



Tipo de documento: Tesina de Grado de Ciencias de la Comunicación

Título del documento: Selfies y el relato de la intimidad : aproximaciones entre técnica, fotografía y vida privada

Autores (en el caso de tesis y directores):

Kevin Koppe

Martín Albornoz, tutor

Datos de edición (fecha, editorial, lugar,

fecha de defensa para el caso de tesis: 2017

Documento disponible para su consulta y descarga en el Repositorio Digital Institucional de la Facultad de Ciencias Sociales de la Universidad de Buenos Aires.
Para más información consulte: <http://repositorio.sociales.uba.ar/>

Esta obra está bajo una licencia Creative Commons Argentina.
Atribución-No comercial-Sin obras derivadas 4.0 (CC BY 4.0 AR)



La imagen se puede sacar de aca: https://creativecommons.org/choose/?lang=es_AR





Selfies y el relato de la intimidad

Aproximaciones entre técnica, fotografía y vida privada.

Universidad de Buenos Aires

Facultad de Ciencias Sociales

Ciencias de la Comunicación

Tutor: Martín Albornoz / martinalbornozc@gmail.com

Alumno: Kevin Koppe (35.364.075) / 15-38312527 / kevinkoppe@gmail.com

Julio 2017

Índice

Primera parte

Presentación.....	3
Breve historia de la fotografía (hasta llegar a las selfies).....	7
Enfoque teórico.....	14
Estado del arte	24

Capítulo uno: El universo de las selfies

Algunas consideraciones semióticas.....	26
Lo impenetrable.....	32
¿Dónde quedó el aura?.....	38
Selfies, técnica y potlatch.....	44
Las selfies como imagen del mundo.....	48

Capítulo dos: Selfies, subjetividad y vigilancia

La intimidad en las pantallas.....	52
El sujeto como marca.....	59
El control en la época de las selfies.....	68
El cuerpo en las selfies.....	84
Consideraciones finales.....	90
Agradecimientos.....	93
Bibliografía.....	94

Presentación

Al menos una vez a lo largo de nuestra vida hemos escuchado la famosa frase: “una imagen vale más que mil palabras”. Esta frase hecha, cargada de sentido común y repetida hasta el hartazgo en los medios de comunicación, ha poblado el imaginario colectivo y su uso se extendió e hizo aplicable a varios ámbitos de la cotidianidad. La misma parece indicar que lo visual tiene mayor preponderancia con respecto a los relatos plasmados en soporte escrito, o incluso a aquello expresado mediante la oralidad. Se sugiere que la imagen captada por la retina del ojo (la cual se convierte en recuerdo nemotécnico en el mejor de los casos), o por el objetivo de un dispositivo electrónico, tendría la capacidad de dar cierta información con mayor precisión que la que podría aportar el relato de un hecho específico. En base a esta breve explicación, podríamos suponer que si un día somos testigos de algún asesinato o accidente en la vía pública y tenemos en nuestras manos una cámara o dispositivo móvil que nos permita registrar ese hecho, lograríamos a través de esa imagen captada, tener un relato fotográfico que ayudaría a demostrar la secuencia de los hechos de manera correcta, sin empapar de una carga subjetiva lo que es mostrado. Siguiendo este razonamiento, podríamos sospechar que el relato oral o escrito de lo sucedido podría contener alteraciones, motivadas por la propia subjetividad de las personas involucradas o por un juego de intereses que puede beneficiar a perjudicar a los implicados.

Sin embargo, es menester reconocer que la fotografía también es susceptible de sufrir modificaciones. En la era analógica la intervención sobre la película se realizaba manualmente coloreando zonas específicas del rollo, con el propósito de darle un mayor realce a un objeto o persona, distinguiéndolo del entorno general. Con la evolución técnica y la construcción de cámaras digitales basada en un código binario, las fotografías han adoptado no sólo un nuevo soporte, sino que además ha tenido lugar la aparición de nuevos métodos de retoque y edición basados en programas de plataforma digital. Por lo tanto, los retoques que antaño se realizaban manualmente utilizando pinceles, lápices y valiéndose del buen pulso del fotógrafo, en la actualidad han cedido paso a las herramientas digitales tales como el Photoshop, el LigthRoom, el Picasa, etc.

A partir de ello, queremos establecer con suma claridad que tanto la fotografía como el soporte escrito no tienen por qué excluirse necesariamente, ni formar parte de universos separados. Tanto la imagen como el texto, cada cual con su lógica constructiva, trazan un vínculo de cooperatividad que ayuda a delinear el sentido final de lo relatado.

En la época actual es común encontrar en redes sociales como Facebook, Instagram o Twitter, centenares de fotografías que son acompañadas por encabezados escritos que brindan información sobre el sujeto fotografiado y el lugar donde aconteció lo registrado por la cámara. En este sentido el autor Gabriel Bauret traza una línea de pensamiento que es una de las guías en las que se apoya este ensayo, en la que plantea que “la fotografía es un instrumento complementario de la escritura, que antes era la única actividad posible en el periodismo. Si bien es cierto que la fotografía sugiere un ambiente, retrata y muestra una acción; no debemos olvidar que toda imagen es de por sí ambigua, que puede tener muchos sentidos y que sin el texto, en particular el pie de foto, no puede utilizarse de manera confiable”¹. Por tal motivo, el soporte escrito que acompaña a las *selfies* al ser publicadas, será tenido en consideración en tanto coopera en la elaboración del sentido transmitido.

Frente a la gran cantidad de imágenes que circulan a diario por las redes sociales y las plataformas digitales, nos vemos en la necesidad de recortar una porción de ese mundo para tomarlo como objeto de estudio, debido a la imposibilidad de analizar cada tipo de imagen. Es así que vamos a elegir como caso de análisis a esas fotografías denominadas *selfies*.

La popularidad de este término creció de manera agigantada a partir del año 2013, luego de que los enciclopedistas de Oxford incorporaran esta palabra a la nueva edición de sus diccionarios. A su vez, *selfie* fue elegida como la “Word of the Year” (Palabra del año), ya que los estudiosos de la lengua inglesa detectaron que la frecuencia de uso se había incrementado un 17.000% a lo largo de ese año². Los académicos han definido la palabra *selfie* como:

*“a photograph that one has taken of oneself, typically one taken with a smartphone or webcam and uploaded to a social media website”*³

¹ Bauret, Gabriel: “Palabras e imágenes” en *De la fotografía*, 2ª ed, La marca editora, Buenos Aires, 2010, pág 38.

² “The Oxford Dictionaries Word of the Year 2013” [en línea]. Documento electrónico de Internet. 2013 [fecha de consulta 20 noviembre 2016]. Disponible en: <http://blog.oxforddictionaries.com/press-releases/oxford-dictionaries-word-of-the-year-2013/>

³Ibíd.

Es decir, se la define como una fotografía que se toma de uno mismo utilizando un teléfono celular o una webcam, para luego ser cargada y compartida en las redes sociales.

Y es justamente aquí donde pone foco el presente ensayo. La intención es analizar un conjunto de *selfies* con el objetivo de describir de manera práctica cuáles son las características que enmarcan la producción de este tipo de fotografías. Así mismo, es primordial detenernos en lo que allí se muestra, en los sujetos que aparecen como protagonistas en las diferentes escenas retratadas, para ver qué es lo exhiben, qué ocultan, en qué situaciones toman estas fotografías y cuál es la repercusión que tienen las mismas una vez que son subidas a Internet.

Con el propósito de pensar el fenómeno de las *selfies*, se ha conformado un corpus fotográfico de aproximadamente cuatrocientas imágenes, descargadas de Twitter, Facebook, e Instagram entre los meses de abril y diciembre del 2016 (*). Como entendemos que esta práctica fotográfica no se circunscribe a una clase social o un espacio geográfico específico, se buscó integrar un corpus con una variedad de fotografías lo suficientemente amplia para analizar el objeto de manera integrada. Es por tal motivo que el material de análisis se encuentra dividido en secciones: “*Selfies de Famosos*”, donde se incluyen fotografías de cantantes, actores, y conductores de renombre y fama internacional, que por su aparición constante en los medios de comunicación y su popularidad, logran tener un caudal de seguidores elevados en las redes sociales, los cuales muchas veces comentan y comparten las *selfies* de sus ídolos. La segunda parte del corpus se denomina “*Selfies de Argentinos Famosos*”, que justamente como su título indica, está integrado por una serie de cantantes, modelos, conductores y jugadores de fútbol. Las figuras que forman parte de esta categoría fueron seleccionadas siguiendo la base estadística confeccionada por la red social Twitter, que permite conocer cuáles son los usuarios que poseen mayor cantidad de seguidores en nuestro país⁴. Así como en la categoría anterior, la relevancia de estas personas está dada por el número de interacciones que generan en sus cuentas virtuales. Al tener varios seguidores, es posible evaluar la relación establecida entre las publicaciones de *selfies* de los famosos argentinos y cómo responden a éstas sus seguidores. El propósito de separar estas dos esferas no tiene otra intensión más que una simple formalidad analítica. No se busca dividir estos

⁴ Ranking de Twitteros más seguidos en Argentina [en línea]. Documento de Internet. 2016 [Fecha de consulta 10/10/2016]

(*) Ver anexo en versión digital.

dos universos, sino por el contrario, rastrear continuidades, semejanzas y patrones que se repitan para describir un conjunto de elementos comunes.

Por último, el corpus fotográfico se compone de más de veinte subtipos de *selfies*. Como toda práctica social, la toma de *selfies* adquirió un estatus propio, características singulares y distintivas que las distancian de otros géneros fotográficos. Mediante la creatividad e ingenio de quienes la ponen en práctica, se crearon subtipos que se distinguen de las *selfies tradicionales* donde sólo se expone un individuo o un grupo de personas. El modo de recolección de estas fotos fue realizado mediante los buscadores de Instagram y Twitter, donde se colocó el nombre de cada subtipo de fotografía con el fin de que las *selfies* compartidas con el hashtag que identifica a cada género específico, pudieran ser relevadas de manera grupal.

Como complemento del corpus fotográfico se confeccionó un corpus integrado por notas periodísticas publicadas desde septiembre de 2013 hasta noviembre de 2016. Dichas notas fueron divulgadas en los portales digitales de los diarios de mayor difusión de nuestro país, tales como *Clarín*, *La Nación* e *Infobae*. Una vez recogido este material, ha servido de base para poder analizar qué es lo que se cuenta sobre las *selfies* y cuáles son las explicaciones que circulan sobre el fenómeno. Asimismo, permitió recoger la voz y opinión de algunos especialistas, incluyendo desde sociólogos hasta psicólogos, que frente a la consulta sobre por qué la gente se toma *selfies*, esbozan una serie de explicaciones que nos invitan a pensar el fenómeno desde cada una de las especialidades referidas.

En último lugar, se han recopilado noticias donde toman la palabra los protagonistas de las *selfies*, es decir personas que tienen el hábito de tomarse este tipo de fotografías estando en sus casas, compartiendo cenas con amigos, o incluso disfrutando de sus vacaciones. En su mayoría, las personas consultadas en los artículos periodísticos pueden ser ubicadas en un rango etario que va desde los diecisiete hasta los treinta y cinco años. Sus testimonios resultan esclarecedores ya que brindan información acerca de esa fuerza motivacional que los incita a tomarse *selfies*; nos cuenta sobre cuáles son las aspiraciones u objetivos que quieren alcanzar al momento de compartir estas fotografías, y además ejemplifican cómo reaccionan ante el éxito o fracaso de las fotografías subidas en sus redes sociales.

Breve historia de la fotografía (hasta llegar a las selfies)

Con el propósito de analizar en su total magnitud el fenómeno de las *selfies*, entendiéndola como práctica social que ha encontrado su modo de ser debido al desarrollo técnico de la sociedad contemporánea, es necesario realizar un pequeño recorrido para ver cuál ha sido el origen de la fotografía. Además, es útil a nuestro trabajo, nombrar brevemente las modificaciones que ha sufrido la fotografía a lo largo de la historia para entender su estatus actual.

En las mediaciones del siglo XIX, la fotografía fue la expresión artística nacida de un particular conjunto de procesos políticos y sociales que le dieron su razón de ser. En su nacimiento, el estilo de las fotografías estuvo fuertemente guiado y, hasta podríamos decir, condicionado por los valores estéticos defendidos por la clase dominante de la época, la nobleza. Pero esta clase iría perdiendo lentamente su poder a lo largo del siglo XVIII, dando paso a una nueva clase social compuesta por personas que forjaron su fortuna en base a la explotación y extensión del comercio internacional. Esta clase a la que nos referimos es nada menos que la burguesía. Tal como lo explica Gisele Freund, la burguesía al desarrollar un tipo de economía basada en la explotación del capital y al establecer un nuevo poderío económico que desplazaría a la nobleza de su posición de clase dominante, también necesitó una expresión artística que fuera capaz de reflejar sus exigencias y valores. Freund nos explica que: “a medida que subía la burguesía, y que se consolidaba su poder político, cambiaba la clientela y el gusto se transformaba. El tipo ideal deja de ser suntuoso; en su lugar aparece el rostro burgués. Levita y sombrero de copa reemplazan el traje de encajes y la peluca, el bastón sustituye a la espada”.⁵ La autora postula la idea de que toda variación en la estructura social tiende necesariamente a modificar las representaciones artísticas de una época, ya que una clase que pasa a establecerse como dominante busca generar sus propios medios de representación, al tiempo que quiere alejarse de los valores de la clase dominante que la precedió.

Es así como la fotografía pasó a ocupar un lugar privilegiado entre los artistas de la Francia del siglo XIX, relegando a un segundo plano a la pintura y los retratos que habían sido la expresión artística de las clases nobles.

⁵ Freund, Gisele: “Las relaciones entre las formas artísticas y la sociedad”, en *La fotografía como documento social*, Gustavo Gili, Barcelona, 1993, pág 7.

Con anterioridad a la aparición de la fotografía, hubo un conjunto de avances técnicos que sirvieron como embrión para la nueva expresión artística que se venía forjando. Uno de los antecedentes de la fotografía fue el procedimiento conocido con el nombre de *silhouette*, que consistía en recortar en papel de charol el perfil de la persona que solicitaba tal servicio. Esta técnica fue bastante popular desde mediados del siglo XVIII; y a medida que transcurrían los años los artistas perfeccionaron esta modalidad, encontrando nuevas formas de retoque y grabado con la utilización de agujas. Sin embargo, esta técnica nunca pudo generarse a gran escala y los beneficios económicos que lograban los artistas eran escaso.

Rápidamente, las *silhouette* dieron paso a una nueva técnica desarrollada por el inventor Gilles-Louise Chrétien, que recibió el nombre de *fisionotrazo*. Este avance incorporaba la asistencia de un nuevo aparato que mecanizaba la técnica del grabado y permitía ahorrar un tiempo considerable en la confección del retrato. El dispositivo con el cual se trabajaba consistía en un sistema de paralelogramos articulados que se desplazaban por un plano horizontal. El artista se valía de un estilete seco para copiar los contornos de una silueta, mientras de forma simultánea un segundo estilete cargado de tinta, seguía los desplazamientos del primero y reproducía el dibujo en un tamaño de escala, que dependía de la distancia existente entre el aparato que manejaba el artista y la banqueta en la que posaba la persona retratada.

Al recorrer la historia de esta técnica, Gisell Freund reconoce que el perfeccionamiento del fisionotrazo permitió ganar agilidad en el proceso de obtención de una obra, pero al mismo tiempo, la calidad artística con respecto a las *silhouettes* que las habían precedido era por demás inferior. En su texto comenta que “aunque las obras del miniaturista sólo fueran trabajos de artesano, siempre reflejaban un nexo entre el modelo y la copia. El artista podía expresar en su obra lo que se le antojaba como rasgo más característico de su personaje y dar así, a la vez que el parecido externo, un cierto parecido moral. La técnica del fisionotrasista figura exactamente del lado opuesto. Por más que el aparato produzca los contornos del rostro con una exactitud matemática, ese parecido quedaba desprovisto de expresión [...]”⁶. Desde los primeros tiempos existió una preocupación por la calidad y la respetabilidad de la obra. El debate se centraba sobre la conveniencia de lograr difundir obras en gran cantidad y en el menor tiempo posible, o por el contrario

⁶ Freund, Gisele: “Las relaciones entre las formas artísticas y la sociedad”, en *La fotografía como documento social*, Gustavo Gili, Barcelona, 1993, pág 18.

realizar obras en menor cantidad pero abocándose a obtener una mayor calidad artística, en las que el trabajo y el talento del artista pudieran manifestarse.

Al seguir los pasos de la evolución de la fotografía, nos encontramos con los pioneros, quienes guiados por su afán de conocimiento y maravillados por las innovaciones técnicas, realizaron múltiples ensayos con la intención de obtener mejores técnicas para la fijación de imágenes. Entre los precursores podemos nombrar a Joseph Nicéphore Niépce, un inventor francés ligado a las artes, quien utilizó la cámara oscura combinada con el empleo de un papel preparado en base a sales de plata, a partir del cual logró fijar imágenes de flores, pequeñas piedras e insectos, las cuales eran reconocibles por poco tiempo antes de desaparecer. Posteriormente, su invento fue retomado por Louise Daguerre, otro inventor de origen francés. Trabajando junto al hijo de Niépce, creó el procedimiento conocido como daguerrotipo, consistente en utilizar una placa de plata y mercurio donde quedaban fijadas las imágenes. La curiosidad de este nuevo invento acaparó la atención del Estado francés, que no sólo financió el desarrollo del daguerrotipo sino que además adquirió a la fotografía en 1839 y le dio reconocimiento público. El invento de Daguerre fue divulgado por la Academia de Ciencias, lo que demuestra que la invención de la fotografía, en sus orígenes, estuvo ligado a la investigación y el desarrollo científico más que a una actividad artística singular. Si bien el daguerrotipo había mejorado las condiciones de trabajo de los fotógrafos, ya que los tiempos de exposición de las personas u objetos retratados era muchísimo menor, de treinta minutos en su fase inicial, se había pasado a unos treinta segundos en el año 1842, seguía existiendo una grave desventaja ya que la placa de Daguerre no permitía generar copias del original. Cada trabajo era único, y no contemplaba la posibilidad de reproducciones.

En esta primera etapa, la fotografía estuvo asociada a la investigación científica y a la exploración geográfica de territorios de los que no se disponía de un archivo ilustrativo. Estas fotografías lejos estaban de tener una pretensión artística. Su razón de ser era la de servir como material de análisis para las investigaciones científicas. Tal como lo explica Bauret en su texto, “en un primer momento, los viajes fotográficos tienen como destino lugares famosos por su arquitectura. En Egipto, más que el paisaje, son los monumentos como las célebres pirámides lo que tienta a los fotógrafos, porque en realidad en el siglo XIX la técnica es aún rudimentaria y no permite grandes recorridos a la búsqueda de una

imagen. En cada sitio hay que ir a lo esencial, donde se encuentre un documento seguro para ser fotografiado y cuyo valor sea incuestionable”⁷.

A medida que los años se sucedían, la fotografía fue desarrollando una serie de mejoras técnicas que permitieron su divulgación y contribuyeron a la extensión de su práctica. Rápidamente la placa metálica creada por Daguerre fue sustituida por el negativo de vidrio, haciendo que los tiempos de exposición se reduzcan. Además, los equipos se vuelven más ligeros facilitando su transporte. También las ópticas fueron perfeccionadas con lentes que permitían mayor nitidez y luminosidad en la imagen captada.

A mediados del siglo XIX, aparecen otros personajes que le dan a la fotografía un nuevo impulso. Necesario es reconocer que la aparición de este nuevo medio trajo aparejado una serie de crisis en otras artes. Muchos pintores perdieron su trabajo, dado que la fotografía era más rápida en su ejecución y prometía mejoras continuas que refinarían la calidad de la obra lograda. A partir de ello, varios pintores se vieron en banca rota, mientras que otros tuvieron que adaptarse a las condiciones de trabajo que exigía el nuevo arte de la fotografía.

En este segundo período, se destaca por sus aportes el fotógrafo Félix Nadar, quien en el año 1852 era dueño del taller fotográfico de mayor prestigio de todo París. Famoso por sus retratos, también incrementó su prestigio por sus fotografías aéreas tomadas desde un globo aerostático. Aquí la fotografía encuentra un nuevo uso, que abarcaba desde la confección de mapas hasta la utilidad militar por la información brindada mediante las imágenes.

En esta segunda etapa, los fotógrafos se ven obligados a adaptar su trabajo según el gusto de un nuevo público conformado por la burguesía rica. Aquí también, la fotografía se desliga del ámbito de las ciencias y la investigación, y su saber se extiende a las masas. Las cámaras se vuelven más sencillas en su operación y los conocimientos requeridos para su ejecución era más bien escasos.

Otro personaje de relevancia en estos años fue el fotógrafo Eugène Disdéri, especializado en retratos, fotografía de paisajes, desnudos y reportajes. Convencido del carácter comercial de la fotografía, y habiéndose percatado que la misma sólo era accesible para

⁷ Bauret, Gabriel: “De la documentación a la exploración científica”, en *De la fotografía*, La marca editora, Buenos Aires, 2010, pág 27.

las clases opulentas, decidió darle una nueva dirección con la intención de ampliar la clientela. Los costos elevados se debían principalmente a la utilización de formatos amplios; además, la placa metálica no permitía hacer copias. Es así que desarrolló un formato menor conocido con el nombre de *tarjetas de visita*, con una extensión de 6x9cm, el cual se sustentaba en el empleo de un negativo de vidrio que permitía hacer una docena de copias. Con la implementación de este formato y el perfeccionamiento de las cámaras, Disdéri supo tener el taller más importante de Europa. Las innovaciones logradas por Disdéri siguen siendo de vital importancia en la historia de la fotografía. Fue él quien sumó accesorios como veladores, cortinas y columnas en la realización de sus fotos. Pero como era de esperar, la utilización casi idéntica de los elementos hizo que todas las fotos tuvieran el mismo tono, causando así una pérdida de expresión considerable, que hacía que la fotografía de un señor burgués luciera exactamente igual que la de un ciudadano de pocos ingresos.

Alrededor del año 1864, comienzan a fundarse tanto en Europa como en Estados Unidos, sociedades especializadas en fotografía, que tenían a cargo la organización de exposiciones para mostrar los avances logrados tanto en las máquinas como en los procesos de revelado y retoque. A su vez, estas sociedades establecían una serie de parámetros internacionales que regulaban la fabricación de los aparatos, los accesorios y los productos químicos utilizados en la instancia de revelado.

Hacia fines del siglo XIX, se produce un hito en la historia de la fotografía que favoreció a su popularización y a su instalación como objeto de consumo masivo. El mismo refiere a la fundación de la firma Kodak en el año 1888, de la mano del inventor norteamericano George Eastman, conocido por haber reemplazado la placa de vidrio por un rollo de película. Eastman reconoce que “al poner en marcha nuestro proyecto de fotografía en película, pensábamos que todos los que utilizaban las placas de vidrio se cambiarían a la película ligera, pero sólo algunos lo hicieron. Si queríamos alcanzar un volumen de ventas elevado, nos hacía falta llegar al gran público y, con ello, crear una nueva categoría de clientes”⁸. Con la idea de lograr mayores ventas y crear un producto que fuera fácil de utilizar para el gran público, lanza al mercado una cámara con un rollo de película para tomar cien fotografías. Al finalizar ese rollo, el cliente se acercaba a un centro de revelado de la misma empresa y retiraba las copias de las fotografías en papel. A partir de este

⁸ Flichy, Patrice: “Colección y recuerdo: la fotografía y el fonógrafo”, en *Una historia de la comunicación moderna. Espacio público y vida privada*, Gustavo Gilli, México, 1993, pág 89.

servicio integral brindado a los clientes, la marca popularizó el slogan publicitario que le daría el renombre mundial que su fundador había deseado desde el inicio. El mismo reza: “Apriete el botón, nosotros hacemos el resto”.

Todos los anteces nombrados hasta aquí, dieron el puntapié inicial para el desarrollo de un técnica que permitió la captura de imágenes estáticas de un modo desconocido hasta el momento. Los avances técnicos y los conocimientos aportados por los hombres ligados a las ciencias en un primer momento y los artistas en una etapa posterior, dieron forma a la técnica fotográfica que se extendería a escala mundial y sería implementada en una multiplicidad de ámbitos.

Al comenzar el siglo XX, la fotografía había sido incorporada a la prensa gráfica, permitiendo que los textos sean acompañados por imágenes que aportaban mayores detalles sobre la naturaleza de determinado acontecimiento. Los reporteros gráficos vieron acrecentada su reputación como cazadores de momentos únicos, y sus imágenes fueron divulgadas a través de revistas especializadas como *Paris Match* en Francia o la revista *Life* en los Estados Unidos. La fotografía invadió todos los ámbitos y un sinfín de temas pasaron a ser considerados como objetos dignos de ser fotografiados. En esta línea de pensamiento se inscriben las ideas de Susan Sontag, quien explica que “desde sus inicios, la fotografía implicó la captura del mayor número posible de temas. La pintura jamás había tenido una ambición tan imperial. La ulterior industrialización de la tecnología de la cámara solo cumplió con una promesa inherente a la fotografía desde su mismo origen: democratizar todas las experiencias traduciéndolas en imágenes”⁹. A cada experiencia le corresponde una imagen que de testimonio de ella.

En la actualidad, la fotografía sigue teniendo un papel primordial en varios ámbitos de la vida cotidiana. Desde la publicidad, pasando por el cine hasta la investigación científica, la exploración espacial y la confección de mapas se apoyan en los beneficios de la fotografía. Año tras año, las cámaras se vuelven más compactas, más precisas, y cada mejora en el mecanismo que capta la imagen es avalado por un discurso técnico encargado de justificar la utilidad y los supuestos avances alcanzados por los medios electrónicos. Si bien la omnipresencia de las fotografías es incuestionable, vamos a trabajar sobre un tipo especial de imágenes, las *selfies*. Estas imágenes tienen un estatuto

⁹ Sontag, Susan: “En la caverna de Platón”: en *Sobre la fotografía*, 1ª ed, Debolsillo, Buenos Aires, 2012, pág17.

particular que le dan fundamento. Desde el mismo momento de la toma, la idea que prima en la persona que se fotografía a sí misma es subir esa imagen a las redes sociales para ser compartida con centenares de personas que navega por la blogosfera. Es menester recordar, que sin los avances técnicos mencionados con anterioridad, el sueño de las *selfie* no sería más que una simple idea sin concreción. Fue necesario más de ciento cincuenta años de historia, donde intervinieron científicos, investigadores, técnicos y artistas, invirtiendo tiempo y esfuerzo en el desarrollo de la técnica fotográfica.

Los próximos capítulos del presente ensayo abordaran la relación existente entre la fotografía y la técnica, más específica en nuestro objeto de estudio que son las *selfies*, y cómo la técnica ha hecho posible la consolidación de un nuevo género fotográfico. Las *selfies*, en tanto práctica social, consolidan una serie de reglas que son puestas en juego a la hora de tomar estas fotografías. Posibilitan una nueva relación entre el sujeto fotografiado y los sujetos espectadores, donde los roles pueden ser alternados en más de una ocasión, pasando un espectador a ser él mismo sujeto de su propia fotografía.

Luego de este breve repaso histórico, sostenemos que las *selfies* continúan bregando por ese carácter “democrático” que Susan Sontag reconoce como particularidad inherente de la fotografía. Es interesante destacar que esta práctica no se circunscribe a una clase social específica. Nos basta echar un vistazo a una cantidad mínima de *selfies* para percibir que se trata de una práctica extendida a nivel mundial, donde es posible ver gente de diferentes nacionalidades en situaciones cotidianas. Desde personas trabajando en una fábrica, gente comiendo una hamburguesa en un local de comidas rápidas, hasta personas de un poder adquisitivo elevado que toman capturas de sus momentos de disfrute arriba de sus yates o autos de lujo. Estamos siendo partícipes de una época en la que las pantallas de los dispositivos móviles se despliegan por todos los ámbitos de nuestro entorno inmediato. Celulares, tablets, cámaras compactas, nos acompañan en el día a día, integrándose a nuestras vidas sin que se piense demasiado acerca del lugar que ocupan en nuestra cotidianeidad.

Este ensayo es una invitación a pensar esa relación que existe hoy entre la fotografía y la técnica que la hace posible, insistiendo de manera punzante en el rol que cumplen los sujetos cuando ponen en acción una cámara fotográfica para retratarse ellos mismos.

Enfoque Teórico

Luego de este breve repaso sobre los hitos más destacados de la fotografía, es momento de delimitar una serie de conceptos teóricos que guiarán este ensayo. Desde luego, la pretensión del mismo no radica en realizar un juicio de valor acerca del carácter negativo o positivo del acto de tomarse una *selfie*. Dicho en otras palabras, no se pretende catalogar como bueno o malo el acto fotográfico en sí mismo, sino poder complejizar el fenómeno cruzando diversos enfoques que permitan ahondar el mundo de las *selfies*.

