

FORMAS DE PRESENTACIÓN DE SÍ EN FACEBOOK: ESBOZOS DE UNA POÉTICA Y ESTÉTICA DIALÓGICA

Rocío Rueda Ortiz¹

Docente del Doctorado Interinstitucional en
Educación
Universidad Pedagógica Nacional

Resumen:

El presente artículo analiza las formas de presentación de sí en la red social Facebook a partir de un trabajo de investigación cualitativa. La tesis de partida es que las transformaciones sociotécnicas de las sociedades actuales requieren ser leídas como producto de un proceso histórico en que las formas de (re)presentación de sí cambian y permanecen en interacción con tecnologías de la imagen de cada época. Se presentan así los primeros hallazgos del estudio donde se analiza el *punctum*, siguiendo a Barthes, de las imágenes de perfil de usuarios de Facebook. En los resultados se destaca una poética y estética dialógica en un escenario comunicativo de actuación que configura Facebook y que hacen que ésta sea más compleja por la simultaneidad, velocidad e interactividad de la misma.

Palabras Clave: subjetividad, redes sociales, estética, imagen, Facebook.

Abstract:

This article is based on a qualitative study which analyzes the types of “self” presentation in the social network Facebook. The central thesis is that sociotechnical transformations of contemporary societies require be read as a product of a historical process in which the forms of self (re) presentation change and remain in interaction with technologies of image. The first findings of the study describe the profile pictures of Facebook’s users, following the *punctum*, suggested by Barthes. The results highlighted a poetic and dialogical aesthetics in a new scenario configured by Facebook. But it is complex because the simultaneity, speed and interactivity of it.

Keywords: subjectivity, social networks, aesthetics, image, Facebook.

I. Los álbumes de fotos y Facebook

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

W. Benjamin, 1973

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

¿Qué tanto se ha transformado esta experiencia del álbum de fotos en la contemporaneidad? Difícilmente hacemos álbumes como antes, de papel y cartón. Recuerdo las hojas negras, el papel mantequilla que las cubría y los triangulitos esquineros para sostener las fotografías en blanco y negro y luego a color, de los álbumes. Ahora tenemos cientos y miles de fotografías repartidas entre cámaras digitales, celulares, BlackBerry, memorias USB, Ipods y computadores personales. La práctica social de hacer visita y mirar álbumes familiares casi ha desaparecido, por lo menos en las grandes ciudades y en las generaciones jóvenes. Ya no se trata de la fotografía hecha en un estudio, por un fotógrafo experto, dueño de la cámara fotográfica. Pero tampoco de las cámaras con que los padres tomaban fotos sobre eventos especiales en la familia y cuyo rollo había que mandar a revelar y esperar con ansiedad para “ver cómo quedamos”. Tomar fotografías está ahora al alcance de muchos, “*in situ*”, en cualquier momento y lugar. La fotografía ya no depende tampoco de una cámara fotográfica; en sentido estricto, puede ser hecha también con un celular, un computador portátil, o un iPod. Podemos ver con anticipación la imagen, le podemos adicionar efectos antes y después, porque la fotografía es digital, sintética. Más aún, las fotografías, que pertenecían a una esfera privada, del entorno familiar, se han trasladado del mundo adulto al juvenil e infantil, a un espacio público virtual, como el que ofrecen plataformas para compartir imágenes como Picasa, Flickr, blogs y redes sociales. Así parece que nos abocamos a una transformación tanto de las prácticas de representar/ fotografiar, de sus tecnologías, como de las prácticas sociales alrededor de aquéllas.

Algunos consideran que la fuerte presencia de diversos dispositivos para “fotografiar” parece llevar a una suerte de fusión del acontecimiento con su registro fotográfico; estar en un lugar es estar tomando imágenes, y eso genera imágenes descartables, “imágenes-Kleenex: de usar y tirar”, como las llama Fontcuberta (2010). También, y al mismo tiempo, la experiencia del mundo se vuelve una “ocasión para estar posando”. Así, las fotos que los jóvenes intercambian recorren un amplio espectro de códigos de relación, desde simples gestos saluatorios hasta expresiones más sofisticadas que traducen afecto, simpatía, cordialidad, encanto o seducción. Tomar y compartir fotos funciona ahora como un nuevo sistema de comunicación social.

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

Ahora bien, comprender estas transformaciones es fundamental para repensar la escuela y para poder comunicarnos con esa nueva subjetividad mediática que hoy la habita (Rueda 2012b; Corea y Lewkowicz, 2004). Sin embargo, no es una tarea de corto plazo, pues el asunto es que, como lo plantea Gómez (2010), no es posible entender el estatuto educativo de las máquinas sin entender las prácticas sociales; y a su vez, no es posible atender las prácticas sociales sin examinar las obras de las personas, y no es posible entender las obras sin poner en consideración el tipo de posibilidades que las máquinas - en tanto ambientes de producción y comunicación - procuran, y las tensiones que introducen en la experiencia y subjetividad de las personas. Por ello, decidimos aproximarnos a una de las redes sociales más populares y en la que participan una gran proporción de nuestros estudiantes: *Facebook*.

