. (2009). *Hipertexto 3.0. Teoría crítica y nuevos medios en la era de la globalización*. Barcelona: Paidós.

Llanos, C. (2011) *Broadcast yourself*. Issuu.com. Recuperado el 5 de mayo de 2017. Disponible en: https://issuu.com/nikitarodriguez/docs/colorea_a_sus_colegas

Legido, M. (2016) Del bodegón a la basura. Representaciones de alimentos en la historia del arte desde la perspectiva de la fotografía contemporánea. *Arte, Individuo y Sociedad*. 28 (3), 415-427.

Lehndorff, J. (2016) My foodie selfie. *Boulder Weekly*. Disponible en: <http://www.boulderweekly.com/cuisine/nibbles/my-foodie-selfie/> Revisado el 2 de abril de 2014

- Lévy, P. (2007). *Cibercultura. La cultura de la sociedad digital*. España: Anthropos.
- (1999) *¿Qué es lo virtual?* Buenos Aires: Paidós.
- Liceaga Mendoza, R. (2014). Representaciones de Facebook: nomenclaturas de vida ante la ley, la amistad y la muerte. *Cultura y representaciones sociales*, 8(16), 137-174.
- López, G. & Ciuffoli, C. (2012). *Facebook es el mensaje. Oralidad, escritura y después*. Buenos Aires: La Crujía Ediciones.
- López, P. (2004) La aplicación del método iconológico en el análisis de la imagen fotoperiodística. *Congreso internacional de comunicación. XIX*; Pamplona.
- Mann, M. (1991) *Las fuentes del poder social, I*. Madrid: Alianza Editorial
- Manovich, L. (2005) *El lenguaje de los nuevos medios de comunicación. La imagen en la era digital*. Barcelona: Paidós Comunicación.
- Martínez, A. (2016) Cada vez hay menos publicaciones personales en Facebook. *Paréntesis*. Recuperado el 3 de octubre de 2016. Disponible en http://parentesis.com/noticias/Futuro_e_Innovacion/La_gente_esta_dejando_de_compartirse_a_si_mismo_en_Facebook
- Marzal, J. (2005) Una propuesta de análisis de la imagen fotográfica mediante la utilización de tecnologías digitales e informacionales. En López, R., Marzal, J. & Gómez, F. (Eds.) (2005) *El análisis de la imagen fotográfica*. Castelló de la Plana: Publicación de la Universitat Jaume I.
- Marzal, J. & Soler, M. (2011). Hábitos de consumo y usos de la fotografía en la era digital entre estudiantes de Comunicación. *Comunicar*, 19 (37); 109-116, España.
- Mendelson, A. & Papacharissi, Z. (2011). Collective Narcissism in Collage Student Facebook Photo Galleries. En Papacharissi, Z. (2011), *A networked self: Identity, community, and culture on social network sites*. Reyno Unido: Routledge.
- Mier, R. (2006) Vértigos de la opacidad: tiempos y experiencia en el régimen tecnológico. *Tramas* (25) 13-39 UAM-X, México
- Minchinela, R. (2014). 'Selfies': un autorretrato. *Leer*, 30(249), 26-27.
- Natal, A., Benítez, M. & Ortiz, G. (Coord) (2014) *Ciudadanía Digital*. México: Universidad Autónoma Metropolitana
- Owloo (2014). *Estadísticas de Facebook en México*. Recuperado el 22 de octubre de 2014. Disponible en: <http://www.owloo.com/facebook-stats/mexico/>