Como se puede apreciar en la multiplicidad de *selfies* que abundan en Internet, los protagonistas privilegiados e indiscutibles son las personas concretas, de carne y hueso, más allá de su popularidad o desconocimiento total. Al primer golpe de vista, nos encontramos con un rostro que nos mira, y con un cuerpo que posa en un espacio físico determinado. Sabemos, o mejor dicho intuimos, que cada persona autorretratada tiene una historia personal, una historia familiar, su vida estará comprendida por una sucesión de éxitos y fracasos, de victorias y sin sabores. También sabemos que en esa multiplicidad de rostros, se esconden identidades que pueden diferir en las experiencias que les sirven de andamiaje para constituir de su propia singularidad.

El término *identidad* tal como es definido por la Real Academia Española queda expresado de la siguiente manera: conjunto de rasgos propios de un individuo o de una colectividad que los caracterizan frente a los demás.¹⁰ Pero esa serie de rasgos no se generan en un vacío, sino que se anclan a experiencias concretas que extraen significado de la praxis cotidiana. En este sentido es pertinente citar las palabras del sociólogo Stuart Hall, quien considera que “Precisamente porque las identidades son construidas dentro y no fuera del discurso tenemos que entenderlas como producidas en localizaciones históricas e instituciones específicas, dentro de formaciones y prácticas discursivas específicas y por medio de estrategias enunciativas específicas. Más aún surgen dentro del juego de modalidades específicas de poder y por lo tanto son más el producto de la marcación de la diferencia, la exclusión, que signos de unidad idéntica naturalmente construida”¹¹.

¹⁰ Documento disponible en : <http://dle.rae.es/?id=KtmKMfe>

¹¹ Hall, Stuart y Du Gay, Paul: Cuestiones de identidad cultural, Amorrortu Editores, Buenos Aires, 2003, pág. 18.

El concepto de identidad esbozado por Hall, entra en relación con un segundo concepto que es de vital importancia para este análisis. Me refiero nada menos que al concepto de *subjetividad*. Aquí es pertinente acudir a la definición establecida por la investigadora Paula Sibilía para quien, “las subjetividades son formas de ser y estar en el mundo, lejos de toda esencia fija y estable que remita al ser humano como una entidad ahistórica de relieves metafísicos, sus contornos son elásticos y cambian al amparo de diversas tradiciones culturales. De modo que la subjetividad no es algo vagamente inmaterial, que reside “dentro” de usted (...) o de cada uno de nosotros”. Luego agrega: “Ciertas características biológicas trazan y delimitan el horizonte de posibilidades en la vida de cada individuo, pero es mucho lo que esas fuerzas dejan abierto e indeterminado. Y es innegable que nuestra experiencia también está modulada por la interacción con los otros y con el mundo”¹². A partir de esta cita, se puede inferir que la subjetividad está encarnada necesariamente en un cuerpo que la anima, hay un sujeto que la porta, que la lleva consigo, pero no hay un determinismo biológico que la cree de una vez y para siempre. Toda subjetividad se modela por la instancia historia en la que se emplaza la vida de cada sujeto; siendo esa subjetividad moldeada por las variantes económicas, políticas y culturales. Entonces, se entiende que no hay subjetividades conformadas como núcleos cerrados sobre sí mismo de una vez y para siempre, sino que cada una dependerá del momento histórico en el que se emplace.

A partir de estos dos conceptos, se puede decir que las *selfies* como nuevo género de la técnica fotográfica, habilitan una serie de juegos en el que los sujetos modelan su subjetividad en la instancia de tomar la fotografía y al momento de compartirla. Tal como explicaba Hall, las *selfies* tienen un lenguaje propio, circulan dentro de un conjunto de plataformas que le dan visibilidad, pero al mismo tiempo restringen lo que se puede decir. En el caso de las *selfies*, lo que se puede ver.

Llegado este punto, se vislumbra que cada identidad/subjetividad para poder construirse necesita de la mirada de otro. Mediante la mirada ajena, que no sólo nos mira, sino que también nos evalúa, nos otorga importancia o por el contrario nos denigra, es que construimos nuestra propia subjetividad. Las *selfies* acompañan en este sentido, ya que

¹² Sibilía Paula, “El show del yo” en *La intimidad como espectáculo*, 1ª ed. 3ª reimp, Fondo de Cultura Económica, Buenos Aires, 2013, pág 20.

ponen de manifiesto la presencia de un sujeto. Pero, es necesario que la fotografía entre en circulación y se exponga a la mirada de los otros.

Ahora, cabe preguntarse ¿cuál es el material que toma el sujeto para construir su identidad a partir de las *selfies*?, ¿Qué es lo que se expone a la mirada de los otros? Cualquiera persona a la que se le formulase esta pregunta, podría llegar a contestar sin vacilar, que lo que muestra en las *selfies* es su vida cotidiana, su día a día, su desenvolverse en las tareas rutinarias, y su accionar en los momentos de descanso. Tomando nuevamente los postulados de Sibilia, podemos decir que los sujetos a partir del desarrollo de la informática y especialmente con la aparición de las redes sociales en Internet, han encontrado un medio adecuado para exponer su subjetividad a través de lo que la autora denomina *relatos alterdirigidos*. Sibilia explica que “en un peculiar *aggiornamento* de los flujos de consciencia, hoy, en Internet, personas desconocidas suelen acompañar con fruición el relato minucioso de una vida cualquiera, con todas sus pericias registradas por su protagonista mientras van ocurriendo. Día tras día, hora tras hora, minuto a minuto, con la inmediatez del *tiempo real*, los hechos *reales* son relatados por un *yo real*, a través de torrentes de palabras que de manera instantánea pueden aparecer en las pantallas de todos rincones del planeta. A veces esos textos se complementan con fotografías e imágenes de video transmitidas en vivo y sin interrupción”¹³.

Hay una distinción fundamental que separa los relatos alterdirigidos de nuestra época, de los que circulaban en los siglos XVIII y XIX. La misma se fundamenta en que los relatos actuales, desde su propia concepción, son ofrecidos para exponerse a la mirada y lectura de un otro que navega en el ciberespacio. Quien produce, en el momento que ejecuta la producción, y le da vida y forma a un enunciado, tiene en mente la idea de compartir en la red ese relato de sí mismo.

En este sentido, nos encontramos con las *selfies* como relatos alterdirigidos; como medio que valiéndose de la fascinación de la imagen visibiliza una subjetividad que recorre los meandros de la red, bajo la mirada exhaustiva de otros sujetos sedientos de consumir fragmentos de vida íntima.

Ahora, es necesario introducir el concepto de *técnica* trabajado por el filósofo Martín Heidegger, que tendrá una importancia fundamental en el desarrollo de este ensayo.

¹³ *Ibíd*, pág 83.

Heidegger en sus escritos buscaba pensar la técnica, para llegar a conocer la esencia verdadera de la misma. En un primer momento al hablar de la técnica moderna, distingue dos tipos de usos que se hacen de la misma. El primero, parte de una visión instrumental, donde la técnica refiere a una serie de herramientas, maquinarias y todo tipo de artefactos que son puestos en funcionamiento para extraer la mayor fuerza productiva, tanto del obrero como de la naturaleza en el proceso productivo. La naturaleza de esta manera es vista como una fuente de energía constante a la espera de ser utilizada de manera racional.

Al mismo tiempo, Heidegger reconoce que la esencia de lo técnico no puede estar delimitado por una materialidad. La esencia de la técnica no es nada técnico. Luego afirma: “La técnica no es, pues, simplemente un medio. La técnica es un modo del desocultar. Si prestamos atención a esto, entonces se nos abrirá un ámbito distinto para la esencia de la técnica. Es el ámbito del desocultamiento, esto es, de la verdad”¹⁴. Este desocultar del que habla Heidegger es una manera de acercarnos a la verdadera esencia de la técnica. Es un provocar que lleva a que el hombre arremeta contra un mundo completamente tecnificado, con el objetivo de plantearse cuál es su rol respecto a lo técnico. Lo que destaca Heidegger es que el hombre debe cuestionar la técnica y no solamente considerarla un medio para un fin. La técnica es una forma de crear mundos, es dadora de sentidos y se la vive como la realidad inmediata. El hombre está depositado allí en un mundo técnico.

El segundo uso de la técnica remite a un uso verdadero, donde el hombre cuestiona la técnica y la relación que traza con ésta en su vida cotidiana.

En referencia a lo anterior es conveniente citar las palabras de Umberto Galimberti, quien explica que “debido al hecho de que habitamos un mundo que está técnicamente organizado en cada una de sus partes, la técnica no es más un objeto de nuestra elección, sino que es nuestro ambiente, donde fines y medios, objetivos e ideas, conductas, acciones y pasiones, e incluso sueños y deseos están técnicamente articulados y tienen necesidad de la técnica para expresarse”¹⁵.

La idea de técnica nos ayudará a analizar las *selfies* en tanto medio de comunicación en un mundo poblado de dispositivos. Pero no debemos quedarnos solamente en la parte

¹⁴ Heidegger, Martín: “La pregunta por la técnica” en *Ciencia y técnica*, Editorial Universitaria, Santiago de Chile, 1983, pág 81.

¹⁵ Galimberti, Umberto: “Psique y techne” en Revista Artefacto N°4, Buenos Aires, Octubre 2001.

instrumental del fenómeno. Debemos dar un paso más allá y preguntarnos por la construcción del mundo que se genera a través de este tipo de fotografías y el particular modo en el que las subjetividades toman forma mediante las imágenes. Las *selfies*, en tanto imágenes, son una forma de ser-en-el-mundo, nos dotan de una visibilidad y nos dan lugar en el mundo. Tal como lo manifiesta Heidegger en su libro *Sendas Perdidas*, “por consiguiente, imagen del mundo, entendida esencialmente, no significa una imagen del mundo, sino, el mundo comprendido como imagen. La totalidad de lo existente empieza a ser y sólo es si es colocado por el hombre que representa y elabora. Cuando se llega a la imagen del mundo, se realiza una decisión esencial sobre la totalidad de lo existente”¹⁶. Con la modernidad, todo lo existente pasa a ser observable y a estar a disposición. Sólo de esta manera es como llega a ser existente. Las *selfies* nos ponen en el plano de la existencia.

Siguiendo esta línea de análisis vamos a tomar la noción de *espectáculo* de Guy Debord, entendida como “(...) una relación social entre personas, mediatizadas a través de imágenes”¹⁷. Las *selfies* en tanto imágenes que nos dan visibilidad y nos hacen existir en los medios digitales, nos interesan por su carácter relacional. Son portadoras de significaciones que nos ligan con otras personas y permiten construir un relato alterdirigido de nosotros mismos tal como marca Sibilina. Mediante las *selfies* elaboramos un espectáculo de nosotros mismos, donde el protagonista se coloca para ser consumido por la mirada ajena.

Otra noción que es de inclusión obligatoria siempre que se analice una obra de arte o una imagen fotográfica es el concepto benjaminiano de *aura*. Las artes han sufrido un cambio drástico en su composición y difusión desde el momento en que la técnica hizo su irrupción. Si en tiempos remotos, las obras de arte estaban destinadas a ser contemplada por un público minoritario y selecto, en la actualidad se ha producido una inversión de esa relación. Una obra de arte, entiéndase una película, un cuadro, una fotografía, busca expandirse por la mayor cantidad de vías de comunicación como le sea posible. Prácticamente ningún artista, aunque seguramente haya excepciones, se le ocurriría producir una obra para experimentar un deleite estético personal en la intimidad de su

¹⁶ Heidegger, Martín: “La época de la imagen del mundo”, en *Sendas Perdidas*, Editorial Losada, Buenos Aires, 1960, pág 80.

¹⁷ Debord, Guy, “La separación consumada”, en *La Sociedad del Espectáculo*, 4ª ed. 1ª reimp, La marca editora, Buenos Aires, 2012, pág 32

vida. Sucede todo lo contrario, en la vida contemporánea las obras buscan ver la luz desde su concepción misma. Son arrojadas a unos ojos que reclaman ávidamente consumir imágenes tanto móviles como fijas, que den cuenta del trabajo de un artista o, por qué no también, de un amateur.

Benjamin definía el concepto de *aura* como “la manifestación irrepetible de una lejanía (por cercana que pueda estar)”¹⁸. Lo que explica con este concepto es que la obra guarda una relación intrínseca con el *aquí y ahora*¹⁹ en el que ha nacido. Manifiesta que la relación que traza la obra con el contexto histórico, y la relación establecida entre el artista y su creación están impregnados de un carácter de unicidad que no es susceptible de reproducir. En la medida que la técnica genera copias de una obra, estas copias no tendrían la ligazón que el original tiene con respecto al contexto en el que surgió. Esta idea de Benjamin nos precipita a preguntarnos por las *selfies* y la relación que establecen con el aura. ¿Cómo se manifiesta el aura en una *selfie* que desde su origen lleva la marca de la multiplicidad? ¿Se puede seguir hablando de aura en el caso de una fotografía que es reproducida y virilizada por múltiples plataformas digitales?

Por otro lado, este concepto nos resulta primordial para analizar ese desplazamiento del aura de la obra (de la *selfie*) al productor, quien ejecuta la toma fotográfica. Vamos a poder echar luz sobre cómo se construye una *celebrity* a partir del relato fotográfico generado por las *selfies*, y la importancia que puede adquirir una persona a través de la exhibición de su intimidad.

Desde una perspectiva filosófica, vamos a tomar en consideración los aportes de Vilém Flusser. De su obra nos interesa el concepto de *imágenes técnicas* definidas como “una superficie significativa”²⁰, que operan desde el interior de un aparato/dispositivo hacia el exterior. Se entabla una relación entre el aparato y quien opera al mismo, pero Flusser reconoce que el aparato aparece como algo misterioso, oscuro, donde el entendimiento de su funcionamiento queda relegado por sobre su operatividad. El aparato, para quien lo manipula termina constituyéndose en lo que el autor denomina *black box*²¹. Aquí una vez más entablaremos diálogo con el concepto de técnica esbozado por Heidegger, en tanto

¹⁸ Benjamin, Walter: “La obra de arte en la época de la reproductividad técnica”, en *Discursos Interrumpido I*, Editorial Taurus, Madrid, 1982, pág 24.

¹⁹ *Ibíd*, pág 20.

²⁰ Vilém, Flusser: “La imagen”, en *Para una filosofía de la fotografía*, La marca editora, Buenos Aires, 2014, pag 13.

²¹ *Ibíd*, pág 21.

nos permitirá reflexionar sobre la relación generada entre el sujeto y los dispositivos que lo rodean.

En cuanto a la revisión de las *selfies* en tanto superficies significantes, se contemplarán los aportes de Philippe Dubois esbozados en su libro *El acto fotográfico*, y las consideraciones de Roland Barthes tratadas en *La cámara lúcida*, dado que desde su perspectiva semiológica nos permitirá analizar las formas composicionales de las *selfies*.

Por último, y para ir finalizando este apartado del ensayo, vamos a mencionar otros dos conceptos que nos guiarán en el análisis. Si entendemos que las *selfies* pertenecen al universo de las imágenes técnicas, y que como tal son portadoras de significaciones, podemos deducir que en su superficie se inscriben una serie de informaciones, un conjunto de datos que se manifiestan y nos interpelan. Los sujetos que tienen la costumbre de tomarse *selfies* narran pequeños fragmentos de su vida cotidiana valiéndose de la mediación que propone la técnica fotográfica. A partir de allí, los hechos de su vida privada, como puede ser desayunar, tomar una ducha, abordar algún medio de transporte, o simplemente estar ejecutando alguna actividad laboral (instancia por las que uno atraviesa en algún momento del día), pasan a quedar plasmados en una fotografía que es lanzada a la red. Algunos, sólo verán una simple foto. Reconocerán en ella el rostro de alguien familiar, al amigo de un amigo, a una celebridad o quizás a alguien que no han cruzado jamás en sus vidas. Pero más allá del primer golpe de vista, la imagen está cargada de información, en el sentido que nos aporta una idea, a veces más vaga otras veces más precisa, sobre dónde está el sujeto fotografiado, que está haciendo, etc. Además, los elementos circundantes que aparezcan en la *selfie* nos permitirán reconstruir parte del contexto en el que se dio esa toma. Quedémonos con esta idea que después al recorrer las próximas páginas será desarrollada: las *selfies* transmiten caudales de información. Ahora, las preguntas que cabe hacernos son: ¿Quién usa esa información? ¿La información divulgada en una *selfie* puede ser redituable para un tercero?

Es por estos motivos que necesitamos el acompañamiento de los aportes teóricos desarrollador por Michel Foucault. El concepto que tomaremos es el de *panóptico*. Foucault toma esta idea del economista y filósofo Jeremy Bentham, la cual refiere a un modo de construcción arquitectónica que posibilita el control y la vigilancia de un conjunto de individuos quienes están bajo la mirada de un guardia. Estos individuos alojados en celdas son vistos y auscultados por quien vigila, mientras que este último no

puede ser visto por sus vigilados. Con respecto a este concepto Foucault manifestó que lo importante de este mecanismo de vigilancia es “inducir en el detenido un estado consciente y permanente de visibilidad que garantiza el funcionamiento automático del poder”²². Lo cual explica que lo importante en el corto plazo es que la vigilancia quede internalizada en el sujeto. Que se sienta mirado aunque efectivamente no lo sea.

Este concepto le permitía a Foucault analizar las formaciones sociales de los siglos XVIII y XIX; época en la cual primaba la necesidad de adaptar los cuerpos al ritmo de trabajo de las fábricas. Se buscaba extraer de los cuerpos la mayor cantidad de energía posible y ponerla a disposición del sistema productivo capitalista. A medida que el sujeto es vigilado por especialistas que toman a cargo su cuidado, el accionar del cuerpo se vuelve medible, los movimientos se cuantifican y pueden ser descompuestos a su mínima expresión. En el acto de vigilar, al cuerpo se le extraen informaciones sobre su composición, su cuidado y manutención, mientras que al sujeto se le imprimen reglas de juego en las que podrá moverse con soltura dentro de los límites propuestos. Pasado esos límites vendrá el castigo, la pena, la suspensión en el caso de las fábricas o la persecución en el caso de los infractores de la ley. Este esquema de vigilancia tal como lo plantea Foucault alcanzó su máximo desarrollo en el siglo XX, donde se buscaba crear *cuerpos dóciles*²³ para acoplarlos al modelo de fábrica fordista.

Entrado el siglo XXI, intuimos que el modelo de panóptico tal como lo propuso Foucault ha quedado un poco rezagado. Las redes de poder se siguen extendiendo pero bajo otra lógica, conformando lo que Gilles Deleuze denominó *sociedades de control*. Lo que caracteriza a este tipo de formaciones sociales es que “el lenguaje numérico del control esta hecho de cifras, que marcan el acceso a la información, o al rechazo. (...) Los individuos se han convertido en “dividuos”, y las masas, en muestras, datos, mercado o bancos”²⁴. Entonces, según este pensador, estamos habitando un nuevo esquema de sociedad donde el control se ejerce en la forma de datos, informaciones, facilitando la extensión de la red de poder, convirtiéndola en menos visible, pero no por eso menos presente. Estamos asistiendo a una flexibilización del control. A partir de esto, el estatuto

²² Foucault, Michael, “El panoptismo” en *Vigilar y castigar: nacimiento de una prisión*, 2da edición, Siglo Veintiuno Editores, Buenos Aires, 2009, 233.

²³ Foucault, Michael, “Cuerpos dóciles” en *Vigilar y castigar: nacimiento de una prisión*, 2ª ed. 1 a reimpr., Siglo Veintiuno Editores, Buenos Aires, 2009, pág 157.

²⁴ Deleuze, Gilles: “Posdata sobre las sociedades de control” en *El lenguaje libertario* Christian Ferre (Comp), Nordan, Montevideo.

del cuerpo y de los sujetos cambia. En referencia a nuestro tema vamos a ver cómo se construyen estos cuerpos en la fotografía, que dicen de sí mismo, y cómo esos datos compartidos por los sujetos entran en el mercado de la información y adquieren un valor.

A modo de guía planteamos una afirmación respecto de las *selfies* como fenómeno social, que iremos desarrollando a lo largo de este escrito. La misma reza:

“Las *selfies*, en tanto imágenes técnicas construyen un nuevo modelo de control, produciendo la inversión del panóptico foucaultiano. Los sujetos a partir de sus relatos alterdirigidos plasmados en la red aportan información continua sobre sus vidas, haciendo que se disponga de mayor conocimiento sobre sus movimientos, gustos, preferencias. Logran que haya una superabundancia de información que luego es utilizada por las empresas o las instituciones gubernamentales para obtener beneficios de tipo político o económico. Con las *selfies*, la coerción de las viejas instituciones ceden paso a un control participativo de los individuos.”

A modo de cierre, queremos establecer de forma clara que este ensayo manifiesta incomodidad respecto de aquellas visiones que intentan explicar el fenómeno de las *selfies* de modo escueto y simplista, aduciendo que las mismas son indicios de la personalidad de un sujeto narcisista. Intuyen que un conjunto de sujetos tienen un amor exacerbado hacia sus personas o que los mismos poseen un ego, que supera el límite de lo aceptable, lo que los impulsa a sacarse *selfies* constantemente.

En la actualidad circulan en los medios masivos interpretaciones que retoman la palabra de especialistas en psiquiatría, quienes a partir de estudios realizados sobre una muestra reducida, llegan a conclusiones que luego pretenden, con total impunidad, aplicarlas a la totalidad de los individuos. Es así como el diario *Infobae* nombrando una investigación realizada en Estados Unidos dice: “La investigación, llevada a cabo por el profesor Jesse Fox de la Universidad de Ohio, Estados Unidos, encuestó a 800 hombres de entre 18 y 40 años y encontró que aquellos que comparten más *selfies* en las redes sociales son más propensos a mostrar síntomas de psicopatía, un trastorno de la personalidad caracterizado por conductas antisociales. También, confirma la creencia común de que los hombres que comparten *selfies* en línea tienen tendencia a ser narcisistas.²⁵ En este mismo sentido otro artículo del diario *Clarín* sentencia que “las *selfies*, ese nueva senda de la vanidad, ese recurso maravilloso para cultivar el narcisismo por otros medios, nos permite capturar

²⁵ (12 enero 2015). Los fanáticos de las selfies son "narcisistas" y "antisociales". *Infobae*. Recuperado de <http://www.infobae.com/2015/01/12/1620508-los-fanaticos-las-selfies-son-narcisistas-y-antisociales/>

para mostrarnos y mostrar nuestro propio rostro, y ensimismarnos.”²⁶. Por su parte el diario español *El Confidencial* da su explicación del fenómeno y dice: “cuanto más tiempo pasa una persona en redes sociales posteando numerosos retratos de sí mismo, mayor es su grado de narcisismo y psicopatología”²⁷. Este tipo de explicaciones se las puede encontrar diseminadas en muchísimo artículos periodísticos, sin embargo las causas nunca son conocidas y todo queda reducido a un rasgo particular de la psicología de un sujeto. Desde luego que este ensayo se opone a este tipo de generalizaciones.

La intención que prima es echar una mirada sobre el fenómeno *selfie*, entrecruzando los aspectos técnicos y culturales, sin descuidar por supuesto el contexto social y económico en el que se produce. Creemos que este tipo de análisis donde se piensa al fenómeno desde distintas aristas es mucho más valioso que aquellos que intentan explicarlo sólo mediante una característica de la personalidad.

²⁶Wiñazki, M. (15 agosto 2014). Las selfies, una revolución del narcisismo y del fotoperiodismo. *Clarín*. Recuperado de http://www.clarin.com/sociedad/selfies-revolucion-narcisismo-otoperiodismo_0_H10XCw55D7e.html

²⁷ (26 mayo 2016). Así son los adictos a los 'selfies' según la ciencia. *El Confidencial*. Recuperado de http://www.elconfidencial.com/alma-corazon-vida/2016-05-26/selfie-psicologia-narcisismo-redes-sociales_1206581/

Estado del arte

Antes de adentrarnos en el análisis del fenómeno *selfie*, es menester hacer mención de algunas tesinas que han sido consultadas para este trabajo. Las mismas si bien no abordan directamente el tema de las *selfies*, ponen el acento en el uso que se hace de las redes sociales, explorando los perfiles construidos, las normas de seguridad que rigen esos espacios y los tipos de interacción que se producen entre los usuarios. En este sentido son útiles para aportar ideas a este ensayo.

Jésica Rosenberg y Maria Victoria Pueblas en su tesina titulada *Facebook como dispositivo de control social. Una mirada crítica*, elaboran un minucioso análisis de diversos perfiles de Facebook para ver cuál es la información que vuelvan los usuarios en dicha red. Investigan las modalidades y frecuencias de uso, las motivaciones que movilizan a las personas a abrir un perfil, y el modo en que permiten o restringen el acceso de su perfil a otros usuarios. Tras haber realizado varias entrevistas en profundidad definen el imperativo *deber estar*²⁸, como una de las motivaciones principales que lleva a los usuarios a compartir sus vidas en la red. Las personas buscan pertenecer a un grupo social, y formar parte de los intercambios realizados a través de esa plataforma. En su estudio concluyen que Facebook funciona como una gran estructura de información, configurando un “dispositivo de control que hace eje sobre el cuerpo especie”²⁹, donde cada sujeto es valioso según la información que aporte. Esa información singular, personalizada e individualizante, ayuda a que las empresas puedan capitalizar esos datos con el propósito de vender servicios acorde al gusto de cada individuo.

En su tesis *Técnica y comunicación en Facebook. Nacimiento de una identidad virtual*, Ezequiel Ambrustolo y Ana Karina Zenklusen, abordan un estudio sobre perfiles de Facebook. El foco de análisis está puesto en los movimientos realizados para construir una identidad virtual. Exploran cómo la vida real participa de la estructura de esta red social, en la que a partir de una serie de herramientas digitales se desarrolla un sujeto virtual. La creación de un sujeto que tenga existencia en el mundo virtual se sustenta en los textos que la red permite compartir, en lo que cada uno diga de sí mismo a través de los comentarios publicados, y por supuesto, mediante el conjunto de fotografías cargadas

²⁸ Pueblas, M.V y Rosenberg, J (2011). *Facebook como dispositivo de control social. Una mirada crítica*. (Tesis no publicada). Facultad de Ciencia Sociales, Universidad de Buenos Aires, Buenos Aires.

²⁹ *Ibíd.*

en la plataforma. Todos estos datos son indicios de la vida de un sujeto concreto, donde se revelan particularidades, gustos y preferencias. Pero, los autores tienen en cuenta que siempre existe la posibilidad de falsificar la información que los usuarios vuelcan en la red. Contemplan que Facebook puede servir como herramienta de control de los individuos, pero que estos también pueden “resistir, hacer rizoma, consiste en abrirse de la raíz originaria, de redoblar la manipulación del dispositivo devolviéndole chacharas, hacer chistes en una película dramática”³⁰. A partir de ese escamoteo y la posibilidad de divulgar información falsa, se podrán crear tantos perfiles como sean posible, encarnando múltiples sujetos, sin que ello implique una pérdida de identidad para el sujeto concreto. Esta tesina no buscó demonizar a las redes sociales como instrumento de recolección de datos. Por lo contrario, puso el foco en la posibilidad de compartir información entre miles de usuarios, generando a partir de ello un uso democrático de ese canal de comunicación. Alientan a ver las posibilidades de interacción que abren las redes, antes de estigmatizarlas con el signo de lo negativo y lo perverso.

Por último, vamos a hacer mención de la tesina *Yo soy más que Facebook. Cómo se construye identidad virtual en Facebook y la incidencia de la técnica moderna*, a cargo de María Pérez y Natalia Severi. Las autoras plantean que los sujetos en la vida real, dependiendo del ámbito en que se encuentren y del rol que deban cumplir, resaltarán determinadas características de sí para ofrecerlas a los demás. En el mundo virtual, de manera similar, los sujetos seleccionarán “(...) las características que consideren como las más adecuadas para mostrarse y que los otros los vean. (...) dentro de la realidad virtual deberán revelarse de una determinada manera y cada uno elige cuál cree que es la más adecuada”³¹. Además, las autoras plantean que no se podría volver a una vida pre-redes, ya que la gran mayoría de los sujetos las interiorizaron en su vida cotidiana. Cuidan de ellas y se ocupan de mantenerlas actualizadas. La vida virtual vendría a ser tan importante como la vida real misma.

Una vez nombrados estos aportes estamos en condiciones de sumergirnos en el mundo de las *selfies*.

³⁰ Ambrustolo, E y Zenklusen, A.K. (2010). *Técnica y comunicación en Facebook. Nacimiento de una identidad virtual*. (Tesis no publicada). Facultad de Ciencia Sociales, Universidad de Buenos Aires, Buenos Aires.