II. Formas de presentación de si en Facebook²



Imagen tomada de:

<http://thesocietypages.org/cyborgology/category/repost/>

© 2012 with 1000K (http://rebeliononline.com)

El objeto de nuestra investigación es estudiar las formas de presentación pública en la red social Facebook, para comprender qué le hace un entorno *online* a las prácticas de (re)presentación de la persona en la actualidad y las maneras como se producen formas de regulación de malestares urbanos contemporáneos así como los mecanismos de recreación y poetización de la experiencia cotidiana y común. Para ello, en una primera fase, de carácter extensivo, se inventariaron y clasificaron 7200 imágenes en perfiles de Facebook³ repartidas en 24 ciudades del mundo⁴. El hallazgo más llamativo –e inesperado– fué encontrar que la mayoría de las imágenes de Facebook revisadas (el 74%, e.d., 5.337 imágenes), independiente de las ciudades, era fundamentalmente lo que denominamos del tipo “humano con bio-grafo o sin bio-grafo” (González y Gómez, 2011). Es decir, se trata de imágenes donde se apela a la *figura humana* en diversas variantes. Encontramos más imágenes más bien convencionales del rostro, el cuerpo, algunas del tipo documento de identidad, y la mayoría no tienen intervención, experimentación o recreación de la imagen tomada originalmente⁵. También existe otra gran tendencia de imágenes que apelan a la figura humana registrada dentro de un *topos* muy específico (unidad con contexto amplio) y en ambientes cotidianos y rutinarios (sin intervención o escenificación). Una tercera tendencia es la de usar y recrear imágenes provenientes de las industrias culturales y del mundo del entretenimiento, del cine, la televisión, la música, los videojuegos.

Estos hallazgos nos estarían en principio mostrando una tendencia a cierto conservadurismo o mantenimiento de patrones de presentación de sí en esta red social. Sin embargo, esta aserveración requiere observarse con mayor profundidad y complejidad, pues hay tanto de poético en aquello que parece “rutinario” y “común”, como en aquello que se revela de entrada “experimentador” y “creativo”. En la segunda fase de la investigación, en la que actualmente nos encontramos, estamos haciendo un seguimiento intensivo de las *trayectorias de imágenes de perfil* de 13 usuarios de Facebook. Para ello estamos realizando una etnografía virtual de sus páginas de Facebook, entrevistas mensuales para comprender tanto las relaciones entre

las dinámicas de presentación de la persona *online* y sus experiencias de vida *off line*, así como toda la ecología de piezas (Gómez, 2010) –verbales, gráficas, audiovisuales– que las personas ponen en marcha en el conjunto de su página de Facebook.

En efecto, nuestro interés es comprender las obras de los sujetos en dicha plataforma, como *opera mundanas*, en tanto *práctica* reguladora del malestar y recreadora de la experiencia (es decir, como uno de los mecanismos para “procurarse sentidos” en medio de la inmediatez y la velocidad del mundo de hoy). Se trata de un tipo de obras que las personas realizan, en principio sin ninguna necesidad; esto es, libre de cualquier tipo de restricción temporal, de ninguna imposición... Todas estas personas son *artistas* en tanto generan estas piezas que prometen réditos comunicativos y experienciales tanto para quien los disponen en Facebook como para quienes los usan y desdigitalizan (González, 2011). Sin embargo, también estas obras se *enredan* en las prácticas sociales provenientes de una sociedad de consumo y una lógica de mercado que exige cada vez más estar “conectados”, pues no ser parte de ellas, parece excluirnos de las formas de vida actuales (Rueda, 2012a). Es decir, se conjuga aquí un sujeto capitalista contemporáneo, disperso, en búsqueda incesante de sentidos, de exploraciones deseantes y sin ataduras fijas, condiciones subjetivas que el mercado sabe capturar y modular muy bien⁶. Pero al mismo tiempo, allí donde sólo se vería consumo, tenemos que ver la emergencia de prácticas sociales que procuran sentido a un sujeto que ya no es idéntico, “lo que uno es”, sino aquél que se construye con otros, que tiene amigos con los que comparte un estado de ánimo, con quienes colabora y comparte un proceso existencial del devenir, que paradójicamente parece hacer resistencia a los modelos individualistas y competitivos del mercado.

Con base en los hallazgos hasta ahora recogidos en la fase de seguimiento, a continuación presentamos algunas reflexiones sobre estas transformaciones –y tradiciones– en las formas de presentación de sí en Facebook. Para ello traemos, atemperada a las nuevas condiciones sociotécnicas, la *Cámara Lúcida* de Roland Barthes.

