



**UNR** Universidad  
Nacional de Rosario



FACULTAD DE CIENCIA POLÍTICA  
Y RELACIONES INTERNACIONALES  
UNIVERSIDAD NACIONAL DE ROSARIO



Maestría en  
**COMUNICACIÓN DIGITAL  
INTERACTIVA**  
Modalidad a Distancia

MAESTRÍA EN COMUNICACIÓN DIGITAL INTERACTIVA – MODALIDAD A DISTANCIA

---

**El amateur fotográfico en la cultura contemporánea.  
Instagram, un arcón de la memoria visual  
generador de sentidos posibles**

Autora: Lic. María Fernanda Iturrieta  
Directora: Mgter. María Ernestina Morales

**2024**

Secretaría de Investigación y Posgrado  
Riobamba 250 Bis. Monoblock N° 1 - C.U.R. - 2000 EKF Rosario, Santa Fe. Argentina  
+54 341 480 8521/22. Fax +54 341 480 8520  
<http://www.fcpolit.unr.edu.ar>  
[investigacionyposgrado@fcpolit.unr.edu.ar](mailto:investigacionyposgrado@fcpolit.unr.edu.ar)

Dirección Maestría en Comunicación Digital Interactiva  
Córdoba 1814 - 2do. piso of. 124 - S2000AXD Rosario, Santa Fe. Argentina  
+54 341 480 2620/22 int. 124  
<http://www.unrinteractiva.com.ar/>  
[cdiunr@gmail.com](mailto:cdiunr@gmail.com)

## Sección A



## Resumen

Este trabajo reflexiona sobre los nuevos modos de ver a partir de las tecnologías y su impacto en el uso de la fotografía digital. Examinamos los sentidos que generan el uso de la fotografía digital en el mundo virtual y con ello se abre una semiosis posibles y diversas interpretaciones. Para ello seleccionamos cuatro usuarios de la red social Instagram: usuarios entre veintiun años y cincuenta y tres años; dos estudiantes universitarios de sexo femenino y dos profesionales masculinos. Además complementamos nuestro corpus con aportes de producción propia tomadas durante viajes, visitas a museos y exposiciones, entre otras actividades.

Analizamos algunas de estas producciones vinculadas a las selfies, a las fotografías de viajes y algunos aspectos de la vida cotidiana. Asimismo exploramos cómo esta red social ha transformado la forma en que vemos y compartimos imágenes fotográficas.

La fotografía, como representación y evocación, actúa como un marco referencial desde el cual interpretamos el mundo. Inferimos que la observación ya no es directa, sino mediada por dispositivos tecnológicos, como los teléfonos móviles. Las personas ahora viven una vida virtual a través de las redes sociales, capturando imágenes para no saturar su memoria personal y luego revivir los momentos en la comodidad de sus hogares.

## Palabras Claves

Fotografía - Instagram - Memoria - Semiosis - Amateur



## Abstract

This work reflects on new ways of seeing through technologies and their impact on the use of digital photography. We examine the meanings generated by the use of digital photography in the virtual world and this opens up a possible semiosis and diverse interpretations.

To do this, we selected four users from the social network Instagram: users between twenty-one and fifty-three years old; two female university students and two professional men. We also complement our corpus with contributions of our own production taken during trips, visits to museums and exhibitions, among others.

We analyze some of these productions linked to selfies, travel photographs and some aspects of daily life. We also explore how this social network has transformed the way we see and share photographic images. Photography, as representation and evocation, acts as a referential framework from which we interpret the world. We infer that observation is no longer direct, but mediated by technological devices, such as mobile phones. People now live a virtual life through social networks, capturing images so as not to overwhelm their memory and then reliving the moments in the comfort of their home.

### Key words

Photography - Instagram - Memory - Semiosis - Amateur



## **Agradecimientos**

A la Educación Pública de Argentina, a la Universidad Nacional de Rosario, por los conocimientos recibidos.

A los docentes y compañeros, por compartir este recorrido de nuevos saberes y experiencias.

A mi directora, que guió en este recorrido.

Especialmente a las cuatro personas que se brindaron francamente y permitieron trabajar con sus Instagram.

A los amigos, que supieron acompañar y esperar.

## **Dedicada**

A mamá: gracias por todo y por tanto.

A mi compañero, por tantos años de caminar juntos.



## Índices

<b>Sección A</b>	<b>2</b>
<b>Resumen</b>	<b>3</b>
<b>Abstract</b>	<b>4</b>
<b>Agradecimientos</b>	<b>5</b>
<b>Índice del texto principal</b>	<b>6</b>
<b>Introducción</b>	<b>12</b>
<b>El peso de la imagen en la memoria del hombre</b>	<b>14</b>
<b>Capítulo 1</b>	<b>27</b>
<b>Un giro hacia la espectacularización del yo</b>	
<b>Capitulo 2</b>	<b>35</b>
<b>Delimitaciones Epistemológicas</b>	
<b>2.1. Teoría general: semiótica como programa teórico y metodológico</b>	<b>35</b>
<b>2.2 Creencia y hábito</b>	<b>36</b>
<b>2.3 Semiosis Infinita</b>	<b>36</b>
<b>2.4 Los tres tipos de razonamientos: inducción, deducción y abducción</b>	<b>37</b>
<b>2.5 El Signo</b>	<b>38</b>
<b>2.6 Clasificación del signo según su objeto</b>	<b>39</b>
<b>2.7. Semiosis Social y operaciones de sentido</b>	<b>40</b>
<b>2.8 Gramática de producción y gramática de reconocimiento</b>	<b>41</b>
<b>2.9 Formato</b>	<b>42</b>
<b>2.10 Teorías sustantivas: categorías teóricas</b>	<b>43</b>
<b>2.10.1 La imagen: devenir histórico de la mirada</b>	<b>43</b>
<b>2.10.2 Imagen y espectador</b>	<b>44</b>
<b>2.10.3 Barthes: mirar para recordar</b>	<b>45</b>
<b>2.10.4 El acto fotográfico</b>	<b>46</b>
<b>2.10.5 El mundo de la imagen</b>	<b>47</b>



2.10.6	Fotografía digital	48
2.10.7	Socialidad digital y postfotografía	49
2.10.8	Mediaciones tecnológicas	49
2.10.9	Massmediaciones	50
2.10.10	Fotografía contemporánea. Fotografía Amateur	51
2.8	Capitalismo y extraterritorialidad en la cultura contemporánea	52
2.8.1	Mutaciones en tiempo de red de redes	53
2.9	Fotografía y memoria: atesorando momentos	54
<b>Capítulo 3</b>		<b>55</b>
<b>Metodología como delimitación procedimental</b>		
3.1	Otras dimensiones de la fotografía digital	56
3.2	Acerca de nuestro archivo	59
<b>Capítulo 4</b>		<b>64</b>
<b>Introducción al análisis</b>		
4.1	Sobre nuestro casos	65
4.2	El formato fotográfico como índice, ícono y símbolo	67
4.3	La fotografía digital en la vida contemporánea	73
4.4	Una vidriera global: inmersos en la convergencia	77
4.5	Producción de sentido	79
4.6	La selfie como actualización de una memoria pictórica	82
4.7	Fotografía, tiempo y memoria	89
4.8	Fotografía de viajes	92
<b>Capítulo 5</b>		<b>96</b>
<b>A modo de cierre</b>		
	La fotografía digital en la virtualidad, símbolo de una subjetividad contemporánea	96
	La fotografía amateur, ícono e índice	97



<b>SECCIÓN B</b>	<b>99</b>
<b>¿Qué ves cuándo ves?</b>	<b>100</b>
<b>Cuenta de Instagram. La maqueta</b>	
<b>Justificación</b>	<b>100</b>
<b>Objetivos</b>	<b>106</b>
<b>Definición de audiencia</b>	<b>106</b>
<b>Título y lema del proyecto</b>	<b>106</b>
<b>Storyline</b>	<b>106</b>
<b>Sinopsis</b>	<b>108</b>
<b>Caracterización</b>	<b>108</b>
<b>Guión o escaleta de la plataforma principal</b>	<b>109</b>
<b>Storyboard o bocetos de la plataforma proyectada</b>	<b>110</b>
<b>Estrategias de participación y propuestas de interacción de los usuarios</b>	<b>112</b>
<b>Propuestas de implementación</b>	<b>112</b>
<b>Manual de Marca</b>	<b>113</b>
<b>Isologotipo</b>	<b>113</b>
<b>Implementación y ejecución</b>	<b>118</b>
<b>Cronograma de lanzamiento de piezas</b>	<b>118</b>
<b>Perfil profesional del equipo de producción</b>	<b>120</b>
<hr/>	
<b>SECCIÓN C</b>	<b>121</b>
<b>Referencias Bibliográficas</b>	<b>122</b>
<b>Anexo</b>	<b>128</b>
<b>Glosario</b>	<b>129</b>



## Índice de las Imágenes

Imagen 1	15
Imagen 2	15
Imagen 3	16
Imagen 4	16
Imagen 5	17
Imagen 6	17
Imagen 7	18
Imagen 8	18
Imagen 9	19
Imagen 10	19
Imagen 11	20
Imagen 12	20
Imagen 13	21
Imagen 14	21
Imagen 15	22
Imagen 16	22
Imagen 17	23
Imagen 18	23
Imagen 19	25
Imagen 20	25
Imagen 21	28
Imagen 22	29
Imagen 23	29
Imagen 24	30
Imagen 25	30
Imagen 26	30
Imagen 27	32
Imagen 28	32
Imagen 29	32
Imagen 30	33
Imagen 31	33
Imagen 32	34
Imagen 32	61
Imagen 33	61
Imagen 34	62
Imagen 35	62
Imagen 36	69
Imagen 37	69
Imagen 38	70
Imagen 39	70
Imagen 40	71



Imagen 41	71
Imagen 42	72
Imagen 43	72
Imagen 44	74
Imagen 45	74
Imagen 46	75
Imagen 47	75
Imagen 48	75
Imagen 49	75
Imagen 50	76
Imagen 51	76
Imagen 52	80
Imagen 53	80
Imagen 54	80
imagen 55	80
Imagen 56	81
Imagen 57	81
Imagen 58	83
Imagen 59	83
Imagen 60	84
Imagen 61	84
Imagen 62	84
Imagen 63	86
Imagen 64	86
Imagen 65	87
Imagen 66	87
Imagen 67	88
Imagen 68	88
Imagen 69	89
Imagen 70	89
Imagen 71	90
Imagen 72	90
Imagen 73	91
Imagen 74	93
Imagen 75	93
Imagen 76	93
Imagen 77	94
Imagen 78	94
Imagen 79	101
Imagen 80	101
Imagen 81	101
Imagen 82	101
Imagen 83	102
Imagen 84	102



Imagen 85	103
Imagen 86	103
Imagen 87	104
Imagen 88	104
Imagen 89	105
Imagen 90	105
Imagen 91	107
Imagen 92	107
Imagen 93	109
Imagen 94	110
Imagen 95	110
Imagen 96	111
Imagen 98	111
Imagen 97	111
Imagen 99	111
Imagen 100	113
Imagen 101	114
Imagen 102	114
Imagen 103	115
Imagen 104	116
Imagen 105	116
Imagen 106	117
Imagen 107	117

---

## Índice de Cuadros

Cuadro 1	61
Cuadro 2	119



## Introducción

Usted tiene en sus manos un escrito en el que encontrará un trabajo de interpretación, análisis y reflexión que si bien, como todo trabajo, posee sus delimitaciones teóricas/metodológicas en el nuestro lo más substancioso estuvo en la búsqueda del corpus a trabajar. Un trabajo de campo, ahora virtual, una etnografía virtual/digital –ciberetnografía- que tuvo sus sin sabores pero que finalmente nos permitió bocetar una maqueta relacionándolo a nuestro objeto de estudio: el uso de la fotografía amateur en la red social Instagram.

Cómo fotógrafa profesional y como quien se formó en un momento bisagra entre la fotografía analógica y digital, además de mis años de experiencia en la práctica docente, tuve la necesidad de reflexionar sobre los nuevos modos de ver a partir de las nuevas tecnologías digitales. Esto me llevó a la búsqueda de actualizar mis conocimientos y complementar con los ya adquiridos. Haber cursado la Maestría en Comunicación Digital Interactiva en la UNR, permitió re descubrir el uso de la fotografía, más allá de la práctica a la que estábamos acostumbrados y que por supuesto, incluye a la fotografía digital. Esto estimuló nuevas reflexiones y preguntas sobre los usos que se le da a las imágenes –especialmente la fotografía- a partir de la aparición de las redes sociales, específicamente Instagram.

Además como todo fotografía es una representación o evocación que activa la memoria, la misma oficia como nuestro gran marco referencial desde donde interpretamos y es por ello que recurrimos a un bagaje de fotografías producidas por esta investigadora, entre vivencias y experiencias de viajes, recorridas, visitas a museos, bienales, exposiciones y otras, donde no solamente disfrutaba del extrañamiento frente a las obras de arte sino que llamaba mi atención la forma en que algunas personas aprehenden las mismas. La observación ya no se daba a ojo descubierto, sino que la mirada está mediada por un dispositivo tecnológico, en este caso los dispositivos móviles. Ahora las personas ven a través



del celular, viven una vida de fantasía -o no- por las redes. El teléfono celular se transforma en un gran reservorio de imágenes para no saturar nuestra memoria, tal vez. Pasamos por diversos lugares de manera rápida, sin disfrutar y sólo fotografiar; para después rememorar lo visitado en la tranquilidad del hotel o el hogar. No importa la duración de la visita o el tiempo que se le dedique, ya que todo está guardado en esa extensión de la mano que ahora es el teléfono móvil.

En este sentido, conformamos nuestro corpus a partir de la selección de cuatro usuarios de la red social Instagram, cuyas producciones nos permitieron ejemplificar nuestras reflexiones sobre el uso de la fotografía. Para el registro recurrimos a capturas digitales de los Instagram de los usuarios, fotos de museos y de las redes además de fotografías propias realizadas en los viajes a partir de la curiosidad surgida como ese quiebre generacional de las distintas maneras de ver.

En la sección A, capítulo 1, encontrará un contexto de la relación y del uso del binomio fotografía/tecnología -dispositivos móviles- y el vínculo con la subjetividad contemporánea y la memoria.

En el capítulo 2, las referencias teóricas que nos permitieron analizar e interpretar nuestro objeto de estudio. Aquí tomamos el aporte teórico-metodológico de la semiótica que es inherente al análisis de la imagen visual en general y la fotografía -como huella- en particular.

En el capítulo 3 recorreremos lo pertinente a la metodología, presentamos nuestros casos con sus características propias.

En el capítulo 4 damos cuenta del análisis de nuestra investigación tratando de describir cómo el dispositivo analizado determina una nueva forma de narrar y escribir nuestras historias y vidas cotidianas.

Seguidamente –sección denominada B- donde hallará las conclusiones a las que hemos arribado a partir de este trabajo. Luego se presenta la biblia narrativa de la producción digital/maqueta que en nuestro caso es una cuenta de Instagram llamada: @que ves cuando ves.



Finalizamos el trabajo en la sección C, donde encontrará las fuentes consultadas y un glosario con los términos pertinentes utilizados en esta investigación.

## **El peso de la imagen en la memoria del hombre**

A lo largo del devenir de la humanidad, el hombre —como especie— fue dejando las huellas de su existencia, de su vida cotidiana, de sus actividades, creencias, entre otros momentos. Esto nos hace reflexionar acerca del valor de la imagen para la humanidad. También nos induce a pensar sobre la diversidad y cuantía de registros a través de la historia. Hoy, contamos con esos registros archivados en algún soporte o dispositivo que nos llega hasta nuestros días como parte de nuestra memoria visual y que además son también pruebas certeras de que la representación de la vida cotidiana ha sido uno de los propósitos del hombre. Por alguna razón desde la edad de piedra éste ha dejado constancia de su paso; al comienzo de forma rudimentaria perfeccionándose a través del tiempo y de las herramientas técnicas y tecnológicas que pudieran obtener. Este registro se puede ver en la Cueva de las Manos en el río Pinturas al noreste de la provincia de Santa Cruz, Argentina. Se tratan de pinturas rupestres de manos humanas calcadas o pintadas, en su mayoría de la mano izquierda y algunos animales como el guanaco y el choique por ejemplo. Las figuras humanas son pocas y con formas lineales. También figuras geométricas —principalmente espirales— que se estima, representan a deidades. Las inscripciones más antiguas datan del 7350 a.C. En las cuevas de Altamira o de Lascaux con pinturas y grabados donde las representaciones son más acabadas. Bisontes y ciervos en su mayoría con escenas de caza de los mismos en la de Altamira y caballos —en su mayoría—, siervos, íbices y bisontes en los 1400 grabados aproximadamente en Lascaux. Estas, por nombrar las más conocidas, pero se sabe de muchas más que no tuvieron la exposición mediática de las aquí descritas. Los egipcios tenían un sistema de escritura, jeroglíficos, que en su esencia eran dibujos de figu-



ras que también representaron escenas de la vida cotidiana, conquistas de los faraones y todo lo que sucedía a su alrededor relacionado con los astros, la vida y sobre todo la muerte. Pensamiento y registro en signos iconográficos, en imágenes: “En el caso egipcio la unidad de la escritura y el arte es siempre indisociable. De ninguna manera se puede desvincular sistema jeroglífico y capacidades artísticas, interconectadas desde un primer momento en la historia egipcia” (Alavedra I Regás, 2004). Estos eran inscripciones oficiales, en paredes de templos y tumbas. Son, en su gran mayoría, signos, símbolos figurativos -que en su mayoría conservan su valor icónico- fáciles de reconocer inspirados en su entorno más próximo. Es decir, escribían con imágenes claras para poder ser interpretados por todos.