³¹ Perez Paradiso, M.C y Severi, N.R. (2015). *Yo soy más que Facebook. Cómo se construye identidad virtual en Facebook y la incidencia de la técnica moderna*. (Tesis no publicada) Facultad de Ciencia Sociales, Universidad de Buenos Aires, Buenos Aires.

CAPÍTULO 1: EL UNIVERSO DE LAS SELFIES

Algunas consideraciones semióticas

Vamos a ingresar propiamente en el mundo de las *selfies*. En el momento en el que se ingresa a la red social Instagram y en el buscador se escribe la palabra *selfie*, se despliegan un sinnúmero de fotografías y el contador indica que hay más de doscientas ochenta y ocho mil fotografías de este tipo. Cada una muestra un sujeto específico, una persona individual, con una historia probablemente singular e irrepetible. A pesar de las particularidades de cada una de las fotos, es posible rastrear un hilo conductor que comparten en común. Veamos algunos de los rasgos más sobresalientes.

En primer lugar, hay un conjunto de características que las distingue de otros tipos de fotografías que las precedieron. En este sentido se reconocen dos variables como la esencia propia de estas fotos. La autora Liset van der Laan sostiene en sus escritos que hay dos elementos indispensables para la existencia de las *selfies*: “the front facing-camera and the distribution of imagen through social media. These two variables make *selfies* different from other, earlier, media of self-imaging. The front facing camera of a smartphrone allows an individual to simultaneously see the reflection and record it”³². Por lo tanto, tenemos un elemento técnico que permite la génesis de las *selfies*. En cuanto queremos poner en práctica este tipo de fotografías necesitamos contar con un dispositivo móvil que tenga una cámara frontal. Luego de la toma, esa imagen obtenida será compartida a través de las redes sociales.

Pasemos ahora al análisis concreto de una de las *selfies* más conocidas de la historia, para encontrar en ella rasgos comunes a todos los tipos de *selfies*. La foto elegida tuvo lugar en febrero del 2014 en la ceremonia de entrega de los Oscar, cuando la presentadora encargada de dirigir el evento, invitó a un grupo de actores a que se sumasen a una *selfie* grupal. Dicha *selfie* tiene el mérito, por decirlo de alguna manera, de ser la *selfie* más retwitada de la historia. Luego de haber sido subida a Twitter, fue compartida más de veinte millones de veces por varios usuarios alrededor de todo el mundo.

³² (...) la cámara frontal y la distribución de las imágenes por redes sociales. Estas dos variables hacen que las *selfies* sean distintas de las autoimágenes que las antecedieron. La cámara frontal de los teléfonos permiten a los sujetos de forma simultánea ver sus reflejos y grabarlos. Laan, Liset van der. (2015). *Not just another selfie. An exploration into the technical and interface affordance that shapes self-representation in fitness selfies*. Utrecht University . Holanda.



A simple vista se puede ver un grupo de actores, todos ellos mundialmente conocidos, siendo partícipes de una ceremonia prestigiosa dentro de la industria cinematográfica. Estos rostros nos resultan familiares por la exposición mediática de la que gozan en sus ámbitos profesionales. Pero tenemos que saber que en las *selfies* grupales, que podemos encontrar por doquier, las expresiones y los modos de disponer la fotografía son similares, a pesar del anonimato de las personas retratadas.

La primera característica que hay que resaltar de las *selfies* es la persistencia que muestran los cuerpos, poniendo especialmente foco en el rostro, por inscribir a los sujetos en el campo de la visibilidad. En este sentido, Roland Barthes cuando analizaba las propiedades de las fotografías apuntaba que “la fotografía es más que una prueba: no muestra tan sólo algo que ha sido, sino que también y ante todo demuestra que ha sido. En ella permanece de algún modo la intensidad del referente, de lo que fue y ya ha muerto.”³³ En cuanto hablamos de referente en el campo de la imagen nos referimos precisamente a ese sujeto/objeto que permanece frente al objetivo de la cámara y es congelado en la imagen fija. En el caso de las *selfies* ocurre de la misma manera. Tenemos a un sujeto o a un grupo de ellos que se constituyen como referentes en el acto de posar. La identidad de los sujetos, su inscripción corporal y la singularidad de sus rostros queda adherida a la imagen. Podríamos decir que las *selfies* son una imagen-cuerpo, donde la materialidad del sujeto busca asirse en la imagen, en un intento por perdurar más allá del tiempo propio

³³ Barthes, Roland. *La cámara lúcida. Notas sobre la fotografía*. 1ª ed. 9ª reimp, Paidós, Buenos Aires, 2013, pág 22.

de la foto. Ahondando en su explicación, Barthes agrega “llamo “referente fotográfico” no a la cosa facultativamente real a que remite una imagen o un signo, sino a la cosa necesariamente real que ha sido colocada ante el objetivo y sin la cual no habría fotografía.”³⁴ En el caso de nuestra *selfie*, sabemos que si los actores no hubiesen establecidos sus cuerpos frente a la cámara, tal foto jamás hubiese existido. No habría rastro de la misma. Entonces sin referente no hay *selfies*, o mejor dicho no hay fotografía.

Prosiguiendo por una línea de análisis semiótica, tenemos que delimitar a qué tipo de signos pertenecen las *selfies*. Para ello vamos a valernos de los aportes realizados por Philippe Dubois, quien busca delimitar el campo específico en el que se insertan las representaciones fotográficas. En un intento por trazar una comparación con las artes plásticas, Dubois advierte que en la pintura, la representación guarda la posibilidad de no tener ningún tipo de parecido con aquello que representa. Es decir, el pintor que decide pintar un rostro o un sujeto de cuerpo entero, no tiene la necesidad de disponer frente a sus ojos a una persona concreta. Por el contrario, la imagen plasmada en el lienzo no guarda una relación intrínseca con ningún sujeto existente, sino que puede ser el resultado de una actividad mental del pintor.

En la fotografía esta relación entre la imagen y el sujeto fotografiado está guiada por otra premisa. En este sentido Dubois reconoce que “la imagen foto se torna inseparable de su experiencia referencial, del acto que la funda. Su realidad primera no confirma otra cosa que una afirmación de existencia”³⁵. Entonces, podemos postular que toda *selfie* guarda una relación directa y única con el entorno en el cual fue sacada. Al ver una *selfie* intuimos que el sujeto auto retratado ha tenido una inscripción geográfica y temporal al momento de la toma. La *selfie* no surge en un vacío. Lo manifestado ha tenido lugar en un sitio específico y en un tiempo propio ya pasado. A partir de ello, Dubois toma la clasificación pierciana de los signos, y concluye que la fotografía se inscribe en la categoría de índice. Ahora cabe preguntar sobre la especificidad de los índices. ¿Cuál es la relación que mantiene un objeto con la imagen que lo representa?

Para responder a este interrogante, Dubois plantea que “los index o (índices) son signos que mantienen, o han mantenido en un momento dado del tiempo, con su referente (su

³⁴ *Ibíd*, pág 120.

³⁵ Dubois, Philippe. “De la verosimilitud al índice”, en *El acto fotográfico*, Ediciones Paidós Ibérica, Barcelona, 2010, pág 51.

causa) una relación de conexión real, de contigüidad física, de correspondencia inmediata, mientras que los íconos se definen más bien por una simple relación de semejanza atemporal y los símbolos por una relación de convención general”³⁶. Las *selfies* en tanto subtipo de fotografía, también son susceptibles de ser enmarcarla dentro de la clasificación de los índices. En el momento de la toma, el instante crucial que otorga a las *selfies* su carácter de índice es ese período fugaz que dura milisegundos, donde el objetivo de la cámara apresa a los sujetos fotografiados de un tirón contundente. Es ese momento donde la unión entre el sujeto fotografiado que sirve de referente, y la imagen creada a partir de él son imposible de disolución. No habría posibilidad de lograr una *selfie* sin un sujeto que pose frente a una cámara.

Pero, lo que debemos considerar es que en el momento de la obturación, el hombre no tiene la posibilidad de intervenir sobre el mecanismo de la cámara; el proceso ocurre automáticamente donde la única acción posible de ejecutar es oprimir el botón y esperar a que la imagen se revele en la pantalla. El automatismo de la cámara y el milisegundo de la toma, hace que la *selfie* sea un *mensaje sin código*³⁷. Sin embargo, en el momento previo y en el momento posterior a la toma, el sujeto contemplará una serie de decisiones que podrán modificar la esencia de la fotografía; con ello nos referimos a decisiones respecto del ángulo de toma, respecto del foco elegido en el momento previo al disparo, mientras que posteriormente a la obtención de la foto podrá optar por aplicar una variedad de filtros y herramientas de edición con el propósito de mejorar la imagen. También, tomará la decisión de compartir o no esa imagen. En esas dos instancias la *selfie* sería *retomada y reinscrita*³⁸ en una multiplicidad de códigos estéticos, culturales y sociales que abrirán su significación a un sinfín de interpretaciones.

Es posible apreciar que las *selfies* sirven como medio para que los sujetos puedan constituirse como referentes fotográficos, y a partir de allí prestarse a una exhibición. El disponer de una imagen de uno mismo es ratificar la presencia del sujeto en un determinado tiempo y lugar. Es la constatación de que algo ha sido tal cual lo muestra la imagen. Aquí cabría la chance de preguntarnos, ¿Cuál es la motivación que dispone a un individuo a tomar *selfies* en distintas circunstancias y a compartirlas en las redes sociales?

³⁶ Dubois, Philippe. “El acto fotográfico”, en *El acto fotográfico*, Ediciones Paidós Ibérica, Barcelona, 2010, pág56.

³⁷ Barthes, Roland. “El mensaje fotográfico”, en *Lo obvio y lo obtuso. Imágenes, gestos, voces*, Ediciones Paidós Ibérica, Barcelona, 1986, pág 13.

³⁸ Dubois, Philippe. Op. Cit, pág 82.

Podríamos esbozar una respuesta rápida y contestar que la toma de una *selfie* está basada en el temor.

Dubois al proseguir su análisis del acto fotográfico destaca una particularidad de las fotografías a la que denomina *principio de atestiguamiento*³⁹. En tanto la fotografía vale como índice por estar en una relación de proximidad física con su referente, se establece que dicho vínculo es único y siempre va a remitir a la existencia de un objeto concreto plasmado en la fotografía. Es decir, que mediante la técnica fotográfica los sujetos disponen de un medio para dar cuenta que han estado en el lugar que muestra la *selfie*, o que han compartido tal o cual evento con alguien, etc. Por lo tanto, las *selfies* constituyen un medio de acreditación. Barthes, por su parte, concluye con la idea de que “la fotografía no dice (forzosamente) *lo que ya no es*, sino tan sólo y sin duda alguna *lo que ha sido*. (...) la fotografía jamás miente: o mejor, puede mentir sobre el sentido de la cosa, siendo *tendenciosa* por naturaleza pero jamás mentir sobre su existencia”⁴⁰. A partir de una *selfie* es imposible negar la existencia de un individuo. Al mirarla sabemos que algo ha acontecido; que *ha sido* tal como lo muestra la imagen, a pesar de que pueda contener algún elemento alterado o resaltado con el propósito de lograr mayor impacto. Pero en esencia, lo más importante es que hubo un sujeto que posó frente a su cámara e imprimió parte de su persona en una *selfie*, haciendo que esta valga como certificado de presencia. Las *selfies* son el nuevo medio para atestiguar que uno existe, para dar información sobre sus actividades y su vida cotidiana.

Hay un último detalle que no podemos pasar por alto. Toda *selfie* va a presentar una fisura, una separación entre el tiempo de toma y el tiempo de consumo de esa imagen. Así como también se produce un desfasaje geográfico. Para expresarlo en otros términos, decimos que el momento de autofotografiarse no es el mismo en el que esa foto es vista por un tercero. Si el tiempo avanza linealmente es imposible atravesar dos veces la misma instancia temporal. No hay unión entre estos dos extremos. Lo mismo ocurre a nivel del espacio. La *selfie* pudo ser sacada por un sujeto estando en un lugar concreto, supongamos la habitación de su casa, y ser vista por otra persona que en el momento de contemplarla está atravesando otro lugar, espacio o territorio.

³⁹Dubois, Philippe. Op. Cit, pág 67.

⁴⁰Barthes, Roland. Op.Cit, pág 133.

Entendemos que las *selfies* extraen una porción del tiempo, la congelan. Pero esa imagen al instante comienza a ser devorada por los instantes subsiguientes. El tiempo nunca se detiene, y la fotografía siempre nos habla de un pasado por más próximo que pueda estar temporalmente. En este sentido John Berger sostiene que: “la cámara separa una serie de apariencias de la inevitable sucesión de apariencias posteriores. Las mantiene intactas.”⁴¹ Las *selfies* operan en el mismo sentido. El sujeto se toma un autorretrato, congela una porción de tiempo en el que se inscribe, pero al compartirla en las redes sociales, el tiempo se ha desplazado hacia adelante y la *selfie* nos habla de lo ya sucedido.

Aquí podemos retomar la afirmación de que la motivación de las *selfies* está basada en un temor. El temor del que hablamos refiere al miedo de caer en el olvido. Si toda *selfie* nos habla de algo ya acontecido por más próximo que se encuentre, pronto es devorado por el caudal de imágenes que le suceden a esa toma específica. E inevitablemente inicia su ciclo a caer en la nada, a salirse de la zona de recuerdo. El temor de ser olvidados, conlleva a que el sujeto busque un medio para dar testimonio de su existencia. Certificar la presencia a través de una *selfie* inscribe la existencia del sujeto en un tiempo determinado; sin embargo al instante se vuelve obsoleta. Lo que muestra la *selfie* ya ha sucedido y forma parte del pasado. Luego, el sujeto tiene que tomar una nueva fotografía para volver a hacerse presente, a ratificar su aquí y ahora.

La infinidad de *selfies* que guardan parecidos entre sí, no son más que gritos desesperados de individuos aislados intentando asir su presente en un caudal de imágenes que no cesa de multiplicarse por doquier. En el remolido del caudal, siempre cabe la posibilidad de perderse y que los restantes individuos te olviden rápidamente. Es allí cuando surge nuevamente la necesidad de confirmar la presencia de uno mediante una *selfie*. Lo importante es perpetuarse en la memoria de otro, anclarse en el recuerdo para que se otorgue algún tipo de consideración al que lucha por no caer en el olvido.

Toda *selfie* implica un temor. No se fotografía para recordar. Se fotografía para dar testimonio de existencia. Se fotografía para no caer en el olvido, y por ende evitar la muerte.

⁴¹ Berger, John. “Usos de la fotografía”, en *Mirar*, 5a ed, Ediciones de la Flor, Buenos Aires, Argentina, 2013, pág70.

Lo impenetrable

La posibilidad de tomar fotografías está vinculada a un desarrollo técnico sin el cual ésta no hubiese sido posible. La obsesión que tenían los primeros inventores de generar una copia exacta de la realidad, se concretó en el momento en que la fotografía salió a la luz a mediados del siglo XIX. Varias fueron las modificaciones que sufrieron los dispositivos de captación, así como también las ópticas que los acompañaban y las técnicas de revelado que fijaban la imagen sobre el papel. Al llegar la era digital en las últimas décadas del siglo XX, el rollo cae en desuso y cede paso a los sensores electrónicos.

La *selfie* es producto de la era de la digitalización, que trajo como corolario la invención y mejora constante de los llamados *dispositivos móviles*. Cuando indagamos sobre esos dispositivos nos encontramos con que los enunciados que incitan a adquirir este tipo de artefactos, justifican su compra en términos de eficiencia. Los detalles técnicos sobre el funcionamiento del aparato son los que buscan argumentar el porqué de su utilidad. “Los fabricantes de teléfonos inteligentes, especialmente en la gama media y alta, comenzaron a dotar a sus cámaras secundarias con un sensor cada vez más poderoso”.⁴² Este fragmento citado nos mueve a pensar sobre la manera de hablar acerca de la tecnología. Vemos que la premisa latente es el convencimiento de que transitamos por un camino de mejora ininterrumpida, donde los dispositivos de los que hoy nos servimos prontamente quedarán sustituidos por artefactos de versiones mejoradas. La promesa de una mejora continua nos moviliza hacia un futuro donde probablemente estaremos rodeados de aparatos completamente mecanizados, que no requerirán de la intervención humana para funcionar. Mientras tanto, en el recorrido de nuestro tiempo presente, la idea de mejora se sustenta en resaltar las cualidades técnicas de los aparatos. De esta manera nos vemos inundados en nuestras conversaciones diarias de una serie de términos técnicos. Megapíxeles, sensores de gran tamaño, objetivos con mayor apertura, flashes con destellos más intensos y mejor controlados, son algunas de las palabras que se cuelan en el vocabulario para avalar el progreso.

Un artículo relativo a los smartphones reza: “dentro de la gama alta de referencia encontramos una subida general de megapíxeles, inclusión de flash de tipo LED y

⁴² Bellucci, Marcelo. (7 diciembre 2016) “Verano, sol y un buen smartphone para selfies”. *Clarín*. Recuperado de http://www.clarin.com/next/Verano-sol-buen-smartphone-selfies_0_S1c3PmIQI.html

aperturas que mejoran los resultados incluso cuando la luz escasea”⁴³, donde concluyen diciendo que “Sony es el que más detalle nos permite por la resolución de su sensor”⁴⁴. Estas citas ejemplifican cómo es el funcionamiento discursivo de la técnica. Ella misma explica y avala su funcionamiento a partir de propiedades exclusivamente técnicas. Estas explicaciones son las que repelía Heidegger cuando planteaba que lo propio de la técnica no es en absoluto algo de índole técnico.

Dentro de la industria de la informática se elaboran términos que comienzan a ser de uso corriente una vez que entran en el flujo de la sociedad. Ideas tales como la de sensores mejorados, velocidad de obturación mayor, resolución de pantalla y herramientas de retoque son utilizadas para comparar el rendimiento y la funcionalidad de los dispositivos ofrecidos en el mercado. Son términos que ponen a funcionar a la técnica pero no nos dicen nada de la esencia de la misma. En este sentido Héctor Schmucler nos habla de un *tecnologismo* que se instaura como ideología dominante, haciendo que los discursos sobre la técnica se tornen opacos y no expliquen nada sobre el carácter constitutivo de la misma. Schmucler plantea que: “cuando la técnica solo admite su propia mirada para afirmar *que es lo que es*, no propicia reflexión alguna *sobre* la técnica sino que produce discursos *de* la técnica que, al autocomplacerse, diluye su distancia con la naturaleza, se vuelve naturaleza ella misma”⁴⁵. A partir de lo dicho, vemos que los discursos que abordan la promoción de los dispositivos desarrollados para tomar *selfies*, trabajan de la misma manera. La garantía de su funcionamiento se apoya en la eficacia que logran en la captación de la imagen, en la comodidad de su transporte y en la facilidad de su uso, pero en ningún momento se explica por qué esos dispositivos deberían usarse, o cuáles son las ventajas o desventajas que traen para la vida de los hombres. El rasgo distintivo de esos enunciados es que en tanto tautologías son *frases terriblemente efectivas*.⁴⁶

La técnica al postularse como ideología, nos otorga una serie de discursos que la naturalizan y avalan su funcionamiento; además pone en marcha una industria basada en el desarrollo de dispositivos, artefactos y máquinas que implementamos en nuestra vida

⁴³ Penalva, Javier. (2 junio 2016). Cámara frontal y selfie: comparativa fotográfica entre los mejores smartphones de gama alta. *Xataka*. Recuperado de <https://www.xataka.com/analisis/camara-frontal-y-selfie-comparativa-fotografica-entre-los-mejores-smartphones-de-la-gama-alta>

⁴⁴ *Ibíd.*

⁴⁵ Schmucler, Héctor: “Apuntes sobre el tecnologismo y la voluntad de no querer”, en Revista Artefacto n°1, Buenos Aires, diciembre 1996, pág 6.

⁴⁶ Marcuse, Herbert: “El cierre del universo del discurso” en *El hombre unidimensional*, Planeta, Barcelona, 1993, pág 132.

diaria. Más correcto sería decir que esos dispositivos modelan el entorno en el que nos desenvolvemos. Nosotros ponemos esos medios en funcionamiento, pero evitamos preguntarnos sobre el porqué de la utilización de los mismos. Para ilustrar esa impenetrabilidad del funcionamiento, queremos tomar en cuenta las palabras del fotógrafo británico especializado en moda, Nick Knight. Luego de haber realizado dos importantes trabajos fotográficos disponiendo de un celular Iphone, exclamó: “puedo envolver una esfera con la imagen, puedo retirar los valores blancos y negros de una imagen. *No podría decirte cómo funciona, pero me entusiasma*”⁴⁷. Podemos notar el particular estatus adquirido por el hombre, en el que manifiesta capacidades para utilizar los dispositivos técnicos, al mismo tiempo que le es imposible explicar cómo operan. El dispositivo ha logrado una dominación sobre el hombre, cayendo éste preso de una fascinación por su uso, y reconociéndose incapaz de explicar su funcionamiento.

En esta instancia, cabe preguntarnos sobre el rol del hombre al momento de ejecutar la toma de una *selfie*. ¿Cuál es el grado de autonomía de la que dispone el sujeto cuando acciona la cámara/celular?, ¿Cómo puede actuar un hombre si desconoce el funcionamiento de un aparato?

Es interesante notar que el hombre puede actuar a pesar de no poder explicar cómo hace aquello que crea o elabora. Cada fotógrafo se encuentra relacionado con lo que Vilém Flusser denomina *black boxes*, término que refiere a los aparatos. Este pensador apunta que “precisamente lo negro de la caja es, para el fotógrafo, el motivo de hacer fotografías. Se pierde en el interior del aparato en su búsqueda de posibilidades, pero puede controlar la caja pues sabe cómo alimentar al aparato (conoce el *input* de la caja), y cómo hacerlo arrojar fotografías (conoce el *output*). Por eso el aparato hace lo que el fotógrafo quiere, si bien el fotógrafo no sabe lo que ocurre en el interior del aparato”⁴⁸.

Los celulares o cámaras con los que se toman *selfies*, no son aparatos producidos por hombres particulares, sino que son producto del desarrollo de una técnica y de una industria orientada hacia la venta de productos y servicios a escala mundial. La industria de la fotografía es movida por una serie de técnicos especializados que ensamblan y

⁴⁷ Jeffries, Stuart. (17 enero 2014). ¿Muere la fotografía? *The Guardian*. Traducción Elisa Carneli. Recuperado en http://www.clarin.com/arte/muere-fotografia-revolucion-celulares-camara_0_SjtN2tlovQe.html

⁴⁸ Flusser, Vilém: “El aparato de fotos” en *Para una filosofía de la fotografía*, 1ª ed, La marca editorial, Buenos Aires, 2014, pág 31.

configuran dispositivos para ser accionados sin mucha dificultad. Estos aparatos logran ponerse en marcha mediante un sistema de software que programa su funcionamiento y establece los parámetros de su operatividad. Cada software es un terreno donde queda definitivamente asentado las acciones que son posibles de ejecutar, al tiempo que lo no contemplado por el programa quedará excluido de devenir dentro del campo de la posibilidad. Con respecto a las *selfies* y siguiendo la palabra de Flusser podemos decir que “todas las imágenes que el fotógrafo producen son, en teoría, futurables para quien calculó el programa del aparato. Son imágenes probables. (...) de manera que no solo el gesto sino la propia intención del fotógrafo son programados”⁴⁹. Las *selfies* son imágenes técnicas, ya que su existencia solo es posible a partir de un dispositivo electrónico, cuyas posibilidades están contenidas en el programa del aparato. El sujeto está dentro del aparato, y las acciones que podrá llevar a cabo son las que el artefacto le permita. Cada una de las *selfies* que existen en la actualidad son una de las tantas opciones que contiene el software, que a pesar de ser múltiples también son limitas.

Entonces, cada vez que accionamos la cámara ponemos en marcha el software e interpelamos al mundo a través de parámetros establecidos en el aparato. Nos lanzamos en un intento por generar información de ese mundo que nos es, en algunas instancias, desconocido, y sólo capturamos una porción de él. Siendo ese rastro de información recogida moldeada y conservada según las disposiciones creadas por la industria de la fotografía.



En el caso de estas tres fotografías, y sólo a modo de ejemplo, podemos decir que cada una de ellas antes de volverse visibles, antes de pasar del campo de la imposibilidad al de la posibilidad y acontecer frente a la mirada de otro, fueron previstas con anticipación por los técnicos que construyeron los celulares con las que fueron tomadas. Estas ideas nos

⁴⁹ Flusser, Vilem: “Concretizar”, en *El universo de las imágenes técnicas, elogio de la superficialidad*, Caja Negra, Buenos Aires, 2015, pág 45.

guían hacia la respuesta de la pregunta que formulamos con anterioridad sobre la autonomía del hombre al momento de tomar una *selfie*.

Si el rol que le cabe al sujeto es accionar un dispositivo que ya fue configurado con anterioridad podemos decir que no opera con una autonomía completa; por el contrario la libertad del fotógrafo es siempre una *libertad programada*⁵⁰. Cada fotógrafo tiene una intención específica al momento de sacarse una *selfie*, podrá querer resaltar un aspecto de su rostro, de su cabello, querrá darle mayor énfasis a los elementos que están por detrás de él, entonces mueve al aparato para que accione. Ese accionar del dispositivo está movida por la intención del fotógrafo, al tiempo que esa intención está enmarcada dentro del programa del aparato. Cualquier persona que tome una *selfie* podrá creer que está actuando de acuerdo a sus gustos y que la foto resultará de tal manera porque así lo quiso. Sin embargo, desconoce que sus decisiones están ancladas a una serie de parámetros que operan sobre la exposición, la tonalidad de los colores, el enfoque, la nitidez, etc, que lejos de poder controlarlos, éstos ya fueron establecidos por un grupo de técnicos.

Si cada fotógrafo al producir *selfies*, concretiza una imagen significativa, esa información que produce del mundo es estandarizada, previamente digitada y en tanto es configurada de antemano, toda la información que da a conocer termina por ser redundante. Aquí es pertinente hacer una observación a la visión de Flusser. Él plantea que la información que aportan las fotografías es redundante ya que plasman una visión del mundo contenida en un software. Por lo tanto, cada foto singular sería una repetición de lo esperable, de lo programado para acontecer. Más allá del carácter de redundancia, es necesario poner atención en que la información que despliegan las *selfies* una vez compartidas en la red, puede ser utilizada por los gobiernos y las empresas privadas con el objetivo de clasificar a los sujetos, dividirlos en grupos de consumo y generar a partir de allí estrategias de control o venta de servicios adecuados según los gustos de cada uno. La idea es pensar que la información que aportan las *selfies*, más allá de su carácter repetitivo, puede tener utilidad desde el punto de vista económico.

En tanto la información es esperable, ya que no es más que la actualización de una de las posibilidades del programa del aparato, la verdadera tarea es luchar contra esa oscuridad de las cajas negras que producen *selfies* de forma predeterminada. Flusser nos dice que

⁵⁰ Flusser Vilem: "El gesto en el arte de fotografiar", en *Para una filosofía de la fotografía*, 1ª ed, La marca editorial, Buenos Aires, 2014, pág 39.

“la tarea de la crítica de imágenes técnicas es pues precisamente la de des-ocultar los programas tras las imágenes. La lucha entre los programas muestra la intención productora humana. Si no logramos ese desciframiento, las imágenes técnicas se volverán opacas y darán origen a una nueva idolatría”⁵¹. Si el hombre juega en contra de las posibilidades del aparato, será capaz de producir información nueva sobre el mundo. Esta actividad Flusser se la encomienda a los artistas, con el propósito de evitar la caída en la idolatría. En cuanto el hombre se proponga esa meta y cuestione la funcionalidad del dispositivo que permite concretizar una *selfie*, podrá *experimentar el aliento de una verdad más inicial*⁵². Ese desocultar no sólo produciría información inédita en tanto propone una aproximación nueva entre la fotografía y el mundo que le sirve de material, sino que también, tendría consecuencias prácticas en la vida política y social. Tal como lo indica John Berger es posible definir una práctica alternativa en el campo de la fotografía. Él reconoce que “el sistema puede asimilar cualquier fotografía. Pero sería posible empezar a utilizarlas conforme a una práctica dirigida a un futuro alternativo. Este futuro es una esperanza necesaria ahora, si lo que queremos es mantener la lucha, una resistencia, contra las sociedades y la cultura del capitalismo”⁵³.

En la actualidad, la redundancia es el carácter que prima en las *selfies* y en las fotografías en general, en tanto aportan informaciones programadas. Pero antes de caer en el temor de la repetición, es posible luchar contra el programa y generar información desconocida. En los usos alternativos de las *selfies* está la posibilidad de mejorar el presente, y preservar el futuro.

⁵¹Ibíd, pág. 47.

⁵² Heidegger, Martín: “La pregunta por la técnica” en *Ciencia y técnica*, Editorial Universitaria, Santiago de Chile, 1983, pág 99.

⁵³ Berger, John. “Usos de la fotografía”, en *Mirar*, 5ª ed, Ediciones de la Flor, Buenos Aires, 2013, pág76.