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

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

Barthes, R, 1989

Benjamin (1973), a pesar de su preocupación por la pérdida del “aura”, vió en la reproductibilidad técnica moderna una emancipación del arte de su existir parasitario en el seno de lo ritual y religioso. Así el arte empieza a fundarse no en una teleología (y una teología), sino en una praxis, es decir, en una política. Llevando al extremo el planteamiento benjaminiano, en esa dimensión política se encontrarían novedosas formas del “poetizar” la experiencia actual, a través de acciones de los sujetos que se materializan en “obras” —que nosotros llamamos mundanas, cotidianas, por fuera del “arte culto”—, en tanto “trabajo humano liberado” recreador de la experiencia y regulador del malestar contemporáneo. Se trata de una suerte de poética y política de la amistad, del vínculo filial, que hace frente a las formas de despojo actuales y a la ausencia de sentido.

La fotografía digital hoy, a diferencia de la experiencia moderna del “ser retratado”, abre una nueva experiencia de construcción de nuestra imagen de sí, configurándose así un “yo” no sólo “ligero”, “disperso”, sino en proceso de creación constante (hacemos gestión de nuestra propia imagen, nos hacemos a través de ella, más interesantes, atractivos, intelectuales, seductores o divertidos). Las identidades en las redes sociales son deliberadamente construidas, performadas, hay un escenario, un público que participa activamente y que dialoga con el “actor”. La subjetividad entonces se construye en una temporalidad hecha de unas prácticas sociales en las cuales la interacción con otros es fundamental y en un tiempo narrativo de un yo volcado “hacia adelante” (siempre en deuda de mantener actualizado a su público sobre nuevas experiencias y eventos novedosos). Este asunto ya ha sido observado por Sibilia (2009) quien plantea que lo que está ocurriendo es una nueva mutación: *cada vez más evaluamos nuestra propia vida según el grado en que satisface las expectativas narrativas creadas* (Sibilia, 2009: 60).

Así la construcción de la subjetividad se produce en una esfera pública inesperada para los modernos —y las tecnologías de la escritura como tecnologías de la reflexividad del yo—, pues en Facebook ese público no sólo es una audiencia, es al mismo tiempo coautor que asume, de hecho, ciertos criterios de exigencia con lo que allí se publica (la mejor pose, la foto más novedosa, graciosa, sensual, la que “provoca más sensaciones” y transmite “algo”...). Las restricciones en las formas de presentación ya no provienen de un fotógrafo externo o de una cámara fotográfica y su técnica; éstas son autoimpuestas o por el público, que mayoritariamente es conocido y con el que se tiene relaciones *on* y *off line*. La búsqueda de “coincidencia” con ese “yo” que nunca será alcanzada, es producto no sólo de muchas poses e intentos fallidos, como describiera Barthes, sino también de un entorno comunicativo, vincular, donde “otros” son también creadores —y jueces— de la propia imagen. Así, hemos encontrado que si bien existe una tendencia a las imágenes

tipo “autorretrato” –del tipo captura de celular”-, en muchas ocasiones las fotografías que aparecen en el perfil de Facebook no son una obra individual del dueño/a del perfil, sino que han sido realizadas por amigos o parejas sentimentales; incluso, a veces, estos mismos amigos se encargan de hacerles el tratamiento visual a las imágenes. Se produce así una obra colectiva: una persona toma la imagen, la misma u otra más la interviene, el dueño del perfil de Facebook le incluye algún elemento más de retoque visual o de texto y, finalmente, la sube a su página.

Pero esta presencia y autoría colaborativa no está sólo en la imagen de perfil. Facebook opera en algunos casos como un escenario en el que se experimentan cambios y variaciones tanto sobre la apariencia personal, como decisiones laborales, políticas, profesionales: allí las y los seguidores opinan, comentan y dan indicios sobre la “aprobación” de tales transformaciones. De ahí que algunas personas encuentren en estas nuevas cualidades tecnológicas un ambiente de exploración estética, subjetiva, que creemos puede ser un camino de poetización de la experiencia actual, a veces del lado de la creación de obras que visualmente “afectan” a otros, como una suerte de “poética del vínculo” (Gómez, 2010), de sentirse acompañado a pesar de estar solo en casa o en el trabajo. Una vuelta a una poética del vínculo que, probablemente, tiene que ver con la pérdida de anclajes en las instituciones modernas y está relacionada con la manera en que hoy, a través de estas tecnologías, se dialoga y se conversa con los amigos –como horizontes de sentido- sobre lo que agobia y preocupa, sobre los problemas cotidianos en la vida afectiva, familiar, social y laboral.