- Panofsky, E. (1998) *Estudios sobre iconología*. Alianza Editorial: Madrid.
- Parker, E. (2017) Las redes sociales no están destruyendo al mundo. *Letras Libres* [online] Recuperado el 01 de agosto de 2017, disponible en: <http://www.letraslibres.com/mexico/ciencia-y-tecnologia/las-redes-sociales-no-estan-destruyendo-al-mundo>
- Parks, M. (2011). Social Networks Sites as Virtual Communities. En Papacharissi, Z. (2011). *A networked self: Identity, community, and culture on social network sites*. Reyno Unido: Routledge.
- Pavón-Cuellar, D. (2017) Psicología y subsunción del psiquismo en el capital: entre Marx, Jorge Veraza y los psicólogos marxistas. Intervenciones inéditas y publicaciones efímeras. *David Pavón-Cuellar. Intervenciones inéditas y publicaciones efímeras*. Revisado el 10 de junio de 2018. Disponible en: <https://davidpavoncuellar.wordpress.com/2017/05/09/jorge-veraza/>
- Pérez, Gabriel (2014). "El meme en redes sociales: Prácticas culturales de replicación en línea". En Flores, S. (Coord.). *Redes Sociales digitales: Nuevas prácticas para la construcción cultural*. Colección Intersecciones, CONACULTA. México.
- Pijamasurf (2016) Facebook arruinó la política, la privacidad y saca lo peor de nosotros mismos. *PijamaSURF*. Revisado el 12 de octubre de 2016. Disponible en: http://pijamasurf.com/2016/10/facebook_arruino_la_politica_la_privacidad_y_saca_lo_peor_de_nosotros_mismos/
- (2017) La mayoría nos consideramos "moralmente superiores", según la ciencia. *PijamaSurf*. Revisado el 01 de agosto de 2017. Disponible en: http://pijamasurf.com/2017/07/la_mayoria_nos_consideramos_moralmente_superiores_segun_la_ciencia/#.WXmAA18eTc4.facebook
- Quéau, P. (1995) *Lo virtual. Virtudes y vértigos*. Buenos Aires: Paidós
- Renobell, V. (2005) Hipervisualidad, La imagen fotográfica en la sociedad del conocimiento y de la comunicación digital. *UOCpapers*. No. 1.
- Riaño, P. (2016) 'Selfie' o la vanidad de los pobres. *El Español*. Recuperado el 3 de octubre del 2016. Disponible en: http://www.elespanol.com/cultura/arte/20160927/158734774_0.html
- Roca, L.; Morales, F.; Hernández, C. & Green, A. (2014) *Tejedores de Imágenes. Propuestas metodológicas de Investigación y gestión del patrimonio fotográfico y audiovisual*. México: Editorial Mora

- Rodrigo, M. (2014) *Las Teorías de la Comunicación ante el reto de las Tecnologías de la Información y la Comunicación (TIC) Portal de comunicación*. Barcelona
- Rodríguez, J. (s.f.) La narrativa digital. *Foro Abierto de la Universidad Javeriana*. Recuperado el 11 de noviembre de 2016. Disponible en http://www.javeriana.edu.co/relato_digital/accesos/relato_digital.html
- Rosa, A., Bellelli, G. & Bakhursy, D. (2000). *Memoria colectiva e identidad nacional*. Madrid: Biblioteca Nueva, p. 41-87.
- Rubida, F. (2013) ¿Qué es Instagram y para qué sirve? *elconfidencialdigital.com* 24 de jun, 2013, Revisado el 28 de mayo de 2016 Disponible en: http://www.elconfidencialdigital.com/opinion/tribuna_libre/Instagram-sirve_0_2076992284.html.
- Ryan, M. (2004) *La narración como realidad virtual*. Barcelona: Paidós Comunicación
- Sabino, C. (1991) *Diccionario de Economía y Finanzas*. Caracas: Panapo.
- Sánchez, N. (2011). De la fotografía como representación de la realidad a documento representado: el análisis documental de contenido. *Contribuciones a las Ciencias Sociales*, Disponible en: www.eumed.net/rev/cccss/14/
- Segura, Y. (2014) *Hibridaciones en el net.art_ Del hipermedia a la visualización de datos*. (Tesis de Maestría) Universidad Politécnica de Valencia. Valencia, España.
- Serrano-Puche, J. (2012) La presentación de la persona en las redes sociales: una aproximación desde la obra de Erving Goffman. *Análisis*, 46, pp. 1-17.
- (2013) Vidas conectadas: tecnología digital, interacción social e identidad. *Historia y Comunicación Social* (18) No. Esp. Noviembre. Pp. 353 – 364.
- Siles, I. (2005) Internet, Virtualidad y Comunidad. *Revista Generación Social*. (108) Pp. 55-69
- Socialbakers (2017) All Facebook statistics. *Socialbakers*. Revisado el 03 de septiembre de 2017 desde: <https://www.socialbakers.com/statistics/facebook/>
- Sontag, S. (2006). *Ante el dolor de los demás*. México: Editorial Alfaguara S.A.
- (2006). *Sobre la Fotografía*. México: Editorial Alfaguara S.A.
- Soro, E. S. (2006). Ensayo de una metodología de estudio de las comunidades virtuales. *Acedido em*, 14(3). Recuperado el 20 de octubre de 2016.