¿Dónde quedó el aura?

La época actual en la que se inscribe nuestra existencia se caracteriza, entre otras cosas, por la presencia de dispositivos técnicos que nos ponen en contacto con otras personas, al tiempo que modelan el ámbito temporal y espacial en el que nos desempeñamos. El desarrollo de la informática iniciado a mediados del siglo XX, favoreció la invención y puesta a punto de un conjunto de dispositivos móviles que hoy llevamos con nosotros a todas partes. La característica más peculiar de estos artefactos es su capacidad para acceder a redes de datos, gracias a su conexión a internet. De esta manera, la posibilidad de recibir y emitir información ha sufrido una deslocalización. Ya no es necesario disponer de un espacio que esté adaptado y cuente con un servicio de internet. Ahora, internet está con nosotros siempre y en todos lados, haciendo que se establezca una relación de *rapport*⁵⁴. En este vínculo, el individuo está en contacto con el sistema cultural a través de los intercambios de contenido en los que participa; a su vez, el sistema cultural está en contacto con el individuo, mientras que en un nivel horizontal se generan lazos entre distintos sujetos de manera simultánea, sin importar la localización geográfica ni el tiempo que cada uno esté atravesando. En el flujo del material compartido, cada usuario tiene la posibilidad de apropiarse de un contenido específico, ya sea una fotografía, un video, un fragmento musical, etc. A partir de esto, se abre la chance de generar nuevos contenidos introduciendo modificaciones en el original. Frente a esta situación nos preguntamos dónde se encuentra el aura benjaminiana, que antes era reconocible en la pieza original de una obra artística.

El aura, siguiendo la teoría benjaminiana, se fundaba en el *aquí y ahora* de la obra. El lugar y el tiempo en que se gestaba una pieza artística constituían “el concepto de su autenticidad”⁵⁵. Esa autenticidad era la que otorgaba valor a una obra. La misma tenía consideración en tanto había surgido en un espacio y un tiempo al que era imposible volver. A medida que aparecen medios para recrear copias partiendo de obras originales, Benjamin indica que: “las reproducciones ponen su presencia masiva en el lugar de una presencia irrepetible”⁵⁶. Con las técnicas de reproducción, las obras repetidas salen al

⁵⁴ Igarza, Roberto: “Movilidad y consumo de contenidos”, en *Burbujas de ocio, Nuevas formas de consumo cultural*, La Crujía Ediciones, Buenos Aires, 2009, pág 149.

⁵⁵ Benjamin, Walter, “La obra de arte en la época de la reproductividad técnica”, en *Discursos Interrumpido I*, Editorial Taurus, Madrid, 1982, pág 21.

⁵⁶ *Ibíd*, pág 22.

encuentro de cada destinatario produciendo un quiebre que modifica el vínculo entre el arte y los consumidores, y entre el arte y su entorno de exhibición.

Tal como demuestra Benjamin, la exhibición de las obras estaba circunscripta a espacios definidos que disponían de reglas específicas para su contemplación. En la misma dirección apunta el comentario de John Berger cuando dice que “en otro tiempo la unicidad de todo cuadro formaba parte de la unicidad del lugar en que residía. A veces la pintura era transportable. Pero nunca se la podía ver en dos lugares al mismo tiempo. La cámara, al reproducir la pintura, destruye la unicidad de su imagen. Y su significación se multiplica y se fragmenta en numerosas imágenes”⁵⁷. Podríamos decir que la técnica al propiciar la aparición de copias de un original, rompe con el carácter ritual asociado a un ámbito de exhibición cerrado. Si antes un cuadro era mostrado en una iglesia o en una galería de arte, la mirada estaba restringida a las personas que podían ingresar a esos lugares.

Luego, con la implementación de la técnica, esa misma pintura mediante la generación de copias invade múltiples ámbitos e invita a que la obra entre en contacto con otros elementos. Logrando que su significación, antes restringida al conjunto de reglas imperantes de un museo, pueda adquirir distintos matices según el ámbito de circulación. El carácter ritual de la contemplación queda abolido, y lo sustituye una práctica más democrática, donde un mayor número de sujetos entran en conexión con la obra. En el caso concreto de la fotografía, Benjamin reconoce que el “valor exhibitivo comienza a reprimir en toda la línea al valor cultural”⁵⁸. Esto indica que si bien la obra pueda ser observada por un mayor número de personas, la contemplación se vuelve dispersa, más distraída, se la sustrae de su entorno histórico y pierde fuerza el sentido político que tenían al momento de surgir. Sin embargo, reconoce que algunas fotografías antiguas son susceptibles de poseer un carácter aurático. La forma oval en la que se recortaban las fotos, la degradación de los colores, y la difuminación del enfoque logran darle a las primeras fotografías un acento especial. Dentro de este grupo, Benjamin incluye a las fotografías de familiares ya fallecidos, donde la imposibilidad de repetir materialmente lo que se produjo a nivel existencial, conlleva necesariamente una lectura nostálgica de la imagen. Posteriormente, con el desarrollo de la técnica fotográfica, Benjamin plantea que el aura empieza a ser triturada cuando “una óptica avanzada dispuso pronto de

⁵⁷ Berger, John: “Ensayo 1”, en *Modos de ver*, Editorial Gustavo Gili, 2a ed, Barcelona, 2000, pág26.

⁵⁸ Benjamin, Walter. Op cit, pág 31.

instrumentos que superaron lo oscuro y perfilaron la imagen como un espejo”⁵⁹. La claridad de la imagen termina por desplazar el aura. Si antes la oscuridad y el recorte oval le daban un aire mágico e irrepetible a la foto, éste se pierde al momento de ganar mayor luminosidad.

En esta instancia y habiendo rescatado el concepto de aura de Benjamin, nos es necesario preguntar dónde se aloja hoy ese aura. Si tenemos en cuenta que una fotografía actual, en nuestro caso una *selfie*, desde el momento de su concepción ya es pensada para ser compartida en las redes sociales, difícil resulta preguntarse por el original. En la instancia de compartirla somos conscientes que esa fotografía ingresa en un circuito de consumo, que la expone frente a la mirada de miles de personas. Nosotros dejamos de poseer control sobre la *selfie*, ya que cualquier sujeto podrá descargarla en su computadora, generando cambios en su estructura mediante la adición o sustracción de elementos del contexto. Logrará de esta forma, tener una foto distinta de la original, que a su vez, es original en sí misma. Publicar una *selfie* es, en este sentido, dar un salto al vacío. A diferencia de los cuadros exhibidos en museos y galerías, las *selfies* circulan por varias plataformas digitales, donde hay un conjunto de reglas que habilitan ciertas prácticas e inhiben otras. El significado que adquieran dependerá, en uno de sus aspectos, del contexto de visualización y del contrato de lectura habilitado en la red.

Con respecto al aura de las *selfies*, tenemos el aporte de otros autores que cambian el enfoque de este concepto benjaminiano. Por su parte Boris Groys señala que el principal problema del pensamiento de Benjamín es que percibe al espacio de circulación de la copia como un espacio homogéneo, estable y neutral. Este espacio es el que vendría a cerrar el sentido sobre la obra. Ahora, ¿Qué sucede en una sociedad donde las imágenes circulan por múltiples canales al mismo tiempo? ¿Qué sucede con el aura cuando las imágenes pueden ser transformadas, reeditadas, y mezcladas con otras imágenes?

Para apuntarnos una respuesta Groys nos dice: “no hay copias eternas tal como no hay originales eternos. La reproducción está tan infectada por la originalidad como la originalidad está infectada por la reproducción.” Y agrega: “Cada cambio de contexto, cada cambio de medio puede interpretarse como una negación del estatuto de la copia

⁵⁹ Benjamin, Walter: “Pequeña historia de la fotografía”, en *Discursos Interrumpido I*, Editorial Taurus, Madrid, 1982, pág73.

como copia, en tanto ruptura esencial, nuevo comienzo que abre un nuevo futuro”⁶⁰. A partir de lo expuesto, podríamos intuir que la pregunta por la originalidad de una *selfie* carece de sentido en el contexto digital contemporáneo. Toda *selfie* original elaborada directamente por su autor primigenio podría ser susceptible de ulteriores modificaciones mediante la aplicación de filtros, efectos y ensambles realizados por terceros. La imagen así obtenida no podría ser catalogada como una copia exacta del original, ya que diferiría en su estructura y, por ende, sufriría una alteración en el significado a comunicar. Esa segunda *selfie* intervenida ocuparía el lugar no de una copia, sino de un *nuevo original*. En la era informática todas las imágenes pueden servir de originales y devenir nuevos originales en otro contexto.

Groys insiste en que el concepto de aura no se ha perdido sino que ha cambiado de lugar, se ha desplazado. Si antes la unicidad remitía a una obra en su contexto y tiempo de producción, ahora el aura se haya en la creación de nuevos archivos digitales. El autor plantea que la producción de nuevas fotografías no se encuentra desterritorializada, por el contrario “en internet cada archivo tiene su dirección, y por lo tanto, su lugar. El mismo archivo con una dirección distinta es un archivo distinto. En internet la circulación de la información digital no produce copias, sino nuevos originales”⁶¹. Cada *selfie* es identificada con un número de archivo que le otorga un orden dentro del mundo digital. Al modificar ese archivo, se lo clasifica con otro nombre haciendo que no sea una simple copia del original como podía lograrse en el mundo analógico, sino una nueva información. Cada una de las *selfies* cargadas a la web dispone de un lugar único y definido. Además, su aparición ocurre en un lugar particular. El aura de las *selfies* radica en su carácter de rastreabilidad. Se asocia a la posibilidad de reconstruir el camino que recorrió la *selfie* hasta llegar a ser publicada. Podemos averiguar quién compartió la fotografía, desde qué computadora/servidor, y dispondremos de una localización precisa del archivo si nos es necesario consultarlo en el futuro. El aura se manifiesta en la unicidad del archivo que la almacena y la vuelve rastreable, identificable, y por lo tanto controlable.

Por su parte, la investigadora Paula Sibilía apunta en un sentido similar al sostener que poco queda del concepto benjaminiano de aura. En su libro *La intimidad como*

⁶⁰ Groys, Boris: “Política de la instalación”, en *Volverse público, Las transformaciones del arte en el ágora contemporánea*, 1ra ed, Caja Negra, Buenos Aires, 2014, pág 64.

⁶¹ Groys, Boris: “Los trabajadores del arte, entre la utopía y el archivo”, en *Volverse público, Las transformaciones del arte en el ágora contemporánea*, 1ra ed, Caja Negra, Buenos Aires, 2014, pág 144.

espectáculo aborda el estudio de las modalidades a partir de las que los individuos comparten fragmentos de su vida en los medios digitales. Plantea la idea de que los sujetos tenían la necesidad de expresar sus sentimientos, sus ideas, sus temores, y que su voz llegara a un gran número de personas. Por tal motivo, se generó la chispa para la creación de las redes sociales. La necesidad en este caso antecede a la creación. Luego, con el paso de los años, las redes sociales se fueron afianzando y pensar la vida por fuera de ellas, o para mayor precisión, sin ellas, nos resulta complicado dado el grado de imbricación que tienen en nuestros hábitos cotidianos.

A medida que aparecieron los primeros blogs personales, un sinnúmero de personas se volcaron a la red a contar de manera sintética el devenir de su vida cotidiana; posteriormente con el desarrollo de las plataformas, esos relatos escritos pudieron ser acompañados por fotografías y videos logrando así un mayor grado de verosimilitud. Varios son los casos de personas que lograron notoriedad pública a través de las historias que construían en sus relatos virtuales.

Luego de examinar los llamados “contenidos 2.0”, la autora hace notar que los relatos, ya sean escritos o audiovisuales, presentan una impronta personal muy fuerte, ya que son emanaciones directas de la vida del sujeto. El sujeto cuenta su vida, la sube a la red y la ofrece para consumo de miles de ojos que habitan el ciberespacio. A partir de allí, apunta que “el aura se desplazó de la obra hacia el artista, y ese brillo que todavía emana con tanto vigor de la figura del autor contagia la obra, aunque ésta sea cualquier cosa”⁶². Es ahora el autor de la obra quien encarna el aura que antes era competencia exclusiva de la obra. ¿Pero cómo se produce finalmente ese desplazamiento del aura?

La respuesta está orientada a depositar la atención sobre el sujeto y la manera en la que construye su *yo* en la red. Ese *yo*, partícula individual que posee lo más característico de cada uno, es moldeado en la web a partir de actos enunciativos que exhiben la vida privada del sujeto. En el caso de las *selfies*, las acciones más sencillas como tomar un almuerzo, caminar, viajar en transporte público o compartir una jornada con amigos, sirven de material para quedar plasmado en la pantalla de los celulares y animar las acciones del *yo* en la red. Quizás la *selfie* obtenida no sea capaz de sostenerse en base a su calidad estética. En cambio, su valor reside en ser la huella de una vida que se vive de forma online. A

⁶² Sibilía Paula: “Yo autor y el culto a la personalidad”, en *La intimidad como espectáculo*, 1ª ed. 3ª reimp, Fondo de Cultura Económica, Buenos Aires, 2013, pág 202.

medida que se crea el *yo virtual*, podrá gozar de una reputación que, en la época actual, se mide por la cantidad de seguidores o fans que están ávidos por consumir fragmentos de la vida de ese *yo*, ahora devenida celebridad. En cuanto el sujeto sea capaz de ganar notoriedad por los contenidos mostrados en la web, sus *selfies* y los comentarios que las acompañen “se vuelven sumamente auráticos gracias a una operación metonímica de transferencia de valores”⁶³. Ya no importa lo que la obra sea en sí misma; por el contrario importa que el *yo* sea expuesto y compartido para la mirada de los espectadores. El *yo espectacularizado* puesto en primera plana en las *selfies* es quien encarna el aura que antes correspondía a la obra.

⁶³ *Ibíd*, pág 188.

Selfies, técnica y potlatch

Ortega y Gasset en su texto *Meditación de la técnica* se pregunta acerca de la persistencia del hombre por perpetuar su existencia sobre la tierra. Hay una anotación interesante que marca el autor, y la misma refiere a que el hombre no solo quiere vivir, condición necesaria para seguir desarrollándose, sino que lo primordial del hombre en ese vivir es el vivir bien; la *vida significa para él no simple estar, sino bienestar*⁶⁴. Frente a las necesidades que afronta el hombre en su estado de naturaleza, debe en su accionar, conseguir aquello que le es indispensable para asegurar su continuidad.

La técnica, tal como la entiende Ortega y Gasset, no es lo que el hombre hace para solucionar sus necesidades; por el contrario “es la reforma de la naturaleza, de esa naturaleza que nos hace necesitados y menesterosos, reforma en sentido tal que las necesidades quedan, a ser posibles, anuladas por dejar de ser problema para su satisfacción”⁶⁵. En este sentido el accionar técnico es la adaptación del medio al sujeto, y no a la inversa. Una vez que la técnica ha entrado en su fase de desarrollo, las necesidades básicas del hombre son satisfechas. Por lo menos, ha podido valerse de alimentos, abrigo y refugio que lo protegen de los peligros de la noche. Estos avances permiten sostener la existencia por un período considerable de tiempo. A medida que seguimos el desarrollo de la técnica y nuestro propio ambiente es definido como técnico, el hombre indica Gasset se dedica a la producción de lo superfluo. El bienestar del hombre no se limita a las satisfacciones de sus necesidades físicas y biológicas, sino a la satisfacción de lo superfluo. El hombre técnico es aquel que pone su inteligencia para satisfacer sus necesidades nimias, ya que lo superfluo es lo que transforma el vivir en bien-estar.

En el caso de las *selfies* cabe preguntarnos qué es lo que ellas satisfacen. Además podemos interrogarnos sobre el aporte que realizan, en tanto elementos técnicos, al bienestar de los sujetos. En cuanto echamos un primer golpe de vista, nos percatamos que las *selfies* están imposibilitadas de cubrir necesidades de alimentación y seguridad. Entonces, la técnica que moviliza estas imágenes debe estar abocada a satisfacer otro tipo de carencias.

Si tomamos en cuenta la jerarquía de las necesidades trazadas por el psicólogo estadounidense Abraham Maslow, podríamos incluir a las *selfies* en la categoría de

⁶⁴ Ortega y Gasset, José: “Meditaciones de la técnica y otros ensayos sobre ciencia y tecnología” (selección) en *Suplemento 14 Revista Anthopos*, pág35.

⁶⁵ *Ibíd*, pág 34.

*necesidades sociales o necesidades de autoestima*⁶⁶; en tanto el hombre es un animal social, experimenta la urgencia de integrarse a un grupo, de estar en contacto con sus semejantes para sentirse contenido, para poder amar y ser amado. Además, le es menester reafirmar una confianza en su propia persona y de gozar de la estima de los otros, en la medida que le otorgan importancia y consideración. O sea, el bienestar del hombre tendría un punto de anclaje en su capacidad de estar en contacto permanente con otro y generar un vínculo que se extienda en el tiempo.

Pero, si tenemos en consideración el modo en que vivimos nosotros, vislumbramos que cada vez estamos más distanciados. Vivimos en ciudades que tienden a segmentarse por zonas, donde reglas de inclusión y expulsión entran en juego de forma constante permitiendo el ingreso o no de determinadas personas. Asistimos a ciudades conectadas por autopistas en las que el flujo de circulación hace que el contacto sea mínimo. Cada uno de los espacios que ocupamos están pensados para agilizar la movilidad. Se aboga por entrar y salir sin mayores complicaciones, donde la posibilidad de detenerse por tiempo prolongado no es contemplada. Las instancias de comunicación se vuelven más volátiles, escurridizas. Los mensajes se diseminan con premura y los tiempos de lectura se acortan de manera considerable. Pareciera que ya no hay tiempo siquiera para leer.

Frente a este panorama el sujeto puede experimentar una suerte de aislamiento, donde recluido en la intimidad de su hogar, le resulta dificultoso proyectarse sobre un futuro siempre incierto. Al tiempo que el presente no es capaz de otorgarle un proyecto sólido en el cual asentarse. Luego, el conjunto de la sociedad pone en funcionamiento su inteligencia técnica y comienza a cambiar el entorno según las necesidades de los sujetos. Así, frente al aislamiento que sufre el individuo, la técnica traza nuevas redes de contacto con características propias, con la intención de establecer un sentido de comunidad aggiornato a la época. La técnica en este sentido opera en pos del bien-estar del hombre comunicándolo con sus pares.

Dentro de las redes de contacto, las *selfies* son los eslabones que mantienen un vínculo a distancia entre individuos aislados espacialmente. El accionar de las *selfies* opera en el sentido de comunidad al hacer que los individuos sean partícipes de las redes virtuales, elaborando una identidad que los vuelve visibles. La psicoanalista Diana Litvinoff

⁶⁶ Lambin, Jean-Jacques: "El marketing y la satisfacción de las necesidades", en *Marketing estratégico*, 3ra edición, McGraw-Hill, Paris, 1995, pág 85.

reflexiona acerca del rol que desempeñan las *selfies* en la actualidad y plantea lo siguiente: “Se trata de mostrarse a uno mismo. Es ‘yo acá’, ‘yo con mi novio’, ‘yo con mi amiga’. Reafirmarse a uno mismo es algo que el ser humano busca siempre, y más en la adolescencia. Es decirles a todos ‘este soy yo’, ‘soy así’, ‘este es mi mundo’. Más en un momento donde todo está en la vidriera. Es confirmar la identidad. Mostrarse es buscar ser aceptado por los demás”⁶⁷. Lo que deja esta cita es la posibilidad de reconocer que las *selfies* como instrumento técnico, permiten satisfacer eso que Maslow denominó *necesidades sociales o de autoestima*, al generar un intercambio de fotografías. Nos exponemos voluntariamente a la mirada de otros sujetos, con la intención de acaparar su atención y lograr respuestas por parte de quien nos mira. La búsqueda de reconocimiento funciona como alivio en tanto suaviza lo trágico del aislamiento individual. Las *selfies* elaboran tejidos de contacto y por intermedio de la técnica establecen diálogos entre los participantes de las redes virtuales. Al menos en su modo online, el sujeto parece no estar solo.

Aquí podríamos afirmar que las *selfies* lejos de ser objeto inútiles, suelen responder a un fin específico. Si nos guiamos por lo expuesto anteriormente, podríamos decir que el fin buscado es el reconocimiento ajeno para afirmar la propia identidad. Resulta difícil creer que alguien tome *selfies* para consumirlas en un acto de visión solitaria. En cambio, se las toma para ser expresamente compartidas en las redes sociales. Las *selfies* nunca son un fin en sí mismo, sino que son un facilitador para lograr una meta. Podríamos plantear que las *selfies* operan en contra de lo que George Bataille denominó *gasto improductivo*⁶⁸. Según Bataille el gasto improductivo no se rige por la idea de acumular bienes para una posterior reproducción a mayor escala. Por el contrario, esta característica es propia del cálculo racional que pone en juego la industria moderna, donde partiendo de una cantidad específica de bienes se busca producir cada vez en mayor cantidad. La utilización de los mismos está guiada por una racionalidad que tiene como objetivo la obtención del mayor beneficio posible. Por su parte el gasto improductivo que Bataille ejemplifica tomando la idea de potlatch de Mauss, está sustentado sobre la base de la pérdida. En el ritual del potlatch, el intercambio de bienes se produce para obligar al destinatario del don a ofrecer una cantidad superior para la destrucción y dejarlo al abismo de la ruina. Si la racionalidad

⁶⁷ Geddes, Diego y Viétez, Ezequiel. (26 enero 2014). Las autofotos son furor y las playas se llenaron de selfies. *Clarín*. Recuperado en http://www.clarin.com/sociedad/autofotos-furor-playas-llenaron-selfies_0_rkB8Z7xivXg.html

⁶⁸ Bataille, George: “La noción de gasto”, en *La parte maldita*, Icaria Antrazyt, Barcelona, 1987, pág32.

se apoya en el concepto de conservación y reproducción, el potlatch opera en el sentido de la destrucción. No busca conservar nada.

Partiendo de esta idea, creemos conveniente plantear que las *selfies* se mantienen a distancia del potlatch. Como dijimos con anterioridad, las *selfies* tienen como fin lograr la unión de los sujetos a nivel virtual, facilitando que los mismos entren en diálogo y puedan construir redes de referencia con el propósito de desarrollar su identidad mediante el aval de un grupo de pares. El fin que persiguen los sujetos es lograr reconocimiento, y dependiendo de la trascendencia que adquieran las fotos publicadas, pueden convertirse en personajes célebres. Lo que en el mundo del espectáculo se llama *celebrity*.

Es así que para la construcción de su propio *yo virtual*, la persona tratará que su personaje sea atractivo a la mirada de los otros, a partir de una serie de fotografías catalogadas como “las mejores”. Nada parece quedar librado al azar en esta búsqueda de reconcomiendo. Hasta el más mínimo detalle es cuidado al momento de la toma. Cada *selfie* es la puesta en escena de un sujeto que busca tener un *yo virtual* en la red. A medida que crece la popularidad de ese personaje virtual, se vuelve obligatorio conservar el prestigio y el reconocimiento alcanzado. Por lo tanto, el sujeto real es forzado a seguir exhibiendo su intimidad para mantener con vida al personaje de las redes. Todo gasto aquí realizado está guiado por la racionalidad; en tanto el prestigio debe ser mantenido, hay que ejecutar acciones que mantengan visible al personaje. Entonces, nos encontramos más distantes del potlatch.

El potlatch sólo tendría sentido en una situación particular. Podemos imaginar el contexto de una persona devenida *celebrity* en las redes, que luego de alcanzar reconocimiento y fama, decide destruir el personaje que ha creado. El potlatch se sitúa en la pérdida, “la cual debe ser lo más grande posible para que adquiera su verdadero sentido”⁶⁹. La pérdida más grande para una *celebrity* es caer en el olvido, no ser reconocido y que su existencia pase a ocupar un lugar en el campo del anonimato. En las *selfies* el mayor potlatch posible sería quitarle la vida al *yo virtual*, haciendo que la *celebrity* se hunda en la oscuridad del olvido.

⁶⁹ Idíb, pág 28.

Las selfies como imagen del mundo

El mundo se presenta como una entidad existente, está-siempre-allí, incluso antes de que podamos esbozar una explicación sobre él. En tanto nos es inaprehensible, es decir, no podemos conocerlo de manera global, creamos instrumentos que sirven de mediadores entre ese mundo y nosotros. Dentro del conjunto de herramientas creadas se halla el lenguaje, que cumple la función de nombrar los objetos que conforman el mundo. Sin nombres, sin palabras, nos sería imposible hablar de ellos. El lenguaje se adhiere sobre los objetos y logra que tengan significado dentro del universo discursivo. De modo que el lenguaje funciona como mediador entre el hombre que tiene la intención de hablar y el mundo que está allí antes de que el lenguaje lo signifique.

Las imágenes funcionan de manera similar al lenguaje. Debido a la imposibilidad del hombre de experimentar al mundo en su totalidad y de vivir cada fenómeno de forma directa, la sociedad moderna crea un conjunto de imágenes que sirven como mediadores. Entre el hombre y el mundo que habita, se coloca la imagen que busca representar lo que hay en ese mundo. Pero tal como lo plantea Flusser, “en lugar de representar el mundo, lo alteran, hasta que finalmente el hombre empieza a vivir en función de las imágenes creadas por el mismo (...) de modo que este mundo mismo se convierte para él en algo del tipo de una imagen, en una interrelación de escenas, de estados de cosas”⁷⁰.

Las imágenes confeccionadas a partir de instrumentos técnicos, no sólo otorgan la posibilidad de conocer aquello que de manera directa no podríamos experimentar, sino que además modifican la esencia del mundo y hacen que éste se piense bajo la lógica de la imagen. El mundo es vivido como imagen y la imagen transforma la sustancia del mundo. Con respecto al mundo entendido como imagen, Heidegger hace un aporte fundamental cuando plantea que la imagen no es una copia de lo existente, sino la manera en que la que *estamos al tanto de algo*. Ese estar al tanto consiste en que “lo existente en conjunto se coloca como aquello en que se instala en hombre, lo que, en consecuencia, quiere llevar ante sí, tener ante sí y de esta suerte colocar ante sí en un sentido decisivo”⁷¹. Esto nos mueve a pensar que el hombre con sus aparatos técnicos trae al mundo al campo

⁷⁰ Flusser, Vilem: “La imagen”, en *Para una filosofía de la fotografía*, 1ª ed, La marca editorial, Buenos Aires, 2014, pág 15.

⁷¹ Heidegger, Martín: “La época de la imagen del mundo”, en *Sendas Perdidas*, Editorial Losada, Buenos Aires, 1960, pág 80

de la existencia; lo existente adquiere su sentido en tanto el hombre lo coloca delante de sí. Pero tal como marca Heidegger, el hombre al ponerse en el centro de la creación se constituye el mismo como imagen. “Al ponerse en esa suerte de imagen, se pone a sí mismo en escena, es decir en el ámbito abierto de lo representado universal y abiertamente. Con ello, el hombre mismo se pone como escena en que lo sucesivo lo existente debe re-presentarse, presentarse, es decir, ser imagen”⁷².

A partir de las ideas de Flusser y Heidegger podemos afirmar que el hombre ingresa en la Edad Moderna al dotarse de un conjunto de dispositivos técnicos, que producen imágenes capaces de mediar la relación hombre-mundo. Donde la lógica de funcionamiento de las imágenes modifica la concepción desde la que se piensa al mundo. La técnica moderna ha logrado hacer que las imágenes sean una forma de estar-en el mundo.

En el caso de las *selfies*, el sujeto se experimenta como existente en el momento en que es capaz de plasmarse en una imagen y quedar disponible para la mirada de los otros. En las *selfies*, el sujeto y su mundo circundante son llamados a re-presentarse para entrar al plano de la existencia en cuanto imagen. Las *selfies*, y en un sentido más amplio las cámaras, permiten que las personas se contemplen como imágenes. Pero dicha contemplación no remite a una actividad pasiva del sujeto, por el contrario, nos habla de la manera en que la técnica habilita la construcción y la vivencia del mundo.

Llegado este punto, debemos interrogarnos sobre el elemento que une la experiencia directa de los sujetos con las representaciones creadas mediante las imágenes. Según el filósofo francés Guy Debord esa sutura la cumple el *espectáculo*. Este último, tal como se indicó anteriormente, no refiere a un conjunto de imágenes, sino a una relación social mediatizada a través de imágenes.