En síntesis, frente a nuestra pregunta por las formas de presentación pública de la persona, parece que estamos transitando hacia una práctica retórica de configuración de la subjetividad, con significado social y marcas –aunque estas parecen menos evidentes y son a veces ambiguas-, en un contexto (semi)público de interacción telepresencial y altamente comunicativo e interconectado, dinámico y glocalmente situado, de la presentación de sí. En este caso, la imagen de sí parece buscar un balance entre una forma de presentación que será “aceptada”, “acogida”, “comentada” y la necesidad de expresión auténtica y privada de sí, que en cualquier caso nunca es completa. Se trata pues de una nueva experiencia social, donde las generaciones jóvenes parecen especialmente habitar un nuevo “sensorium”, unas nuevas estructuras del sentir.

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

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

Roland Barthes (1989)

En uno de sus últimos textos, *La Cámara Lúcida*, Roland Barthes interroga la imagen fotográfica, el efecto específico que ejerce sobre quien la observa: qué es lo propio, dónde radica su fascinación, cuál es su esencia (si es que es posible hablar de algo así en la fotografía). Para Barthes en la imagen fotográfica permanece la intensidad del referente, esto es, la fotografía siempre lleva consigo lo que ha sido (y lo que ha muerto). Observar fotografías contiene ese “placer de la nostalgia”, dice Barthes. La fotografía reproduce al infinito lo que ha tenido lugar una sola vez, es decir, “repite mecánicamente lo que nunca más podrá repetirse existencialmente” (Barthes, 1989:29). Por ello, Barthes, desde una experiencia subjetiva y analítica, como “sujeto mirado y sujeto mirante”—que no como fotógrafo-, nos aporta unas claves interesantes para hacer un primer ejercicio comprensivo de las imágenes de Facebook. Retomaremos el *punctum*, categoría barthesiana clave para analizar las fotografías, en tanto más que interesarse por un significado unificado, le interesa el vínculo emocional que construyen las personas con ellas. El *punctum* es algo inmediato, “lo que punza”, lo que afecta cuando se observa una fotografía, el impacto emocional que hace que nos detengamos a observarla. Se trata de un “detalle” cuya presencia cambia nuestra lectura y que nos hace volver a mirar la foto.

Pues bien, veamos algunos hallazgos gruesos. En la imagen de perfil de Facebook, encontramos que hay tanto una suerte de convivencia entre imágenes del tipo “fotografías unarias” como las llama Barthes, y de aquellas que son del tipo *punctum*. Las fotografías “unarias”, tienen composiciones similares, tipo cédula de ciudadanía, o pasaporte, o en general documentos de identidad, en su formato estandar oficial, primer plano, con rostro mirando al frente, que para muchos facebookeros son “aburridas”, “carentes de personalidad” o de interés, pues adolecen de *punctum*. Como diría Barthes, “transforman la realidad, sin desdoblarse, sin hacerla vacilar, el énfasis es una fuerza de cohesión: ningún dual, ningún indirecto, ninguna perturbancia (...) esto tiene un nombre: búsqueda de unidad” (Barthes, 1989: 77). Sin embargo, en nuestros primeros hallazgos vemos que estas fotos unarias, en el entorno Facebook, tienen también otras funciones

sociales que cumplir. Muchas veces se explican por la falta de dominio técnico de la plataforma del usuario y muchas otras, como lo hemos dicho, porque Facebook, está siendo usado —también— como escenario de presentación “formal” del curriculum vitae de muchas personas. Así las cosas, tener una imagen de perfil de este tipo, puede ser una carta de presentación clave para el usuario. Adicionalmente, también hemos encontrado que dichas fotografías “unarias” tienen una función ligada a la necesidad de mantener vínculos familiares, dentro de los cuales, explorar formas visuales de presentación de sí, no deviene fundamental.

Sin embargo, este tipo de imágenes no son las mayoritarias en las páginas de Facebook que analizamos en la primera parte del estudio. Como lo hemos mencionado antes, nos hemos encontrado con una tendencia al registro fotográfico permanente de la vida cotidiana de manera individual y colectiva (que hemos denominado como artistas mundanos⁷ de registro), con exploración de poses, escenificaciones y en algunos casos con tratamiento de la imagen (en estos últimos hablamos de artistas mundanos no del registro sino de la experimentación). Pareciera que la necesidad de actualizar constantemente la imagen de sí motivara al mismo tiempo un deseo permanente de superarse a sí mismo. Quizás se trate de otras maneras de concebir ese “aire único o singular” de Barthes, o el “aura” de Benjamin. Se trata de un “aire o aura” provisonal, instantáneo, que se transforma en la interacción social, pues el constante flujo de información, de conversación y de intercambios en la red de amigos demanda estar cambiando la imagen de presentación de sí. Esta red es su audiencia y más dura crítica. Siempre se está en “escena”, como diría Goffman, se está performando una subjetividad. Inmediatez, fugacidad, interactividad, *performance*, que parecen ser condiciones de las subjetividades contemporáneas y de sus tecnologías.