Disponible en: <http://www.bocc.ubi.pt/pag/saez-soro-emilio-ensayo-comunidades-virtuales.pdf>,

Soulages, F. (2001) Desde una estética de la fotografía hacia una estética de la imagen. *Universo fotográfico. Revista de fotografía* (4) Pp. 114 – 118

Stubbs, J. (artista) (2013) #TheLastSupper [imagen] Recuperado el 1 de mayo de 2017. Disponible en: <http://instagram.com/selfiesproject>

Supelano-Gross, C. (2016) Estéticas del Autodiseño. Arte y Redes Sociales. [Ponencia] *Festival Internacional de la Imagen*. Manizales, Colombia.

Tabachnik, S. (2007). Retratos secretos. Figuraciones de la identidad en el espacio virtual. *Revista Latina de Comunicación Social*, 62. Recuperado el 22 de octubre de 2014 de: <http://www.ull.es/>

- (2012). Conversaciones en el Ciberespacio. Alcance y Límites de la Hipótesis Contractual. *Rétor*, 2 (2), pp. 243-259.
- (2013). Imágenes de autoficción. Figuraciones de la subjetividad en la cibercultura contemporánea. *Tramas* 39. UAM-X. MÉXICO. PP. 39-65.

Troyo, O. (2017) El arte en tiempos virtuales. *Dignidad Blog*. Recuperado el 23 de marzo de 2017. Disponible en: <http://www.dignidad.mx/blog/el?arte?en?tiempos?virtuales>

Turkle, S. (1995) *La vida en la pantalla. La construcción de la identidad en la era de Internet*. Barcelona: Ed. Paidós

UIT (2017) ICT Facts and Figures 2017. *Unión Internacional de Telecomunicaciones*. Recuperado el 05 de enero de 2018 Disponible en: <https://www.itu.int/en/ITU-D/Statistics/Pages/facts/default.aspx>

- (2016) La UIT pública las cifras de 2016 de las TIC. *Unión Internacional de Telecomunicaciones*. Revisado el 05 de enero de 2018. Disponible en: <https://www.itu.int/es/mediacentre/Pages/2016-PR30.aspx>

Van Dijck, J. (2008). Digital Photography: Communication, Identity, Memory. *Visual Communication*, 7, 57-76.

Vasconellos, E. (2013) Y esto, ¿es arte? *Elmundo.es*. Sección cultura. Recuperado el 23 de enero de 2017. Disponible en: <http://www.elmundo.es/elmundo/2013/05/27/cultura/1369683236.html>

Vayreda, Agnés (2004) Las promesas del imaginario Internet: las comunidades virtuales. *Athenea Digital*. (5)

Velasco, J. (2012) Timeline de Facebook, algunos consejos prácticos. *Hipertextual*. Recuperado el 20 de noviembre de 2018 desde:

<http://hipertextual.com/2012/03/timeline-de-facebook-algunos-consejos-practicos>

Waxman, O. (2016) It's Been 10 Years Since You Were Named TIME's Person of the Year. Person Of The Year. *TIME*. Recuperado el 02 de septiembre de 2017 desde: <http://time.com/4586842/person-of-the-year-2006-2016/>

Wittkower, Rudolf (2006). *La interpretación de los símbolos visuales en La alegoría y la migración de los símbolos*. Madrid, Ediciones Siruela. Pp. 255-276.

Zhao, S.; Grasmuck, S. & Martin, J. (2008). Identity construction on Facebook: Digital empowerment in anchored relationships. *Computers in Human Behavior*. 24. 1816–1836.