Debord marca que en la lógica de funcionamiento del espectáculo, la separación de la vida real de lo representado en la imagen es imposible de llevar a cabo. Esto se debe a que cada una de las instancias complementa a la otra. Debord en su tesis número ocho explica que: “No se puede oponer abstractamente el espectáculo y la actividad social efectiva; este desdoblamiento está a su vez desdoblado. El espectáculo que invierte lo real tiene lugar en la realidad. Al mismo tiempo, la realidad vivida es efectivamente invadida

⁷² Ibid, pág 81.

por la contemplación del espectáculo, y retoma en sí misma el orden espectacular, transmitiéndole una adhesión positiva. La realidad objetiva está presente de ambos lados. Cada noción así fijada tiene por fondo su tránsito a lo opuesto: la realidad surge en el espectáculo, y el espectáculo es real.”⁷³ Lo que ocurre en el espectáculo es que las antiguas nociones de verdad y falsedad quedan relegadas a un segundo plano. Nadie cuestionará la originalidad de tal obra, o la posibilidad de que ésta no guarde correlato alguno con el ámbito del cual emerge. Toda creación espectacular tiene como objetivo cautivar la atención del espectador, sin que éste ponga en acción ninguna objeción.

Las *selfies* también operan dentro de la lógica del espectáculo. El sujeto en su cotidianidad toma una fotografía de sí mismo, y la comparte en las redes sociales. La *selfie* obtenida va a dar cuenta de la realidad objetiva del sujeto mediada por la técnica. Entonces, tenemos una fotografía que surge de una realidad objetiva y que deviene espectáculo al ingresar en las redes; mientras que ese espectáculo creado por el sujeto a través de las imágenes de su *yo virtual*, extrae su materialidad de la realidad y las consecuencias de esas fotos podrán afectar el accionar del sujeto fotografiado.

En las sociedades modernas separar el espectáculo de la vida real es imposible porque ambos se complementan y no puede funcionar uno sin el otro. Debord indica: “allí donde el mundo real se transforma en simples imágenes, las simples imágenes se convierten en seres reales, en motivaciones eficientes de un comportamiento hipnótico”⁷⁴. En este sentido, nuestra sociedad se caracteriza por establecer una mediación entre el sujeto y el mundo, donde los elementos constitutivos del mundo son llamados a la existencia. Son plasmados en imágenes, y en tanto son reales, tienen aplicación práctica en distintas disciplinas. Tienen incidencia en las relaciones que trazan los hombres, estableciendo modos de conducta, delineando comportamientos esperables, y prescribiendo qué puede entrar en el régimen de visibilidad dependiendo del ámbito en que circule la imagen. En el caso de las *selfies*, los personajes exhibidos pueden servir como modelos de identificación para algún otro. La manera de vestir, el peinado, los lugares frecuentados, los hábitos de consumo, pueden convertirse en guía del deseo de un tercero.

⁷³Debord, Guy, “La separación consumada”, en *La Sociedad del Espectáculo*, 4ª ed. 1ª reimp, La marca editora, Buenos Aires, 2012, pág 33.

⁷⁴ *Ibíd*, pág 36.

Como nuestra vida está erigida dentro de un sistema *espectacular*, los ejemplos de conducta y los hábitos de consumo los extraemos de allí, para aplicarlos en nuestra cotidianidad.

Debord plantea que el espectáculo es resultado del modo de producción existente. Vivimos dentro del espectáculo porque el desarrollo capitalista extendió la lógica de la producción y el consumo a todos los ámbitos de la vida, donde lo consumido tiene que resultarle atractivo al potencial consumidor. Pero, en la última etapa del desarrollo capitalista, la máxima de una acumulación constante de bienes ha ido deslizándose bajo una nueva lógica. Si antes el *tener* era sinónimo de prestigio y servía como indicador del estatus social, hoy el sistema de producción ensalza al *aparecer* como el nuevo fin en sí mismo. Tal como indica Debord, el espectáculo contiene una enorme positividad ya que dice que “lo que aparece es bueno, y lo que es bueno aparece”.⁷⁵ El espectáculo no acepta cuestionamientos, está allí para ser mirado.

En un mundo mediatizado y construido por imágenes, no aparecer en las pantallas es la peor fatalidad que enfrenta el hombre. En un intento por perpetuar su existencia, el sujeto busca convertirse en imagen cada vez que le sea solicitado. Toda su experiencia cotidiana y su accionar en el mundo debe ser atravesado por la técnica y expresarse en forma de imagen. La fotografía, en este orden, es el medio técnico por excelencia para rubricar la existencia de un sujeto concreto. La veracidad de lo expuesto en las *selfies* no es cuestionado. Por el contrario, lo que interesa de ellas es que resaltan la presencia de un sujeto que lucha por no ser olvidado, en una *sociedad espectacular* sobrepoblada de imágenes.

⁷⁵ *Ibíd*, pág 34.

CAPÍTULO 2: SELFIES, SUBJETIVIDAD Y VIGILANCIA

La intimidad en las pantallas

A partir de la aparición de celulares y diversos dispositivos móviles dotados de cámaras, surgen nuevas maneras de vivir las experiencias de las que somos parte. Las *selfies* son un síntoma de este cambio de época, que trae aparejado nuevas modalidades de construir la subjetividad como marca personal de los individuos. Algunas décadas atrás las fotografías no eran más que objetos que se consumían en el ámbito de la privacidad. El recuerdo de un viaje, un acontecimiento familiar importante o un hecho personal de trascendencia, eran fotografiados, y en el mejor de los casos, esas fotos formaban parte de un álbum que era compartido con personas de confianza. Actualmente, ese uso que se hacía de la fotografía son resulta un tanto anacrónico, debido a que en todo momento vemos fotografías de personas allegadas y desconocidas. Accedemos a la vida privada de otros sujetos que se encuentran a un click de distancia.

La característica específica de toda *selfie* es que la persona que fotografía es, al mismo tiempo, el autor de la obra obtenida, el narrador que cuenta un fragmento de su vida a través de la imagen, y por último es el personaje que se inserta en la actividad concreta que dispone la foto. Siguiendo los planteamientos de Paula Sibilía reconocemos que el yo que habla y se muestra en la web es triple: *es al mismo tiempo autor, narrador y personaje*⁷⁶. En el relato producido a través de la mediación de la técnica fotográfica, se ordena el cúmulo de experiencias que nos rodean, y de esta manera logramos constituirnos como sujetos. Esas imágenes que surgen de la experiencia de la vida real y luego son compartidas en el mundo virtual, nos dan visibilidad en el campo digital.

A partir de lo real construimos un personaje que se mueve por la web y entra en relación con otros personajes, alterando las antiguas manera de comunicación e intercambio con un tercero. Cada persona que toma una *selfie* genera un relato autobiográfico por medio de imágenes, que son difundidas para consumo ajeno. La web hace posible que las personas carguen fotos, videos y textos que den cuenta de su vida. Pero es importante destacar que las motivaciones que hoy guían a los relatos autobiográficos, difieren en sus fundamentos de los enunciados autobiográficos que los precedieron.

⁷⁶ Sibilía, Paula: "Yo narrador y la vida como relato" en *La intimidad como espectáculo*, 1ª ed. 3ª reimp, Fondo de Cultura Económica, Buenos Aires, 2013, pág 37.

Paula Sibilía analiza las novelas burguesas y los textos volcados en diarios íntimos del siglo XVIII y XIX, y constata que: “En esa plétora de textos intimistas, la propia mirada se volvía hacia dentro de sí mismo (introspección) y hacia atrás de sí mismo (retrospección), en busca de (re)construir una ambiciosa totalidad a partir de los infinitos escombros del tiempo perdido”⁷⁷. Esos textos apuntaban fundamentalmente a un ejercicio interno, donde el sujeto a través de la autoexploración comprendía los secretos más profundos que constituían su ser. Este ejercicio implicaba destinar un tiempo considerable a estar con uno mismo para alcanzar un conocimiento propio, mediante la reflexión exhaustiva de la existencia personal. Esa exploración tenía como contorno el tiempo presente donde se anclaba la vida del sujeto. Pero el foco no estaba puesto únicamente en el tiempo presente. Por el contrario, el presente era analizado teniendo en cuenta el bagaje que se arrastraba desde el pasado, donde el camino recorrido de los años anteriores servía a su vez como marco interpretatorio de lo que acontecía en el momento actual. En este contexto los diarios íntimos y las novelas burguesas cumplían el rol de poner en orden la vida de un sujeto, dotando a la misma de un sentido a través del recorrido del texto. El énfasis de esos escritos estaba puesto en descubrir los temores más profundos, los deseos ocultos y los pliegues que subyacían en las zonas oscuras del ser.

Los sujetos se conocían a sí mismos mediante el ejercicio de la introspección, y eso era volcado en un texto que, en primera instancia, estaba apartado de las miradas ajenas. Esta modalidad de construcción subjetiva encontraba su fundamento en un tipo de sociedad, que recién estaba conociendo los avances de la industria de gran escala. Frente a los cambios sufridos en las ciudades europeas por la instalación de fábricas, sumado a los hábitos urbanos de desplazamiento y los grandes problemas que se suscitaron a partir de la emigración de los trabajadores del campo a la ciudad, los sujetos hallaban en la intimidad del hogar una forma segura de protegerse de los cambios acontecidos. La reflexión sobre lo sucedido se realizaba en el hogar, lugar que resguardaba a los individuos de lo que ocurría en los espacios públicos.

En aquella época, la delimitación entre los espacios públicos y el espacio privado de cada sujeto estaba notablemente separado. En el espacio privado el sujeto podía actuar libremente según sus deseos, no debía tomar recaudos ya que sus acciones no eran

⁷⁷ Sibilía, Paula: “Yo actual y la subjetividad instantánea” en *La intimidad como espectáculo*, 1ª ed. 3ª reimpr., Fondo de Cultura Económica, Buenos Aires, 2013, pág 154.

performadas para consumo ajeno. Era justamente en el ámbito privado donde la explotación y el autoconocimiento tenían lugar.

La época actual en la que nos insertamos ha sufrido una serie de cambios que marcan un quiebre con las épocas precedentes. El conjunto de valores y creencias que rigen la sociedad contemporánea, difieren de aquellos que primaban en las sociedades de los autores de los textos introdirigidos. Al cambiar el conjunto de significaciones que circulan en una sociedad determinada, también se alteran los parámetros utilizados en el armado de las subjetividades. Para dar un pantallazo de la peculiaridad de la época actual, muchas veces nombrada bajo el título de *posmodernidad*, podemos tomar las reflexiones de Gilles Lipovetsky y decir que en las sociedades posmodernas: “Se disuelve la confianza y la fe en el futuro, ya nadie cree en el porvenir radiante de la revolución y el progreso, la gente quiere vivir en seguida, aquí y ahora, conservarse joven y no ya forjar el hombre nuevo”. A este cambio de valores Lipovetsky agrega: “los grandes ejes modernos, la revolución, las disciplinas, el laicismo, la vanguardia han sido abandonados a fuerza de personalización hedonista; murió el optimismo tecnológico y científico al ir acompañados los innumerables descubrimientos por el sobrearmamento de los bloques, la degradación del medio ambiente, el abandono acrecentado de los individuos; ya ninguna ideología política es capaz de entusiasmar a las masas, la sociedad posmoderna no tiene ídolo ni tabú (...)”⁷⁸. Frente a esta serie de modificaciones estructurales lo que también se altera es la forma de experimentarnos como sujetos, que a su vez, trae aparejado nuevas perspectivas de construir una identidad y nuevas formas de contacto con terceros.

En nuestro tiempo, el límite que separa el espacio público del privado ha cedido lugar a una situación de incertidumbre. El antiguo espacio público que tenía como referente a la plaza, en tanto ámbito de reunión que funcionaba como centro de discusión política, ha quedado relegado. Lo público se contrae mientras el espacio privado se expande a pasos agigantados y queda reservado para elecciones individuales. Estos cambios a su vez repercuten en la forma que las personas elaboran su identidad, y en los marcos de referencia que sirven para interpretar la época en la que viven.

Con las *selfies* somos testigos de ese ensanchamiento de la esfera privada. Haciendo utilización de los dispositivos técnicos los sujetos construyen un relato de sí, sus experiencias comienzan a ser mediatizadas por la técnica, y ésta facilita que los sujetos

⁷⁸ Giles, Lipovetsky: “Prefacio” en *La era del vacío*, Editorial Anagrama, Barcelona, 2003, pág 9.

muestran sus vidas en las pantallas. El carácter introspectivo y cerrado de los relatos íntimos se ha tornado obsoleto. Hoy, todo lo que no es susceptible de ser mostrado parece no valer. Solo lo exhibido adquiere consideración.



Estas tres *selfies* ayudan a ejemplificar el tipo de relato y las subjetividades que se elaboran en la época actual. Tal como marcamos al principio, las *selfies* tienen la peculiaridad de reunir a la figura del autor-narrador-personaje en una misma persona. Tanto Laura Esposito, como Ricky Martin, como los dos sujetos desconocidos de la tercera fotografía, tomaron a su cargo la generación de un relato de sí. Posaron tal como querían, dispararon la cámara y compartieron la obra creada en las redes sociales.

Estas fotografías nos permiten acceder a una porción de la vida de estos sujetos, lo cual era impensable algunas décadas atrás. Los viejos relatos introdirigidos han sido suplantados por lo que Paula Sibilía denomina *relatos alterdirigidos*. Lo que se produce con las *selfies* es que “en vez de esculpir un yo introdirigido, un carácter oculto entre los pliegues de los fundamentos individuales y protegido ante la intromisión de las miradas ajenas, lo que se intenta elaborar en el contexto actual es un yo alterdirigido. Una personalidad eficaz y visible, capaz de mostrarse en la superficie de la piel y de las pantallas. Y, además, ese yo debe ser mutante, una subjetividad pasible de cambiar fácilmente y sin mayores obstáculos”⁷⁹. Las *selfies* desde el momento de su ejecución, lanzan un fragmento de experiencia privada, la cual es vivida pensando que pronto adquirirá carácter público. Si los sujetos tenían la necesidad de hablar de ellos, han encontrado en las *selfies* el medio apropiado para compartir su intimidad.

⁷⁹ Sibilía, Paula: “Yo personaje y el pánico a la soledad”, en *La intimidad como espectáculo*, 1ª ed. 3ª reimp, Fondo de Cultura Económica, Buenos Aires, 2013, pág 279.

Ese yo mostrado en las *selfies* es modelado de acuerdo a las posibilidades contenidas en el dispositivo técnico, y según las reglas de uso vigentes de las redes sociales en las que se comparten esas imágenes. Por tal motivo, Sibilia reconoce que en los relatos alterdirigidos “hay que convertir al propio yo en un show, hay que espectacularizar la propia personalidad con estrategias performativas y aderezos técnicos, recurriendo a métodos semejantes a los de una marca personal que debe posicionarse en el mercado”⁸⁰. En las *selfies* siempre se desea dar la mejor imagen de uno mismo. El relato alterdirigido tiene que ser atractivo, el personaje llevado a la pantalla necesita acaparar la atención. En caso de no lograrlo, quedará perdido en el torrente de imágenes. Este es uno de los motivos por el cual la osadía de las fotos aumenta con el paso del tiempo; lo que antes era digno de ser mantenido en secreto, hoy busca ser exhibido para atraer y generar polémica.

A través de las *selfies* se generan nuevos lazos y nuevas formas de contacto. Los vínculos se sustentan en tanto sean susceptibles de generar reconocimiento y aceptación. Para ejemplificarlo vamos a citar la palabra de dos jóvenes que tiene el hábito de tomarse *selfies*. Daniela Marsala cuenta que: “En Instagram somos todos más lindos. Cuando te sacas las fotos y las subís te sentís casi como un famoso. Si no participas en estas redes, estás fuera de todo”; por su parte Denise Roullot al ser consultada sobre porqué se autofotografía, comenta: “Lo hago por diversión. No todas las fotos que me saco son cuando me cambio y estoy linda, también subo muchas graciosas. A veces subo cuando estoy medio bajoneada para recibir comentarios y que me levanten la autoestima.”⁸¹.

Las *selfies* al circular por la web movilizan valores, que crean un tipo de subjetividad que necesita de la aprobación ajena para construirse. Esa confirmación se manifiesta en forma de un comentario halagador que aprueba el uso de tal vestimenta, o nos felicita por estar visitando tal o cual lugar. También los likes que obtenga una *selfie*, como la cantidad de veces que sea compartida serán considerados parámetros de éxito por el autor de esa imagen. La compensación del creador está en la repercusión que genera la imagen y en las reacciones que suscita entre los otros personajes de la red. El reconocimiento se logra siempre que el personaje sea atractivo y tenga algo interesante que mostrar. Luego, podrá acercarse al ideal de lo que se considera ser “famoso”; si no lo logra, deberá modificar su

⁸⁰ *Ibíd*, pág 292.

⁸¹ Geddes, Diego y Viétez, Ezequiel. (26 enero 2014). Las autofotos son furor y las playas se llenaron de selfies. *Clarín*. Recuperado en http://www.clarin.com/sociedad/autofotos-furor-playas-llenaron-selfies_0_rkB8Z7xivXg.html

yo virtual para adaptarse a las exigencias del medio. En este sentido la psicóloga Diana Litvinof marca con respecto a la publicación de fotografías en la red que: “Compartir es parte de nuestra dinámica vital, vivimos con otros y para otros, su opinión es fundamental para construir nuestra autoestima, definir nuestro lugar en el mundo, alimentarnos de afectos y, también, para provocar afectos de todo tipo: valoración, alegrías, envidias”⁸². Las subjetividades de nuestra época tienen un marco técnico muy fuerte que las invita a insertarse en los campos de la virtualidad, y es precisamente allí donde se tejen las redes de contacto que nos acercan a la mirada de los otros.

Entonces, mientras en los siglos pasados los individuos se volcaban sobre sí mismos para explorar lo más profundo de sus personalidades, y preservaban esos espacios privados de reflexión de la mirada ajena; hoy participamos de una época donde los sujetos se centran sobre sí mismos, no con la intención de pensarse en su accionar y su vida cotidiana, sino con el propósito de exponer su vida privada como rasgo de autenticidad, ante la mirada de otros sujetos. En la época actual no figurar en la imagen equivale a caer en el olvido. Más profundamente significa no existir.

En los relatos alterdirigidos encarnados por la *selfies*, el yo se muestra en una situación concreta, ya sea vacacionando, tomando un paseo en un lugar turístico, o compartiendo un almuerzo con otra persona, tal como lo muestran las imágenes precedentes. El relato de lo que acontece tiene más importancia que lo acontecido propiamente dicho. No importa qué situación se esté atravesando, lo importante es contarlo, exhibirlo, llevar a la luz ese acto que bien podría quedar siempre en el anonimato. Ante esta situación, algunos detractores alzan su voz reclamando por una vuelta a la experiencia directa. Plantean la idea de que la tecnología que modela nuestra vida nos aleja de las situaciones concretas que antes se vivían sin mediación. Tal es el caso del fotógrafo mexicano Alejandro Olmos quien comenta con preocupación que: “La gente le saca fotos a la comida del restaurante en lugar de comerla. La gente le saca fotos a la Mona Lisa en lugar de mirarla. Creo que el iPhone está alejando a la gente de sus experiencias”⁸³. Sin embargo, es interesante apuntar que justamente en esta separación reside el fundamento de la sociedad actual. No importa que el sujeto verdaderamente sea el protagonista directo de tal acontecimiento,

⁸² Litvinoff, Diana Sahoaler de. (10 febrero 2014). Hola, este soy yo. *Clarín*. Recuperado en http://www.clarin.com/buena-vida/hola-aca-vidriera_0_BkqEwn1iwmx.html.

⁸³ Jeffries, Stuart. (17 enero 2014). ¿Muere la fotografía? *The Guardian*. Traducción Elisa Carneli. Recuperado en http://www.clarin.com/arte/muere-fotografia-revolucion-celulares-camara_0_SJtN2tlovQe.html

lo que sí importa es que pueda generar un relato de éste. No interesa que la persona esté comprometida con lo que está haciendo, ya sea que esté veraneando en una playa paradisíaca o frente a la Mona Lisa. Lo que resulta sustancial al sujeto es poder hablar sobre eso para ver cómo repercuten sus *selfies* en su círculo de allegados.

Este es el fundamento de la sociedad espectacular descrita por Guy Debord. Tal como lo apunta en su tesis número uno “(...) todo lo que antes se vivía directamente, se aleja ahora en una representación”⁸⁴; esto nos indica que en la sociedad espectacular, las instancias que atravesamos están regidas por la lógica de la representación. Ya no interesa que lo que se muestra en la imagen sea realmente verdadero, por el contrario, importa que el sujeto sea capaz de relatar su experiencia y en este sentido la *selfie* le sirve como medio de representación y expresión. Lo vivido por el sujeto debe necesariamente ser englobado en la lógica del relato alterdirigido para entrar en un régimen de visibilidad. Sólo así captará la atención de los otros.

⁸⁴Debord, Guy. Op Cit, pág 32.

El sujeto como marca

Cuando una persona comparte fragmentos de su vida privada, tratará de exponerse de la manera más adecuada para no sólo salir bien en la foto, sino también para causar repercusión en las redes sociales. Dar la mejor imagen de uno es el nuevo credo puesto en juego en estos días, donde la persona intentará ganar un lugar en el mercado de las miradas. Cuando contemplamos una *selfie* intuimos que todos los detalles han sido cuidados para obtener la mejor toma. Incluso los dispositivos técnicos de los que disponemos, nos permiten ejecutar varias tomas hasta conseguir la más apropiada.

La premisa que Ronald Barthes marcaba con respecto a la fotografía y la catalogaba en el orden del “esto ha sido”, en el caso de las *selfies* sufre una modificación y podríamos decir que este subgénero se apoya en la premisa del “*esto ha sido actuado*”. Sabemos que el personaje posa y en el momento de constituirse en pose, toma los recaudos necesarios para que la foto salga de la manera más atractiva posible. Por tal motivo, la construcción de las subjetividades en la web está guiada por una serie de parámetros, para que el personaje puesto en circulación sea llamativo para los demás.

El universo de las *selfies* es acompañado por discursos que se postulan como los nuevos mandamientos de la era digital, aportando consejos y restricciones para crear un personaje atractivo en las redes. En este sentido, un artículo del diario *La Nación* alerta sobre los elementos a tener en cuenta cuando sacamos una *selfie*. Entre las recomendaciones resaltan: “No importa qué tan linda sea una cara o cuánto maquillaje tenga, si hay una luz arriba de la cabeza, habrá sombras bajo los ojos, la nariz y la boca, muy poco atractivas”, a los que agrega: “Es bueno recordar que existe una "hora mágica" entre las 16 y las 18 en Invierno y entre las 18 y las 20 en verano (...) en ese momento la luz es difusa y la piel se va a ver siempre perfecta, con o sin maquillaje”. A los consejos sobre la iluminación correcta, se suman advertencias que hacen hincapié en retocar el rostro para corregir las imperfecciones que se inscriben en la piel. Las mismas rezan: “Tener un corrector de imperfecciones de un color que se corresponda con el tono exacto de nuestra piel. Elegir un labial de un tono natural similar al color original de tus labios o un brillo labial en tono pálido que mejora el aspecto de la boca. Evitar el delineador negro en el párpado inferior porque los ojos tienden a verse cansados y si se corre, genera un aspecto

desalineado.”⁸⁵ Estas citas indican que nuestra época se caracteriza por movilizar una preocupación por la imagen que damos de nosotros. En tanto vivimos a través de la imagen es necesario que nos presentemos de la mejor manera posible. Al recorrer el corpus fotográfico de este ensayo, que se haya dividido en tres partes: “Famosos”, “Famosos argentinos” y “Selfies Varias”, encontramos continuidades que se manifiestan en varias fotografías, sin importar la procedencia ni el estatuto de la persona fotografiada. Hay características que son compartidas, y debido a que es imposible mostrar todas las fotografías, enumeraremos sólo las más sobresalientes.

En primer lugar, podemos indicar que existe una obstinación muy marcada por mostrar el disfrute que supone ser parte de una actividad. Abundan las caras sonrientes, despreocupadas y el clima de relajación impregna toda la fotografía. Nos genera la sensación de que la acción de goce es legítima, incluso ininterrumpida. Por otro lado, existen *selfies* donde se realiza un recorte focalizado sobre una parte del cuerpo, y de manera voluntaria se guía la lectura de la fotografía hacia esa zona específica, tal como lo demuestran las *selfies* en las que se resaltan los senos, los abdominales, los labios o las nalgas.

También están aquellas *selfies* en las que el entorno en que se ancla el sujeto fotografiado adquiere mayor relevancia. Este es el caso de *selfies* tomadas en playas paradisíacas, o lugares turísticos de gran popularidad. Los objetos que forman parte del contorno nos brindan abundante información sobre el contexto y nos aproximan a un conocimiento más profundo sobre la persona. Si en la fotografía logramos contemplar la marca de los productos que esa persona consume, si apreciamos la calidad de los bienes materiales de los que dispone, podemos comprender por ejemplo, cuál es el nivel socioeconómico de ese individuo. De hecho hay *selfies* donde se muestran abiertamente los logotipos de los productos consumidos, para que quien mire esa fotografía sepa que tal famoso hace uso de una marca determinada. Hay una tendencia a exhibir las marcas de los productos utilizados.

Además, hay muchas *selfies* que muestran la compañía de la que gozan las personas en sus ámbitos laborales o personales. En líneas generales, el clima retratado en las *selfies*

⁸⁵ Lemoine, Lilia. (01 diciembre 2015). ¿Cómo salir bien en las selfies? *La Nación*. Recuperado en <http://www.lanacion.com.ar/1850126-como-salir-bien-en-las-selfies>

resalta ambientes relajados y sujetos que buscan dar la mejor imagen de sí en una instancia de disfrute.

Cabría preguntarnos por qué en la actualidad existe esa tendencia a lograr siempre la mejor imagen de uno. Por qué es necesario salir bien en la foto. Para esbozar un intento de respuesta vamos a citar la palabra de Paula Sibilia quien dice: “La imagen de cada uno deviene su propia marca, un capital tan valioso que es necesario cuidarlo y cultivarlo, con el fin de encarnar un personaje atrayente en el competitivo mercado de las miradas. Para lograrlo, el catálogo de tácticas mediáticas y de marketing personal a nuestra disposición es, hoy en día, increíblemente vasto, y no deja de ampliarse y renovarse sin cesar”⁸⁶.

Al momento de construir un relato alterdigerido, el sujeto tendrá la obligación de moldear un personaje para que continúe con vida en la red. Ese personaje virtual comienza a competir con otros personajes en tanto ambos son marcas. Así como en el mercado existe una competencia entre distintas marcas que brindan productos o servicios similares, en la era digital los productos pasan a ser los propios sujetos plasmados en las pantallas. Cada personaje moviliza una serie de características y valores, que lejos de ser fijos deben contemplar la posibilidad de cambio para mantenerse vigentes. En el acto de modificarse los sujetos recurren al armamento técnico para moldear ese personaje exhibido en público. La técnica promete remediar aquellos elementos catalogados como “desventajosos”.

Dentro de las técnicas digitales de retoque, podemos nombrar a *Facetune* a partir de la cual “el autorretratado podrá, con solo un toque sobre la pantalla, blanquear su sonrisa, suavizar arrugas, eliminar granitos y otras imperfecciones de la piel y hasta agregarse cabello”; y si se busca dar un paso más en el mundo de los retoque podemos hacer uso del programa *Cirugía Plástica Lite* el cual “cambia la forma de la nariz, el mentón, los pechos o glúteos con unos pocos toques”⁸⁷. Todos estos programas permiten, a través de la técnica, propiciar cambios a nivel físico con la intención de optimizar la imagen obtenida.

El juego de la técnica está en hacer uso de sus herramientas para modificar aquello que puede resultar desagradable a la mirada ajena, y performar un personaje que no presente fisuras. Vivimos una época donde los sujetos deben diseñarse a sí mismo, y ese accionar

⁸⁶Sibilia, Paula. Op cit, pág 292.

⁸⁷ (19 marzo 2014). Diez aplicaciones que ayudan a tomar las mejores selfies. *Clarín*. Recuperado en: http://www.clarin.com/internet/aplicaciones-ayudan-tomar-mejores-selfies_0_HJofVT05PQI.html

no es posible relegarlo a la voluntad de un tercero. Cada persona ha de ser capaz de construirse como marca, de ser atractiva y de ostentar una serie de valores que la homologuen con lo fresco, lo liviano, lo cambiante, lo despreocupado; de lo contrario quedará excluida del circuito de las miradas.

Boris Groys apunta que en el momento en que Nietzsche diagnosticaba la muerte de Dios, el antiguo lugar de relevancia que ocupaba la religión fue usurpado por el diseño. Diseño entendido como una actividad productiva donde se modela algún objeto para responder a un propósito específico. Mientras Dios estaba vivo, el alma buscaba modelarse de acuerdo a los valores ensayados por la doctrina cristiana; luego de la desaparición de Dios, el cuerpo antes considerado un envoltorio sin importancia que contenía lo máspreciado que era el alma, pasó a ocupar el centro de la escena. Desplazada la religión y con ella el alma, el diseño y el cuerpo encuentran territorio fértil para desarrollarse.