Para muchos jóvenes artistas mundanos, un buen perfil de Facebook es aquel que crea una impresión inmediata, capaz de hacer detener en los otros la mirada, si logra expresar ese “aire o aura” de la persona, o del momento que se está viviendo. No

se trata sólo de captar el momento, sino también los “sentimientos” y las sensaciones. Así, las imágenes cambian o permanecen de acuerdo a la fuerza “presentativa” de la publicación. Pero en este caso, también con un matiz particular: no es la estética de la publicación de la obra en sí, sino la publicación de la obra en tanto generadora de sensaciones individuales y colectivas; y esto puede ir desde reacciones del tipo “me gusta”, comentarios cortos, mensajes “cifrados”, cómplices, hasta aquellas que promueven explícitamente movilizaciones diversas frente a prejuicios y preconcepciones sociales. Por ejemplo, hemos encontrado tópicos referidos a la diversidad sexual y de género, y también a diferentes problemáticas sociales (como la educación pública en Colombia y Latinoamérica).

Barthes sugiere seis categorías de análisis para las fotos “mundanas”⁸: la pose, los objetos, los trucos o efectos, la fotogenia, la estética y la sintaxis. Veamos a continuación con más detalle los primeros hallazgos en relación con estas categorías, que además hemos tensionado y atemperado en relación con el entorno social de presentación de si que es Facebook.



La pose, se refiere a la presentación física de los sujetos, y lo que ella dice sobre su estatus, personalidad o actitud. Una de las poses típicas en Facebook es aquella que aún conserva el aire de retrato, en primer o segundo plano, frente al celular o el computador. También están las fotos de pose tipo “picada” —por el gesto de levantar el brazo y tomarlas desde arriba— con celulares o dispositivos móviles, son autorretratos de autoregistro de la cotidianidad, hechos a solas,

con la pareja⁹ o amigos. Muchas de estas fotografías responden a momentos o vivencias especiales para los sujetos, donde se comparte una “complicidad” de tales vivencias con el grupo de amigos en la red social.

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



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



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



Los objetos, entendidos como todo aquello que está con el sujeto en el fondo de la imagen y cómo esto

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



Trucos o efectos, que en términos actuales podríamos decir se refiere al uso de software para editar la imagen, como Photoshop u otros similares¹⁰. A través de estos trucos o efectos parece ser que los sujetos desean convertir su presentación de sí en algo estético y hay mayor experimentación visual. Aquí el registro tipo retrato pasa a segundo plano y se exploran por el contrario formas de presentación de sí y formas

de trabajo artístico. En algunos casos la imagen original tiene un tratamiento, a través de un efecto visual (por ejemplo el efecto “película” con un programa de edición de imágenes), o se experimenta con colores, efectos de luz; en otros casos, se trata de imágenes provenientes del mundo del entretenimiento, del cine, la televisión, de la cultura popular, a las que se les hace algún efecto, incluye un texto, o adicionan partes de la propia imagen. A veces se trata de tomas espontáneas, a veces de tomas escenificadas. Algunos se especializan en hacer retoques a las fotos de sus amigos quienes a su vez las publican como un acuerdo tácito de agradecimiento por el trabajo hecho.

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



También se encuentran excepcionalmente fotos de la infancia, que luego de ser escaneadas y pasar entonces del mundo no sintético al sintético, traen al presente y a la inmediatez de Facebook, una historia. Estas imágenes son más de carácter nostálgico como lo mencionamos antes de la mano de Benjamin y Barthes, y tienen también el carácter de “resguardar” al sujeto, en tanto no muestra demasiado al sujeto actual. En este grupo de imágenes, el *puntucom*, tiene que ver tanto con el tratamiento estético, como con el criterio de elección de la imagen, lo que conecta o une al sujeto con dicha imagen –p.e., cuando es tomada de imágenes de otros, sean reales o ficticias- y al mismo tiempo lo conecta con otros, con compañeros de escuela, o de una comunidad de fans, por ejemplo. El sujeto aquí está unido a una idea más amplia, a una historia, con otros referentes culturales y sociales que pueden ser compartidos o no por el grupo de amigos, y que rompen con el modelo previsto inicialmente y estandarizado de Facebook.



Estética, en tanto una fotografía podría considerarse como arte. “El momento hace la belleza, busco la armonía de los momentos y los capturo”, dice uno de nuestros artistas mundanos. Una de las actividades de poetización de las obras en Facebook es la expresión artística visual¹¹. De hecho, para las y los usuarios de Facebook que poseen ciertas habilidades creativas visuales, esta plataforma se convierte en un espacio para la distribución de sus obras y para compartir sus exploraciones, de tal manera que Facebookes, en el caso de algunos perfiles, una auténtica galería de arte (en el grupo de jóvenes de quienes hemos venido haciendo seguimiento llaman la atención por ejemplo amantes de la fotografía, modelos, ecologistas que tienen

sendas carpetas de imágenes organizadas temporal o temáticamente). El tratamiento artístico, produce emociones y sentimientos en los observadores. Ahora bien los sujetos que tienen esta habilidad creativa visual, también la usan fuera de Facebook, de ahí que se compartan obras provenientes del mundo *off line* al mundo *on line*, obras no sintéticas y sintéticas. En este sentido Facebook hace pública información sobre la naturaleza e intereses de sus usuarios, pero también para los más hábiles artistas, se trata de un plataforma o mercado “para que la gente conozca su arte”. Para otros, Facebook es una plataforma que les permite aprender de otros el “arte del tratamiento de la imagen”. El *punctum* aquí es único, sugerido por la creatividad del autor/a.