Imagen 1  
Tumba de Nefertari,  
Valle de las Reinas,  
Luxor, Egipto.  
Foto: Fernanda  
Iturrieta



Imagen 2  
Tumba de Nefertari,  
Valle de las Reinas,  
Luxor, Egipto.  
Foto: Fernanda  
Iturrieta

En Pompeya y Herculano quedaron registros de casas con sus paredes completamente adornadas por figuras humanas, mujeres en su ma-



yoría, escenas de la vida cotidiana, de la naturaleza, mitológicas y algunas específicas con escenas sexuales. Las imágenes se utilizaban como decoración pudiéndose encontrar frescos-retratos de los dueños o habitantes de las casa.



Imagen 3  
Pompeya, Italia.  
Foto: Fernanda  
Iturrieta



Imagen 4  
Pompeya, Italia.  
Foto: Fernanda  
Iturrieta





Imagen 5  
Herculano, Italia.  
Foto: Fernanda  
Iturrieta



Imagen 6  
Herculano, Italia.  
Foto: Fernanda  
Iturrieta

En el Medioevo se recurrió al arte sacro para representar el culto a lo sagrado y divino. Las imágenes de vírgenes, ángeles, Dios, Jesús de Nazaret eran la forma de reforzar la unión del feligrés con sus creencias y devociones. También fueron representadas escenas bucólicas y de lo sucedido según las sagradas escrituras como por ejemplo: la crucifixión de Jesús, la anunciación de la Virgen María, entre otras.





Imagen 7  
 Autor: Giotto di Bondone  
 Fuente:  
<http://www.cappelladegliscrovegna.it>



Imagen 8  
 Autor: Anónimo  
 Fuente:  
<https://www.museunacional.cat>

Ya en el Renacimiento con las ideas del humanismo y del individualismo fueron los mismos autores de las pinturas quienes se representaban dentro de ellas ya sea como pastores o gente de la multitud. Podemos citar como ejemplo Rafael Sanzio en *La Escuela de Atenas* donde representa personajes importantes de la historia de la filosofía como Platón y Aristóteles, Sócrates, Pitágoras, Euclides y Ptolomeo y a él mismo siendo el único que mira al espectador demostrando así la conciencia de ser mirado.





Imagen 9  
Escuela de Atenas de Rafael Sanzio  
Fuente: <https://www.museivaticani.va/>



Imagen 10  
Escuela de Atenas de Rafael Sanzio. Plano detalle.  
Fuente: <https://www.museivaticani.va/>

Por su lado, Jan van Eyck en *El Retrato de Arnolfini* se ve reflejado en el espejo que está al fondo de la pintura. Es un detrás de escena de lo que la historia supone un casamiento en secreto donde el autor es el único testigo.





Imagen 11  
El Retrato de Arnolfini  
Autor: Jan van Eyck  
Fuente:  
[www.nationalgallery.org.uk](http://www.nationalgallery.org.uk)



Imagen 12  
El Retrato de Arnolfini. Detalle  
Autor: Jan van Eyck  
Fuente: [www.nationalgallery.org.uk](http://www.nationalgallery.org.uk)

En *El juicio final* de Miguel Ángel Buonarroti observamos al artista representado; es el pellejo de Miguel Ángel sin ojos colgado de la mano de Santo Bartolomé. Este santo fue desollado vivo y en la pintura sostiene el cuchillo que utilizaron para torturarlo y en vez de colgar su pellejo sostiene el del artista.





Imagen 13  
 El juicio final  
 Autor: Miguel Ángel Buonaroti  
 Fuente: [www.thelastjudgement.org](http://www.thelastjudgement.org)

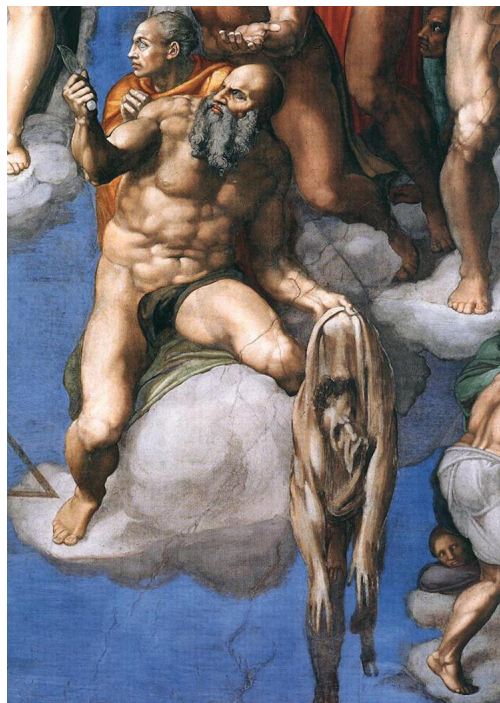


Imagen 14  
 El juicio final. Detalle  
 Autor: Miguel Ángel Buonaroti  
 Fuente: [www.thelastjudgement.org](http://www.thelastjudgement.org)



En Las Meninas de Diego de Velázquez es el autor quien se representa en su oficio de pintor; serio, en un proceso intelectual y concentrado.



Imagen 15  
Las Meninas  
Autor: Diego de Velázquez  
Fuente: [www.museodelprado.es](http://www.museodelprado.es)



Imagen 16  
Las Meninas. Detalle.  
Autor: Diego de Velázquez.  
Fuente: [www.museodelprado.es](http://www.museodelprado.es)



Más próximo a nuestros días, podemos mencionar al artista francés impresionista Raoul Dufy con el fresco hecho para la Exposición Internacional de 1937 en París *El espíritu de la Electricidad* o el *Hada de la Electricidad*; donde retrató a 110 científicos e inventores que aportaron al desarrollo de la electricidad en la capital francesa junto a los artistas que contribuyeron al desarrollo de la teoría del color basada en la luz y podría haberse incluido en la misma de manera muy pequeña vestido de azul, discreto y humilde en su aparición.

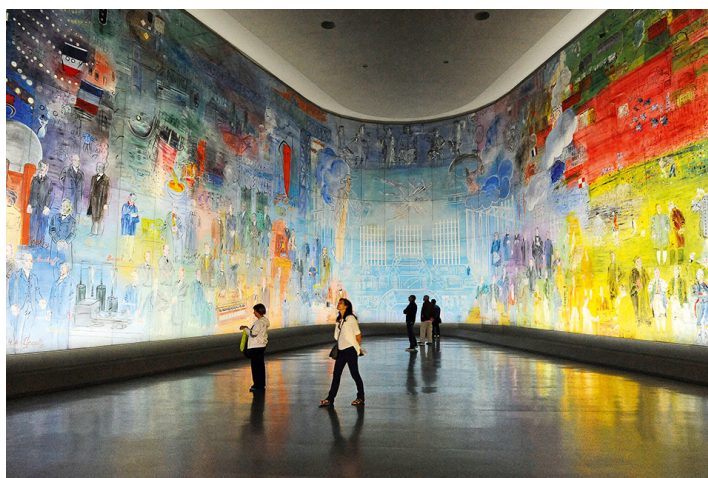


Imagen 17  
El Espíritu de la Electricidad  
Autor: Raoul Dufy  
Fuente: [www.mam.paris.fr](http://www.mam.paris.fr)



Imagen 18  
El Espíritu de la Electricidad. Detalle  
Autor: Raoul Dufy  
Fuente: [www.mam.paris.fr](http://www.mam.paris.fr)



Entonces, el hombre siempre tuvo esa necesidad de registrar lo que sucedía, su entorno, su vida y así lo siguió haciendo, cambiando el foco de la importancia en el registro: primero las escenas de la caza de animales, luego su devoción a Dios y en el Renacimiento, el descubrimiento del hombre y el uno mismo representado en el autorretrato.

Señalando a Régis Debray (2002) y su devenir histórico de la mirada como experiencia ordenadora y organizadora del mundo visible y cómo esa mirada evoluciona y se transforma a partir de la aparición de la Tics. El autor define tres tipos de miradas: la mágica, la estética o artística y la económica. A esta última la denomina como la mirada domesticada propia de los tiempos que corren. Entre las miradas estética o artística y la económica se desarrolla el análisis de nuestro trabajo. De cómo la tecnología relegó la mirada a lo efímero, lo rápido y lo de moda pero tiene un dejo de la mirada estética, contemplativa que quiere parecer una obra de arte, que busca lo bello de los paisajes y situaciones para retratar en segundos. Y así es la mirada de nuestros cuatro usuarios; donde retratan el momento, el instante preciso de su actividad diaria pero no en cualquier lugar ni con cualquier rostro. Elijo prolijamente y estéticamente el lugar, elijo el punto de vista, que sale de la escena que no, busco el mejor perfil, la mejor distancia entre el brazo/celular y el rostro...y al final...whisky!!! Mi mejor gesto. Y si no estoy conforme, repito la fotografía.

Jacques Aumont (2019) se refiere a esa relación entre la imagen y el espectador mediado por los dispositivos tecnológicos, que el autor lo denomina como medio y son estos los que definen una expresividad determinada y un tono sensorial acorde a los momentos en los que los usuarios están inmersos. Ya no es una mirada despojada sino que es una mirada mediada por estos dispositivos que condicionan la manera de relacionarnos con las imágenes que vemos y/o producimos.

Por último, un clásico en los análisis sobre fotografía debemos mencionar a Roland Barthes (1990) con las tres prácticas que tiene la fotografía: hacer, experimentar y mirar además de su gran capacidad para transmitir mensajes y crear reacciones en aquellos que las miran. Tiene



que ver con la pregnancia que poseen las imágenes y ese poder de decir: eso estuvo allí, eso sucedió de esa manera. Si de un hecho o acontecimiento hay fotografía eso realmente sucedió y de esa manera que se retrata o registra. Un ejemplo de eso es la guerra de Vietnam con fotografía de las atrocidades cometidas que son de público conocimiento y otra realidad es lo sucedido en los campos del archipiélago de Gulag del que hay pocas fotos y, también poca gente, sabe de qué se trata y dónde se cometieron los excesos.



Imagen 19  
Autor: Eddie Adams  
Fuente: Agencia AP



Imagen 20  
Autor: Nick Ut  
Fuente: Agencia AP



La imagen como conjunto discursivo es una configuración espacio/temporal de sentido (Verón, 2014). Fontcuberta (2017) habla de *post-fotografía* refiriéndose a la fotografía que circula en el espacio híbrido de la sociabilidad y cómo las mismas han cambiado su naturaleza a partir de las redes y del modelo capitalista; donde proliferan las imágenes de toda clase y tipo. Y aquí, el autorretrato o la Selfie<sup>1</sup> pasa a ser un invento de la postfotografía. Ya no solo está el impulso de registrar esas situaciones irrepetibles sino que ahora está el impulso de ser los protagonistas o participantes de esas escenas. Nosotros estamos en el foco de los acontecimientos.

---

<sup>1</sup> De ahora en más utilizaremos la palabra Selfie ya que es la manera como se expresa en la aplicación Instagram y es habitual este uso desde los usuarios de las redes.



## Capítulo 1

### Un giro hacia la espectacularización del yo

“En el mundo *realmente invertido*  
lo verdadero es un momento de lo falso”

Guy Debord<sup>2</sup>

Las nuevas tecnologías transformaron nuestros modos de vivir -y de consumir- tras la adopción de las mismas. En el Siglo XXI transitamos una era de digitalización de nuestras vidas cotidianas, donde compatibilizan individuos, el conjunto de las tecnologías digitales y confluyen en los dispositivos que utilizamos. Dejamos de ser ciudadanos para convertirnos en consumidores. Dependemos de la tecnología digital, donde todo es programado y editado según las reglas determinadas del mercado.

La tecnología ha venido a revolucionar la forma en que capturamos, editamos y compartimos las imágenes fotográficas. Ahora nos relacionamos visualmente con el mundo que nos rodea a través de las redes sociales y/o las aplicaciones. Los dispositivos móviles han democratizado -popularizado- la fotografía y con ello la captura de los momentos cotidianos; posibilitando a las personas convertirse en narradores visuales de su propia vida.

Gran parte de la sociedad contemporánea vive una digitalización de la vida cotidiana y con ello, de su cuerpo. Esto condiciona la mirada, tal como pudimos testimoniar durante una visita a la Galería Renwick en Washington D.C, Estados Unidos donde las personas en lugar de disfrutar de las exposiciones que allí habían, lo que hacían era recorrer rápidamente las salas para sentarse a estar con el celular en una de ellas. El hecho de no poder estar desconectado y ante las nuevas experiencias relegarlas a un segundo plano o la necesidad de compartirlas en vivo y en directo para certificar el haber estado allí.

---

<sup>2</sup> Debord, Guy (1967/1998). *La sociedad del espectáculo*. Traducción de Maldejo para el Archivo Situacionista Hispano.



De la misma manera, el cuerpo ahora es considerado un objeto de mercado, inversiones e interacciones.



Imagen 21  
Autor: Fernanda Iturrieta

Las tecnologías son históricas y van acorde a las creencias y a los valores de la época, es decir, que no son neutras. Acompañan a la humanidad, desde que se volvió bípedo. Nos envuelven, forman y conforman constantemente. N. Postman (1994) en el capítulo “El juicio de Thamus”, en la conversación entre Thamus y Theuth (en el *Fedro de Platón*) señala que toda nueva tecnología tiene sus aspectos positivos y negativos: “Toda Tecnología supone tanto una carga como un beneficio, no lo uno o lo otro, sino lo uno y lo otro” (p.13).

La irrupción del Siglo XXI nos introduce en una nueva subjetividad. Esta subjetividad, transforma la relación que teníamos con el mundo y determina los modos de ser, de ver y con ello la mirada. En nuestros días estamos siempre conectados y nos compatibilizamos profundamente con los dispositivos que utilizamos. Se produce una transformación en las maneras en que administramos nuestro tiempo, de manejar el espacio pero lo más importante de todo es cómo cambiamos nuestra manera de relacionarnos. Adquirimos más visibilidad, estamos siempre conectados, comenzamos a ser multitareas; estamos en varios lugares al mismo tiem-



po. Los usuarios de las nuevas subjetividades de las redes no descansan, no se desconectan. Podríamos pensar en una metamorfosis entre las personas y los dispositivos electrónicos y digitales.



Imágenes 22 y 23  
Fontana di Trevi, Italia  
Autor: Fernanda Iturrieta

Vivimos en modo Wi-fi, permanentemente visibles para todos y continuamente conectados con numerosas personas. Dejamos atrás antiguas prácticas analógicas; p.e. hacer público parte de la vida privada e ingresar al mundo creciente de la virtualidad y sus dinámicas, donde las redes son un exponencial ejemplo. En esta práctica de interacción entre humano y tecnología digital, para el campo fotográfico, se observan dos características significantes de esta nueva subjetividad tecnológica: visibilidad y conexión constante. Vivir a través de las redes, ser visibles, a la espera de la aprobación de los demás o mostrando una manera de vivir que no siempre es una constante en la realidad. Paula Sibia (2020)<sup>3</sup> sostiene que “Cada herramienta supone, propone y estimula ciertos modos de usarla -y no otros-, que a su vez implican determinados modos de vivir -y no otros-”.

<sup>3</sup> Sibia, Paula (2020), *Cuerpo, subjetividad y tecnologías digitales. Módulo 2. Conexión y visibilidad en las subjetividades contemporáneas. Apuntes del cursado de la Maestría en Comunicación Digital Interactiva.* UNR.



A modo de ejemplo, compartimos otra situación que presenciamos donde se observa las fotografías seguidamente: la secuencia de una pareja de turistas delante del Coliseo Romano donde el fotógrafo adopta distintas posiciones corporales, se acerca y aleja de la modelo y hace varios retratos. Como un cazador agazapado va rodeando a su víctima y disparando desde distintas posiciones para lograr su cometido: la foto perfecta!



Imágenes 24, 25 y 26  
Alrededores del Coliseo Romano, Italia  
Autor: Fernanda Iturrieta

Aquí podemos introducir el concepto de Guy Debord (1967, p.105) sobre el tema de la *extimidad* en donde ahora el cuerpo y sus formas es tomado bajo la representación de control-estimulación. Hay que hacer las fotos pero en ella debemos estar de la mejor manera y con una estética acorde a los parámetros culturales del momento.