Groys sostiene que en nuestra época, “Todo el mundo está sujeto a una evaluación estética, todo el mundo tiene que asumir una responsabilidad estética por su apariencia frente al mundo, por el diseño de sí. Lo que alguna vez fue un privilegio y una carga de unos pocos, en esta época de autodiseño se ha convertido en una práctica por excelencia de la cultura de masas”⁸⁸. Esto nos explica que al construir nuestro personaje como marca, estamos asumiendo un compromiso estético con los valores de la época en que vivimos. Cada *selfie* tomada es un intento del sujeto por ajustarse a los valores estéticos que rigen este momento histórico, donde el cuerpo aparece como un objeto que hay que modificar, para que luego de atravesar una intervención técnica, quede en condiciones de ser exhibido. Antes, Dios era el modelador del alma, hoy es el hombre el que toma las riendas de su propio diseño, tarea que no puede relegar en otro. Cada persona debe hacerse cargo del diseño de sí.

Groys plantea que en el acto de diseñarse, “Uno declara de alguna manera su fe en ciertos valores, actitudes, programa e ideologías. De acuerdo con ese credo, uno es juzgado por la sociedad y este juicio puede, por cierto ser negativo e incluso amenazar la vida y el bienestar de la persona involucrada”⁸⁹. Al diseñarnos, nos constituimos como autores de la obra alcanzada, somos los creadores del personaje que circula en la web. Pero las

⁸⁸ Groys, Boris: “La producción de sinceridad”, en *Volverse público, Las transformaciones del arte en el ágora contemporánea*, 1ra ed, Caja Negra, Buenos Aires, 2014

⁸⁹ Groys, Boris: “La obligación del diseño de sí”, en *Volverse público, Las transformaciones del arte en el ágora contemporánea*, 1ra ed, Caja Negra, Buenos Aires, 2014

decisiones sobre el diseño de sí, no son tomadas de una vez y para siempre. Por el contrario, la posibilidad de alterar las características del personaje debe ser contemplada permanentemente. En tanto me exhibo como sujeto particular, quedo expuesto a la mirada del otro, y por lo ende, al juicio de quien mira.



 **beyonce** Seguir

1,3mm Me gusta 50 sem

beyonce 
ver los 18.485 comentarios

danielaaime You're so beautiful

theo_griffith I'm so tired I won't be able to finish liking the rest of your posts.

sierragonzalez12 😍😍😍😍😍😍😍😍😍😍

abbstuala Lb

vanessawh I Love you❤️

ofer_mualem 😍😍😍😍😍😍😍😍

renan.martel @beyonce Beyoncé, you come to Brazil?

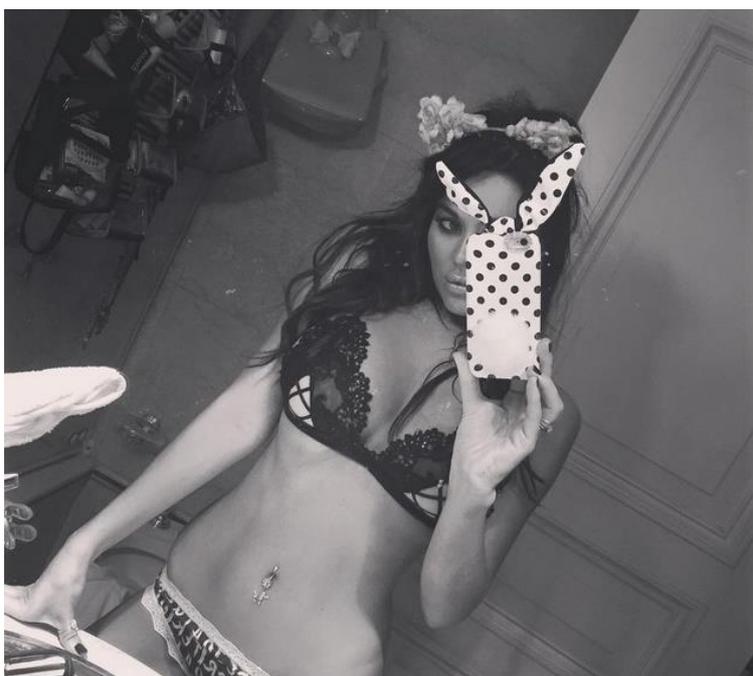
elizabethohy @beyonce Please check out @willmatos art work of you

outfit_america 😍😍

lariemmel Te amo mais do que me amo

richyunginn 🍷🍷🍷 @d.mullaa_

krimohicham hello



 **karijelinek** LE SIGUES

2,116 Me gusta 1 día

@karijelinek

diegoraguirre Diosa

vaskiyn Te queda bárbaro, que puedo decir soy débil a la carne jeje [], perdón, besos hermosa cariños y q'tengas una linda noche Besos

elpela77 hermosaaaaaa

susana_milano Quiero uno #Lodejoatucriterio

tefiocaranza LOMASO! Algún día lograre eso @karijelinek JAJAJA ;)

maty_zambudio #bellísima 🍷❤️🍷

nicoocariz Que animal

herlares7 Terrible estas

morramarcos Alta perrita

gabo22xt Me quitas el sueño karinaaaaaa ♥♥♥

barbieramona La cadera un toque para fuera Jajaja

En el caso de estas dos celebridades, la cantante Beyoncé y la mediática Karina Jelinek, ponen en circulación a sus personajes en la red social Instagram. La pose que adoptan las dos mujeres está dirigida a resaltar los labios en el caso de la cantante y a mostrar el estado general de su cuerpo en el caso de la mediática. Es cierto que ambas mujeres han tomado decisiones acerca de cómo disponer de sus cuerpos para autoretratarse, quizás hayan

aplicado algún filtro o retocado alguna parte de su anatomía mediante una aplicación. Han adoptado el diseño de sí, pero esto no se agota en las decisiones individuales, ya que una vez puesta en circulación, la *selfie* será acompañada por comentarios de los seguidores, que podrán avalar tal o cual look del personaje, o por el contrario condenarlo por algún motivo. En base al juicio recibido, el sujeto deberá enfrentar su situación, y podrá seguir insistiendo en la construcción del personaje de la misma manera en que la realizó hasta el momento, o por el contrario, utilizará las críticas para generar ajustes, eliminando detalles indeseables, corrigiendo su postura, su peinado, su maquillaje, con la intención de resultar agradable a la mirada de un tercero. Por tal motivo las subjetividades en la era de las *selfies* se construyen en un flujo de ida y vuelta, donde la interacción entre los participantes de las redes puede alterar la constitución, incluso la existencia de un personaje virtual. Las decisiones individuales que toma cada sujeto en la construcción de sí, entran en relación con los comentarios dejados por sus seguidores, que también serán tenidos en cuenta para mantener la vitalidad del personaje.

En esta dirección, Paula Sibilia hace especial hincapié en los mensajes y comentarios que disparan las *selfies* y los relatos alterdirigidos diciendo que: “Si los comentarios dejados por los visitantes (...) son fundamentales, es porque los autores necesitan ese apoyo público: ellos, los sujetos creadores, y no sus obras entendidas como objetos creados. Porque la verdadera creación que se pone en juego es subjetiva, por ende son los autores, estilizados como personajes, quienes precisan de esa legitimación concedida por la mirada ajena”⁹⁰. La mirada ajena, concretizada en los comentarios y en las reacciones suscitadas otorgarán legitimidad al personaje, y en primera instancia al autor. En tanto los comentarios sean negativos, los autores deberán virar la dirección de la construcción de sus personajes para no perder prestigio.

Como dijimos con anterioridad, el diseño de sí mismo se apoya en una serie de valores que el sujeto acata para poder moldearse según los requerimientos de la época. Uno de los valores fundamentales que priman en la actualidad es lo que Gilles Lipovetsky denomina *proceso de personalización*. Desde la mirada de este pensador, las sociedades posmodernas al distanciarse de las sociedades industriales encuentran una nueva base ideológica sobre la que construir el andamiaje que sostendrá todas las prácticas sociales. El proceso de personalización nos habla del quiebre de un tipo de socialización

⁹⁰ Sibilia, Paula. Op cit, pág 269.

disciplinaria y hace hincapié en “la elaboración de una sociedad flexible basada en la información y en la estimulación de las necesidades, el sexo y la asunción de los “factores humanos”, en el culto a lo natural, a la cordialidad y al sentido del humor”. Nuestra sociedad, agrega Lipovetsky, ya no se rige por “la tiranía de los detalles sino por el mínimo de coacciones y el máximo de elecciones privadas posibles, con el mínimo de austeridad y el máximo de deseo, con la menor represión y la mayor comprensión posible”⁹¹. Ese proceso de personalización hace que cada sujeto tenga que asumir una posición estética frente a las nuevas condiciones que le plantea la sociedad. Debe hacerse cargo de sí mismo a partir de un conjunto de decisiones privadas, donde su propio bienestar dependerá de las disposiciones tomadas.

Una vez que los espacios públicos han sido pulverizados, que la participación política ha quedado desprestigiada, donde no parece haber un futuro prometedor y el pasado ya no sirve como acervo para interpretar el presente, el sujeto tambaleante en la incertidumbre no tiene otra opción más que volverse sobre sí mismo para tratar de delinearse como un personaje atractivo. En el tiempo presente, el sujeto se recicla permanente para perpetuar una imagen que inevitablemente se deteriorará con el tiempo.

En el proceso de personalización, hay dos elementos que ponen en funcionamiento todo el mecanismo. Ellos son la *seducción* y el *narcisismo*, que trabajan de manera conjunta. Lipovetsky apunta que la seducción “se ha convertido en el proceso general que tiende a regular el consumo, las organizaciones, la información, la educación y las costumbres” y es ella quien se encarga de “multiplica y diversifica la oferta, en proponer más para que uno decida más, en substituir la sujeción uniforme por la libre elección, la homogeneidad por la pluralidad, la austeridad por la realización”⁹². Mientras que el narcisismo es definido como una “nueva tecnología de control flexible y autogestionado, socializa desocializando, pone a los individuos de acuerdo con un sistema social pulverizado, mientras glorifica el reino de la expansión del Ego puro”⁹³.

En la época actual, el sujeto ocupa su propio centro. Debido a que no hay un Dios que guíe la vida de las personas y establezca sistemas de castigos y recompensas, son los

⁹¹Lipovetsky, Gilles. Op cit, pág 6.

⁹² Lipovetsky, Gilles. “Seducción continua”, en *La era del vacío*, Editorial Anagrama, Barcelona, 2003, pág 18 y19.

⁹³ Lipovetsky, Gilles. “La indiferencia pura”, en *La era del vacío*, Editorial Anagrama, Barcelona, 2003, pág 55.

propios sujetos quienes deben autocrearse y darse sentido. Mientras la sociedad avanza en la profundización del sistema de consumo de bienes, el sujeto se convierte en un producto más; se experimenta como un objeto susceptible de ser modificado según las circunstancias que atraviesa. En ese diseño de sí, dar una “buena imagen” es el equivalente a promocionarse dentro de la totalidad de los productos puestos en oferta. La seducción y el narcisismo otorgan a los individuos, esquemas de referencia en base a los que han de construirse. Alejados de las esferas públicas, sin incentivo ni motivación para emprender aventuras políticas o grandes movilizaciones de masas, descartadas las antiguas ambiciones de progreso indefinido, los sujetos se centra sobre sí y su imagen empieza a ser su nueva preocupación. Los hombres podrán realizarse dentro de sus esferas privadas en base a una serie de elecciones individuales, donde elegirán qué contar, cómo vestirse, qué actividades practicar, dónde vacacionar, con quiénes compartir el tiempo libre, y luego de que esas decisiones hayan sido tomadas, los sujetos accederán a la vida pública de las pantallas.

Con las *selfies*, el accionar de la seducción es continuo. Los personajes exhibidos en ellas tratan de acaparar la atención, y el más mínimo cambio que pueda ser considerado como innovación tiene que ser mostrado. Esa modificación puede remitir a un simple cambio en el peinado, la adquisición de una prenda de vestir nueva, la visita a un lugar exótico o antes no visitado, o el ser parte de un acontecimiento de importancia. Los personajes en las *selfies* tienen que ser cambiantes y atravesar un proceso de *aggiornamento* constante. En la época de la seducción cool y el narcisismo, los personajes acartonados y estáticos son descartados de manera automática. Siempre se tiene que estar mostrando algo más, siempre es posible dar un paso más y destapar otra faceta de la intimidad de las personas. Si la seducción no es continua, el personaje se vuelve obsoleto, se ralentiza y cae en el olvido. Tal como cualquier otra mercancía, la vida útil del personaje es finita. Para extender esa vida hay que generar una renovación del personaje y de lo que éste muestra.

Los personajes de las *selfies* pueden llegar a adquirir una gran repercusión mediática y convertirse en “famosos”. Años atrás una celebridad era aquella persona que en base a esfuerzo y trabajo lograba producir una obra de gran valor para el resto de la sociedad. Se podía ser un músico famoso, un escritor famoso, un artista famoso, pero se llegaba a esa condición luego de haber trabajado en una obra de calidad. Hoy con la proliferación de las redes sociales y la exhibición de la vida privada, una persona cualquiera puede devenir

“famoso”. Ser famoso se ha vuelto un sustantivo en sí mismo, una tautología que se autojustifica.

En tanto ese personaje mostrado en las pantallas tenga la capacidad de seducir a su audiencia, podrá cobrar transcendencia y acaparar una mayor cantidad de miradas. Por eso, el principal valor de nuestra época es “mostrarse bien”, dar la “mejor imagen de uno”. Los personajes famosos de las redes cumplen el rol que Guy Debord le atribuía a las vedettes de antaño. En su tesis número sesenta dice: “Las vedettes existen para expresar tipos variados de estilos de vida y de estilos de percepción de la sociedad, libres de ser representados globalmente”⁹⁴. En este mismo sentido operan los personajes “famosos” expuestos en las *selfies*. Expresan estructuras de sentido, dan pautas de identificación de lo que se espera como “una vida deseable”, y se postulan como modelos a seguir. Los famosos son el diseño de sí llevados al esplendor de las pantallas. Ofrecen referencias para que otros los sigan, al tiempo que están atentos de la repercusión que genera su imagen para alertar posibles cambios en los gustos de sus seguidores, lo que los obligaría a modelar un nuevo personaje. Los personajes creados a partir de las *selfies*, en tanto productos que circulan por internet, son permanentemente reciclados para seguir vigentes en el mercado de las miradas.

⁹⁴ Debord, Guy. Op cit, pág 56.

El control en la época de las selfies

A medida que las personas comienzan a volcar información sobre sus vidas y actividades privadas en la red, nos lleva a pensar que los regímenes de control que operan sobre los individuos han cambiado en sus características y movimientos. Para ver el funcionamiento de las instancias de control en la sociedad actual es preciso especificar cómo se ejercían éstas en las *sociedades disciplinarias*, descritas por Michel Foucault.

Las sociedades disciplinarias fueron la superación de las sociedades estrictamente penales, en las que un soberano tenía la facultad de ejercer el derecho de *hacer morir o dejar vivir*⁹⁵ y disponía de la vida de sus súbditos tal como quisiese. Culminada esta etapa, y con el correlativo desarrollo del modelo de producción capitalista comenzó a forjarse un sistema de vigilancia que tenía como propósito generar un saber sobre el cuerpo, al tiempo que permitía mantener una mirada atenta sobre cada trabajador, controlando su rendimiento en el ámbito de la fábrica. Las sociedades disciplinarias se apoyaron en dos conjuntos de saberes, que lejos de ser antagónicos operaban de manera conjunta y en la misma dirección. El primero de ellos “estuvo centrado en el cuerpo como máquina: su educación, el aumento de sus aptitudes, el arrancamiento de sus fuerzas, el crecimiento paralelo de su utilidad y su docilidad, su integración en sistemas de control eficaces y económicos, el cual recibe la denominación de *anatomopolítica del cuerpo humano*”⁹⁶. Mientras el segundo dispositivo desarrollado a mediados del siglo XIX, “fue centrado en el cuerpo-especie, en el cuerpo transido por la mecánica de lo viviente y que sirve de soporte a los procesos biológicos: la proliferación, los nacimientos y la mortalidad, el nivel de salud, la duración de la vida y la longevidad (...)”⁹⁷. Este mecanismo recibió el nombre de *biopolítica de la población*, y junto con la *anatomopolítica* comenzaron a organizar la legislación del poder sobre la vida.

En tanto se estructuraba un tipo de sociedad basada en la producción industrial, era necesario adaptar a los individuos al ritmo de trabajo determinado por las máquinas. Al quedar el tiempo de trabajo definido según la velocidad y los procedimientos que ejecutaban las maquinas dispuestas en los talleres, era menester preparar al cuerpo, moldearlo según esas exigencias, mientras se catalogaban sus movimientos en términos

⁹⁵ Foucault, Michel: “Derecho de muerte y poder sobre la vida” en *Historia de la sexualidad. Volumen I*, Siglo XXI editores, Buenos Aires, 1992, pág 164.

⁹⁶ *Ibíd*, pág 168.

⁹⁷ *Ibíd*, pág 168.

de eficacia y se medía su rendimiento en el ámbito fabril. En las sociedades disciplinarias, el control ejercido sobre los sujetos permitía que “el cuerpo deje de ser aquello que debe ser atormentado para convertirse en algo que ha de ser formado, reformado, corregido, en un cuerpo que debe adquirir aptitudes, recibir ciertas cualidades, calificarse como un cuerpo capaz de trabajar”⁹⁸.

En su estudio sobre los mecanismos de poder que regían en la sociedad capitalista industrial, Foucault constata que “la disciplina aumenta las fuerzas del cuerpo (en términos económicos de utilidad) y disminuye esas mismas fuerzas (en términos políticos de obediencia). (...) disocia el poder del cuerpo; de una parte, hace de este poder una “aptitud”, una “capacidad” que trata de aumentar, y cambia por otra parte la energía, la potencia de que de ello podría resultar, y la convierte en una relación de sujeción estricta”⁹⁹. Estas citas ejemplifican que los mecanismos de vigilancia en las sociedades del siglo XVIII y XIX tuvieron como objetivo principal, generar saberes sobre el conjunto de la sociedad que permitiesen regular los ciclos de los nacimientos, de las muertes y de alguna manera buscar un equilibrio entre estas dos instancias; mientras que simultáneamente se desplegaba toda una política de disciplina sobre los cuerpos individuales para adaptarlos a las nuevas formas de producción, estableciendo movimientos ajustados a los ritmos de las máquinas con la intención de volver a éstos más productivos en términos económicos.

Foucault analiza los mecanismos de poder y vigilancia, haciendo uso de la metáfora del panóptico. En el modelo panóptico aplicado en las fábricas, y en las instituciones estatales como las escuelas, las prisiones y los hospitales, los sujetos se encontraban sometidos a un control permanente. Eran observados de manera continua para poder regular sus conductas, haciendo previsible futuras desviaciones, con el propósito de generar saberes que permitan modelar los cuerpos. Tal como lo marca Foucault, dentro del panóptico los vigilados nunca podían entrar en contacto con quien los vigilaba, y en algunos casos tampoco podían entrar en diálogo con los compañeros de labor, haciendo del sujeto “un objeto de información, jamás un sujeto de comunicación”¹⁰⁰. Tanto el sujeto como su

⁹⁸ Foucault, Michel: “Conferencia Quinta”, en *La verdad y las formas jurídicas*, Gedisa Editorial, Barcelona, 1996, pág 133.

⁹⁹ Foucault, Michel: “Los cuerpos dóciles”, en *Vigilar y castigar: nacimiento de una prisión*, 2ª ed. 1ª reimp, Siglo Veintiuno Editores, Buenos Aires, 2009, pág 160.

¹⁰⁰ Foucault, Michel: “El panoptismo”, en *Vigilar y castigar: nacimiento de una prisión*, 2ª ed. 1ª reimp, Siglo Veintiuno Editores, Buenos Aires, 2009, pág 232.

cuerpo propiamente dicho eran sometidos a observación para extraer información útil del mismo y adecuar el movimiento y la funcionalidad del cuerpo al aparato productivo. Además se requería que los individuos estuviesen regidos por un conjunto de normas que regulaban su comportamiento y accionar. El individuo dependiendo de la institución de encierro que atravesara, era meticulosamente observado y controlado por un grupo de especialistas, pero al sujeto nunca se le daba la posibilidad de expresarse, excepto que le fuera solicitado aportar algún tipo de información. Foucault marca que “el panoptismo es una forma de saber que se apoya ya no sobre una indagación sino sobre algo totalmente diferente que yo llamaría examen. (...) No se trata de reconstruir un acontecimiento sino algo, o mejor dicho, se trata de vigilar sin interrupción y totalmente”¹⁰¹.

En esa instancia de control el sujeto era un sujeto de información, ya que aportaba datos sobre su forma de accionar y a partir de éstos, los Estados podían generar planes de vigilancia sobre los individuos y la sociedad en su conjunto. A medida que se controlaban y disciplinaban los cuerpos, los sujetos internalizaban la vigilancia y sus conductas quedaban guiadas según las normas dictadas por las distintas instituciones de las que formaban parte. Frente a la posibilidad de ser continuamente mirados, o mejor dicho vigilados, y ante la consecuente sanción por un comportamiento inadecuado, los sujetos encarnaban esa vigilancia y contribuían a reproducir los mecanismos de poder. Con el panoptismo “tenemos la disciplina-mecanismo, un dispositivo funcional que debe mejorar el ejercicio del poder volviéndolo más rápido, más ligero, más eficaz”¹⁰². Los sujetos internalizaban ese poder y actuaban según las reglas que imponían las distintas instituciones por las que atravesaban; el poder en cuenta comenzaba a ser reproducido por los sujetos tendía a economizarse, ya que no necesitaba de la labor de un observador continuo, en tanto los sujetos aprendían a autocontrolarse, sabiendo que si incurrían en una infracción les correspondía un determinado castigo.

Finalmente, podemos decir que en el panoptismo los sujetos aportaban “información”, o mejor dicho se les extraía información para hacer de ellos trabajadores útiles al sistema económico. Los mecanismos de poder, guiados por las bases teóricas de la anatomopolítica y la biopolítica, establecían una serie de saberes que generaban sistemas de clasificación entre sujetos útiles e inútiles, entre sujeto aptos y sujetos a reformar, entre

¹⁰¹ Foucault, Michel: “Cuarta conferencia”, en *La verdad y las formas jurídicas*, Gedisa Editorial, Barcelona, 1996, pág 99.

¹⁰² *Ibíd*, pág 242.

locos-no locos, entre los enfermos-los sanos, etc. La información obtenida mediante la vigilancia tenía la función de clasificar a los sujetos según su capacidad de adaptarse al sistema de producción capitalista.

Una vez definido el concepto de *sociedad disciplinaria*, cabe preguntarnos qué sucede con la vigilancia en una época en que la sociedad comienza a estructurarse alrededor de un sistema de producción basado en la información y en la producción y consumo de servicios. A partir de allí se abre el interrogante sobre el rol que cumplen los sujetos y sobre la forma de operación que despliegan las instancias de poder.

Para caracterizar este nuevo tipo de sociedades utilizaremos el concepto de *sociedades de control* desarrollado por Gilles Deleuze. La diferencia fundamental entre las *sociedades de control* y las *sociedades disciplinarias*, es que en las primeras “el control es a corto plazo y de rotación rápida, pero también continuo e ilimitado, mientras que la disciplina era de larga duración, infinita y discontinua”¹⁰³. Si en las sociedades disciplinarias la vigilancia se desplegaba en instituciones de encierro mediante la técnica del examen con el propósito de lograr una confesión por parte del detenido/enfermo/obrero, hoy el control se ha vuelto fluctuante y el antiguo examen que quedaba supeditado a una institución específica ha sido reemplazado por la *evaluación continua*¹⁰⁴, que se despliega en todos los ámbitos de la vida del sujeto.

Teniendo en cuenta las consideraciones sobre el control apuntadas por Deleuze, quisiéramos hacer una acotación para complementar su noción. Sostenemos que a partir del momento en que un sujeto comparte un fragmento de su vida privada a través de las *selfies*, el carácter que adquiere ese control ejercido por el propio individuo es netamente voluntario. La importancia de esta nueva fase de control que se inaugura con las redes sociales, y en particular con los relatos alterdirigidos, es que es el individuo quien, por voluntad propia, decide brindar información sobre su vida. Es decir, quien toma una *selfie* no está sujeto a una instancia coercitiva que lo obligue a llevar a cabo esa acción, por el contrario la información la distribuye por la red sin que prime la existencia de una sanción en caso de no hacerlo.

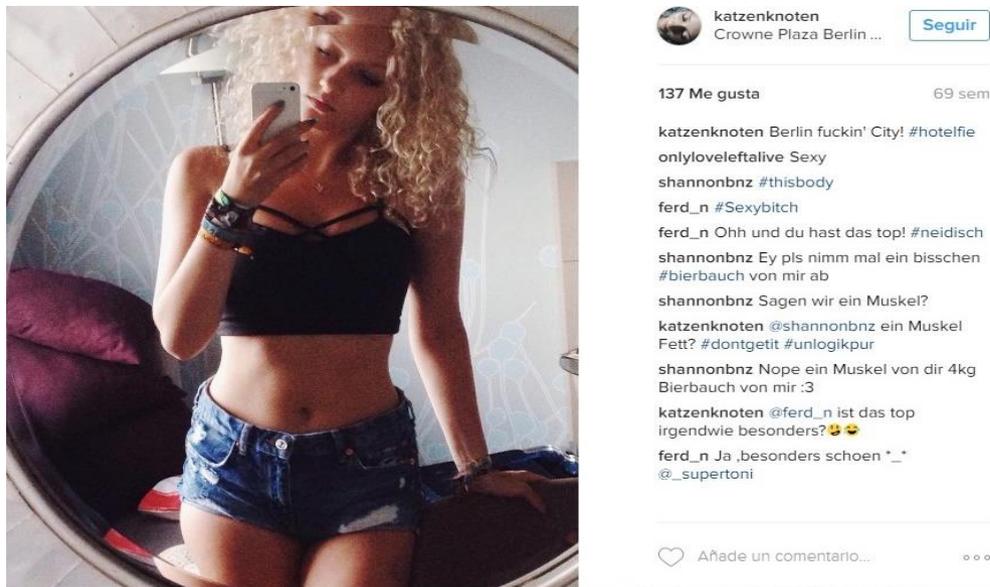
Esa *voluntad de confesión* de la época actual, marca un antes y un después con respecto a las *sociedades disciplinarias*, ya que en éstas el sujeto que confesaba lo hacía guiado

¹⁰³Deleuze, Giles. Op cit, pág 22.

¹⁰⁴Deleuze, Giles. Op cit, pág 19.

por un cuerpo de especialistas que lo sometía a examen. La información obtenida del sujeto vigilado estaba fundada en el conjunto de normas de la institución de encierro en la que se emplazaba, las cuales establecían sanciones si el vigilado no explicitaba aquello que se esperaba que declarase. La confesión tenía como corolario el establecimiento de sanciones en caso de hallar una infracción cometida. Por el contrario, en las sociedades de control quien brinda información a través de las *selfies* lo hace por motu proprio. No existe una instancia de coerción que obligue al individuo a tener que tomarse una fotografía y mucho menos obligarlo a contar dónde y qué está haciendo.

Para ejemplificar esta nueva instancia de control vamos a citar unos ejemplos a modo ilustrativo, para demostrar cómo los sujetos contribuyen a su vigilancia.



Esta primera imagen que pertenece a un subgrupo de *selfies* denominado *hotelfie*, en referencia a que son tomadas dentro de las instalaciones de un hotel, nos permite ver cómo con la fotografía es posible dar con el paradero de una persona. Si se observa debajo del nombre de usuario de esta cuenta de Instagram, aparece el nombre del hotel en la que se encuentra la mujer, en este caso el Crowne Plaza Hotel. Esta red social al igual que Facebook, ofrece la posibilidad de etiquetar el lugar geográfico en el que se halla el individuo al momento de tomar la *selfie*. La utilización del etiquetado es voluntaria, quien sube la foto tiene en su poder decidir si quiere mostrar dónde está, o si por el contrario prefiere no informarlo.



En un sentido similar opera está *selfie* que pertenece a un subgrupo denominado *braggie*, que deriva del verbo inglés *brag*, que significa presumir. Generalmente, este subtipo de *selfies* hace hincapié en mostrar lugares paradisíacos o sitios turísticos ampliamente populares, con la intención de provocar envidia en quien lo ve. En el caso particular de esta foto, volvemos a observar que uno de los sujetos que participa de ella, al momento de compartirla, decidió de modo voluntario mencionar el espacio geográfico en el que fue tomada la *selfie*. El acto de exhibir el lugar donde se está, haciendo una mención explícita y acompañando esa mención con su correlato fotográfico, convierte a los sujetos en *individuos localizables*.