La Sintaxis, referida al lenguaje de la fotografía que permite al observador extraer el significado. Las fotografías en este caso ayudan a nuestra comprensión y sirven para recordarnos gente que conocemos. Las imágenes –tanto las de perfil, como otras que aparecen en el muro, o en los álbumes- le dan vida a las páginas personales de Facebook. Sin embargo, para nosotros, es el conjunto de imágenes combinadas con los textos y comentarios la que crea una gramática, una atmósfera interactiva que despliega dimensiones de la subjetividad, específicas a la página de su creador/a. Hipertextualidad que por supuesto Barthes no podía prever en su *Cámara Lúcida*—aunque paradójicamente si la hubiera previsto en los fragmentos del discurso amoroso—. Ahora bien, también es importante reconocer que en muchos casos, consideraciones estéticas, de diseño y exploración artística tienden a ser reemplazadas por un consumo masivo, veloz y fugaz de imágenes.

El *punctum* está, como dirá Benjamin, en una suerte de “óptica inconsciente” que nos ofrece la cámara fotográfica y el cine, esto es, en la posibilidad de ver momentos en el tiempo, que no es posible sólo con nuestros ojos. Cada uno puede ser diferente, hacer imágenes únicas, así Facebook provee nuevas maneras de producir y métodos fáciles para distribuir y compartir imágenes, pero no podemos olvidar que este deseo de crear y compartir no es nuevo y no es exclusivo de Facebook. De otro lado, esa “óptica inconsciente” está constituida no sólo por lo que dejan ver imágenes, sino por toda la “ecología de las piezas” (Gómez, 2010) que conforman el perfil (imágenes, textos, comentarios en el muro, conversaciones).

En suma, lo que hemos venido encontrando en nuestro estudio es que para nuestros artistas mundanos, hay un búsqueda de una estética de las imágenes (color, concepto, efectos, tomas, tratamiento, escenificación) como de los vínculos y afectos (amistad, poetización que trasmite la imagen, complicidades, emociones) que aparecen cifrados en la construcción de sus imágenes. Se trata de una actuación, como la anunciara Goffman (1959) donde el individuo pone en escena, consciente o inconscientemente, una dotación expresiva o *fachada*, cuyos elementos y roles son determinados socialmente y actualizados permanentemente, actuación que en los nuevos escenarios tecnológicos se hace aún mucho más compleja por la simultaneidad, velocidad e interactividad de la misma.

Consideraciones finales, subjetividad y estética de la imagen y los vínculos

Como plantea Reguillo (2012), a propósito de sus estudios sobre las culturas juveniles y la música a través de espacios como Youtube y Facebook, nos encontramos frente a una transformación cultural que nos ofrece una nueva forma de entender y analizar la experiencia social. Esto a partir de una subjetividad fragmentada, nómada que produce transformaciones en formas establecidas o dominantes, debido a una doble articulación: por una parte, la articulación de una presencia (presentación de sí) donde los

significados son vividos y sentidos activamente y, por otra, la emergencia de una subjetividad colectiva, así sea difusa, en virtud de una experiencia compartida, haciendo visibles significados que no estaban presentes.

Para nosotros, uno de los hallazgos más significativos tiene que ver con lo que hemos denominado como una estética del vínculo y sobre la cual este texto aún no da cuenta, pues es objeto de nuestra segunda fase de investigación. Si bien en principio nuestra apuesta se concentró en la imagen de perfil de Facebook como “la vía” de acceso a las formas de (re)presentación de sí, muy pronto nos dimos cuenta de la importancia de comprender el ecosistema tecnovincular que se configura en dicha plataforma. El artista Eduardo Kac (2000) plantea una *Estética Dialógica* como una estética de la intersubjetividad, es decir, centrada en el desarrollo de formas de pensamiento artístico polifónico, como una apuesta política para el arte contemporáneo. Para nosotros, pensar las formas de presentación de sí y las formas de poetización contemporánea, en el nuevo ecosistema tecnomediado, no puede hacerse sin reconocer el carácter temporal, transitorio, de construcción permanente –y diríamos volcada hacia adelante– de la subjetividad en tanto intersubjetividad (sustentada en una red de amigos y personas con las que se tiene contacto *on y off line*). Se trata de un posicionamiento estético y político caracterizado por la flexibilidad de roles y funciones, entre el artista mundano y su obra mundana, entre su público o red de amigos, y la actualización permanente del yo.