Otro punto observado en estas dinámicas de re acomodamiento de las subjetividades, a partir de la tecnología digital, tiene que ver con las nuevas tecnologías que instalan u ofrecen un nuevo tipo de organización social y este muchas veces está en subsumido por el mundo de las apariencias y las imágenes. Asistimos a una tendencia del *culto al cuerpo* inmerso en la *espectacularización* del sujeto, de la sociedad y con ello de la vida cotidiana. Destacándose, la *espectacularización* del sujeto mismo; que sigue las reglas estéticas y lógicas del mercadeo y la publicidad.



Andamos por la vida como en una gran vidriera permanente y a veces pareciera que las apariencias físicas, -sobre todo de la imagen personal-, y la manera en que nos mostramos o queremos que nos vean; no escapa a esta lógica del mercado y la publicidad. Y estas lógicas son las que modifican también las formas de percibir el arte donde se ha perdido el valor cultural, el aquí y ahora (Benjamin, 2017) de cada una de las obras y se ha entregado el mercado. Ahora muy pocas veces disfrutamos el extrañamiento que nos produce estar frente a una obra de arte, esa ligazón que perdura a través del tiempo entre el autor y la obra, esa emoción que conlleva al estar en frente a la producción de las manos de Leonardo Da Vinci; ahí, ahora a pesar de la distancia temporal. Esa relación especial entre espacio y tiempo -aparecimiento único de una lejanía y nuestra cercanía- que Benjamin (2017) denomina aura.

Es probable que para evitar desfases -en el sentido de E.Verón (2013, 2014)- entre la vida real y la virtual; se necesita una estructura psíquica estable para estar en las redes. Aquí es importante la mediación de la mirada externa por esta necesidad de mostrarnos y ser aprobados, de pertenecer. Varios autores la denominan a esta instancia *la era del show del yo*, donde se origina una espectacularización de uno mismo. Como una especie de curaduría de la imagen que uno construye para las redes. Se imitan los formatos de belleza corporal que señala el mercado y los medios. Sólo las apariencias son importantes, las que marcan el ritmo de la producción para las redes.

Parfraseando a León Gieco -cantautor popular argentino- “todo está guardado en la memoria”, en nuestro caso, la memoria visual que se reproduce y se reactualiza a partir de este binomio de la fotografía y la tecnología digital, más precisamente, en las redes sociales. A continuación y a modo de adelanto, compartimos algunas producciones de nuestro corpus acompañados de algunos ejemplos comparativos.





Imagen 27  
Usuario D



Imagen 28  
Brad Pitt



Imagen 29  
Tom Cruise

Retomando a Paula Sibilia (2008, p.267), quien señala las características del capitalismo en auge, respecto al modo de vida y valores. Estos favorecieron el desarrollo de habilidades de autopromoción y autoventa de los individuos, produciendo así la transición del carácter del sujeto hacia la personalidad del mismo. Instaurando así un “mercado de la personalidad” (Sibilia, 2008) en el que la imagen personal es la principal mercancía. Querer verse y mostrarse bien es lo que seduce al fotógrafo amateur según estas reglas del mercado y esta cultura de navegación y de la superficie de las redes sociales.





En la red social *Instagram* es uno mismo el productor y administrador de su propia fama. Se vive pendiente del *like* para sentir que uno es aprobado y que pertenece a esta nueva dinámica virtual. Se pasa de la aprobación con millones de likes al olvido; de la euforia a la depresión con la misma velocidad.

Un aspecto del uso de esta tecnología, nos lleva a creer o pensar en que somos/estamos; y nuestra vida cotidiana para a operar como reflejos de un espejo infinito para exhibirnos a conciencia, o no. Quiero ser visto y disfrutar -desde algún rincón de nuestra mente- de la aprobación y la admiración de los demás. Verse -y estar bien- es también salir de la mejor manera en la foto y ser *likeada* por los demás. ¿Es acaso que llegamos a un momento de la humanidad donde la fama lo es todo? ¿Y el narcisismo en su máximo esplendor?

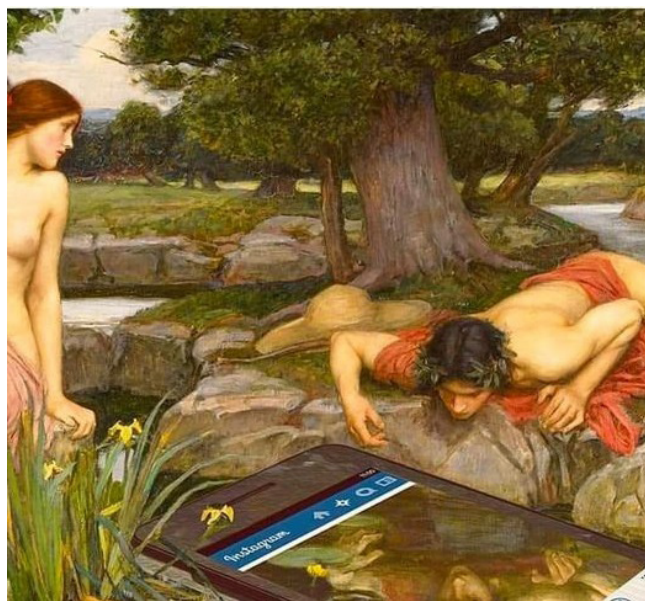


Imagen 32  
Narciso  
Fuente: [www.democresia.es](http://www.democresia.es)



## Capítulo 2

### Delimitaciones Epistemológicas

Esta investigación es de carácter cualitativo y enmarcada dentro del paradigma *interpretativo* (Vasilachis de Gialdino, 2006, p. 49) por cuanto busca comprender los sentidos/significados de las acciones sociales –*producciones/representaciones* para nuestro objeto- desde el punto de vista de los participantes dentro de su propio contexto socio cultural. Dicho esto, y a la hora de poner en diálogo lo teórico con la experiencia productiva –el acto fotográfico- hemos seleccionamos un esquema teórico conformado por una *teoría general* y una *teoría sustantiva* que nos guiarán tanto en el planteo de los objetivos de la investigación, como en su aspecto metodológico (Sautu, 2005, p. 137).

#### 2.1. Teoría general: semiótica como programa teórico y metodológico

Como primer paso, delimitamos las categorías partiendo de lo general a lo específico, para abordar aquello que pretendemos *interpretar/reflexionar*. A la vez teorizar acerca del *acto fotográfico*, puntualizando en el análisis de la producción de las imágenes fotográficas de fotógrafos *amateurs* y uno de los modos de *circulación* –naturalizadas a partir de la tecnología- de dichas producciones: las redes sociales digitales/virtuales, en esta ocasión la red Instagram.

Abordaremos la tarea a partir del análisis *semiótico* –como metodología y teoría- de las *imágenes*, que en nuestro caso serán fotografías, como una *materialización* de semiosis- obtenidas/producidas a partir del uso de los celulares de los fotógrafos amateurs. Como así también, aspectos de puesta en circulación y recepción. Partiendo de los lineamientos heredados de Charles S. Peirce, como *creencia*, *hábito*, *semiosis infinita*, la *tricotomía* de los razonamientos o argumentos, el *signo* y una de sus posibles clasificaciones.



## 2.2 Creencia y hábito

El motivo de la elección de nuestra teoría general, se debe a que, la *semiótica* -como teoría y metodología- nos permitirá realizar *interpretación* alguna y dar validez a ésta como tal. Por cuanto es desde este programa que alcanzaremos la condición de posibilidad de nuestro trabajo. Entonces, como punto de partida podemos decir que la *semiótica* es la disciplina que se ajusta a nuestro objeto por su asequibilidad respecto del mismo; y porque se ocupa de la *producción* de los *signos* y la generación de *sentidos*.

De este modo, el inicio del proceso está atravesado por dos categorías sensible al programa de Charles Sanders Peirce: *creencia y hábito*. Para el filósofo, tanto creencia como hábito son premisas que conforman la posibilidad de la semiosis: “la esencia de la creencia es el asentamiento de un hábito” (García, 2002, p. 33); mientras que “en el hábito muere y nace la semiosis; en y por el hábito, esta es posible” (Ídem: 34). Entonces, “el proceso inferencial implica la formación de un hábito: produce una creencia u opinión, que en tanto legitima fundamente nuestra acción, siendo por tanto un hábito” (Ídem, p. 35).

## 2.3 Semiosis Infinita

Antes de desarrollar las categorías señaladas del autor, queremos mencionar que la semiosis implica “una inferencia vivida” (Peirce, 1974) y ésta es parte de un proceso triádico. Peirce define a la semiosis como la acción que relaciona tres elementos: el *signo*, el *objeto* y el *interpretante*. Asimismo, a partir de los movimientos fundantes que son la *inducción*, *deducción* y *abducción*. Retomaremos estas formas de razonamiento mas adelante.

Tal como señalamos antes, la semiosis es posible por la acción de la creencia y el hábito. Además, es infinita o ilimitada porque todo signo interpreta a otro signo, donde un signo da origen a otro signo y esto se produce ad infinitum. Es en la semiosis -como proceso- donde se genera



el sentido o significado de un signo. En nuestro caso, la imagen fotográfica.

#### 2.4 Los tres tipos de razonamientos: inducción, deducción y abducción

El filósofo también define tres formas de razonamiento en toda investigación, donde el origen de la misma es la observación: deducción, inducción y abducción; recorramos sucintamente cada uno de estos procesos.

El razonamiento *deductivo*, para Peirce, parte de un estado hipotético de cosas. Este, solo será válido si hay una genuina relación entre el estado original de las cosas hipotéticas y el estado final con el que nos encontraremos al concluir el razonamiento. Es una inferencia desde las causas hacia los efectos, o desde lo universal hacia lo particular. Sostiene que “La tarea principal del lógico es la de clasificar argumentos; pues toda comprobación depende claramente de una clasificación” (1878, p.1) y que “Toda deducción tiene este carácter; es meramente la aplicación de reglas generales a casos particulares” (Ídem). Por eso es necesario trazar un plan adecuado de razonamiento y a partir de allí avanzar con el razonamiento en sí.

El razonamiento *inductivo*, aunque Pierce lo minimice un tanto como medio para llegar a las certezas; en cambio, sí lo ve como un mecanismo de desarrollo del razonamiento experimental (que no se refiere estrictamente al experimento de laboratorio). En contraposición con el fenómeno natural, si el acto de concluir lo desdice quien investigue habrá avanzado, en cambio si fueran coincidentes habrá simplemente vuelto a la teoría de partida. Esta confrontación entre el fenómeno y la conclusión testeada una y otra vez con el mismo resultado ante tal observación o aseveración, le da el status de ley que lo valida con características más generales. “Así la validez de la inducción depende de la relación necesaria entre lo general y lo singular. Es precisamente esto lo que constituye el soporte del pragmatismo” (Peirce, 1878, p.7).



Pero “el razonamiento por “instinto o abducción” es la única operación lógica que introduce alguna idea nueva” al decir de Peirce (1878, p.8). La abducción al solamente sugerir lo que debe ser, sin las categorías de los razonamientos antes descriptos, nos conduce a la forma más absoluta de comprensión del fenómeno como tal. Puede razonarse sobre un hecho por múltiples vías que van desde el pensamiento místico al mero azar, pero nada de eso explicara sólidamente el razonamiento sobre la cosa que razonamos.

Es así que, nos interesa el análisis de las huellas que van dejando las fotografías y para el cual utilizaremos como metodología de abordaje, el razonamiento abductivo o presuntivo que según Peirce (1901) es el único tipo de razonamiento que proporciona nuevas ideas.

## 2.5 El Signo

Para Peirce (1974) un signo o *representamen* es algo que para alguna persona representa o se refiere a alguna característica o aspecto de algo:

Se dirige a alguien, esto es, crea en la mente de esa persona un signo equivalente, o, tal vez, un signo aun más desarrollado. Este signo creado es lo que yo llamo el interpretante del primer signo. El signo está en lugar de algo, su objeto. Está en lugar de ese objeto, no en todos los aspectos, sino sólo con referencia a una suerte de idea, que a veces he llamado el fundamento del representamen. (1974, p. 22).

Para que algo se transforme en un *signo* debe, entonces, representar a otra cosa, representar a un *objeto*; y este puede tener más de un *objeto*. Asimismo, Peirce (1974) define una relación triádica de los signos con tres correlatos:

Un Representamen es el Primer Correlato de una relación triádica; Segundo Correlato se llamará su Objeto, y el posible Tercer Correlato se llamará su Interpretante, por cuya relación triádica el posible



Interpretante es determinado para ser el Primer Correlato de la misma relación triádica con el mismo objeto, y para algún posible Interpretante. (1974, p. 28).

Un signo es “cualquier cosa que determina a otra cosa (su interpretante) a referirse a un objeto al cual ella también se refiere (su objeto) de la misma manera, deviniendo el interpretante a su vez un signo, y así sucesivamente ad infinitum” (Peirce, 1974, p.59). de esta manera, el proceso de significación se hace –es- *infinito*.

## 2.6 Clasificación del signo según su objeto

Peirce además, plantea una tricotomía de los signos donde los define como: *icono*, “un signo que se refiere al objeto al que denota meramente en virtud de caracteres que le son propios, y que posee igualmente exista o no exista tal Objeto” (Peirce, 1974, p.30).

Índice, “un *índice*, que es un signo que se refiere al Objeto que denota en virtud de ser realmente afectado por aquel Objeto” (ídem, p.30) y necesariamente tiene que tener alguna cualidad en común con el Objeto. Y finalmente un *símbolo*, “es un signo que se refiere al Objeto que denota en virtud de una ley” (ídem, p.30), que es la causa de que el Símbolo se explique como concerniente a dicho Objeto.

Finalizando con este autor no podemos dejar de citar su *máxima pragmática* como una instancia ineludible a la hora de analizar las fotografías, pues implica una puesta a prueba sobre nuestras propias concepciones, en relación con las experiencias de otros; y de los sentidos que pudieran generar en tanto investigadora. Dice Peirce (2009) acerca del *pragmatismo*: “Ninguna cognición tiene un significado intelectual por lo que es en sí misma, sino sólo por lo que es en sus efectos sobre otros pensamientos. Y la existencia de una cognición no es algo factico, sino que consiste en el hecho de que bajo ciertas circunstancias surgirá alguna otra cognición” ( p. 23).



## 2.7. Semiosis Social y operaciones de sentido

Considerando que nuestro objeto de estudio es mediatizado y siguiendo la línea de Pierce encontramos en Eliseo Verón un lineamiento teórico que nos ayudará a transitar claramente el análisis.

En esa línea de trabajo, Eliseo Verón (2013, 2014) nos dice que debemos re-conocer en este momento, que se están produciendo cambios en los *modos de ver*<sup>4</sup> y de *producir* a partir de la incorporación de la tecnología, en tanto, herramientas que implican nuevos procedimientos técnicos; y con ellos otras nuevas mediatizaciones. Es decir, este tiempo corre en paralelo al desarrollo humano, en los últimos siglos se han acelerado, profundizado por la permanente incorporación de tecnología digital.

Verón (2015) sostiene que la mediatización es un proceso que no es universal y que son las sociedades y sus subsistemas las que se ven afectadas por estos procesos. La mediatización está estrechamente ligada a los fenómenos históricos, a los contextos históricos y a “la secuencia de fenómenos mediáticos históricos que resultan de determinadas materializaciones de la semiosis, obtenida por procedimientos técnicos” (Verón, 2013, p.147) es decir, los aspectos tecnológicos propios de cada época. Explicita también que “La etapa inicial de cada momento crucial de la mediatización puede ser fechada, porque consiste en un dispositivo técnico-comunicacional que ha aparecido y se ha estabilizado en comunidades humanas identificables, que quiere decir que ha sido, de alguna u otra forma, ‘adoptado’” (Verón, 2015, p. 175). Es un proceso no lineal que está determinado por las condiciones y gramáticas de producción y las condiciones y gramáticas de reconocimiento.

Toda comunicación humana es mediada y esta mediatización a través de la tecnología y la permanencia del soporte en la historia precisan las condiciones de acceso al sentido. Toda producción de sentido es social.

---

<sup>4</sup> Una lectura desde el punto de vista del investigador, es decir, desde el punto de vista del modelo de producción del discurso, según Verón (2014); y no desde un modelo del consumo del discurso (recepción).



Con respecto a la fotografía señala que “fue una primeras materialización del tiempo, bajo la forma de captación del instantes fugaz, que, lenta e inexorablemente, se va transformando en pasado” (2013, p. 249). Sostiene también que el análisis del *sentido* con el que se analizan los objetos está dentro de la hipótesis de que todo sistema productivo deja una huella sobre los productos que permite la reconstrucción de los primeros a partir de los segundos; en sus palabras: “analizando productos, apuntamos a procesos” (Verón, 2014, p. 124). Poniendo énfasis en que:

Un objeto significante, en sí mismo, admite una multiplicidad de análisis y lecturas; por sí mismo, no autoriza una lectura antes que otra. Sólo deviene legible en relación con los criterios que se deben explicitar y que movilizan siempre, de una manera u otra, elementos que tienen que ver con las condiciones productivas del objeto significante analizado -sea en producción o reconocimiento- (Verón, 2014, p. 128).