TABLA DE FIGURAS

Imagen 1. Captura de pantalla de la sección de miembros del grupo CFVC.	29
Imagen 2. Fotografía U14.18.09.15: El panorama antes de entrar á l'École.... Cevide 2015.	31
Imagen 3. Captura de pantalla del álbum público de fotos de perfil de la Usuaría 14.	32
Imagen 4. Captura de pantalla de la fotografía U02.06.09.15: "#DeliciasDeLaVida.	36
Imagen 5. U08.05.10.15c: #PlazaJuárez #Arte #Pachuca #Hidalgo.	37
Imagen 6. U08.05.10.15d: #PlazaJuárez #Arte #Pachuca #Hidalgo.	37
Imagen 7. U83.10.03.16: La tarde de ayer en Pachuca...	37
Imagen 8. U83.13.09.15: Atardecer... Plaza Juárez.	37
Imagen 9. U27.23.09.15: El guardián de la plaza...	38
Imagen 10. Captura de pantalla de la fotografía U13.05.09.15: La naturaleza, sus seres y nuestro entorno...	45
Imagen 11. Captura de pantalla de la fotografía U17.06.09.15c: Explorando la naturaleza y sus cumbres rocosas !!! (sic).	48
Imagen 12. U08.02.11.15a: Preparando tamales para el día de muertos! Tradiciones!	52
Imagen 13. U08.02.11.15b: Preparando tamales para el día de muertos! Tradiciones!	52
Imagen 14. U08.02.11.15c: Preparando tamales para el día de muertos! Tradiciones!	53
Imagen 15. U08.02.11.15d: Preparando tamales para el día de muertos! Tradiciones!	53
Imagen 16. U08.02.11.15e: Preparando tamales para el día de muertos! Tradiciones!	53
Imagen 17. U08.02.11.15f: Preparando tamales para el día de muertos! Tradiciones!	53
Imagen 18. Captura de pantalla de la fotografía U16.05.09.15: ...agregue a "todo mundo" ...	60
Imagen 19. Captura de pantalla de la imagen U17.24.03.16: Fluyendo en el río de la armonía natural!!!!	62
Imagen 20. Captura de pantalla de los comentarios de la imagen 19 donde se observa cuantos usuarios vieron dicha publicación.	62
Imagen 21. Captura de pantalla de estado de Facebook sobre cambio de nombre de usuario	105
Imagen 22. Infografía "Cómo ser más consciente en redes sociales" tomada de Facebook.com/Pictoline.	106
Imagen 23. Captura de pantalla de foto pública de perfil del 7 de septiembre del 2016.	109
Imagen 24. Captura de pantalla de foto pública de perfil del 27 de junio del 2015.	109
Imagen 25. Captura de pantalla de foto pública de perfil del 11 de octubre del 2016.	109
Imagen 26. Captura de pantalla de la foto pública de perfil del 9 de mayo del 2016.	109
Imagen 27. Captura de pantalla publicación de "Soy de Hidalgo 100%" el 26 de octubre del 2016.	109
Imagen 28. Captura de pantalla comentarios a la publicación del 26 de octubre del 2016 de "Soy de Hidalgo 100%".	109
Imagen 29. Captura de pantalla de la fotografía U83.13.09.15: Atardecer... Plaza Juárez.	115
Imagen 30. Captura de pantalla de la fotografía U77.07.09.15: Fotografía nocturna con barrido.	116
Imagen 31. Captura de pantalla de la serie fotográfica Preparando tamales para el día de muertos!	117
Imagen 32. Captura de pantalla de la fotografía U83.16.05.2016: Festejo!	118

Imagen 33. Comentario con uso de emoticono de asombro a la fotografía U13.05.09.15.	120
Imagen 34. Comentario con uso de emoticono de lengua a la serie U17.06.09.15.	120
Imagen 35. Comentario con uso de emoticono de ojos brillosos a la fotografía U14.30.09.15b.	120
Imagen 36. Comentario con uso de emoticono sonriente a la fotografía U18.05.01.16.	120
Imagen 37. Comentario con foto dentro de la fotografía U21.23.09.15c.	120
Imagen 38. Comentario con foto dentro de la fotografía U21.25.10.15.	120
Imagen 39. Comentario con foto dentro de la fotografía U00.15.09.15.	120
Imagen 40. Comentario en la imagen U76.14.04.2016 con enlace a Youtube.	120
Imagen 41. Captura de pantalla de la fotografía U00.15.09.15: Reloj Monumental de Pachuca.	122
Imagen 42. Captura de pantalla de la fotografía U84.28.09.15: ... una foto del Reloj...	123
Imagen 43. Captura de pantalla de la fotografía U08.28.09.15a: Chalupaaaaaaas!!!	125
Imagen 44. Captura de pantalla de la fotografía U06.05.09.15: La cena de hoy...	126
Imagen 45. Captura de pantalla de la serie San Bartolo Tutotepec.	127
Imagen 46. <i>Still Life</i> (1607), de Clara Peeters.	146
Imagen 47. <i>Bodegón</i> , de Juan Fernández <i>El Labrador</i> (1629-1636).	146
Imagen 48. Colección <i>Tarts and Truffles</i> (2008). Pintura hiperrealista de Luigi Benedicenti.	147
Imagen 49. <i>Large Coffee Cup Still Life Oil Painting</i> (2012), por Mark Adam Webster.	147
Imagen 50. Fotografía U70.16.09.15A: ::: Placeres Real del Monte	149
Imagen 51. Fotografía U70.16.09.15b: ::: Placeres Real del Monte.	150
Imagen 52. Fotografía U06.05.09.15: La cena de hoy...	152
Imagen 53. Fotografía U17.18.10.15a: Cenando !!!!	154
Imagen 54. Fotografía U17.18.10.15b: Cenando !!!!	155
Imagen 55. Fotografía U17.06.09.15e: Comida !!! Un placer ... ♥	157
Imagen 56. Fotografía U17.06.09.15h: Comida !!! Un placer ... ♥	158
Imagen 57. Fotografía U06.06.11.15: Un gustito	160
Imagen 58. Fotografía U06.22.09.15: Disfrutando.	161
Imagen 59. Fotografía U08.25.01.16: Taza de café.	163
Imagen 60. Captura de pantalla de Facebook.com/pizcadesabor	164
Imagen 61. Captura de pantalla de Facecook.com/mamaconmuchoestilo	165
Imagen 62. Captura de pantalla de la sección de videos de Facebook.com/Kiwilimon.	166
Imagen 63. Captura de pantalla de la sección de videos de Facebook.com/bientasty.	167
Imagen 64. <i>Mujer con cerezas</i> (1491–95) atribuida a Giovanni Ambrogio de Predis.	168
Imagen 65. <i>Helado</i> (1964) de Evelyne Axell.	168
Imagen 66. Fotografía U08.06.09.15a: "#comiendo #elotes.	170
Imagen 67. <i>Dos mujeres cocinando</i> (1562), de Aertsen.	173
Imagen 68. Imagen del libro <i>The Art of Cookery in the Middle Ages</i> , de Terrance Scully.	173
Imagen 69. Fotografía U08.02.11.15d: Preparando tamales para el día de muertos!	176
Imagen 70. Fotografía U08.02.11.15e: Preparando tamales para el día de muertos!	177
Imagen 71. Fotografía U121.03.11.15k: Panadería de San Bartolo Tutotepec.	179
Imagen 72. Fotografía U08.28.09.15b: Comidita saludable!!!	180
Imagen 73. <i>Alimenti fritto</i> (Aprox. S. XI) Tacuino Sanitatis, Casanatense 4182.	183
Imagen 74. <i>Vieja friendo huevos</i> , Diego Velázquez (Sevilla, 1618).	183