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

De ahí que veamos en esta estética dialógica una posible *praxis política*, mas allá de las condiciones específicas de un grupo dado y de las políticas de representación. Nos encontramos por el contrario frente a nuevas formas de comprensión de la subjetividad y sus formas de (re)presentación, (o de un representar tachado en el sentido derridiano), de un sujeto *por-venir*, volcando hacia adelante, de una experiencia vital en estructuras sensibles, a la espera del siguiente acontecimiento o novedad. Aquí los sujetos buscan otras formas de dación de sentido, de poetización de la experiencia. Sin embargo, desde ya intuimos que no se trata de un paso tranquilo y sin disturbios. Estar volcado hacia adelante, tal vez con pocos o débiles lazos con el pasado, muy seguramente produce ansiedad, angustia, desasosiego, nerviosismo ante la ausencia de anclas o puertos donde atar estas búsquedas de subjetivación, y la necesidad de “reconocimiento” y aceptación de los vínculos filiales. Asimismo, están las trampas de la actual economía de mercado que sabe aprovechar esta subjetividad nómada, ávida de exploraciones, a través de la captura del deseo al que le crea necesidades y ofrece siempre opciones para elección y consumo.

¹ Doctora en Educación. Actualmente es docente del Doctorado Interinstitucional en Educación de la Universidad Pedagógica Nacional, Bogotá, grupo Educación y Cultura Política. El presente artículo se inscribe dentro de las elaboraciones del proyecto de investigación *Formas de presentación pública de la persona en la red social Facebook* (2011-2013), Código: 5232, del cual la autora es co-investigadora y miembro Ad-hoc del Grupo de investigación de Educación Popular. Dicho estudio es dirigido por la Universidad del Valle y a partir del mes de octubre de 2012 cuenta con la cooperación interinstitucional de la Universidad Pedagógica Nacional y la Universidad Icesi.

² El equipo de investigación está constituido de la siguiente manera: por la Universidad Pedagógica Nacional, Rocío Rueda; por la Universidad del Valle, Diana Giraldo, Rocío Gómez, Julián González y Armando Henao; y por la Universidad Icesi, Viviam Unás. Los monitores y colaboradores son Ana Paola Angulo, Natalia Cárdenas, Maryoli Ceballos, Mónica López, Juan Carlos Mora, Laura Parra, Jhony Velasco y Jonn Velasco.

³ De acuerdo con tres criterios clasificatorios siguiendo el modelo desarrollado por Gómez y González (2009): a) Representante, b) Encuadramiento y c) Tratamiento y cuatro tipos de imágenes: Imágenes Tipo 1. “Humano con bio-grafos”. Imágenes Tipo 2. “Humano sin bio-grafos”. Imágenes Tipo 3. “No humano con bio-grafos”. Imágenes Tipo 4. “No humano sin bio-grafos”.

⁴ Para la selección de las ciudades, seguimos los siguientes criterios: a) Ciudades con altos niveles de urbanización: densidad poblacional, dinamismo económico, cualificación de infraestructura urbana, esto es accesibilidad a Internet, etc.; b) ciudades-metrópolis: alto flujo migratorio y con presencia de grupos poblaciones con significativas diferencias culturales, etc.; c) ciudades con una significativa tasa de incremento de usuarios Facebook en años recientes o ciudades con una importante penetración de Internet y de Facebook entre la población; d) ciudades con características sociopolíticas y culturales particulares.

⁵ Esto puede ser también un indicador de las formas de inscripción de la memoria en el tiempo presente en las ciudades, donde al parecer la velocidad de los acontecimientos, de las formas de vida y de las formas de inscripción tecnológica, no dan tiempo para mayor experimentación y recreación de las obras (en este caso la imagen en Facebook), pues parece imperar más la necesidad de “actualización” permanente.

⁶ De hecho, para algunos jóvenes tener un Facebook se ha convertido en una obligación para entrar en empresas que tienen que ver con tecnologías, mercadeo, publicidad, diseño de medios, comunicación, pues en los departamentos de personal están pidiendo la dirección de Facebook de los candidatos en las hojas de vida. Esto, creemos puede provocar un giro en los sentidos, usos y formas de presentación de sí en dicha plataforma. Pero eso ha de ser objeto de otro estudio.