Toda producción es social y todo fenómeno social termina siendo un proceso de producción de sentido, y a su vez está inserta en lo social (Verón, 2014). Es así una *semiosis infinita* o ilimitada la que nos presenta: “la semiosis social es una red significante infinita” (p.129).

## 2.8 Gramática de producción y gramática de reconocimiento

Un objeto, -en nuestra investigación una imagen- es una clasificación espacio temporal de sentido. A la generación de ese discurso<sup>5</sup> Verón (2014) las denomina *condiciones de producción* y al tipo de discurso, *condiciones de reconocimiento*. Además, sostiene que siempre podemos encontrar otros discursos cuando se dan las condiciones productivas de un discurso. Profundiza más estas condiciones y las llama gramáticas ya que poseen reglas que señalan operaciones de asignación de sentido a partir de determinadas propiedades significantes no especificadas, las denomina “huellas”.

Dado que en la producción de un discurso trae implícito la presencia de

<sup>5</sup> Vale aclarar que si bien Verón habla del discurso social -propiamente- a efectos de este trabajo, abordamos el discurso, en su sentido amplio y propio del campo de las disciplinas sociales y humanas, como objeto de estudio meta lingüístico o translingüístico.



otros discursos relacionados con el contexto socio espacial en el que se encuentra inmerso. Entonces las condiciones de producción y de reconocimiento nunca son las mismas.

Eliseo Verón (2015) dice acerca de la fotografía que: “Tenemos entonces un objeto técnico lanzado en medio del individualismo moderno: la nueva tecnología de la fotografía comienza a jugar diversos roles en el corazón de los procesos a través los cuales los individuos redefinen su identidad y sus relaciones en la sociedad” (p.12).

Un objeto, -en nuestra investigación una imagen- es una clasificación espacio temporal de sentido.

En síntesis, nos enfocaremos en la gramática de la producción, Verón (2014); y nuestra “lectura”, parafraseando al mismo, consistirá en encontrar el “conjunto de huellas que las condiciones de producción han dejado” (p. 129) en nuestro caso, en la fotografía en tanto materialidad sígnica. Y analizaremos la gramática de reconocimiento, ya que en ellas está implícita la gramática de circulación, así identificamos las formas en que nuestro objeto de estudios es recibido, leído y consumido dentro del contexto socio tecnológico y propios de las redes sociales, más específicamente la red Instagram.

## 2.9 Formato

En este trabajo necesitaremos del aporte del Dr. Marcelino García (2021) cuando a partir de los estudios de la aprehensión del lenguaje de Jerome Bruner define el término de *formato* para el análisis de los distintos tipos de discursos, en nuestro caso la fotografía. Lo define como “el instrumento de una interacción humana regulada” (García, 2021, p. 148). Y agrega que son como “escenarios” donde los actores definen sus metas a alcanzar y cómo, a través de qué medios, puede alcanzarla. Define cómo será la manera en que interactúan los actores en las diversas micro prácticas sociales mediadas por las cuestiones socio históricas y tecnológicas. Además sostiene que los formatos son “modulares” (García, 2021) y se los puede tratar como subrutinas dentro de una escala mayor y que estos



están íntimamente ligados a las percepciones que poseen los participantes.

Lo dicho hasta aquí, es parte de la teoría general que nos permitirá abordar el tema de interés de nuestra investigación; y en cuanto a la teoría sustantiva, tomaremos a los siguientes autores como referencia. Con respecto a la imagen y el origen y devenir de la mirada nos referiremos a Regis Debray y Jaques Aumont. En cuanto a la imagen fotográfica trabajaremos con Philippe Dubois, John Berger, Joan Fontcuberta y Susan Sontag. En lo relacionado a redes, fotografía digital y formas de producción tomaremos los conceptos de José Luis Fernández, Roberto Igarza, Carlos Scolari, Denis Renó y Mario Carlón.

## **2.10 Teorías sustantivas: categorías teóricas**

### **2.10.1 La imagen: devenir histórico de la mirada**

Para Regis Debray es la mirada la que organiza la experiencia y ordena el mundo visible y nos permite entender la relación entre la imagen y los seres humanos a partir de una historización y una relación con el contexto socio cultural de cada una de las épocas. Reafirmando así que la mirada no es única, sino que su transformación y evolución se da a partir de la incorporación de las TICs y de los cambios de las creencias colectivas. En palabras del autor: “El origen no es la esencia; lo que importa es el devenir” (Debray, 2002, p.19).

Debray, define tres tipos de mirada a lo largo de la historia: *la mirada mágica*, estrechamente ligada en sus orígenes a la muerte y que permite la aparición de la figura del ídolo. La *mirada estética o artística* que permite encontrarnos con los conceptos del arte propiamente dicho y la *mirada económica* que nos lleva a la aparición del mundo visual, ligados a las técnicas y creencias propios de estos momentos contemporáneos; que él lo define como *una naturaleza domesticada* (Debray, 2002). Este tipo de mirada, definida como económica y de naturaleza domesticada que está plenamente atravesada por los cambios tecnológicos, que son constantes y propios del momento contemporáneo en el que nos encontramos será nuestro objeto de análisis. Para Debray (2002) el período del ídolo



será inmóvil y estará ligado a lo teológico, al culto y lo serio. El período del arte será lento, más contemplativo y el visual, más veloz, está ligado a lo efímero y al entretenimiento. Ciertamente, esta etapa de la *mirada* es la que nos ayudará a entender cómo es la misma actualmente: donde ya no existe la representación -como instancia única en el comienzo mismo de la fotografía- sino la *simulación*: la representación de una representación imaginaria. Donde el mundo mismo es parte de esa imagen que se va construyendo y donde la *imagen* es realidad por sí misma y en manos del monopolio y en manos del sistema capitalista con la impronta de que todo sea al instante, en el momento, caso contrario pierde su valor.

La imagen ha ido cambiando de ejes y de concepciones esenciales a lo largo de sus transformaciones históricas. También los ejecutantes de las imágenes lo hicieron a la par: el culto fue instrumentado por los artesanos; el arte por la academia y lo visual por la red.

Lo que podemos inferir de la lectura es que la imagen es el hilo conductor de nuestra cultura, -y por supuesto, de la humanidad- que la construye y la reproduce al *infinito*. Una imagen que es corpórea y etérea, mágica e inerte, inmortal y efímera a la vez. Un aspecto central en la construcción de la subjetividad contemporánea.

### 2.10.2 Imagen y espectador

Con el aporte de Jacques Aumont nos interesa señalar la relación que se establece entre *imagen* y *espectador*. Un espectador en este caso mediado por un *dispositivo* tecnológico donde se percibe un poder que permite los cambios que este opera en las percepciones de quienes lo utilizan. El autor define *imagen-objeto* donde la misma depende de un intermediario que denomina *medio* y que es el nexo entre nosotros y la imagen.

En este caso el *medio* destacado para nosotros es la tecnología de los dispositivos móviles. Nos dice: “El medio de la imagen es lo que le brinda su tono sensorial y su expresividad particular, insertándose en una realidad material precisa” (Aumont, 2019, p.110).



También nos interesa señalar sobre la relación de la imagen y el dispositivo en sus dos dimensiones, la física y la mental y las correspondencias que se suscitan. Al respecto nos dice que:

La relación de la imagen con lo imaginario (y con la imaginación), cómo vemos, es el núcleo de cuestiones que pone en tela de juicio, a la vez, la relación del sujeto humano con su entorno, las imágenes de él que forma en su mente, el saber que tiene al respecto y las convenciones que rigen el uso y la producción de las imágenes materiales. Un caso límite en particular interesante, ya que pone en juego todos estos aspectos y los combina, es el de la ilusión producida mediante imágenes (Aumont, 2019, p.78).

A esta temática mencionada, nos interesa poner en diálogo con el concepto de medios que desarrolla Eliseo Verón donde dice que este “designa los usos de las sucesivas tecnologías de la comunicación, tal como estos usos se estabilizaron a lo largo de la historia” (Verón, 2013, p. 144). Por último, podemos inferir que esa relación entre el observador, el dispositivo y la imagen es parte de un proceso de *mediatización*, que Verón la define como: “la secuencia de fenómenos mediáticos históricos que resultan de determinadas materializaciones de la semiosis, obtenidas por procedimientos técnicos” (Verón, 2013, p.147).

### 2.10.3 Barthes: mirar para recordar

Barthes (1990) sostiene que una fotografía tiene tres atributos o tres prácticas, que las define también como emociones o intenciones, que son las del “hacer, experimentar, mirar” (1990, p. 38). Para este trabajo puntualmente nos interesa la capacidad que tiene la fotografía de comunicar mensajes y de generar reacciones en quienes las miran y las relaciones que se generan entre el fotógrafo, él o lo fotografiado y el observador. También nos interesa, a partir del texto, reflexionar sobre los conceptos del *aquí* y *ahora* y del esto ha sido de un momento determinado que se ve reflejado en cada acto fotográfico. Además del contexto en el que han sido tomadas estas imágenes y a las interpretaciones a las que puedan ser



sometidas por partes de los observadores.

Para finalizar nos interesa señalar el valor de la fotografía como un signo de memoria y de reactualización de la misma: “La Fotografía no rememora el pasado (no hay nada de proustiano en una foto). El efecto que produce en mí no es la restitución de lo abolido (por el tiempo, por la distancia) sino el testimonio de que lo que veo ha sido” (Barthes, 1990, p. 35).

#### 2.10.4 El acto fotográfico

En cuanto Philippe Dubois (1986), focaliza a la fotografía como objeto pragmático, como una experiencia. Al respecto, expresa que:

La foto no es solo una imagen (el producto de una técnica y de una acción, el resultado de un hacer y un saber-hacer, una figura de papel que se mira simplemente en su delimitación de objeto cerrado), es también, de entrada, un verdadero acto icónico, una imagen si se quiere, pero como trabajo en acción, algo que no se puede concebir fuera de sus circunstancias, fuera del juego que la anima, sin hacer literalmente la prueba: algo que es la vez por lo tanto y consustancialmente una imagen-acto, pero sabiendo que este “acto” no se limita trivialmente al de la producción propiamente dicha de la imagen -el gesto de la “toma”- sino que incluye también el acto de su recepción y de su contemplación. (p.11)

Donde es casi imposible pensar la fotografía sin el acto que la produce y esté dentro de un contexto específico. Por tanto, es producida por un sujeto en acción dentro de una realidad que lo envuelve. La fotografía como huella de lo real, por una imagen/signo que es determinada por su referente a partir de un corte temporal y espacial. Dependiendo de estos cortes cómo la fotografía se transforma y transforma la realidad de quien la observa. De cómo el mundo se organiza en función de lo que la fotografía muestra o deja de mostrar; en función de lo que se decide o no fotografiar. Cómo nos queremos mostrar, cómo queremos que nos vean.



Finalizando este apartado, citamos nuevamente Jacques Aumont (2019) quien señala a la fotografía como:

La fotografía es entonces un registro de una situación luminosa en determinado lugar y en determinado momento; ya sea que conozca o no la historia de la fotografía y de su invención, todo espectador de fotos sabe esto, y ese saber sobre la génesis de la fotográfica resulta esencial (p. 151).

### 2.10.5 El mundo de la imagen

De Susan Sontag, específicamente para el caso de la fotografía, las ideas trabajadas en sus ensayos nos ofrecen líneas de pensamiento que nos llevan a analizar los usos concretos de la fotografía y a partir de ella, la manera de aprehender nuestro mundo. Esto desde un punto de vista muy cotidiano y práctico. Donde en una sociedad que vive de las imágenes confundiendo lo real con lo virtual, es la pregnancia de la fotografía la que enfatiza esta falsa o aparente participación y compromiso con los hechos que la rodea. Es por ello que Susan Sontag sostiene que a la fotografía se le otorga usos talismánicos “que expresan una actitud sentimental e implícitamente mágica; son tentativas de alcanzar o apropiarse de otra realidad” (2006, p.33).

El trabajo de Sontag, es tal vez el que nos hace pensar en los usos de la fotografía. su famoso ensayo, nos ofrece un análisis sobre el exceso de imágenes fotográficas que circulan sobre hechos cotidianos y que impiden o confunden la fruición y disfrute de los mismos; “A los saciados de imágenes es probable que las puestas de sol les parezcan sensibleras; se parecen ya demasiado, ay, a fotografías” (2006, p. 126).

Y a partir de este aporte, -y actualizando la tecnología- reflexionaremos sobre el uso de las cámaras de los dispositivos celulares en el modo de fotografiar.



### 2.10.6 Fotografía digital

La realidad de la fotografía, en su producción y circulación, está siendo muy cambiante en los tiempos que corren, ya sea su uso, su propósito y el paso por las redes. La tecnología, particularmente la digital, no solo enfatizó aún más la producción de fotografías, sino que permitió el acceso a la misma por parte de cualquier clase social al mismo tiempo que modificó la forma en cómo se aprehende al mundo desde lo visual, a cómo interpretamos y representamos lo que nos rodea.

En el siglo XX aprendimos a ver fotográficamente, en el siguiente S XXI, este aprendizaje se potenció en gran parte debido al uso de los teléfonos celulares. Este dispositivo telefónico móvil no sólo llevó al extremo la popularización de la fotografía, sino que nos enseñó una nueva forma de capturar las imágenes y a partir de allí, una manera de interpretar la realidad.

El aporte de John Berger (1972; 2005) trata sobre la mirada como una experiencia donde se entrecruzan la vida y con ella las tecnologías; el arte y cómo aprendemos a ver a partir de ella. Recuperaremos el devenir histórico de esa relación de la mirada en conjunción con la tecnología para contextualizar cómo se fueron transformando los modos de ver a partir de la incorporación de las TICs. Las tecnologías condicionan la manera en que tomamos fotos, el autor destaca la importancia de esta tecnología porque, “La invención de la cámara ligera, que hizo que el tomar una fotografía dejara de ser un ritual y se convirtiera en un `reflejo`” (Berger, 1972, p. 69). Se ha comprobado que la fotografía digital gana en rapidez, especialmente en la toma, pero pierde en detalles, definición y en un aspecto cuasi teleológico –el fin que se busca- que es el de la memoria. Al respecto Berger (2005) en su trabajo “Mirar” nos dice que la fotografía dejó de ser un instrumento de la memoria para pasar a sustituirla: “Lo que se recuerda ha sido salvado de la nada. Lo que se olvida ha quedado abandonado” (2005, p. 69).



### 2.10.7 Socialidad digital y postfotografía

En cuanto al trabajo de Joan Fontcuberta (2016), nos permite observar el cambio de la naturaleza de las imágenes. Donde las mismas se desmaterializan y se esfuman las nociones de autoría, originalidad y propiedad de verdad y memoria. La *postfotografía*, -haciendo referencia a la fotografía- circula en otros ámbitos y tiene otros usos muy distintos que el original. Trabajaremos con la fotografía que se encuentra circulando en el espacio híbrido de la socialidad digital (2016, p.8) y que surge a partir de una extrema abundancia visual a partir de la incorporación de las nuevas tecnologías digitales: “habitamos la imagen y la imagen nos habita” (2016, p. 8). También justifica que las imágenes se han transformado y esa transformación es en su naturaleza y en la circulación de las mismas en las redes; “han dejado de tener el papel pasivo de la ilustración y se han vuelto activas, furiosas, peligrosas...” (Fontcuberta, 2016, p. 8).

Afirma que nos hemos introducido en un nuevo orden visual, diferente, caracterizado por tres factores: la inmaterialidad y la transmitabilidad, la profusión y disponibilidad y la comunicación (Fontcuberta, 2016, p.9). Agrega:

Si la fotografía ha estado tautológicamente ligada a la verdad y a la memoria, la postfotografía quiebra hoy esos vínculos: en lo ontológico, desacredita la representación naturalista de la cámara; en lo sociológico, desplaza los territorios tradicionales de los usos fotográficos. (Fontcuberta, 2016, p. 15).

### 2.10.8 Mediaciones tecnológicas

Con respecto a las mediaciones tecnológicas que nos interesan analizar, específicamente Instagram, y que José Luis Fernández (2021) las define como “plataformas” y es donde se desarrolla actualmente nuestra vida social. Donde cada usuario lleva una vida que podríamos llamar paralela. Dónde se muestra lo que quiere, de la manera que decide y a la vez, oculta lo que no quiere exponer. En estas plataformas convi-



ven todas las formas de mediatizaciones que podemos reconocer y que el autor denomina previas y actuales (2021, p.13).