Imagen 75. Fotografía U05.11.04.2016: #ElPariente.	184
Imagen 76. Fotografía U02.06.09.15: Barbacoa al mejor estilo, hidalguense y casera...	186
Imagen 77. Fotografía U08.06.09.15.b: Elotes! Rico!	188
Imagen 78. Fotografía U08.13.09.15g: Un fin de semana muy mexicano!	190
Imagen 79. Fotografía U08.13.09.15f: Un fin de semana muy mexicano!	191
Imagen 80. Meme obtenido de Facebook.com hecho por Memeful.com.	194
Imagen 81. Meme obtenido de Facebook.com/CorridosyBandaMixOficial	194
Imagen 82. Meme obtenido de Facebook.com/wearemitu.	195
Imagen 83. Meme obtenido de Facebook.com.	197
Imagen 84. Captura de pantalla de publicación del 29 de mayo de 2017 de Facebook.com/AmigosDeHidalgoEnUsa.	198
Imagen 85. <i>Cristo en casa de Marta y María</i> (1618-1620) de Diego Velázquez.	208
Imagen 86. Captura de pantalla de una publicación en Facebook.	208
Imagen 87. Meme obtenido de Facebook.com.	210
Imagen 88. Captura de pantalla del perfil de Facebook de Inti Romero.	215
Imagen 89. Fotografía tomada del álbum de fotos "Robados Stolen Facebook's 'Friends'.	217
Imagen 90. Fotografía tomada del álbum de fotos "Robados Stolen Facebook's 'Friends'.	217
Imagen 91. Imagen de portada de la página agentedoble.net.	217
Imagen 92. Imagen tomada de la página face-to-facebook.net.	219
Imagen 93. Ilustraciones del proyecto 'Broadcast yourself'.	220
Imagen 94. Fotografía del proyecto #TheLastSupper.	221
Imagen 95. <i>La Última Cena</i> de Leonardo da Vinci.	221
Imagen 96. Exposición del celular del proyecto #TheLastSupper.	222
Imagen 97. Captura de pantalla del Instagram @selfiesproject.	223
Tabla 1. Corpus general: Fotografías compartidas en el grupo CFVC.	65
Tabla 2. Corpus 1: Fotografías compartidas en el grupo CFVC.	66
Tabla 3. Corpus 2: Fotografías compartidas en el grupo CFVC.	67
Tabla 4. Adaptación de la tabla presentada en <i>La era neobarroca</i> (Calabrese, 1989:51)	145
Tabla 5. Adaptación de la tabla presentada en <i>La Era neobarroca</i> (Calabrese, 1989:51)	206