En relación a estas fotografías, un artículo del diario *La Nación* comenta: “Un estudio realizado por Hoteles.com en Reino Unido reveló que 5,4 millones de británicos suben fotos de sus vacaciones apenas 10 minutos de haber llegado al lugar, casi con la valija en la mano y sin siquiera haber visto mucho (...)”¹⁰⁵. En la premura por generar un relato alterdirigido que dé cuenta del lugar y suscitar la envidia o el beneplácito de sus seguidores en las redes sociales, el sujeto contribuye de manera abierta a dar información sobre su paradero. Se vuelve identificable en el sinfín de lugares en los que se podría encontrar. Cada sujeto a de volverse localizable, identificable, y si copera para que ello suceda, los esfuerzos para dar con su ubicación se simplifican enormemente.

¹⁰⁵ Ventura, Andrea. (1 Junio 2014). “Braggies, las nuevas fotos de los viajes 2.0”. *La Nación*. Recuperado en <http://www.lanacion.com.ar/1695676-pasajeros-frecuentesbraggies-las-nuevas-fotos-de-los-viajes-20>

En referencia a lo dicho, Frédéric Gros manifiesta que la época presente se caracteriza por la llamada *seguridad biopolítica*, en la que “el nuevo problema que aparece es la “trazabilidad”: poder determinar en cada momento quién se desplaza, de dónde viene, adónde va, lo que él hace allí donde está, y si efectivamente tiene acceso a la red en la que se desplaza y si tiene o no prohibición”¹⁰⁶. Las fotos anteriores dan una aproximación a cómo los sujetos cooperan en esa instancia de control, que busca delimitar de manera permanente no sólo el emplazamiento geográfico de un sujeto, sino también los desplazamientos en los que incurre y si está habilitado o no para hacer lo que hace en determinado lugar.

Además de aportar información sobre la localización geográfica de un individuo, es posible pensar que las *selfies* contribuyen a individualizar a los sujetos tomando su rostro como rasgo distintivo. El rostro de cada persona es algo único y particular, que puede variar con el paso del tiempo, ya sea por el accionar de la vejez o por una intervención quirúrgica que cambie la fisonomía del mismo. Una vez más, las *selfies* cumplirían un papel de enorme importancia en la recolección de múltiples tomas del rostro, y cabría la posibilidad de generar una base de datos biométricos capaz de registrar los cambios sufridos por el rostro y el cuerpo del sujeto fotografiado.



Esta fotografía corresponde a Simone Anderson, una joven neozelandesa quien tras hacerse sometido a una dieta alimenticia especial en combinación con una rutina de ejercicios regular, logró modificar la fisonomía completa de su cuerpo hasta el extremo de llevarnos a pensar “es otra persona”. La utilidad en términos de seguridad reside en

¹⁰⁶ Gros, Frédéric: “La cuarta edad de la seguridad”, en Michel Foucault. *Biopolítica y neoliberalismo*. (Compendio de textos cátedra Ferrer), pág 44.

que las *selfies* sirven para registrar las modificaciones físicas. El cambio que muestra la foto es por demás notorio, pero podemos imaginar que también a partir de este tipo de fotografías se podría registrar cambios específicos del rostro, que como mencionamos antes, es el elemento distintivo de cada sujeto. Es presumible que un cambio en la tonalidad del cabello, algún cambio en los párpados, los pómulos, los labios o la nariz, la aparición o desaparición de algún lunar o mancha, podría quedar registrado y conformar una base de datos. Las *selfies* compartidas en la red nos permitirían estar al tanto de las modificaciones que sufre el rostro de los retratados, con lo cual, las chances del sujeto de escabullirse y hacerse irreconocible tendrían menos probabilidades de ocurrir.

En este sentido, la investigadora Célida Godina Herrera al ejemplificar las nuevas tecnologías de control apunta que: “han aparecido nuevos métodos de reconocimiento facial que al digitalizar el rostro, por ejemplo, pueden captarse sus cambios y lograr un rápido reconocimiento de las personas. Las ventajas de los sistemas de reconocimiento automático radican en su inmensa capacidad de almacenamiento y memorización, así como en la velocidad de su procesamiento. Como podrá verse, los beneficios de estos sistemas de reconociendo biométricos resultan obvios: ya no será posible suplantar la identidad de otra persona con intenciones de fraude (...)”¹⁰⁷. Con estas técnicas de control y contando con la participación voluntaria de los individuos, la tarea de los organismos estatales de control no sólo se ve simplificada, sino que además se extiende a aquellas zonas que antes quedaban ocultas en la intimidad de las personas. En caso de que una institución como la policía tuviese que rastrear a un sospechoso o a un criminal, vería su tarea facilitada ya que disponiendo de una base de datos biométricos que muestren las modificaciones sufridas por el rostro del sujeto buscado, dar con su paradero sería mucho más sencillo. Y la posibilidad de confundir a una persona con otra disminuiría considerablemente.

En esta instancia es necesario sugerir que las *selfies* producen una inversión del concepto de panóptico utilizada por Foucault. El panóptico hallaba su razón de ser en el momento en que el sujeto vigilado aportaba información sobre su accionar, pero la obtención de ésta se lograba mediante un grupo de especialistas que vigilaban de cerca a la persona. La persona era observada, pero jamás se le otorgaba la posibilidad de ver. En el caso de las *selfies* sucede lo contrario, ya que el propio sujeto es quien voluntariamente brinda datos

¹⁰⁷ Godina Herrea, Célida: “El panóptico moderno” en Revista A Parte Rei, México, Julio 2006, pág 4.

de su localización geográfica, de sus quehaceres en determinado lugar, además de aportar información sobre los cambios en su fisonomía. Es decir, no hay una institución gubernamental que en primera instancia tenga que ejercer un rol coercitivo para lograr la obtención de datos; sino que la generación de datos parece una actividad inocente y lúdica que la puede ejecutar cualquier persona.

Es interesante notar que a principios de siglo XX cuando la fotografía ya había recorrido más de medio siglo de historia, comenzó a ser de enorme utilidad en el campo militar y en las fuerzas policíacas, ya que permitía crear un archivo con imágenes de los criminales detenidos, o de aquellas personas consideradas “sospechosas” en tanto podían alterar el orden público. La confección de ese archivo y el posterior análisis de los datos debían ser realizados por una institución gubernamental. Hoy en día, el uso privado que se hace de la tecnología ha modificado la forma en la que se obtienen los datos. Es así que Susan Sontag marca que, “uno de los efectos de la tecnología fotográfica más reciente (video, películas instantáneas) ha sido volcar aún más los usos privados de la cámara en actividades narcisistas, es decir, en la propia vigilancia.”¹⁰⁸

Con la utilización de dispositivos celulares y la expansión de las redes sociales es posible generar un control más exhaustivo y continuo de los individuos, pero apelando a que éstos participen de manera voluntaria. Con el uso privado de las cámaras, varios han sido los casos en donde el autor de un delito o crimen da a conocer ese suceso a través de una *selfie* compartida en la red. Aquí mencionamos algunos casos: “Un hombre, que mató a su novia y publicó una *selfie* junto al cadáver en el perfil de Facebook de la mujer, fue detenido por agentes de la policía en Plano, Texas. El hombre, identificado como Kenneth Alan Amyx (45 años), mantenía una relación sentimental con Jennifer Streit-Spear(43), quien murió a causa de las puñaladas ejecutadas por su pareja”¹⁰⁹. Otro artículo dice: “Las autoridades reportaron que Maxwell Marion Morton, un adolescente de 16 años de la ciudad de Jeannette, en Pensilvania, disparó en el rostro a un compañero suyo de igual edad, identificado como Ryan Mangan. Tras asesinarlo, se tomó una *selfie* con el cadáver

¹⁰⁸ Sontag, Susan: “El mundo de la imagen”, en *Sobre la fotografía*, 1ª ed, Debolsillo, Buenos Aires, 2012, pág 172.

¹⁰⁹ (2 Junio 2016). “Asesinó a su novia, se tomó una selfie con el cadáver y la publicó en Facebook”. *Infobae*. Recuperado en <http://www.infobae.com/2016/06/02/1815742-asesino-su-novia-se-tomo-una-selfie-el-cadaver-y-la-publico-facebook/>

y la compartió en el mensajero Snapchat”¹¹⁰. Luego de ser compartida en la red social Snapchat, un amigo del asesino mostró esa imagen a la policía, quienes no tardaron en proceder a la detención del criminal. Como último ejemplo podemos citar a Nadia Rey, una joven que tras ser agredida por su novio, compartió una serie de *selfies* para hacer público el estado de su rostro después del ataque. El artículo reza: “Desfigurado, así quedó el rostro de una chica que subió fotos a su Facebook para mostrar como su ex novio le había pegado luego de un ataque de celos. Ahí, en la red social, compartió las imágenes de su cara golpeada, de su ojo morado, de su campera manchada con sangre producto de la golpiza”¹¹¹. Estos tres ejemplos nos muestran que las *selfies* sirven como método de confesión, en el caso de los jóvenes que asesinaron a sus amigos, o como medio de denuncia en el caso de la joven que exhibió los golpes que le había dado su novio. Son los propios usuarios de las *selfies* quienes toman a cargo la publicación de la información, y luego en una segunda instancia, se aplican las medidas coercitivas correspondientes con cada criminal. En nuestra época el origen de la información está supeditada a la *voluntad de confesión* de cada sujeto.

En esta inversión del panóptico foucaultiano se registran una serie de cambios, que es preciso mencionar para dar cuenta de cómo se vive el control y la infiltración del poder en la sociedad actual. Godina Herrera plantea que el panóptico moderno presenta dos características que lo distancian del panóptico descrito por Foucault: el panoptismo moderno está *descentralizado* y es *consensual*. La autora explica que: “Gracias a las nuevas tecnologías, la descentralización es un hecho, a diferencia de la idea de Betham, pues éstas ofrecen una omnisciencia real y no fingida, al mismo tiempo que sustituye al inspector por una multitud de inspectores que actúan solos o en multitud. Las nuevas tecnologías hacen a los individuos “visibles” de un modo tal que nunca se hubiera podido imaginar, pero tal visibilidad está expuesta a una multitud de miradas desde direcciones muy diferentes”¹¹². Al hablar de descentralización, la autora plantea que en el panóptico foucaultiano la vigilancia se ejercía dentro de una institución específica y la dirección de ese control era unidireccional. Solo el vigilador podía ver al vigilado, pero la situación inversa no acontecía jamás. A partir de esa observación se producía información sobre el

¹¹⁰ (9 Febrero 2015). “Mató a su compañero de colegio y se sacó una selfie con el cuerpo”. *Infobae*. Recuperado en <http://www.infobae.com/2015/02/09/1625797-mato-su-companero-colegio-y-se-saco-una-selfie-el-cuerpo/>

¹¹¹ (15 Julio 2015). “Su ex novio le deformó la cara y ella lo mostró por Facebook”. *Clarín*. Recuperado en http://www.clarin.com/sociedad/novio-deformo-cara-conto-facebook_0_Sy98MUtw7l.html

¹¹² Godina Herrea, Célida. Op cit, pág 7.

vigilado, que luego era utilizada para regular el funcionamiento de la propia institución, además de orientarse en la modificación de las aptitudes de los sujetos para moldearlos a las exigencias impuestas por las instituciones de encierro. En cambio, en el panóptico moderno la instancia de vigilancia es multidireccional, en tanto el rol de vigilador lo puede ejercer una institución de gobierno que quiera obtener información sobre los desplazamiento y actividades de determinadas personas; lo puede ejercer una empresa privada en busca de datos que permitan catalogar a un sujeto en un grupo de consumo específico; incluso el rol de vigilador puede ser ocupado por cualquier persona en todo momento del día, en caso de querer explorar la vida de otro sujeto. A su vez, quien es auscultado por la mirada ajena tiene la oportunidad de invertir ese rol y pasar a ser quien vigila. En el panóptico moderno la instancia de ser controlador o ser controlado se alterna permanentemente.

Por su parte, el escritor e investigador Reg Whitaker analiza las nuevas instancias de control y habla de un *panóptico participatorio*. El funcionamiento y la base que le sirve de sustento para su ramificación en todas las esferas de la sociedad, lo diferencian del panóptico foucaultiano. Whitaker postula que: “El problema de los panópticos de Bentham, Taylor o Orwell residía en el engaño que se infiltraba con relación a la coacción y al consenso: todos reivindicaban que la coacción era sustituida por un consenso activo, pero todos ellos fundamentaban tal consenso en la coacción, que seguía en el trasfondo porque *era* el trasfondo. El panóptico contemporáneo es sorprendentemente distinto. Se trata de un panóptico consumista basado en ventajas y beneficios efectivos cuya peor sanción es la exclusión.”¹¹³. El panóptico contemporáneo para su funcionamiento requiere de la participación activa de los sujetos. En tanto los sujetos se vuelven asiduos “informadores” de sus actividades privadas, de sus desplazamientos constantes, y de sus preferencias de consumo, el funcionamiento de panóptico se economiza y se hace más profundo. Cuanto mayor sea la información que vuelque el individuo en la red respecto de sus datos personales, tanto más extenso será el poder que adquiera ese control.

El panóptico actual fundamenta su accionar a partir de la confección de *bases de datos*. Con respecto a éstas Whitaker señala que: “En su estructura y propósito, las bases de datos se asemejan a los archivos e informes de los servicios de inteligencia y de seguridad: (...) ambos son acumulativos y ampliables y, además, ambos *se alimentan a sí mismos*:

¹¹³Whitaker, Reg: “El panóptico participatorio”, en *El fin de la privacidad. Cómo la vigilancia toral se está convirtiendo en realidad*, 1ra trad, Ediciones Paidós Ibérica, Barcelona, 1999, pág 172.

cuanto mayor y más detallada es la base de datos o un informe, mayor es la capacidad de extraerle aún más información útil”¹¹⁴. Para generar una base de datos lo suficientemente amplia no basta con conocer los datos personales de un sujeto, tal como su fecha de nacimiento, su nombre completo, su lugar de residencia y su número telefónico. Esos datos son los que en publicidad se denominan *datos duros*, y si bien son sumamente relevantes, nunca terminan por ser suficientes a la hora de elaborar una campaña de marketing. Por el contrario, el panóptico contemporáneo además de precisar ese tipo de información, necesita conocer los intereses, gustos y preferencia de los individuos, sus hábitos de consumo, su frecuencia de consumo; además se vuelve fundamental descubrir los ámbitos por los que se desplaza, con quién se desplaza y cuánto tiempo permanece en cada lugar. Llegado aquí nos damos cuenta que no hay otra manera de recolectar estos datos, más que haciendo que las personas participen voluntariamente de las instancia de control y contribuyan de forma participativa a hablar de sí mismos.

Los datos así obtenidos comienzan a tener un valor para las empresas, en tanto son de enorme utilidad para confeccionar campañas de marketing y publicidad apuntando a un sector de consumo mejor definido. También es necesario marcar que hay compañías que ofrecen una recompensa monetaria, a aquellos usuarios que se tomen *selfies* mostrando cuáles son los productos que consumen. Para mencionar un ejemplo podemos citar la aplicación llamada *Pay Your Selfie*, que la empresa *Crest* del grupo *Procter & Gamble*, dedicada a la producción de productos para el cuidado dental, utiliza a diario con el fin de relevar los hábitos de consumo de sus usuarios. Por cada foto “utilizable”, el usuario de la app recibirá quince centavos, y cuando haya acumulado más de veinte dólares por las *selfies* aportadas, la empresa procederá a pagarle. Con relación a este caso, un artículo periodístico explica que: “Entre los datos que Crest (...) obtuvo de su requerimiento de *selfies* durante un mes, se cuenta que hay un enorme salto en la tendencia a lavarse los dientes entre 4 y 6 de la tarde, probablemente vinculado al deseo de tener buen aliento en la happy hour. Ese dato puede ser útil cuando Crest decida a qué hora del día iniciar futura campañas en las redes sociales”¹¹⁵. El mismo artículo agrega: “Las *selfies* son una buena forma por las que las compañías obtienen información que la gente no puede o no quiere

¹¹⁴ Whitaker, Reg: “Las torres oscuras: bases de datos y alienación”, en *El fin de la privacidad. Cómo la vigilancia total se está convirtiendo en realidad*, 1ra trad, Ediciones Paidós Ibérica, Barcelona, 1999, pág 152.

¹¹⁵ Rubin, Courtney. (29 Mayo 2016). “Selfies: una inesperada fuente de datos de consumo”. *New York Times*. Traducción para *La Nación* de Gabriel Zadunaisky. Recuperado en <http://www.lanacion.com.ar/1903321-selfies-una-inesperada-fuente-de-datos-de-consumo>.

expresar en focus groups u otros métodos tradicionales de investigación, dijo Ravi Dhar, director del Centro Para Estudios del Consumidor de la Escuela de Management de Yale. Por ejemplo, dijo, pueden llevarnos a comprender qué rituales acompañan cierto tipo de consumo.”¹¹⁶ Luego de que los usuarios comparten sus *selfies* a través de esta aplicación, un sistema de software analiza la foto para detectar la presencia de un rostro humano; además se les solicita a las personas que rellenen un formulario cargando su nombre, su fecha de nacimiento, su lugar de residencia, etc. Una vez que los datos han sido relevados, los especialistas en análisis estadístico elaboran informes que serán útiles para detectar nuevos hábitos de consumo.



Estas *selfies* que tomamos como ejemplo, nos ayudan a comprender que las grandes compañías obtienen un doble rédito de la utilización de la imagen. Por un lado la *selfie* sirve como medio de promoción ya que muestra al producto, y si esa foto incluso es acompañada por la presencia de una celebridad el beneficio que puede obtenerse es mayor. La celebridad es capaz de movilizar una serie de valores de vida atados al consumo de determinadas marcas, que serán tenidas en cuenta por sus seguidores con el propósito de emular el estilo de vida del famoso al que admiran. El segundo beneficio para las empresas reside en la información que movilizan los propios usuarios, en tanto aportan datos precisos sobre las instancias de consumo privado.

Como dijimos anteriormente, el panóptico contemporáneo funciona siempre y cuando sea capaz de confeccionar bases de datos con información personal de cada individuo. En

¹¹⁶ *Ibid.*

este sentido podemos citar la palabra de Aníbal Ford, quien toma el concepto de *datavigilancia* desarrollado por Roger Clarke, y postula que el desarrollo de la informática ha extendido la capacidad de control sobre los individuos a niveles inimaginables algunas décadas atrás. Las bases de datos tienen la particularidad de cruzar información proveniente de diversas esferas, para construir un perfil mucho más detallado. Ford marca que con la *datavigilancia*, “el registro histórico de adquisiciones con tarjeta de crédito podría cruzarse con la base del padrón electoral, con la historia clínica, con ficheros policiales o impositivos, con registros de antecedentes laborales, con datos provenientes de estudios de audiencias o con listados de clientes prospectivos para campañas de marketing directo.”¹¹⁷ En nuestra época, todo dato es susceptible de ser registrado, almacenado y analizado con el propósito de vender bienes de consumo que se ajusten a las preferencias de cada uno. Hoy esos datos también los aportan las *selfies*, extendiendo de esta manera el control que se ejerce sobre los individuos.

En una época donde los ciberataques y el robo de información parecen ser los cataclismos que marcan el tiempo presente, la seguridad adquiere una enorme relevancia. Los sujetos pasan a vivir como sospechosos, al tiempo que también pueden convertirse en víctimas en caso de que se les sustraiga información personal. Por tal motivo, algunas compañías de tarjetas de crédito ya no confían en las simples contraseñas numéricas debido al grado de vulnerabilidad que presentan. Las contraseñas pueden ser descifradas mediante la aplicación de un software, como muchas veces lo han demostrado los hackers. Por lo tanto, se crean nuevas medidas de seguridad como las que viene aplicando Mastercard en Europa desde mediados del 2016. Los clientes de Mastercard ya no deberán digitar una clave en un lector de tarjetas como se hace actualmente, sino que deberán descargar una aplicación en sus celulares o computadoras, y al realizar una compra se les solicitará cargar los datos de las tarjetas y “Sin embargo, si se requiere una comprobación de autenticación adicional, se les pedirá mirar a la cámara de su teléfono o utilizar el sensor de huellas dactilares en vez de escribir su contraseña, como sucede ahora”¹¹⁸. En esta instancia las *selfies* serán las que aporten los datos biométricos, para autenticar la identidad de la persona que está usando la tarjeta de crédito. En tanto el sujeto vuelca sus

¹¹⁷ Ford, Aníbal: “Todos somos vigilados o la sociedad de las identidades formalizadas”, en *La marca de la bestia*, Grupo Editorial Norma, Buenos Aires, 1999, pág 175.

¹¹⁸ Kelion, Leo. (23 Febrero 2016). “Como un selfie servirá para pagar con tarjeta de crédito”. *BBC*.

Recuperado en

http://www.bbc.com/mundo/noticias/2016/02/160222_selfie_mastercard_tarjeta_credito_pago_all

datos personales y los acompaña con una fotografía de su rostro, queda habilitado para disponer de un servicio/producto al tiempo que se lo controla aún más.

En el panóptico contemporáneo y participatorio, el marketing pasa a ser la herramienta que genera nuevas formas de clasificación y exclusión. Rey Whitaker apunta que “la clave del nuevo marketing inteligente radica en la información. Los clientes son identificados no como una masa indiferenciada, sino a partir de subgrupos con patrones específicos de compra y poder adquisitivo. La acumulación de datos sobre el consumidor, cuando es percibida, tiende a considerarse como algo que facilita y simplifica el consumo.”¹¹⁹ En esta instancia de consumo comienzan a regir nuevas formas de exclusión. Si el panóptico de las *sociedades disciplinarias* analizado por Foucault extraía información de los cuerpos para corregirlos y ver cuáles de ellos se adaptaban de forma eficiente a los ritmos de producción de la fábrica, estableciendo una distinción entre trabajador útil-trabajador inútil, el panóptico contemporáneo cambia el enfoque de la mirada y la distinción que busca generar es entre consumidores – no consumidores.

En una economía basada en el consumo, las empresas necesitan dar cuenta de quiénes son aquellas personas susceptibles de convertirse en consumidores efectivos, en tanto dispongan o no del capital requerido para comprar. Las nuevas formas de exclusión determinan quiénes pueden acceder al consumo y quiénes no. Tal como lo expresa Zygmunt Bauman: “En la sociedad de consumidores, los “inválidos” marcados para su exclusión (irrevocable y definitiva, sin apelación posible) son los “consumidores fallados”¹²⁰. En este sentido, el panóptico contemporáneo es mucho más rígido en términos de exclusión, más poderoso en cuanto a su ramificación ya que se extiende a todas las zonas de la vida, incluyendo la propia privacidad de los sujetos.

Entonces nos encontramos inmersos en una sociedad de consumidores, donde “la selección de los servicios ofrecidos por el mercado y necesarios para un desempeño eficiente recae inexorablemente sobre la responsabilidad de cada consumidor, una tarea que debe realizarse *individualmente* y con la ayuda de habilidades de consumo y patrones de decisión adquiridos también individualmente”¹²¹. En este nuevo panóptico cada individuo se vuelve sobre sí mismo, y busca dotarse de una identidad siguiendo los

¹¹⁹Whitaker, Reg. Op cit, pág 166.

¹²⁰ Bauman, Zygmunt: “Una sociedad de consumidores”, en *Vida de consumo*, 1ª ed 3ª reimp, Fondo de Cultura Económica, Buenos Aires, 2011, pág 82.

¹²¹ *Ibid*, pág 81.

patrones que establece el mercado. Por su parte, el mercado ofrecerá una serie de productos y servicios para responder, o mejor dicho, crear nuevas necesidades. Pero lejos de ofrecer productos a cualquier persona, las empresas necesitan de la participación voluntaria de éstas para ofrecer productos que se ajusten de modo adecuado a las preferencias y gustos de un subgrupo dentro de la población, que debe ser correctamente delimitado mediante la confección de bases de datos. Ante esta situación, el panóptico contemporáneo no hace más que extraer información de la vida privada de los individuos, al punto tal de volverla completamente visible. Las zonas de oscuridad que antes protegían la privacidad son cada vez más escasas. Tal como lo explica Bauman, “la privacidad invadió, conquistó y colonizó el ámbito público, pero a costa de perder su derecho al secreto, que es su característica definitoria y su privilegio más querido y ferozmente defendido”¹²².

La vida privada ha dejado de ser el refugio de la intimidad y los secretos protegidos de la mirada ajena; y ha pasado a constituirse como una mina de la que se pueden extraer datos valiosos para que las entidades gubernamentales dispongan de un control más minucioso sobre cada individuo particular, mientras que las empresas extraen información de sus potenciales consumidores para ajustar su oferta de productos. Frente a este panorama el estatus del hombre se modifica. Tal como lo marca Deleuze, en las *sociedades de control*, “el hombre ya no es el hombre encerrado, sino el hombre endeudado”¹²³. El control está supeditado a seguir fomentando un mayor consumo en vías de incrementar las ganancias de las grandes empresas.

Las *selfies* como instrumento de control operan en este sentido, exponiendo a los sujetos y sus vidas como si fueran simples bases de datos, y haciendo que el mismo sujeto se construya como objeto de consumo. En esta situación de control ramificado, férreo pero a su vez consensual y participativo, es tarea de los sujetos *descubrir para que se los usa*¹²⁴, poniendo en tela de juicio la manera en la que exponen su vida privada y cuestionando los principios de su accionar.

¹²² Bauman Zygmunt, y Lyon David: “Drones y medios sociales”, en *Vigilancia líquida*, 1ª ed, Paidós, Buenos Aires, 2013, pág 36.

¹²³ Deleuze, Gilles. Op cit, pág 22.

¹²⁴ Deleuze, Gilles. Op cit, pág 23.

El cuerpo en las selfies

Los cuerpos contemporáneos se construyen en base a nuevos requerimientos que los distinguen de los cuerpos de las sociedades disciplinarias. Si en éstas últimas, las reglamentaciones aplicadas a los cuerpos estaban dirigidas a extraer una masa de energía que debía volcarse en el ámbito laboral, donde los movimientos corporales quedaban fundados según los ritmos impuestos por el sistema productivo; en las sociedades de control las consideraciones sobre el cuerpo se modifican y dan origen a prácticas que forman una nueva visión del mismo.

Podemos decir que en las sociedades disciplinarias, los recaudos y medidas que se tomaban para mejorar el cuerpo y evitar que caiga en la enfermedad, estaban guiados por una “intención funcional”. El sistema productivo requería cuerpos que fuesen funcionales en términos anatómicos, para agilizar el proceso de trabajo y reducir las instancias de tiempo muerto. Por su parte, las sociedades de control manifiestan una preocupación centrada en el carácter estético de lo corporal, mientras que el carácter funcional aunque no desaparece, tiende a relajarse. En las sociedades de control el cuerpo es un objeto de diseño, que cada individuo guiado por decisiones netamente individuales debe, (llega a ser vivido como una obligación), poner en escena.

Con respecto a la concepción moderna del cuerpo, David Le Breton marca una instancia de quiebre donde el cuerpo pasa a ser vivido como *factor de individuación*¹²⁵. Mientras en las sociedades tradicionales imperaba una visión holística del mundo y los lazos comunitarios anclaban al sujeto en una estructura de sentido sólida, el cuerpo era concebido como un elemento más dentro de la totalidad existente del cosmos. El cuerpo y la persona conformaban una sola unidad, y las representaciones de éste eran efectivamente representaciones de la persona. Luego, frente al avance de las ciencias matemáticas y las primeras investigaciones médicas, el cuerpo devino un objeto de estudio en sí mismo. Era necesario saber cómo funcionaba, qué mecanismos regían sus movimientos, etc.

Al llegar la Edad Moderna, las consideraciones sobre lo anatómico cambian y “el cuerpo comienza a funcionar como un límite fronterizo que delimita, ante los otros, la presencia

¹²⁵ Le Breton, David. “En las fuentes de una representación moderna del cuerpo: el hombre anatomizado”, en *Antropología del cuerpo y modernidad*, Ediciones Nueva Visión, Buenos Aires, 1995, pág 45.

del sujeto”¹²⁶. Ese cuerpo que en las sociedades tradicionales formaba una unidad total con la persona que lo encarnaba, en la modernidad se escinde y “el cuerpo (...) en el campo social y en el nivel de las representaciones, está disociado del sujeto y es percibido como uno de sus atributos. Las sociedades occidentales hicieron del cuerpo una posesión más que una sepa de identidad”¹²⁷. A partir del momento en que el cuerpo es vivido como una posesión, cada sujeto de manera individual tomará a su cargo el cuidado del mismo, en tanto es mejorable pero sabiendo que también es perecedero. Buscará diseñar un cuerpo que le permita “dar la mejor imagen de sí mismo”.

El cuerpo pivotea como un objeto exterior a la persona, al tiempo que tiene la necesidad de dar la “mejor versión” de esa persona que lo encarna. En esa preocupación por lo estético, una serie de prácticas antes desconocidas emergen para auxiliar al cuerpo en su nueva configuración. El sujeto toma a cargo el diseño de su cuerpo y lo modela *como si fuese un rompecabezas*¹²⁸, valiéndose de diversas aplicaciones técnicas. Las mismas abarcan desde el modelado a través del ejercicio físico y la alimentación saludable, los saberes biomédicos que procuran mantener estable tanto el cuerpo como la psiquis del sujeto, hasta las intervenciones quirúrgicas que eliminan algún rasgo desagradable o poco mostrable.