Por otro lado, el aporte de Roberto Igarza (2021) estará dado por el cambio de paradigma en las relaciones sociales a partir de las mediaciones de las pantallas, base de datos y algoritmos. Donde las prácticas sociales son interferidas, perturbadas o suspendidas (2021) a todo momento. Describe una “nueva realidad” que podría “conjugarse en modo intermitente, sin ser todo el tiempo singular e irrepetible, ni todo el tiempo social y continua (2021, p. 13).

### 2.10.9 Massmediaciones

Otro punto de apoyo significativo, es la teoría metafórica de la *Ecología de los Medios* (Media Ecology); los conceptos e ideas desarrolladas -a partir de las concepciones de Marshall McLuhan y Neil Postman- de Carlos Scolari (2008, 2010, 2015). Asimismo, sus reflexiones sobre las nuevas subjetividades espacio/temporales a partir de la comunicación digital interactiva y lo relacionamos con el acto fotográfico y la transformación en la manera de ver e internalizar nuestro mundo inmediato.

Denis Porto Reno (2015), retomando también los conceptos de Marshal McLuhan, menciona la importancia de reconocer y comprender cómo se desenvuelve y fortalece la relación entre sociedad y medios; en un espacio mediático donde confluye lo viejo, lo nuevo y lo que está por venir. Donde el usuario no sólo es el destinatario sino también es productor y emisor de contenidos. Y el punto que más nos interesa desarrollar de este autor es cuando afirma que: “El dispositivo móvil es la verdadera extensión del cuerpo del usuario, pasando a formar parte de su vida incluso por la dependencia que alguno tiene del equipo” (Reno, 2015, p. 252) donde “El dispositivo móvil facilita la producción mediática de los ciudadanos” (Reno, 2015, p. 252).



### 2.10.10 Fotografía contemporánea. Fotografía Amateur

Con Mario Carlón abordaremos la idea de *cultura contemporánea* (2015), que refiere a las producciones de los que él denomina *internautas* que son los usuarios que consciente o inconscientemente están mediados por arte contemporáneo y las redes sociales específicamente.

Una característica de esta *cultura contemporánea* es la concepción del tiempo que se tiene, ahora solo importa el presente como un nuevo régimen temporal y la actualidad de las imágenes que se producen y esto se hace visible porque lo permite la fotografía. Y es en la fotografía, que se reproduce en las redes sociales, donde se articula una correspondencia entre el ámbito de lo privado y de lo público donde lo que importa es la inmediatez, la actualidad de ese presente en esas imágenes.

También son relevantes los conceptos –o diferencias- de *fotografía amateur* y *fotógrafo amateur* ya que gracias a las redes sociales las fotografías circulan de una manera más democrática y a veces hasta pueden llegar a ser consideradas obras de artes aunque hayan sido tomadas por un fotógrafo aficionado. Sostiene que “Cuando hablamos de fotografía contemporánea hacemos referencia principalmente a un cambio de escala y de sentido en la circulación de las fotografías en la vida social, porque lo que se ha modificado son las condiciones de producción, acceso y recepción” (Carlón, 2015, p. 46).



## 2.8 Capitalismo y extraterritorialidad en la cultura contemporánea

Zygmunt Bauman (2006) nos lleva por el devenir histórico de la relación espacio, tiempo, trabajo, cultura y subjetividades. Afirma que el trabajo ya no está atado al capital, que esa relación de dependencia ha sido escindida en la época del *software*. Ahora el trabajo es “extraterritorial, volátil e inconstante” (2006, p. 130). En los tiempos que corren el capital suele desplazarse dependiendo de las posibilidades que haya en los diferentes lugares y en las distintas oportunidades: “el capital puede viajar rápido y liviano, y su liviandad y motilidad se han convertido en la mayor fuente de incertidumbre de todos los demás” (2006, p. 130). Definiendo así el pasaje de una modernidad sólida a una modernidad fluida. Siguiendo la lógica que plantea Bauman podemos inferir que tiene impacto en la cultura en cuanto a su relación entre espacio y tiempo.

En este sentido Carlos Scolari (2008) sostiene que las tecnologías han modificado la subjetividad relativa del espacio y del tiempo. Ahora hay un tiempo global que está en constante tensión con los tiempos locales de cada cultura e individuo en sus propios espacios territoriales. “Con las tecnologías digitales parecería que los viejos espacios se reducen y que las agujas del reloj giran más rápido. Estas mutaciones afectan a las oposiciones y diferencias que fundan nuestro sistema de significación cultural” (Scolari, 2008, p. 275). Y para Zygmunt Bauman (2006) la relación espacio-tiempo es mutable y dinámica, además de haber una independencia del tiempo con respecto al espacio, a partir de la edad moderna.

Por otro lado, el filósofo coreano, Byung-Chul Han (2020) dice que el mundo es un “mercado” en el que se visibilizan, se venden y se consumen intimidades; es un espacio destinado a la exposición. Las redes y los motores de búsqueda ayudan a construir un espacio en el que nos movemos libremente, el lo denomina un espacio “cercano” donde el ámbito de lo íntimo se convierte en zona de bienestar ya que en este nos encontramos nosotros mismos y nuestros semejantes, seleccionando sólo las secciones del mundo que nos agradan. En su libro “Hiper cultura”



(2018) define a la misma como más cultura pero esta es desnaturalizada de los códigos biológicos (de la sangre) y de los códigos de la tierra (del suelo): “Si el lugar constituye la facticidad de una cultura, la hiperculturalización significa una desfactifización” (2018, p. 22)

Retomando a Scolari (2008) podemos decir que el tiempo ya no es una estructura lineal como lo fue en el pasado; ya no podemos trazar una separación entre el tiempo global y el local. Pero que, cultural y económicamente se suele vivir en un tiempo local que algunas veces se contradice pero en la mayoría de los casos se amalgama con el tiempo global producto de las tecnologías. A modo de síntesis podemos afirmar que las tecnologías generaron una nueva subjetividad espacio-temporal. Ahora podemos estar todo el tiempo en todas partes y en donde las relaciones son más efímeras pero más constantes.

Bauman (2006) afirma que en el mundo del *software* hay un tiempo insustancial e instantáneo sin consecuencia alguna; “Instantaneidad significa una satisfacción inmediata, ‘en el acto’, pero también significa agotamiento y desaparición inmediata del interés” (Bauman, 2006, p. 127). Ahora sólo poseemos momentos o puntos sin dimensiones ya que hemos perdido la condición lineal del tiempo.

### 2.8.1 Mutaciones en tiempo de red de redes

Scolari (2015, 2019) en su definición de la ecología de los medios, estudio de los medios como ambientes, menciona la evolución e hibridación que posee la comunicación a partir de los desarrollos tecnológicos y menciona diez mutaciones <sup>6</sup> que para este trabajo cinco son de nuestro interés. Una de ellas es el pasaje de 1) *Receptor a Prosumidor*; esta palabra articula los conceptos de productor y consumidor donde ahora el usuario deja de ser un destinatario pasivo para convertirse en un creador –y consumidor- del contenido a mostrar.

<sup>6</sup> En: Orihuela, José L. (2002); Los nuevos paradigmas de la comunicación. eCuadernos. <https://www.ecuaderno.com/paradigmas/>



Otra es el cambio de 2) *Monomedia a multi/transmedia* ya que la tecnología permite la comunión de todo tipo de formatos: videos, fotografía, textos, audios, gráficos, animaciones en un solo formato. Asistimos a una complementariedad y acumulación de los viejos y nuevos medios. Hay una innovación que va de la 3) *Periodicidad a tiempo real* y está relacionado con la frecuencia periódica a lo permanente. Como ya mencionaron otros autores señalados anteriormente estamos en una nueva temporalidad mediática del *aquí y ahora*. También nos interesa la mutación del 4) *Profesionalismo al amateurismo*; ya que lo que se produce y consume en las redes no está mediado por comunicadores profesionales o expertos en la materia sino que ahora cualquier usuario puede publicar cualquier tipo de información con el riesgo que esto lleva implícito de poder tergiversar la misma. Por último, el cambio de lo 5) *Público y privado* a hipervisibilidad, a una exposición sin límites de cada uno de los instantes de la vida cotidiana. Todo se hace y se muestra al instante (Scolari, 2019, pp.32-33).

## 2.9 Fotografía y memoria: atesorando momentos

Para el análisis de nuestras piezas comunicacionales recurriremos a Joel Candau (2001) quien sostiene que un sujeto sin memoria pierde su identidad y explicita que el discurso identitario se construye a partir de la memoria y que esta es una reconstrucción continua y actualizada de una memoria pasada. Describe a la memoria como un conjunto de estrategias que nos permiten permanecer en el mundo social pero ante todo definirnos como sujetos en el mismo. Desarrolla el concepto de totalización existencial como una estrategia que lleva adelante el sujeto a partir de su identidad y memoria; y en este intersticio, la fotografía tiene mucho para decir. Como un elemento que reafirma la identidad y es necesario para la construcción del yo, en este mundo contemporáneo caracterizado por cierta superficialidad ligada a las reglas del mercado capitalista. Si “hablar es recordar<sup>7</sup>”, mirar también es recordar.

---

<sup>7</sup> Schank, Roger (1995); De la memoria humana a la memoria artificial. Revista Mundo científico, ISSN 0211-3058. N° 156, págs. 330-335



### Capítulo 3

#### Metodología como delimitación procedimental

Tal como lo señalamos en el Capítulo 1, esta investigación es de carácter cualitativo y se enmarca en el paradigma *interpretativo* (Vasilachis de Gialdino, 2006, p. 49); por cuanto nuestra teoría general es *el* instrumento que nos permite abordar *representaciones*, en este caso, la fotografía. Es decir, nuestro trabajo parte de un análisis semiótico – metodológico y teórico- de la imagen. Cuya materialización nos llega a través de la fotografía, - una *materialización de semiosis*- obtenidas/producidas a partir del uso de los celulares de los fotógrafos amateurs. Para re-conocer los cambios que se están sucediendo en los *modos de ver*<sup>8</sup> y de *producir* a partir de la incorporación de la tecnología, en tanto, herramientas que implican nuevos procedimientos técnicos; y con ellos otras nuevas mediatizaciones, en amplio sentido que señala Eliseo Verón (2013).

En un acto de investigación para *comprender* las fotografía de amateurs a partir de las propias percepciones de las condiciones de producción y reconocimiento para *traducirlas* luego en posibles *sentidos* que nos llega como –como y desde- *mediatizaciones*<sup>9</sup>. Entendiendo que en este proceso de investigación –partimos de hechos conocidos y observados para llegar a lo ‘ignorado’- y realizamos un análisis crítico de los niveles *semióticos pragmáticos*, de los *sentidos* que subyacen del reconocimiento de las *condiciones de producción* de las fotografías de *amateurs*; tal como señalamos recién.

---

8 Una lectura desde el punto de vista del investigador, es decir, desde el punto de vista del modelo de producción del discurso, según Verón (1996); y no desde un modelo del consumo del discurso (recepción).

9 Al respecto, señalamos nuestros objetivos: Objetivo general: Interpretar las producciones de imágenes fotográficas de amateurs en las redes de medios, más específicamente en la red Instagram. Reconociendo las mismas como rasgo distintivo de la contemporaneidad y subjetividad. Objetivos específicos: 1) Describir a Instagram como una red de medios/ plataforma mediática que propicia la hipervisibilización de la producción amateur. 2) Identificar lo visual como una dimensión discursiva, comunicacional, generadora de sentidos y vínculos de las imágenes con la vida cotidiana y a partir de la memoria visual.



### 3.1 Otras dimensiones de la fotografía digital

Antes de recortar nuestro corpus analítico, cabe señalar que esas fotografías no están sueltas en el universo digital, por cada una de ellas hay otras dos dimensiones que no podemos dejar de mencionar: quien las produce y dónde circulan. Es decir, quien es el sujeto ‘hacedor’ y dónde las hallamos. Por consiguiente, haremos mención a qué consideramos a) fotógrafo *amateur*; b) el soporte digital de producción y circulación que permite nuestro reconocimiento: las redes sociales, puntualmente *Instagram*<sup>10</sup>; y por último, c) el dispositivo de registro fotográfico.

Hasta aquí hemos mencionado en reiteradas oportunidades la idea del *amateur*. Consideramos a este como aquel que registra/produce las fotografías que analizaremos. Focalicemos en esta figura: el fotógrafo amateur busca posicionarse en un lugar que antes le estaba vedado, por los medios masivos y su práctica profesional de producción fotográfica. El mundo contemporáneo y la aparición de los dispositivos móviles cada vez más sofisticados; hacen que el registro fotográfico pase a constituir un modo de ver e interpretar el mundo que lo rodea. Entonces buscaremos comprender los *sentidos/significados* de las representaciones visuales de las acciones sociales de estos fotógrafos *amateurs* que para nosotros se verán reflejadas en las *producciones* que son nuestros objetos de estudios teniendo en cuenta siempre a éstas dentro del contexto socio cultural de los actantes.

a) Asimismo, Mario Carlón (2015) define a la fotografía *amateur* como una práctica propia de la era contemporánea en la que estamos inmersos, es una fotografía que está al alcance de todos ya que generalmente está hecha con dispositivos móviles y subidas a las redes sociales. Es una fotografía que se caracteriza por las relaciones horizontales entre los interlocutores que las realizan y comparten. Están signadas por el tiempo presente: *el aquí y ahora*. A partir de ello podemos inferir que el *fotógrafo amateur* es quien realiza, comparte y consume este tipo de fotografías en las redes sociales: “No solo eso: en estos casos, la práctica misma de

<sup>10</sup> A efectos de una economía en la escritura y para hacer más ágil la lectura a partir de ahora utilizaremos el acrónimo: IG cada vez que hablemos de la red social Instagram.



subir adquiere sentido principalmente porque se presupone ese presente compartido con el destinatario” (Carlón, 2015, p. 47). A lo que sumamos, que a los efectos de esta investigación, las fotografía amateur que nos interesa analizar es aquella que suponemos no es parte de una producción con destino comercial; artístico –en el sentido de las artes visuales-; sino más bien, como resultado de una práctica individual *por y con decisiones* personales del sujeto productor que encuentra en esta práctica una forma de expresarse y comunicar.

b) Las plataformas, en este caso las mediáticas, son sistemas en los que pueden funcionar determinados módulos de programas (hardware y/o software) con los que son compatibles. Para Fernández (2021) son los *sitios web* y las *aplicaciones móviles* a lo que denominamos como plataformas. El autor las define como un imbricado sistema de intercambio discursivo mediatizado. Donde se producen intercambios totales o parciales del discurso de la vida social y en el que está presente o es a través de dispositivos técnicos que permiten la *modalización* espacio-temporal (2021, pp.30-31). Estas son:

Un continente, un territorio inabarcable donde cada vez más se desarrolla la vida social del *Homo sapiens*: ahí los habitantes del planeta digital se presentan en sociedad al momento de nacer, hacen amigos, comparten trucos para ganar en los videojuegos, encuentran pareja, buscan trabajo, difunden gatitos, pierden parejas, y la plataforma, cada tanto, se encarga de recordarles a todos esos momentos de su vida (Fernández, 2021, p. 10).

Además define a las *redes sociales* o *social media* como aquellas en las que prevalecen las mediatizaciones a través del intercambio en red.

*Instagram*<sup>11</sup> Es una aplicación y red social creada en el año 2010. Fue diseñada originalmente para la publicación de imágenes, pero con el correr de los años fueron agregando más funciones. Ahora en también se pueden subir videos y se agregaron otras funciones

<sup>11</sup> Extraído de: <https://about.instagram.com/es-la>



como ser: una función llamada *Historias* (en inglés, *Stories*) donde el usuario puede publicar fotografías y vídeos temporales ya que la duración es de 24 hs. También permite guardar en el perfil del usuario *Historias desatacadas* que quedan permanentes. Es posible producir y transmitir videos en directo (IGTV). Otro recurso es el *Reels*, que son videos cortos a los que se les puede agregar texto, música, efectos y varios filtros fotográficos de edición de los varios que tiene la publicación en cada una de sus funciones.

c) Un teléfono celular o teléfono móvil como dispositivo técnico (Fernández, 2021) es un aparato telefónico de tamaño pequeño, fácil de portar, sin cables externos, con conexión a la red cuya función es permitirnos hablar. Si bien es su función principal actualmente ha quedado relegada con la aparición de los *smartphone* o teléfonos inteligentes. Estos tienen las características de un ordenador portátil y personal; además son reproductores multimedia, cámaras fotográficas digitales, dispositivos de navegación GPS y nuestro escritorio digital donde estemos físicamente entre otras funciones.

Scolari (2019) sostiene que en esta nueva cultura mediática es donde los medios confluyen y se recombinan y que “el resultado de estas *#hibridaciones* siempre es más que la suma de las partes” (Scolari, 2019, p.144). Entonces el teléfono celular es ahora más la suma de la PC (Scolari, 2019, p.145) tal como lo escribiéramos en el párrafo anterior.