⁷ Siguiendo a González (2011: 7), “llamamos artistas a estos sujetos que transforman objetos no digitales/no electrónicos (analógicos) en bienes digitales-electrónicos disponibles para internet. Esas “opera” consisten en “dejarse fotografiar” o “escribir un texto” o “bajar un archivo digital” (imagen, por ejemplo) y relocalizarlo en otro lado o editar e intervenir una pieza digitalizada y electrónica, provenga o no de internet. Es decir, aunque en una operación típica de cooptación y expropiación de riqueza socialmente gestionada, nos han hecho creer que la fuerza de Facebook está en su maquinaria técnica, realmente el valor y riqueza está en que hay miles de millones de seres humanos que pueden hacer obras y acciones *on y off line* a partir de lo que hay allí”.

⁸ Que no las de guerra, tragedias, muerte, violencia, para las que, según él, no hay nada que decir. En su estudio, Valdivia (2010) encontró, por ejemplo, que las producciones visuales de los jóvenes urbanos en sus autorretratos en Chile tienen un encuadre y foco particular que se llama “foto pokemona”: ángulos en picado y mirada de semi-perfil.

⁹ En nuestro estudio nos han mencionado entre otros: *PhotoScape*, *PinkMirror*, este último es un programa de edición en línea para retocar rostros

¹⁰ Luego vimos que también la creación y mantenimiento de vínculos tiene una dimensión estética; no hay que olvidar que el grupo de personas que estamos observando en esta segunda etapa, todos “conocen personalmente” a sus amigos de Facebook y mantienen con ellos relaciones *on-offline*. Este asunto lo estamos trabajando en el que estamos trabajando en la actual etapa de investigación.

- AAVV (2011). *Formas de presentación pública de la persona en la red social Facebook*. Universidad del Valle, Colombia. Proyecto de Investigación (2011-2013). Documento interno de trabajo
- Barthes, R (1989). *La Cámara lúcida. Notas sobre la fotografía*. Barcelona: Paidós.
- Benjamin, W (1973). *La obra de arte en la época de su reproductibilidad técnica*. Madrid: Taurus.
- Corea, C y Lewkowicz, I. (2004). *Pedagogía del aburrido. Escuelas desinstituidas y familias perplejas*. Buenos Aires: Paidós
- Fontcuberta, J. (2010). *La cámara de Pandora. La fotografi@ después de la fotografía*. Barcelona: Ediciones Gustavo Gilli.
- Goffman, E (1959) *La presentación de la persona en la vida cotidiana*. Amorroutu: Buenos Aires.
- Gómez, R (2011). *Jóvenes urbanos integrados, nuevos repertorios tecnológicos y trabajo educativo*. Grupo de Educación Popular. Universidad del Valle. Foro: El Sentido Formativo de la Universidad en el Mundo Contemporáneo. Junio 24 de 2011. Disponible en: <http://direacur.univalle.edu.co/Panel-Rocio-Gomez.pdf>
- _____ (2010). *Procurarse sentido en la ciudad contemporánea: jóvenes y nuevos repertorios tecnológicos*. Tesis Doctoral. Universidad Pedagógica Nacional. Doctorado Interinstitucional en Educación. Bogotá – Colombia.
- Gómez, R; González J (2009). “Formas de presentación pública de la persona en Facebook”. En: Revista Nexos No. 5. Escuela de Comunicación Social Universidad del Valle. Cali Disponible en: <http://dintev.univalle.edu.co/revistasunivalle/.../nexus>
- González, J (2011). “Nuevos criterios de clasificación”. *Formas de presentación pública de la persona en la red social Facebook* (2011-2013). Universidad del Valle, Colombia. Proyecto de Investigación. Documento interno de trabajo.
- Kac, E(2000). “Negociando el sentido: la imaginación dialógica en el arte electrónico”, en Wagmister F. *La revolución hipermidia. UCLA. F.Antorchas*. - Jornadas de Crítica(2001). Festival Internacional de Teatro Mercosur, pp. 36-39
- Reguillo, R (2012). “Navegaciones errantes. De músicas, jóvenes y redes: de Facebook a youtube y vice-versa”. En: *Comunicación y sociedad*, No. 18, jul-dic. Pp. 135-171
- Rueda, R (2012a). “Sociedades de la información y el conocimiento: Tecnicidad, Pharmakon e invención social”. En *Nómadas*, No. 36, pp. 43-55.
- _____ (2012b), “Educación y tecnologías de la información y la comunicación: ¿hacia dónde vamos?”, *Revista Educación y Pedagogía*, Medellín, Universidad de Antioquia, Facultad de Educación, vol. 24, núm. 62. En prensa
- _____ (2011). “De los nuevos entramados tecnosociales: emergencias educativas y políticas”. En: *Revista Folios*, No. 33, Bogotá, pp. 7-22.
- Sibila, P (2009) *La intimidad como espectáculo*. Fondo de cultura económica: Buenos Aires.
- Valdivia, A. (2010). *Ni tan lejos, ni tan cerca. Adolescentes mediáticos y diversidad cultural en la escuela de hoy*. Tesis Doctoral, Pontificia Universidad Católica de Chile, Doctorado en Ciencias de la Educación.