En esta operación de remodelación de los cuerpos, las *selfies* cumplen un rol fundamental en tanto proporcionan modelos de identificación que los sujetos toman como referencia para guiar sus decisiones en el diseño de sí. El cuerpo de las *selfies* es un cuerpo intervenido, que lejos de oponerse a la aplicación de filtros y retoques, celebra la posibilidad de deshacerse de aquellas marcas que se inscriben en él: manchas de nacimientos, ojeras, arrugas, cicatrices, etc. Las *selfies* muestran una corporeidad modificada, mientras que en algunos casos se exhibe el proceso de intervención técnico en sí. El cuerpo se nos presenta como un objeto que hay que moldear según las significaciones sociales que circulan en los medios masivos, en los anuncios publicitarios, y partiendo de prescripciones de lo que la medicina y el deporte entienden por “cuerpo sano”.

¹²⁶ Le Bretón, David: “Lo inaprensible del cuerpo”, en *Antropología del cuerpo y modernidad*, Ediciones Nueva Visión, Buenos Aires, 1995, pág 22.

¹²⁷ *Ibíd.*, pág 23.

¹²⁸ Le Bretón, David: “El cuerpo hoy”, en *Antropología del cuerpo y modernidad*, Ediciones Nueva Visión, Buenos Aires, 1995, pág 88.



El caso particular de estas *selfies* que pertenecen al subgrupo de las *welfies*, las cuales muestran personas realizando algún tipo de actividad física, nos aproximan a la contemplación del cuerpo como objeto de diseño. Si estamos dotados de un cuerpo, éste que en su constitución natural manifiesta una debilidad innata, debe ser sometido a determinados procedimientos y técnicas que le hagan ganar la fortaleza de la que carece en el inicio. Se busca lograr una versión mejorada del cuerpo inicial, tal como lo indican las dos primeras fotografías que muestran “cuerpos trabajados” que han superado su estado de debilidad primigenia. En tanto que la tercera foto de la mujer enmascarada, nos habla de un rostro que está siendo sometido a una corrección para mejorar sus rasgos anatómicos.

El cuerpo contemporáneo parte de una fase de carencia, a partir de la cual la persona debe corregir aquello que “afea” al cuerpo y lograr un estado “mejorado y actualizado”, haciendo uso de las intervenciones técnicas que sean necesarias para presentar la mejor versión posible del mismo.

La lógica de producción de los cuerpos está guiada por los mismos preceptos que regulan el mercado de productos y servicios. En nuestra sociedad de consumo, los productos en tanto mercancías sufren modificaciones en su fisonomía y/o funcionamiento, con el propósito de ser vendidos como versiones más eficientes y mejoradas. El recambio de los bienes de consumo tiene su correlato en el recambio de los cuerpos. Tanto los productos como los cuerpos se ven obligados a mejorarse continuamente con el propósito de no caer en el olvido.

Tal como señala Gilles Lipovetsky, en las sociedades contemporáneas en las que impera el hedonismo como nueva forma de control social, “En tanto que persona, el cuerpo gana dignidad; debemos respetarlo, es decir vigilar contantemente su buen funcionamiento, luchar contra su obsolescencia, combatir los signos de su degradación por medio de un

reciclaje permanente quirúrgico, deportivo, dialectico, etc: la decrepitud "física" se ha convertido en una infancia"¹²⁹. Nos percatamos que el cuerpo en su intento por perdurar y dar una buena impresión, debe entrar en un ciclo de remodelado constante con el propósito de retrasar la vejez y evitar la obsolescencia. La mejora continua es el único camino para seguir acaparando la mirada de otras personas. En esta búsqueda de la mejor imagen corporal, sólo existe una chance para causar una primera buena impresión.

En un artículo periodístico se releva la relación existente entre los cuerpos plasmados en las *selfies* y las intervenciones técnico-quirúrgicas que se manifiestan como intentos de mejorar la apariencia estética. El artículo reza: "De acuerdo con los resultados arrojados por la Encuesta Anual sobre tendencias en cirugía estética realizada por la Academia Americana de Cirugía Plástica y Reconstructiva, uno de cada tres cirujanos plásticos manifestó que sus pacientes decían tomar conciencia de sus necesidades estéticas a partir de las *selfies*. Los especialistas creen que habría una relación directa entre el incremento de cirugías y la exposición en las redes sociales." Y agrega: "En el caso de las mujeres (...) manifiestan su preocupación por mantener una apariencia juvenil. En el caso de la platea masculina, suelen pasar por el quirófano para someterse a rinoplastías, liposucción en cuellos, implantes de mentón y reducción de acné"¹³⁰.

Los cambios sufridos por el cuerpo mediante intervenciones de tipo quirúrgicas, o logradas por la práctica de alguna disciplina deportiva o tratamiento terapéutico, están en sus fundamentos orientados a modificar un cuerpo en principio "no deseable", para en una segunda instancia convertirlo en un "cuerpo deseable", ergo, "mostrable" a los demás.

Las significaciones que hoy en día se despliegan alrededor del cuerpo, emanan de los mecanismos de poder que despliegan las sociedades de control en la configuración de las subjetividades. El cuerpo ha adquirido un nuevo estatuto dadas las posibilidades técnicas de modificarlo y alterarlo según las preferencias de la persona que lo toma a cargo. Tal como lo manifiesta Flavio Costa: "el cuerpo ha pasado a ser un "cuerpo-signo" emisor de señales (...) y esas señales son la principal *fuera de trabajo* que se compra y se vende en

¹²⁹ Lipovetsky, Gilles: "Narciso o la estrategia del vacío", en *La era del vacío*, Editorial Anagrama, Barcelona, 2003, pág 55.

¹³⁰ (1 Junio 2015). "Las selfies impulsan las cirugías estéticas". *Clarín*. Recuperado en http://entremujeres.clarin.com/entremujeres/belleza/estetica/cirugias_esteticas-selfies-cirugias_plasticas-aumento_mamario-rinoplastia-implante_capilar_0_HJp639Fvml.html

el mercado”¹³¹. El cuerpo como sitio de inscripción de información es configurado según las nuevas necesidades del mercado laboral. Para que el cuerpo “encaje” en el mercado laboral se necesita que emita las “señales correctas”, de lo contrario quedará desplazado. Entonces, debido a que el cuerpo no nace preparado para ese espacio específico, hay que modificarlo para volverlo partícipe. Si en las sociedades disciplinarias analizadas por Foucault, el dispositivo de la sexualidad era el que regulaba el desenvolvimiento de los cuerpos, habilitando y restringiendo un conjunto de prácticas para mantener dentro de los parámetros catalogados como “normales” al sujeto y al conjunto de la población; en las sociedades de control ese dispositivo se desplaza hacia el cuerpo como un objeto de posesión.

El mercado postfordista orientado hacia el trabajo inmaterial requiere de subjetividades nuevas, que ponen en juego otra serie de condiciones. Los cuerpos disciplinados y controlados por el ritmo de la cadena de montaje pierden su peso, al tiempo que empieza a ser requerido un tipo de trabajador que cuente con “habilidades lingüísticas y cognitivas, sino también las capacidades comunicativas en sentido amplio, incluidas las de seducir, convencer, captar la atención, entretener, suscitar emociones”; el nuevo trabajador necesita disponer de “un capital lingüístico, pero también su *capital imagen*, que en la terminología del empleo se traduce en el requisito de “buena presencia para acceder a un puesto de trabajo”¹³². Tal como lo entiende este autor, el cuerpo-signo genera una serie de señales y a partir de su presencia puede generar empatía o rechazo, causar admiración o desagrado. Por tal motivo, hay que ser sumamente cuidadoso en la información comunicada por lo corporal.

Los cuerpos han de ser atractivos, llamativos, y siempre la persona que los ponga en movimiento deberá contemplar la posibilidad de modificarlos, reprogramarlos u operarlos con el fin de dar una buena imagen, sino la mejor. Los cuerpos han devenido en objetos modelables, ya que “se presentan como sistemas de procesamiento de datos, códigos, perfiles cifrados, bancos de información”¹³³. Al menor signo de desviación que lo vuelva desagradable, existe la posibilidad de intervenirlos técnicamente para presentar una versión mejorada. La única tarea a realizar, en su punto extremo, es la reconfiguración

¹³¹ Costa, Flavio: “Fitness, gubernamentalidad y el sentido práctico de la “buena presencia” en Revista Artefacto N° 8, Buenos Aires, 2015, pág 23.

¹³² *Ibíd*, pág27.

¹³³ Sibilia, Paula: “Introducción”, en *El hombre postorgánico. Cuerpos, subjetividades y tecnologías digitales*, 2ª ed 2ª reimp, Fondo de Cultura Económica, Buenos Aires, 2013, pág 14.

del ADN que estructura la totalidad del cuerpo. Justamente, Paula Sibilia marca que el antiguo dispositivo de la sexualidad de las sociedades disciplinarias, ha sido reemplazado por un biopoder anclado en el desciframiento del genoma humano. En su versión más radical, gracias al desarrollo técnico y a la voluntad política que le otorga sustento, el cuerpo puede ser completamente diseñado a partir de una tecnociencia basada en un *saber de tipo fáustico*¹³⁴, el cual está orientado a superar las limitaciones materiales del cuerpo.

Los cuerpos contemporáneos son permeables a la modificación, para lograr un completo amalgamiento con un mercado laboral caracterizado por la inmaterialidad y por estar regulado por el intercambio de información. En este escenario se necesitan cuerpos nuevos, ágiles en sus capacidades lingüísticas, sanos en su condición física, y con facultades para atraer y seducir en el plano afectivo. Por su parte, los cuerpos desalineados, desprolijos y estéticamente no agradables, quedarán desplazados del mercado laboral, incluso del afectivo, por no llamar la atención sobre sí. Nos aproximamos a una época donde el cuerpo-no intervenido comienza a ser una rareza.

¹³⁴ Sibilia, Paula: "Tecnociencia", en *El hombre postorgánico. Cuerpos, subjetividades y tecnologías digitales*, 2ª ed 2ª reimp, Fondo de Cultura Económica, Buenos Aires, 2013, pág 43.

Consideraciones finales

Frente al panorama que nos presenta la sociedad contemporánea, pareciera que la libertad ha sido coaptada por la técnica, o peor aún, desterrada para siempre del ámbito de lo humano. Tenemos la impresión de que nuestra libertad sólo puede ser una *libertad programada*, cuya regulación dependería de la voluntad de un grupo de especialistas con conocimientos técnicos. En el caso de la fotografía, ésta operaría con el rigor de lo *ya programado*, quedando la voluntad humana subyugada a las operaciones técnicas contenidas en el software de los dispositivos implementados en la captura de la imagen.

Como se dijo con anterioridad, somos capaces de poner en funcionamiento diversos dispositivos, al tiempo que somos profundamente analfabetos al explicar cómo es que funcionan. La paradoja de la técnica reside justamente allí. La técnica nos deja estupefactos frente a sus aparatos, y a la facilidad de operarlos disponiendo de escasos conocimientos, mientras desconocemos qué es lo que acontece en el interior de las *cajas negras*. Ni siquiera nos explica por qué deberíamos valernos de esos instrumentos en nuestra cotidianeidad.

Sin embargo, ya no es posible volver a un estado pre-técnico. Lo mismo sucede con la fotografía. Dado su desarrollo actual que la extendió a todos los intersticios de la vida humana, haciendo que cada sujeto pueda poseerla y usarla según sus preferencias, resulta impensable regresar a un estado pre-fotográfico. Debido a la innumerable cantidad de usos que se le da a la fotografía y al sentido de orientación práctico que nos otorga para reconocernos y construirnos, no podemos suprimirla.

A pesar de esto, nos quedaría la opción de pensar su uso. Y el pensar implica una demora. Tal es la invitación que hace Martín Heidegger cuando expresa: “es suficiente que nos demoremos junto a lo próximo y que meditemos acerca de lo más próximo: acerca de lo que nos concierne a cada uno de nosotros aquí y ahora”¹³⁵. Nuestra realidad más próxima es el mundo vivido como imagen, y aún más cerca, nos encontramos nosotros queriendo vivir como imagen y por la imagen.

Al implementar la fotografía en la creación de retratos de nuestra vida cotidiana, vemos que nuestras instancias de privacidad son demolidas, y simultáneamente nos exponemos

¹³⁵ Heidegger, Martín: “Serenidad”, Versión castellana de Yves Zimmermann, Ediciones del Serbal, Barcelona, 1994.

al juego de la visibilidad. En esta situación que reconocemos como “la más próxima” debemos interrogarnos sobre el porqué de la fotografía, o mejor dicho sobre la motivación y el propósito que nos impulsa a tomarnos fotografías en todo momento y lugar. Cuál es el beneficio que nos puede llegar a aportar, qué finalidad perseguimos al sacarnos una *selfie* y postearla en las redes sociales, qué peligros supone exhibir la privacidad a la mirada ajena.

Estos son algunos interrogantes que podríamos formular con respecto a la fotografía en general. Pero cada sujeto deberá ser capaz de reflexionar tomando como base su propia individualidad. Si habitamos un mundo que avanza cada vez de manera más aguda en la conformación de sujetos aislados, éste tendrá la tarea de pensarse a sí mismo en relación a las *selfies* y a la forma de exhibir su intimidad. Deberá plantearse si tal exhibicionismo le resulta beneficioso, pero no pensándolo en términos económicos, sino abordándolo como un elemento que opera en la constitución de su ser.

Por otro lado, sabemos que hay instancias de control de las que no podemos escapar por más que nuestra voluntad así lo quiera. Hay organismos, instituciones y empresas que para operar, necesitan nuestros datos personales en tanto nosotros requerimos a su vez de los servicios que brindan. Negarnos a aportar esos datos, nos llevaría a una situación de exclusión, donde ya no podríamos consumir determinados productos o servicios.

Casi sin darnos cuenta, esa “información útil” la brindamos de forma intencional a través de los relatos fotográficos que compartimos en internet. Sin embargo, lejos de asustarnos de esas formas voluntarias de confesión, debemos interrogarnos si exponernos resulta beneficioso, o si por el contrario, nos perjudica. Sólo la reflexión nos ayuda a disipar los fantasmas de la teoría del control total.

Hay formas de control de las que no podemos correr, eso es innegable. Pero hay otros instrumentos de control más flexibles y participativos como el caso de las *selfies*, que nos otorgan la posibilidad de ser parte o no. Esa decisión de participar quedará a cargo del sujeto. Tal como lo entiende Heidegger, no debemos ver un monstruo en los objetos técnicos, sino que debemos “servirnos de ellos de forma apropiada, pero manteniéndonos a la vez tan libre de ellos que en todo momento podamos desembarazarnos de ellos”¹³⁶. Esta advertencia no nos aleja de los objetos técnicos, por el contrario, nos invita a hacer

¹³⁶ *Ibid.*

una utilización de ellos pero de manera equilibrada. Con las *selfies* deberíamos tomar el mismo recaudo: podemos hacer uso de ella para generar nuevas formas de interacción en el área virtual, pero sin dejar que una sobreexposición de nuestra intimidad termine por derribar lo más curioso y personal que tienen los individuos, como lo son sus secretos.

Lo importante en relación a las *selfies* es no caer en una situación de sumisión, donde nuestra experimentación directa del mundo quede relegada en pos de la creación de un relato fotográfico. Todavía, y aquí es donde reside el carácter esperanzador de la técnica, tenemos chances de convertir la técnica en una *técnica libertaria*¹³⁷ tal como lo expresa Murray Bookchin. Frente al abismo que suponen las instancias de control, tenemos la oportunidad de usar la fotografía como instrumento de liberación frente al poder político y empresarial, buscando usos alternativos que generen mecanismos de denuncia en un intento por desenmascarar los hilos del poder. El juego está abierto, y la libertad comienza en tanto el hombre utilice la técnica en pos del cuidado de esa libertad.

¹³⁷ Bookchin, Murray: "La matriz social de la técnica" en *Ecología de la libertad. El surgimiento y la disolución de la jerarquía*, Traducción: Marcelo Gabriel Burello, Nossa y Jara Editores, Madrid, 1999, pág 357.

Agradecimientos

A mis viejos, Patricia y Claudio, por alentarme a estudiar.

A mis hermanos, Tatiana y Derek, por estar.

A mi Nonna, por estar (en todo).

A mi tutor Martín, por su ayuda.

A mis amigos facultativos: Ceci, Sofi, Tere y Rami, por haber sido parte del camino.

A mis amigos de la vida: Giuliana y Mariano, por sus consejos.

A la Universidad de Buenos Aires, por todo.

Bibliografía

Libros y Revistas

BARTHES, Roland: *La cámara lúcida: nota sobre la fotografía*, 1ª ed. 9ª reimp, Paidós, Buenos Aires, 2013.

BARTHES, Roland: *Lo obvio y lo obtuso. Imágenes, gestos, voces*, Ediciones Paidós Ibérica, Barcelona, 1986.

BATAILLE, George: “La noción de gasto”, en *La parte maldita*, Icaria Antrazyt, Barcelona, 1987.

BAUMAN, Zygmunt: *Vida de consumo*, 1ª ed. 3 reimp, Fondo de Cultura Económica, Buenos Aires, 2011.

BAUMAN, Zygmunt y LYON, David: *Vigilancia líquida*, 1ª ed, Paidós, Buenos Aires, 2013.

BAURET, Gabriel: *De la fotografía*, 2ª ed, La marca editora, Buenos Aires, 2010.

BENJAMIN, Walter: “La obra de arte en la época de la reproductividad técnica”, en *Discursos Interrumpido I*, Editorial Taurus, Madrid, 1982.

BENJAMIN, Walter: “Pequeña historia de la fotografía”, en *Discursos Interrumpido I*, Editorial Taurus, Madrid, 1982.

BERGER, John: *Mirar*, 5ª ed, Ediciones de la Flor, Buenos Aires, 2013.

BERGER, John: “Ensayo 1”, en *Modos de ver*, 2ª ed, Editorial Gustavo Gili, Barcelona, 2000.

BOOKCHIN, Murray: “La matriz social de la técnica”, en *Ecología de la libertad. El surgimiento y la disolución de la jerarquía*, Traducción: Marcelo Gabriel Burello, Nossas y Jara Editores, Madrid, 1999.

DEBORD, Guy: *La sociedad del espectáculo*, 4ª ed. 1ª reimp, La marca editora, Buenos Aires, 2012.

DELEUZE, Gilles: “Posdata sobre las sociedades de control”, en *El lenguaje libertario*, Christian Ferre (Comp), Nordan, Montevideo.

DUBOIS, Philippe: *El acto fotográfico. De la representación a la recepción*, Ediciones Paidós Ibérica, Barcelona, 2010.

FLICHY, Patrice: *Una historia de la comunicación moderna. Espacio público y vida privada*, Gustavo Gilli, México, 1993.

FLUSSER, Vilém: *El universo de las imágenes técnicas. Elogio de la superficialidad*, 1ª ed, Caja Negra, Buenos Aires, 2015.

FLUSSER, Vilém: *Para una filosofía de la fotografía*, 1ª ed, La marca editora, Buenos Aires, 2014.

FORD, Aníbal: *La marca de la bestia*, Grupo Editorial Norma, Buenos Aires, 1999.

FOUCAULT, Michel: “Cuarta conferencia”, en *La verdad y las formas jurídicas*, Gedisa Editorial, Barcelona, 1996.

FOUCAULT, Michel: “Derecho de muerte y poder sobre la vida”, en *Historia de la sexualidad. Volumen I*, Siglo XXI editores, Buenos Aires, 1992.

FOUCAULT, Michel: *Vigilar y castigar: el nacimiento de la prisión*, 2ª ed. 1ª reimp, Siglo Veintiuno Editores, Buenos Aires, 2009.

GALIMBERTI, Umberto: “Psique y techne”, en *Revista Artefacto N°4*, Buenos Aires, Octubre 2001.

GODINA HERRERA, Célida: “El panóptico moderno”, en *Revista A Parte Rei*, México, Julio 2006.

GROS, Frédéric: “La cuarta edad de la seguridad”, en *Michel Foucault. Biopolítica y neoliberalismo*. (Compendio de textos cátedra Ferrer).

GROYS, Boris: *Volverse público. Las transformaciones del arte en el ágora contemporánea*, 1ª ed, Caja Negra, Buenos Aires, 2014.

HALL, Stuart y DU GAY, Paul: *Cuestiones de identidad cultural*, Amorrortu Editores, Buenos Aires, 2003.

HEIDEGGER, Martín: “La pregunta por la técnica”, en *Ciencia y técnica*, Editorial Universitaria, Santiago de Chile, 1983.

HEIDEGGER, Martín: *Sendas perdidas*, Editorial Losada, Buenos Aires, 1960.

HEIDEGGER, Marín: “Serenidad”, Versión castellana de Yves Zimmermann, Ediciones del Serbal, Barcelona, 1994.

IGARZA, Roberto: “Movilidad y consumo de contenidos”, en *Burbujas de ocio, Nuevas formas de consumo cultural*, La Crujía Ediciones, Buenos Aires, 2009.

FREUND, Gisele: *La fotografía como documento social*, Gustavo Gili, Barcelona, 1993.

LAMBIN, Jean-Jacques: “El marketing y la satisfacción de las necesidades”, en *Marketing estratégico*, 3ra edición, McGraw-Hill, Paris, 1995.

LE BRETON, David: *Antropología del cuerpo y modernidad*, Ediciones Nueva Visión, Buenos Aires, 1995.

LIPOVETSKY, Gilles: *La era del vacío*, Editorial Anagrama, Barcelona, 2003.

MARCUSE, Herbert: “El cierre del universo del discurso”, en *El hombre unidimensional*, Planeta, Barcelona, 1993.

ORTEGA Y GASSET, José: “Meditaciones de la técnica y otros ensayos sobre ciencia y tecnología”, (selección) en Suplemento 14 Revista Anthopos.

SCHMUCLER, Héctor: “Apuntes sobre el tecnologismo y la voluntad de no querer”, en Revista Artefacto n°1, Buenos Aires, diciembre 1996.

SIBILIA, Paula: *El hombre postorgánico. Cuerpo, subjetividad y tecnologías digitales*, 2ª ed. 2ª reimp, Fondo de Cultura Económica, 2013.

SIBILIA, Paula: *La intimidad como espectáculo*, 1ª ed. 3ª reimp, Fondo de Cultura Económica, Buenos Aires, 2013.

SONTAG, Susan: *Sobre la fotografía*, 1ª ed, Debolsillo, Buenos Aires, 2012.

WHITAKER, Reg: *El fin de la privacidad. Cómo la vigilancia total se está convirtiendo en realidad*, 1ra trad, Ediciones Paidós Ibérica, Barcelona, 1999.

Tesinas consultadas

AMBRUSTULO, E y ZENKLUSEN, A.K. (2010). *Técnica y comunicación en Facebook. Nacimiento de una identidad virtual*. (Tesis no publicada). Facultad de Ciencia Sociales, Universidad de Buenos Aires, Buenos Aires.

LAAN, Liset van der. (2015). *Not just another selfie. An exploration into the technical and interface affordance that shapes self-representation in fitness selfies*. Utrecht University . Holanda.

PEREZ PARADISO, M.C y SEVERI. N.R. (2015). *Yo soy más que Facebook. Cómo se construye identidad virtual en Facebook y la incidencia de la técnica moderna*. (Tesis no publicada) Facultad de Ciencia Sociales, Universidad de Buenos Aires, Buenos Aires.

PUEBLAS, M.V y ROSERBERG, J (2011). *Facebook como dispositivo de control social. Una mirada crítica*. (Tesis no publicada). Facultad de Ciencia Sociales, Universidad de Buenos Aires, Buenos Aires.

Artículos periodísticos

BELLUCI, Marcelo. (7 diciembre 2016) “Verano, sol y un buen smarthphone para selfies”. Clarín. Recuperado de http://www.clarin.com/next/Verano-sol-buen-smartphone-selfies_0_S1c3PmIQI.html

GEDDES, Diego y VIÉTEZ, Ezequiel. (26 enero 2014). Las autofotos son furor y las playas se llenaron de selfies. Clarín. Recuperado en http://www.clarin.com/sociedad/autofotos-furor-playas-llenaron-selfies_0_rkB8Z7xivXg.html

JEFFRIES, Stuart. (17 enero 2014). ¿Muere la fotografía?. *The Guardian*. Traducción Elisa Carneli. Recuperado en http://www.clarin.com/arte/muere-fotografia-revolucion-celulares-camara_0_SJtN2tlovQe.html

KELION, Leo. (23 Febrero 2016). “Como un selfie servirá para pagar con tarjeta de crédito”. *BBC*. Recuperado en http://www.bbc.com/mundo/noticias/2016/02/160222_selfie_mastercard_tarjeta_credito_pago_all

LEMOINE, Lilia. (01 diciembre 2015). ¿Cómo salir bien en las selfies? *La Nación*. Recuperado en <http://www.lanacion.com.ar/1850126-como-salir-bien-en-las-selfies>

LITVINOFF, Diana Sahoaler de. (10 febrero 2014). Hola, este soy yo. *Clarín*. Recuperado en http://www.clarin.com/buena-vida/hola-aca-vidriera_0_BkqEwnliwmx.html

PENALVA, Javier. (2 junio 2016). Cámara frontal y selfie: comparativa fotográfica entre los mejores smarthphones de gama alta. *Xataka*. Recuperado de <https://www.xataka.com/analisis/camara-frontal-y-selfie-comparativa-fotografica-entre-los-mejores-smartphones-de-la-gama-alta>.

RUBIN, Courtney. (29 Mayo 2016). “Selfies: una inesperada fuente de datos de consumo”. *New York Times*. Traducción para La Nación de Gabriel Zadunaisky. Recuperado en <http://www.lanacion.com.ar/1903321-selfies-una-inesperada-fuente-de-datos-de-consumo>

VENTURA, Andrea. (1 Junio 2014). “Braggies, las nuevas fotos de los viajes 2.0”. *La Nación*. Recuperado en <http://www.lanacion.com.ar/1695676-pasajeros-frecuentesbraggies-las-nuevas-fotos-de-los-viajes-20>

WIÑAZKI, M. (15 agosto 2014). Las selfies, una revolución del narcisismo y del fotoperiodismo. *Clarín*. Recuperado de http://www.clarin.com/sociedad/selfies-revolucion-narcisismo-otoperiodismo_0_H10XCw55D7e.html

(19 marzo 2014). Diez aplicaciones que ayudan a tomar las mejores selfies. *Clarín*. Recuperado en: http://www.clarin.com/internet/aplicaciones-ayudan-tomar-mejores-selfies_0_HJofVT05PQ1.html

(12 enero 2015). Los fanáticos de las selfies son "narcisistas" y "antisociales". *Infobae*. Recuperado de <http://www.infobae.com/2015/01/12/1620508-los-fanaticos-las-selfies-son-narcisistas-y-antisociales/>

(9 Febrero 2015). “Mató a su compañero de colegio y se sacó una selfie con el cuerpo”. *Infobae*. Recuperado en <http://www.infobae.com/2015/02/09/1625797-mato-su-companero-colegio-y-se-saco-una-selfie-el-cuerpo/>

(1 Junio 2015). “Las selfies impulsan las cirugías estéticas”. *Clarín*. Recuperado en http://entremujeres.clarin.com/entremujeres/belleza/estetica/cirugias_esteticas-selfies-cirugias_plasticas-aumento_mamario-rinoplastia-implante_capilar_0_HJp639Fvml.html

(15 Julio 2015). “Su ex novio le deformó la cara y ella lo mostró por Facebook”. *Clarín*. Recuperado en http://www.clarin.com/sociedad/novio-deformo-cara-conto-facebook_0_Sy98MUtw7l.html

(26 mayo 2016). Así son los adictos a los 'selfies' según la ciencia. *El Confidencial*. Recuperado de http://www.elconfidencial.com/alma-corazon-vida/2016-05-26/selfie-psicologia-narcisismo-redes-sociales_1206581/

(2 Junio 2016). “Asesinó a su novia, se tomó una selfie con el cadáver y la publicó en Facebook”. *Infobae*. Recuperado en <http://www.infobae.com/2016/06/02/1815742-asesino-su-novia-se-tomo-una-selfie-el-cadaver-y-la-publico-facebook/>

Ranking de Twitteros más seguidos en Argentina [en línea]. Documento de Internet. 2016 [Fecha de consulta 10/10/2016]

The Oxford Dictionaries Word of the Year 2013” [en línea]. Documento electrónico de Internet. 2013 [fecha de consulta 20 noviembre 2016]. Disponible en: <http://blog.oxforddictionaries.com/press-releases/oxford-dictionaries-word-of-the-year-2013/>