### 3.2 Acerca de nuestro archivo

En primera instancia definiremos los alcances de nuestro archivo de imágenes/fotografías. El mismo es producto de una recopilación de las cuentas <sup>12</sup> de Instagram a analizar; son *capturas*<sup>13</sup> de pantalla de cada uno de los *posteos*<sup>14</sup> por los usuarios seleccionados para este trabajo. En cada uno de ellos podemos reconocer un entramado social/comunicativo histórico y de significantes en varios niveles. Debido a la magnitud de los usuarios de *Instagram* y la cantidad de imágenes subidas para ser compartidas y de los lógicos recortes metodológicos, hemos re-cortado/seleccionado, según nuestro interés, cuatro cuentas de Instagram; de las cuales destacamos dos categorías de fotografías para ser analizadas. Estas pasarán a formar convenientemente nuestro acervo de investigación; desde donde construiremos el *corpus*<sup>15</sup> correspondiente para el análisis. En síntesis, nuestro corpus estará conformado de la siguiente manera: cuatro cuentas de *Instagram* y dentro de cada una de ellas, tres categorías que consideramos relevantes; porque son las que más se repiten en este universo de producción digital e hipervisibilidad (Scolari, 2019).

Respecto a los amateur, diremos que se trata de personas que rondan el mismo grupo etario –entre veintiuno y cincuenta y tres años– dos casos femeninos @mily\_\_veron, que a efectos de este trabajo será Usuario A y @iiaryta\_ quien será Usuario B; y dos masculino: @javito-ser04 identificado como Usuario C y @jorgedan.84, a quien referiremos como Usuario D.

---

12 Se denomina cuenta o perfil personal a aquel que utiliza cualquier usuario cuando abre por primera vez una cuenta en alguna red social y asignándole un nombre, diminutivo del nombre o asignándole uno de fantasía. Pudiendo a través de ella participar en la red social.

13 Una captura es una copia, una fotografía digital, que se hace de lo que nuestra en ese momento específico la pantalla de un dispositivo electrónico o computadora; para luego ser almacenada. Cada dispositivo posee una manera de hacerlo que le es propia.

14 Del inglés to post que significa publicar. Es publicar, darle entrada, subir o “colgar” contenidos en las redes sociales.

15 “Con base en la previa recopilación de un acervo de evidencia empírica, proveniente éste de una fuente discursiva que sea a su vez un participante significativo en la escena, y esté materializada en un repositorio accesible y abundante de documentación pertinente para las interrogantes señaladas”. Carbó, Teresa (2009); Sobre la semiosis en textos verbales y visuales. Revista Latinoamericana de Estudios del Discurso, ISSN-e 2447-9543, Vol. 11, N°. 1, 2011, págs. 31-60.



Para conocer algo más de nuestra muestra podemos decir del:

- **Usuario A**, es de sexo femenino, de ventidos años y estudiante de diseño gráfico. Actualmente cursa el tercer año de la carrera en una universidad pública.

- **Usuario B**, también mujer, de vintiuno años y se encuentra cursando la tecnicatura en medios audiovisuales y fotografía , también en una universidad pública.

- **Usuario C**, de sexo masculino, de cincuenta y tres años, de profesión licenciado en comunicación social y además periodista. Tiene un programa matutino en una radioemisora de la ciudad de Posadas.

- **Usuario D**, hombre de cuarenta años, licenciado en comunicación social y funcionario en el ejecutivo provincial; además ejerce la docencia en el nivel terciario.

Asimismo, cabe mencionar que una vez definido nuestra selección de los cuatro casos, y antes de proceder al registro digital de los materiales; hemos informado y solicitado autorización para el mismo a sus titulares. En estos casos, dicha solicitud o aviso, por tratarse de un trabajo científico, fue aceptado y también los mismos quedaron a disposición por cualquier requerimiento sobre sus producciones fotográficas. Eventualmente, entablamos conversaciones a efectos de solicitar algunos datos concretos y necesarios.

Antes de notificarles a los usuarios que serían el objeto de estudio se procedió a la revisión y registro digital de los *posteos* realizados para no condicionar las cuentas que, sintiéndose observadas y analizadas, puedan modificar aspectos claves de nuestro objeto y que tendrían incidencia en el análisis; por ejemplo, la práctica del ‘borrado’ de algunas publicaciones.



Por último, en cuanto a las categorías seleccionadas para el análisis nos quedamos con las *fotografías de viaje*, *autorretratos* -ahora denominados *selfies*- y vida cotidiana.

De manera que tenemos lo siguiente<sup>16</sup> :

Cuenta de IG	Primera publicación	PosteosS	eguidores
@mily_veron Usuario A	28 de diciembre de 2017	65	8526
@iiaryta_ Usuario B	23 de mayo de 2021	43	2456
@javitoser04 Usuario C	22 de agosto de 2017	1612	217
@jorgedan.84 Usuario D	24 de mayo de 2014	181	2702

Cuadro 1



Imagen 32

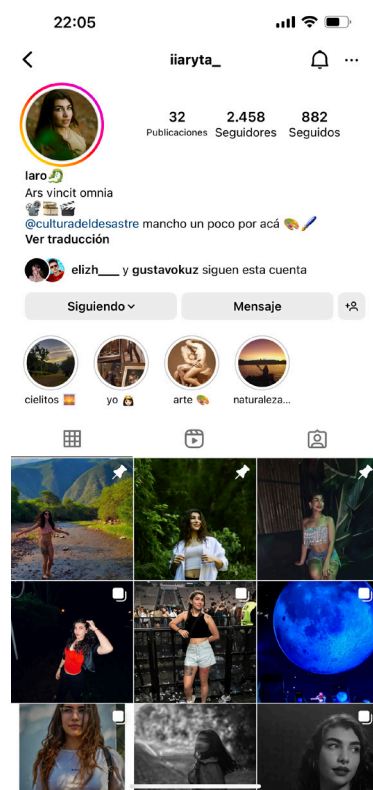


Imagen 33

<sup>16</sup> Información verificada al día 13 de abril de 2024.



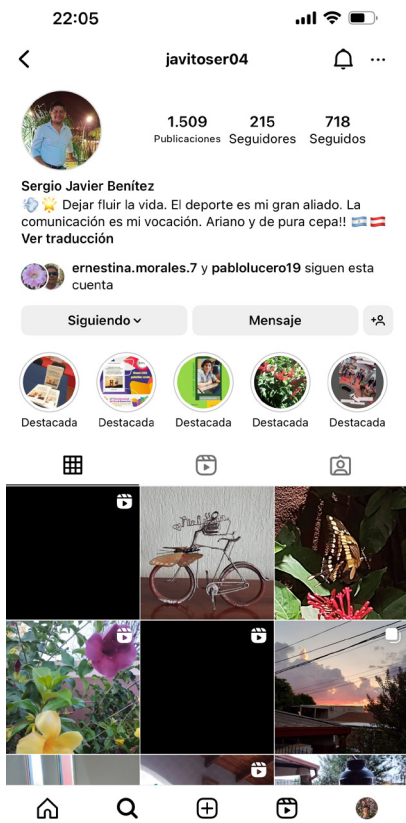


Imagen 34

Imagen 35

Cabe destacar que en el 2014, la red IG llegó a los trescientos millones usuarios siendo el despegue de la misma. Si bien fue lanzado el 6 de octubre de 2010 y a los dos años -2012- contaba con cien millones de usuarios activos. Pero fue en el 2014 cuando gana el mercado de las redes sociales y se consolida, teniendo al 27 de enero de 2023<sup>17</sup>, mil cuatrocientos cuarenta millones de usuarios activos al mes y quinientos millones de usuarios que la utilizan diariamente. Siendo una de las redes que tiene el mayor crecimiento actualmente con un 35,3% más de usuarios. Siendo la segunda red más seguida por los usuarios después de WhatsApp<sup>18</sup>.

17 [https://marketing4ecommerce.net/cuales-redes-sociales-con-mas-usuarios-mundo-rankin-g/#:~:text=Instagram%2C%201%C3%ADder%20indiscutible%20en%20crecimiento&text=En%20el%20caso%20de%20Instagram,m%C3%A1s%20\(%2B35%2C3%25\)](https://marketing4ecommerce.net/cuales-redes-sociales-con-mas-usuarios-mundo-rankin-g/#:~:text=Instagram%2C%201%C3%ADder%20indiscutible%20en%20crecimiento&text=En%20el%20caso%20de%20Instagram,m%C3%A1s%20(%2B35%2C3%25))

18 Es una aplicación de mensajería instantánea para teléfonos móviles inteligentes (Smartphones) o de última generación; para enviar y recibir mensajes de texto y multimedia. También cuenta con versiones para otros dispositivos como computadoras, tablets, etc.



Es oportuno mencionar que nuestro método de análisis se enfocará en reconocer las *gramáticas de producción y reconocimiento* (Verón, 2013, 2014, 2015) buscando las características que se asemejan y aquellas que las diferencian: regularidades y particularidades. Además describiremos y analizaremos el sentido estético y de significación de las cuestiones técnicas de lo fotográfico como la composición, la luz, el encuadre, el ángulo de toma y la pose; para complementar y sostener nuestro abordaje en cuanto a la imagen fotográfica.



## Capítulo 4

### Introducción al análisis

Al dar inicio a nuestro análisis, apuntamos algunas consideraciones de lo que sí se abarca nuestro trabajo y delimitando lo que excluye -en términos semióticos-. Al momento de interpretar y reflexionar sobre la producción fotográfica amateur de los cuatro casos, a partir del reconocimiento de esas materialidades sígnicas –que circulan en la red social Instagram-; pondremos en acción signos y la semiosis posible que observamos a partir de un sentido -la mirada- y que activan nuestras posibles semiosis en una mar de infinitas opciones o posibilidades.

Uno de los hábitos característicos de nuestro mundo contemporáneo es el de fotografiar todo. Estar en este mundo significa estar con el dispositivo móvil y cada acción que se tome es factible de ser capturada; tal vez para subirla en las redes, simplemente registrar el momento o guardarlo en la memoria tecnológica para no atosigar la nuestra. Todo es plausible de ser registrado y eso es gracias a los avances tecnológicos, celulares cada vez más sofisticados donde ya no importa si es para hacer llamadas; lo que importa es que tenga una buena cámara y acceso a internet para utilizar las redes. Y es esta tecnología la que eleva o potencia este hábito de tomar fotografías. Todo es fotografiable y ese cúmulo de imágenes queda almacenado en la memoria del celular. No importa que haga después con ellas, lo importante es que están ahí y son de rápido acceso cuando las necesitamos.

Registramos con un sentido, y producimos con el sentido del discurso social visual -aquellos guardados en la memoria- es por ello que recurrimos a la semiótica para realizar nuestros análisis. El hábito de fotografiar todo, nos habilita a interpretar y trazar posibles semiosis, que además se abren al infinitum (Verón, 2013). Esta posibilidad, se abre camino en un maremágnum de imágenes que deviene por el hábito incorporado de los usuarios de fotografiar algunos momentos claves de su vida. Para este trabajo y a efectos de nuestro recorte son: la selfie, los viajes y la vida cotidiana.



Partiendo de nuestra materialidad significativa, la fotografía, en tanto signo -y clasificación según su objeto- nos interesa como índice y símbolo. A partir de la fotografía como símbolo del mundo actual: consumo, vida social ficticia, mundo global en un mismo dispositivo, identidad, la gran vidriera donde mostrar una vida que tal vez sea inexistente, entre otros. En tanto índice se abre la jugada a tantas posibilidades como usuarios hay. Los significados o sentidos posibles se dan bajo ciertas circunstancias – las nuestras- en tanto efectos en nuestras interpretaciones; en el aquí y ahora. Para que la fotografía llegue a nuestra percepción visual bajo la características de índice como un fragmento del objeto, una parte del todo en esa milésima de segundo que dura el acto fotográfico, un punto clave del tiempo y del espacio que se eterniza en el aquí y ahora. Tal como lo expresamos en nuestros lineamientos metodológicos, cabe recordar que cada uno de los casos seleccionados produce numerosas fotografías de las cuales nosotros seleccionamos tres categorías para analizar. La fotografía es un proceso de mediatización por excelencia en este mundo contemporáneo. Nuestro desafío es encontrar algunas huellas o marcas de sus condiciones de producción que además conllevan la propia gramática de reconocimiento en tanto investigadora.

Una última aclaración: en nuestro trabajo no profundizaremos acerca del contenido -temática, composición, encuadres, iluminación- sino que nos interesa las representaciones que reproducen los amateurs en determinadas situaciones de su vida personal.

#### **4.1 Sobre nuestro casos**

Nos parece oportuno mencionar algunas particularidades y regularidades que encontramos en las huellas referidas en nuestro corpus. Por un lado son características de la práctica fotográfica amateur; es decir de nuestros casos analizados. Sin embargo, y siguiendo la máxima pragmática de Pierce, entran en relación también nuestras propias concepciones, como marcos referenciales de nuestra memoria visual acumuladas a lo largo de los años que pueden ser: fotográfica, pictórica, escultórica, museística y de otras redes sociales. Es desde este bagaje de memoria visual



que podremos ejemplificar y relacionar las huellas de los casos.

Proponemos un recorrido panorámico sobre algunos aspectos formales que hacen a la composición visual de la fotografía en tanto mediación -mediatizada- del entorno real de cada caso.

**-Usuario A**, posee como particularidad una diversidad de planos, pasa de primeros planos a planos generales; y como regularidad, la centralidad de su cuerpo. En distintas posiciones y en distintos lugares: la playa, delante de una casa, en un banco y otros escenarios. Sus fotografías además repiten la incorporación de otras personas como amigos y elementos complementarios además de accesorios en su cuerpo. En otros casos sus selfies están tomadas delante de espejos. Los encuadres cerrados son escasos y los planos medio cuando se muestra algún otro elemento en las fotografías, como por ejemplo sosteniendo un perro o ante una escenografía armada con alas de ángeles de neón. Otra constante es la expresión de emociones positivas en su rostro. En cuanto a la iluminación, es la disponible del lugar donde se encuentra al momento del acto fotográfico.

**-Usuario B**, despliega mayor variedad de encuadres; hay fotografías con primerísimos primer plano y plano generales, utilizando también planos medios y cortos. En este caso observamos fotografías más cuidadas en cuanto al uso de la luz y los encuadres. Con una rápida mirada de su feed inferimos que las imágenes están reveladas ya que poseen una constancia cromática en todas, como si fuese una decisión estética propia del usuario: su impronta. Cuenta con fotografías en blanco y negro. En su mayoría son selfies y en lugares que visita. Llama la atención una fotografía que es un retrato de plano medio con su rostro en traza de movimiento; no es una foto movida, sino que es intencional el efecto sobre su rostro.

**-Usuario C**, muestra fotos de algunos aspectos de su vida cotidiana, en su lugar de trabajo, haciendo ejercicios y en momentos de ocio. Algunas son posts de la ciudad donde vive –Posadas, Misiones- y otras de banco de imágenes con alguna frase o reflexión. Ocasionalmente observamos fotografías con animales, flores y plantas. En el caso de este usuario la



constante son las selfies, con plano cerrado donde sólo podemos ver un encuadre de plano principal. Intuimos por la posición de sus manos, que hay selfies a mano alzada y otras apoyadas en algún soporte o mobiliario. La mayoría de los autorretratos son en el lugar de trabajo, otras pertenecen a un ámbito más íntimo: tomando mate, en su casa, jardín, algunos paisajes, a veces nocturnos. En cuanto a la iluminación es similar a la de los otros usuarios: es la disponible que hay en el lugar y muchas veces es un contraluz que dificulta las condiciones de reconocimiento de la imagen.

- **Usuario D**, es un gran viajero. Su regularidad son las selfies en lugares emblemáticos culturales. A diferencia del usuario A, aquí la centralidad la tiene el paisaje; se mantiene el protagonismo en una menor escala corporal. Al igual que el usuario C hay fotografías donde se nota que es la mano quien sostiene el dispositivo aunque en estas es de manera más evidente. Reforzando así su presencia en los distintos escenarios turísticos. En cuanto a la iluminación también usa la de ambiente pero trabajada de una manera más efectiva que los usuarios A y C; siempre favoreciendo su rostro o cuerpo respecto al ambiente. Posee escasas fotografías en ambientes cerrados. Por último, sus encuadres van de planos generales a planos medios.

#### 4.2 El formato fotográfico como índice, ícono y símbolo

Cuando surge la fotografía lo hace como espejo del mundo, como prueba de verosimilitud. Con el pasar de los años y el uso de la misma esta percepción va cambiando y ajustándose a los parámetros de la época. Las formas de mediatización a partir de la tecnología y el análisis de las imágenes se van modificando. Eso ha sido, eso ha estado allí pero... ¿qué hay del punto de vista de quien la registró? ¿Qué se dejó afuera? ¿Qué se decidió incorporar a esa toma? Y, ¿Cómo son las subjetividades de los actantes? (Dubois, 1986); (Berger, 1972, 2005); (Sontag, 1996).

Siguiendo a Pierce (1974) y a Verón (2013, 2014, 2015) la fotografía, ante todo, pertenece a la segunda clase de signos: es un ícono ya que a partir de su observación directa se puede reconocer las verdades



relativas de la misma: “Las fotografías, especialmente las fotografías instantáneas, son muy instructivas, porque sabemos que en ciertos aspectos son exactamente como los objetos que representan. Pero este parecido es debido a que las fotografías han sido producidas bajo circunstancias tales que estaban físicamente forzadas a corresponder punto por punto con la naturaleza” (Pierce, 1895). Además al observar una fotografía esta transmite una cantidad importante de observación despertando ideas y sensaciones muy parecidas a las que lo podría hacer el propio objeto.

Pero a la fotografía también la podríamos mencionar como índice ya que esta posee una conexión que es real con el objeto; es una huella de lo que ha sido o de lo que ha estado allí. Nos remite a una escena que sucedió en algún momento; muchas veces ayudándonos a evocar parte de esa escena o a reactivar la memoria a partir de ser mirada. Y además hay ciertas fotografías que por convención arbitraria de una sociedad que necesita de ciertas imágenes para reforzar la memoria y la cohesión social se transforman en símbolos. Dubois (1986) al respecto afirma: “La foto es *ante todo index*. Es sólo a *continuación* que *puede* llegar a ser semejanza (ícono) y adquirir sentido (símbolo)” (p. 51).

Como ejemplo de imágenes que se han transformados en símbolos, elegidas desde nuestra perspectiva, bagaje cultural y de manera arbitraria, podemos citar:

1.- La nube de hongo producido por la Bomba atómica lanzada en la ciudad de Nagasaki en Japón el 9 de agosto de 1945. Registrada por Charles Levy (U.S. National Archives and Records Administration) desde un avión Boeing B-29 Superfortress a una altura de 18 km.



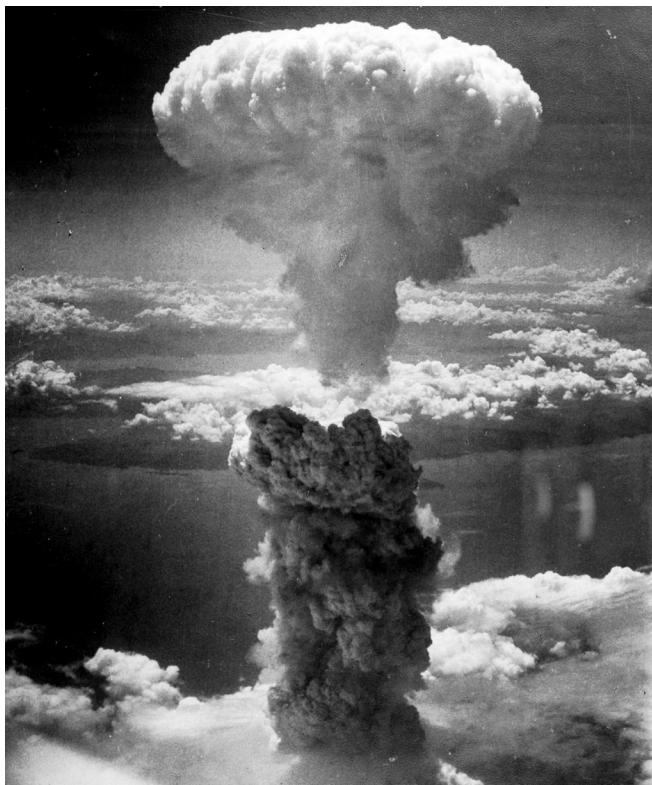


Imagen 36

2.- La escena registrada por Jeff Widener del Hombre del Tanque en la Plaza de Tiananmen en Pekín; China el 5 de junio 1989.



Imagen 37



3.- El beso en el Hotel de Ville de Paris en 1950 de Robert Doisneau: Símbolo del amor, la pasión, el romanticismo y la cotidianidad del Siglo XX.



Imagen 38

4.- O La niña Afgana retratada por Steve McCurry en 1985 durante su cobertura en la guerra rusa-afgana. Fue publicada en la tapa de la revista National Geographic. El fotógrafo y la niña en ese entonces de 12 años (Sharbat Gula) se reencontraron en 2002 pudiendo así ser identificada conociendo su historia de vida.



Imagen 39



5.- La foto del día D (desembarco en Normandía) en Omaha Beach tomada por Robert Capa el 6 de junio de 1944. Esta fotografía simboliza el fin de la guerra y la perseverancia de los soldados en lograr la victoria para así conseguir la paz.



Imagen 40

6.- Como ejemplos de nuestra realidad podemos mencionar la fotografía de Eduardo Longoni: La mano de Dios. Fotografía tomada donde se puede ver el gol anotado con la mano por Diego Armando Maradona (futbolista de Argentina) en el partido entre Argentina e Inglaterra por los cuartos de final de la Copa Mundial de Fútbol 1986; disputados el 22 de junio en el Estadio Azteca de la Ciudad de México. A partir de la misma se pudo, después de muchos años, resolver la incertidumbre de cómo había sido hecho el famoso gol a los ingleses.



Imagen 41



7.- O la foto de los militares también de Eduardo Longoni que pasó a ser un símbolo contra la dictadura militar de la Argentina entre los años 1976 y 1983. Es parte de nuestro acervo cultural y de la memoria colectiva sobre este hecho tan aberrante para el pueblo argentino.



Imagen 42

8.- La foto de uno de los actos conmemorando un aniversario más del atentado a la Asociación Mutual Israelita Argentina (AMIA) en 1994. Fotografía de Sergio Goya. En la memoria colectiva de los argentinos, cada vez que se ve a alguna persona sosteniendo una foto con el nombre de quien está en la misma es un símbolo de pérdida, de falta de justicia y sinónimo de que están presentes de otra manera.



Imagen 43



### 4.3 La fotografía digital en la vida contemporánea

Podríamos dedicar varias hojas o capítulos para hablar de sobre el impacto que tuvo internet en la vida contemporánea, sobre todo en aspectos culturales del conocimiento y la creación artística, por ejemplo. Esta no es nuestra meta aquí y ahora, pero no debemos soslayar que nuestro objeto se encuentra imbricado en este cruzamiento entre la vida contemporánea y un andamiaje info-técnico-comunicacional que se sostiene en la gran red de redes. En esta línea, nos viene a la mente los trabajos de Z. Bauman (2006, 2013) en su estado líquido; H. Jenkins (2008) en su convergencia cultural; F. Jameson (2012) en su postmodernismo revisado. Todos ellos –y muchos otros- nos permitieron contar con un horizonte teórico y analítico que nos habilita a abordar esta investigación. Por tal razón, proponemos recorrer el corpus que conforma nuestro objeto.

Esta cultura contemporánea -y la que transitamos como modo de vida y de investigación- oficia como líquido amniótico donde todos estamos inmersos de una u otra manera. En diferentes esferas sociales, ‘nadamos’ en una cultura de lo visual, una cultura de la imagen y a partir de la convivencia con ella todos sin distinciones estamos entrenando la mirada para hacerla cada vez más estética y perfeccionista de una realidad que es la realidad de las redes. Ahora creemos que las imágenes circulan de una manera tal vez más democrática; la realidad nos cuenta otra historia. No siempre la vida en las redes es o está accesible a todos.

Para Mario Carlón (2015) la cultura contemporánea comprende a aquellos usuarios, a quienes denomina internautas, -que conscientes o inconscientemente- están mediados por el arte contemporáneo y específicamente las redes sociales. Si bien el hombre siempre estuvo mediado por algún dispositivo, hoy día, esta mediatización está intensamente atravesada por las redes sociales. Cuya particularidad es la generación constante de una narrativa que se construye a partir de la coexistencia entre el autor, el narrador y el personaje (Gurevich, 2021) . Hacemos y deshacemos en función de ellas. Nos encontramos con personas sobre las que inferimos podrían exponer una “doble vida” –siempre hablando de la



producción en las redes-. Por un lado, suponen una vida real, inmersa en la vorágine del día a día; y una vida hecha para las redes, para ser vistos y observados. También podríamos suponer que esa vida en la redes, sería la vida que se anhela, se desea tener y estaría lejos de la realidad cotidiana. ¿Es una vida de fantasía? ¿Solo podría ser vivida a través de las redes? Estas respuestas son parte de nuestra búsqueda y también constituyen un constructo narrativo llamado ‘yo’ (Gurevich, 2021)<sup>19</sup>. Para este autor, implica un modo de estar que solo surge en las redes y que se despliega como una narrativa en fragmentos.

Tal como adelantamos en nuestro capítulo metodológico, en nuestros cuatro ejemplos tomado de la red, observamos que este aspecto de la teoría está presente en la presentación que hace cada uno: llamada a efecto de cuidar la vida privada de nuestros casos eliminamos sus identidades y solo no referimos a cada una como caso A, B, C y D.

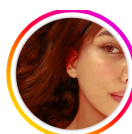
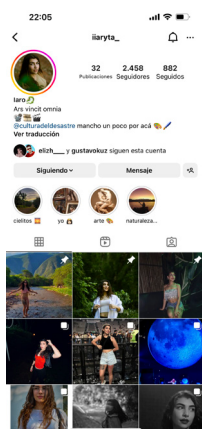
-Caso A, en su Instagram, reza, “No soy mi Instagram, ves de mi lo que yo quiero que veas, no me conoces, no te equivoques”. Ella manifiesta a partir de su narrativa del yo una conciencia de que lo que nuestra es un realidad ficcionada, producida para esa red. Se muestra no como ella es sino como quiere que se la perciba. Observamos una característica a destacar en este usuario que aclara y especifica desde el comienzo; asimismo advierte que lo que se está viendo es sólo una construcción narrativa para la red social IG.



<sup>19</sup> De este autor nos interesa trabajar las intersubjetividades en las plataformas y cómo estas se construyen.



-Por otro lado, el caso B, comparte, “Ars vincit omnia”, en este caso inferimos que ella hace un juego de palabra usando el latín e intercambia amor por arte; entonces una posible traducción sería, el arte todo lo vence. De tal manera, creemos que esa frase metafórica es una puesta en valor para mostrar sus posteos: qué tan cuidado están, qué tan artística es su producción con toques que tiñen de arte y guiños estéticos en su narrativa de auto presentación. Nada es dejado al azar sino que es una puesta muy cuidada para las redes.

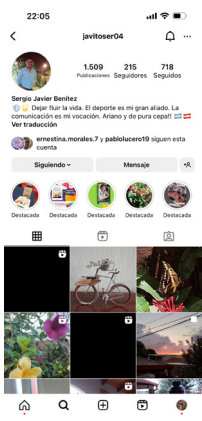


43 publicaciones 2.462 seguidores 812 seguidos

laro\_  
Ars vincit omnia  
@grispyph  
@culturadeldesastre  
Ver traducción

Imagen 46 y 47  
Usuario B  
Perfil IG y detalle

-En el caso C, se presenta de la siguiente manera: “Dejar fluir la vida. El deporte es mi gran aliado. La comunicación es mi vocación. Ariano y de pura cepa”; su presentación suponen un universo amplio y genérico, que no siempre condice con las publicaciones que presenta tanto en el Feed o en Stories.



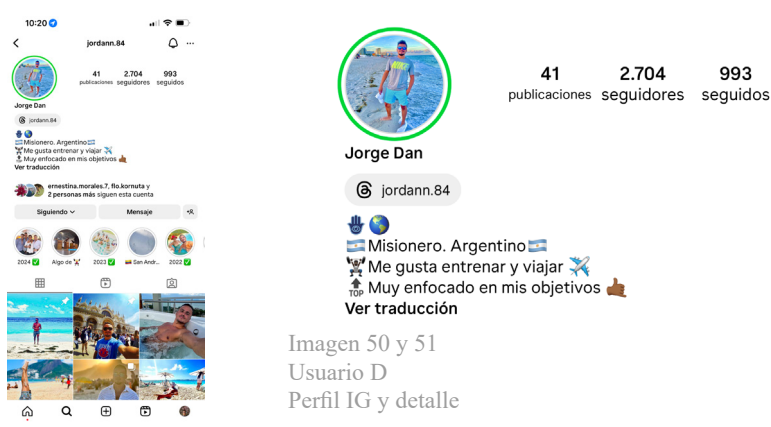
1.617 publicaciones 218 seguidores 755 seguidos

Sergio Javier Benítez  
Dejar fluir la vida. El deporte es mi gran aliado. La comunicación es mi vocación. Ariano y de pura cepa!!  
Ver traducción

Imagen 48 y 49  
Usuario C  
Perfil IG y detalle



-El caso D nos dice: “Misionero. Argentino. Me gusta entrenar y viajar. Muy enfocado en mis objetivos”. Aunque las fotos de su Feed solo muestran los lugares que visita en cada uno de sus viajes. Si pudimos observar que en Stories si sube fotos y videos de su entrenamiento físico diario.



En estas producciones, de las narrativas del “yo” se vuelven espectáculos para los usuarios de las redes donde abundan miradas y sus correspondientes subjetividades y se vuelven una mercancía deseosa de ser vistas. En definitiva, es la esencia de esta red.

Otra de las características que Carlón (2015) menciona sobre la cultura contemporánea es la concepción del tiempo; el presente es el nuevo régimen temporal y de ahí la necesidad de la actualidad de las imágenes que se producen y esto es posible porque la tecnología (redes, dispositivos celulares, cámaras fotográficas y software) así lo permiten. Asimismo, para incrementar seguidores y Likes dentro de sus cuentas de IG, es necesario realizar posteos periódicos. Es así que a través de las fotografías en el Feed o en la Historias radica esta inmediatez que se ve reflejada –y a su vez articula– la correspondencia entre el ámbito de lo privado y de lo público.

Siguiendo este mismo horizonte, cabe la pregunta: ¿quiénes producen estas imágenes o narrativas visuales? En un primer intento de responder, serían usuarios que devienen en fotógrafos amateurs. Tal como



lo mencionamos en el apartado de la metodología, un fotógrafo amateur son aquellas personas, cómo nuestros usuarios, que toman fotografías sin tener conocimiento de la materia pero que gracias a los desarrollos tecnológicos y de software pueden obtener fotografía de calidad y pertinente para las redes (Carlón, 2015). Cabe mencionar que también los fotógrafos profesionales devienen en amateurs cuando utilizan las cámaras de los celulares y los softwares que las aplicaciones poseen ya que modifican las condiciones de producción, acceso y recepción de las mismas. Trabajan sin presión y pueden entregarse a una fotografía más casual e improvisada. Toman decisiones que serían imposibles en la vida profesional.

#### **4.4 Una vidriera global: inmersos en la convergencia**

Cuando hablamos de redes sociales y el impacto de estas en la vida cotidiana de los usuarios, consideramos necesario mencionar los conceptos de Jenkins (2008); unos de los primeros en estudiar y definir la nueva cultura en la que nos encontramos inmersos: la cultura de la convergencia donde los medios nuevos se unen y conviven con los viejos, donde los usuarios se transforman en productores y consumidores a la vez; abriendo un gran abanico a múltiples formas de interacción en las redes. La convergencia es entre las actitudes individuales en relación con las interacciones sociales. Es el tiempo de la cultura participativa (Jenkins; 2008) donde cada usuario construye su relato del yo a partir de los fragmentos que va tomando de las redes. Esos fragmentos que son necesarios para poder seguir estando ahí, seguir teniendo vigencia y seguidores, alimentar lo que los usuarios quieren ver de mí. Construimos así una inteligencia colectiva (Jenkins; 2008) que se alimenta de las redes, es fragmentaria y nos ayuda a recordar aquello que se nos hace difícil. Descansamos nuestra memoria en los dispositivos a través de las fotografías. Registramos las fotos de viajes para que el GPS de dispositivo móvil almacene ese lugar, esa posición. Fotografiamos los títulos e informaciones de las obras de arte que vemos y si es una visita rápida, registramos en un video en un paneo general de aquello que estamos visitando. Quizás para reproducir en el hogar eso a lo que no le pudimos prestar atención. El registro está listo para ser utilizado, pero... ¿Se vuelve a ver aquello que se registró? ¿En



qué momento? ¿Con qué predisposición? El registro está y eso es lo que quita la ansiedad al que lo hizo, aunque nunca se vuelva tras los pasos, o se lo vuelva a ver. No está en la memoria personal, pero si en su muleta que pasó a ser la memoria del dispositivo móvil.

En las fotografías de viaje no sólo está el registro por el mero hecho de decir “yo estuve allí” (Barthes, 1990) sino que ese registro es la ayuda para recordar donde efectivamente se estuvo. Ahora los viajes se realizan de manera muy dinámica; muchas ciudades en pocos días y nuestra memoria, apoyada en la fotografía y los dispositivos móviles, se vuelve lenta (tal vez con pocas ganas) de retener algunos aspectos de esos lugares. Además de registrar el cómo me veo, como me muestro en esos paisajes. Siempre viene acompañado de una vestimenta acorde y un gesto de disfrute. Pase lo que pase. Siempre estoy bien y feliz de estar ahí. Son así las fotos de nuestros Usuario A y Usuario B en sus vacaciones en el mar: feliz, mostrando su último traje de baño y su escultural cuerpo. Posando para la foto. Susan Sontag (1996) señala que fotografiar es una manera de apropiarse de aquello que se fotografía, un modo claro y preciso de certificar una experiencia; de convertirla en un souvenir. Es lo que se puede observar en nuestro usuario D, quien al viajar mucho de cada lugar donde estuvo guarda un recuerdo. El ante un lugar característico y/o simbólico del lugar que visita. Convirtiendo así la experiencia en una imagen. Tal vez para ayudar a su memoria (para que cargarlas con imágenes si lo puede hacer un dispositivo) o simplemente por el hecho de certificar el haber estado allí. Si no hay fotos del lugar, hay dudas de si realmente se visitó el mismo. Es muy difícil escuchar a una persona que haya viajado a París y que no ostente de una foto frente a la Torre Eiffel. Sontag es muy precisa cuando nos dice: “La fotografía se ha transformado en uno de los medios principales para experimentar algo, para dar la apariencia de participación” (1990, p. 20).



#### 4.5 Producción de sentido

Siguiendo las reflexiones de Verón (2014) en la fotografía encontramos las huellas, -como parte de la gramática de producción- y a partir de ellas, llegamos a las marcas que nos llevan a la producción de las mismas; y también a las de reconocimiento como investigadora.

Teniendo en cuenta que toda producción de sentido es inevitablemente social y que en lo social –incluyendo lo cultural y tecnológico como parte del mismo- es donde sucede este proceso; y es también donde se produce toda semiosis infinita -y posible- en el que se encuentra el mundo contemporáneo y el fotógrafo amateur. Tal vez, sin dimensionar su lugar y producción. Cada vez que el amateur toma una fotografía y la sube a las redes produce un discurso social -en tanto contenido visual- y colabora con la construcción de una realidad o mirada social del momento vivido. Y es aquí donde la memoria pasa a ser una parte fundamental de lo que vemos y hacemos: se re actualiza la memoria social con infinitas imágenes del pasado que vuelven por rememoración, evocación o simple recuerdo. Se convierten entonces en reproducciones de imágenes que vienen del pasado y se re actualizan en nuevos formatos que funcionan como huellas guardadas en nuestra memoria.

Somos productores de la producción social de sentidos (Brea, 2007) <sup>20</sup> en todo momento generamos imágenes que refieren a la subjetividad, al deseo, la experiencia, el sentido, de la construcción social de los discursos, etc. Somos autores y productores al mismo tiempo como un anillo o banda de Moebius (Möbius), nos apropiamos de las imágenes, las resignificamos, copiamos y reproducimos al infinito.

Pero en el caso de nuestra red social Instagram esa reproducción o semiosis de la producción es de una forma estetizada. “Nadie exclama: « ¡Qué feo es eso! Tengo que fotografiarlo». Aun si alguien en efecto lo dijera, todo su sentido sería: «Esa cosa fea me parece... bella»” (Sontag, 1996, p. 95).

<sup>20</sup> Lo citamos aquí porque nos parece oportuno trabajar sobre el concepto de campo expandido de la producción desarrollado por el autor.



Todo lo producido está bajo la órbita del diseño, la publicidad, lo que se considera correctamente según los cánones estéticos de esta sociedad mercantilizada. Así también se repite en las fotos del usuario B, donde la pose es lo que se destaca, con mucho trabajo estético en cada uno de sus posteos. Enfatizando el blanco y negro que imita a poses de divas del cine de la década del cincuenta con su estética particular. Como también de las publicidades de productos que hoy día no cuentan con el mismo criterio publicitario.

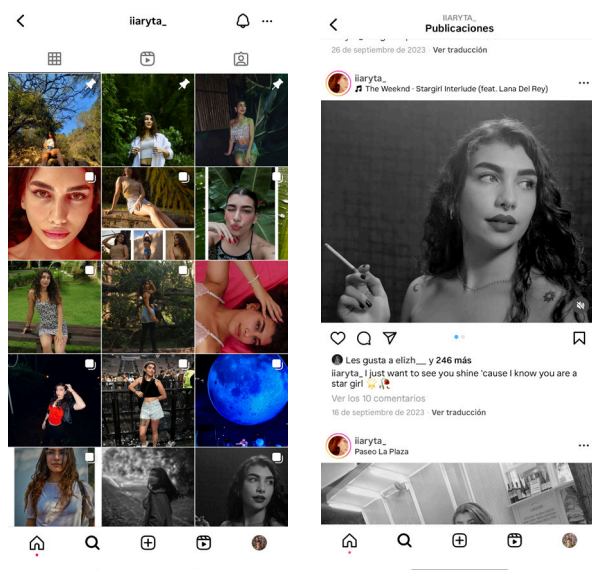


Imagen 52 y 53  
 Usuario B  
 Perfil IG y detalle



Imagen 54 y 55  
 Rita Hayworth en la película  
 Gilda de 1946  
 Fuente: GettyImages





Imagen 56 y 57  
Publicidades originales de 1937  
Fuente: [www.pinterest.com](http://www.pinterest.com)

Siguiendo los conceptos de Peirce (1974, 1977, 1978, 2001), de Eliseo Verón (2013, 2014, 2015) y de Marcelino García (2023, 2002) observamos que cuando producimos piezas comunicativas como se dan en las regularidades de los posteos de IG; donde se establece claramente una acción de los signos, estableciendo así relaciones posibles que conforman parte de la cultura en la que estamos insertos. Esta relación triádica entre el Representamen (que es un signo), el Objeto (representado por el signo, en este caso una imagen) y el Interpretante (relación entre signo y objeto) es lo que nos lleva a revelar ese significado del signo una y otra vez y de de todas las maneras posibles.

En la línea de Verón (2014), "...la semiosis social es una red de significante infinita" (p. 129), las fotografías de IG reproducen ad infinitum esa red de sentidos que conlleva la reactualización de la memoria social de la cultura. Nuestro trabajo es una posibilidad -de otras tantas- que busca interpretar y analizar los discursos en imágenes que circulan en las redes.



#### 4.6 La selfie como actualización de una memoria pictórica

Te miras y te dices que sin dudas eres alguien,  
que ese del espejo eres tú.  
Y eres tú. Pero no hay nadie.  
Miguel Morey <sup>21</sup>

Entendiendo a la red social Instagram como un dispositivo de subjetivación de la vida privada que ahora se ha transformado en pública a partir de esta operación en este apartado analizaremos otra de las categorías elegidas para esta investigación: la Selfie o el autorretrato. Desde que el hombre es hombre, tuvo la necesidad de representarse a sí mismo. Podemos dar fe de esto en las pinturas rupestres donde el hombre se incorpora a sí mismo en la escena de la caza, victorioso, con su arco y flecha o lanza. Más próximos a nosotros son los pintores del Renacimiento que se representaban como pastores o algún personaje dentro de sus obras. Michel Tournier (1993) en su libro de pequeñas prosas hace un relato sobre los grandes pintores de la historia y el autorretrato. De Albert Durero se conoce el primero a la edad de 13 años; quien además tiene dos autodesnudos y se cree que uno de ellos estaba destinado a una consulta médica a la distancia ya que el personaje señala con el dedo su flanco izquierdo y en un círculo -como el de una historieta- reza: “ahí me duele” -se cree que Durero murió de una inflamación de bazo-. En total posee seis autorretratos. Más cerca en el tiempo –y siempre hablando del autorretrato-, Rembrandt Harmenszoon van Rijn nos dejó sesenta cuadros, veintiocho grabados y dieciséis dibujos. Vincent Van Gogh, treinta y cinco en total.

Muchas veces el autorretrato no solo se refiere a ese amor narcisista que está en el ser humano, donde tal vez quiere demostrar lo feliz que es, lo bien que le va en la vida sino que adopta la forma de una “confesión, de una acusación del artista frente a la sociedad de su tiempo: yo estaba tan solo ese día, tan abandonado de todos” (Tournier, 1993, p.145) , tan alejado de los afectos donde sólo su propio rostro es posible fotografiar. Esta es una de las características del mundo globalizado de hoy. Donde se cree estar en compañía pero esa compañía es virtual, se posee grupo de

---

<sup>21</sup> Deseo de ser piel roja, Barcelona, 1994



amigos o comunidades pero ellas existen solo en la virtualidad y tal vez esa sea la razón del auge con las selfies en este mundo contemporáneo de la extrema virtualidad.

Retomando a uno de nuestros autores de cabecera, Eliseo Verón (2013) sostiene que la fotografía activa la apariencia y la existencia en un mismo momento, en un instante tan efímero. Delante del lente de la cámara elijo como quiero mostrarme, como quiero que me vean. Me muestro de la mejor manera siempre feliz y sin problemas que se reflejen en mi rostro. En una vida ideal, sin problemas, espléndida siempre.

En concordancia con nuestra época mediatizada, la memoria del autorretrato se re actualiza a través de los dispositivos celulares; y a partir de esa mediación, los autorretratos/selfie se reproducen a su máxima expresión. Antes cada situación cotidiana, por más sencilla y simple que sea, es necesaria una selfie, con la mejor cara en el mejor lugar donde se encuentre el sujeto. Podemos ilustrar esto con las imágenes de nuestro usuario C quien a diario nos desea un muy buen día con una selfie generalmente en su lugar de trabajo o camino al mismo.



Imagen 58 y 59  
Usuario C  
Perfil IG y detalle



Las usuarias A y B ante un nuevo lugar, situación o experiencia postean una imagen o más con cara de felicidad y disfrute de lo que está sucediendo.



Imagen 60  
 Usuario A  
 Perfil IG y detalle

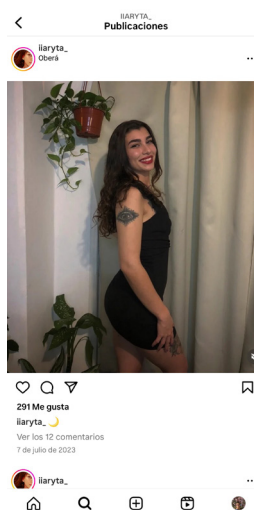


Imagen 61  
 Usuario B  
 Perfil IG y detalle

En el usuario D son selfies en su mayoría en lugares, ciudades turísticas con el escenario de los principales puntos de atracción.



Imagen 62  
 Usuario D frente al  
 Coliseo Romano, Italia



Entonces, qué operaciones de sentidos podemos hallar a modo de huellas de producción en nuestros casos. En cuanto al relato visual, incorpora al yo y es posible mencionar y hacer un paralelo con la subjetividad de Narciso; del quien inferimos que bien pudo haber pensado: no hay nada más bello en el mundo que mi rostro en esta imagen. La imagen cargada de vanidad y egocentrismo. Aunque esto no siempre tenga igual sentido, sino más bien es una característica propia del mundo de las redes sociales: el yo como nudo principal de la escena, no importa cuál sea.

La memoria visual –por ende cultural- está imbricada y actualizada en algunas de las imágenes de nuestros usuarios y que permanentemente re actualizan la memoria social en sus registros fotográficos. Esto, podemos observar haciendo operaciones de sentidos entre lo que vemos en sus posteos y nuestra propia memoria visual. Creemos también, que estas imágenes producidas por ellos, son representaciones que fueron observando a lo largo de su vida. Tal es así que al momento de la toma fotográfica, estas escenas de la memoria se reproducen de manera inconsciente o tal vez no. Podemos reconocer y comparar esas memorias que acumulamos visitando museos, exhibiciones, muestras y los libros de cabecera de la historia del arte. Por ejemplo, esto se puede apreciar en la reproducción de algunas poses de pinturas clásicas y las que representan nuestros usuarios.

a) Veamos el caso de una de las selfies del Usuario C, en su lugar de trabajo. Guarda semejanza con el autorretrato del artista José Villegas Cordero, quien fuera director del Museo del Prado entre 1901 y 1918. Mirando a la cámara pero a la vez la presencia de los objetos de trabajo es la imagen de un creador creando. Es decir, que viendo el posteo de la selfie de usuario C, se dispara nuestro proceso de semiosis que nos evoca a la obra de Villegas Cordero. Ambos con la mirada a la cámara, escondiéndose/protegiéndose detrás de su espacio y herramientas de trabajo. El artista con una expresión neutra, quizás con la tensión del acto creador y nuestro usuario, con un esbozo de sonrisa, disfrutando de lo que hace.





Imagen 63  
de José Villegas Cordero



Imagen 64  
Usuario C

b) Para nuestro segundo ejemplo, el acceso a la propia memoria fue más inmediato y hasta cercano, por tratarse de una exponente femenina latinoamericana de gran peso en el mundo del arte. En la selfie del usuario A, aparece con su mascota en varias escenas de sus vacaciones en la playa junto al mar. Ahí, los dos expuestos para ser vistos.

¿Cuál es la relación que establecemos entre nuestra usuaria A y Frida Kahlo? Al observar la imagen de la usuaria A, nuestra memoria se dispara de manera inmediata a la obra de Frida más conocida y pregnante: Autorretrato con collar de espinas y colibrí (1940). Al buscar la imagen para operativizar nuestra semiosis, nos encontramos con otro autorretrato de 1942 cuyo título es El autorretrato con Chango y loro. En esta obra hallamos dos huellas o marcas que operan como signos: por un lado, la obra de la artista que se asemeja con nuestro ejemplo analizado, la posición del torso respecto de sus miradas; y un segundo signo, la presencia animal. Ambos signos disparan nuestra memoria y su resignificación: sus torsos, el lugar de importancia de los animalitos y la manera de sostener en sus manos a los mismos. Tal vez, esta es la obra de Frida que mejor se ajusta a demostrar la semiosis de resignificación en el proceso.





Imagen 65  
de Frida Kahlo



Imagen 66  
Usuario A

c) En nuestro siguiente ejemplo, el rostro sigue siendo el principal objeto, su expresión anímica o emocional. En el caso de la usuaria B, elegimos una selfie donde posa con la mano en su rostro y esta sencilla actitud frente a cámara. Su pose nos recuerda al autorretrato de Emilia Bertolé; quien en su obra Autorretrato (s/f) -parte de la colección del Museo Nacional de Bellas Artes, Buenos Aires- se muestra melancólica. En contraste con el rostro de la usuaria B quien se expone de manera sonriente. Es probable que en las redes sociales no haya lugar para estar mal ni melancólica como si fuera común en la pintura.

Consideramos que las selfies en la era de la postfotografía (Fontcuberta, 2016), muestra un mundo feliz, con personas felices, sin lugar para las expresiones contradictorias. Un mundo de apariencia que vive en las redes, el Mundo feliz de Aldoux Huxley, el de la vidriera, sin sin-sabores.





Imagen 67  
de Emilia Bertolé



Imagen 68  
Usuario B

d) Con respecto a nuestro último caso del usuario D, observamos una selfie con un gran escenario de fondo y una pose para la foto. El entorno y el lugar son los principales protagonistas y el personaje se encuentra subsumido por el contexto, donde lo que importa es el horizonte que lo enmarca en el universo de la Ciudad de la luz. Entonces, el usuario D, se muestra en un lugar de memoria, para su propia memoria y como muestra ante el mundo: yo estuve aquí.

En este punto nos encontramos pensando en algunos referentes del pos impresionismo, puntualmente en la obra de Henry Rousseau titulada Yo mismo (1890). También para este artista, el entorno es importante: se retrata en un plano más cerrado pero no austero de elementos. Está rodeado de los símbolos de su modernidad contemporánea: un puente de metal, un barco con banderas náuticas -¿acaso el signo de la globalidad?- un globo y la parte superior de la Torre Eiffel de París. ¿Qué signos unen a ambos, desde las representaciones visuales de sus autorretratos? El entorno y su centralidad para la cultura occidental, una antigua y otra moderna, París de fines del SXIX y de este siglo. Por un lado, el usuario D con un simple clic, resume en un encuadre un gran escenario, una historia, una cultura, un imperio. En el caso de Rousseau, sus herramientas



del momento lo fuerza a cerrar el encuadre, por la obvia diferencia del factor tiempo y el acto creativo. Es decir, un contraste con similar memoria social, en distintos siglos, diferentes tecnologías y mediaciones; una asida en la inmediatez del acto fotográfico digital; ante el hecho pictórico atrapado en el tiempo, la creación manual y la belleza que aún guarda su propia aura.



Imagen 69  
de Henry Rousseau

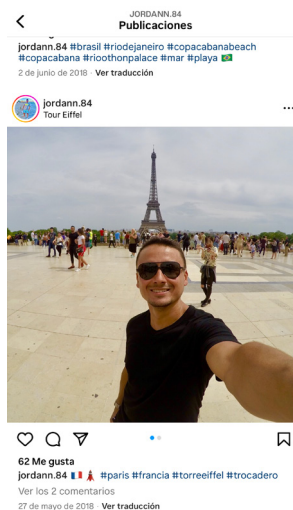


Imagen 70  
Usuario D

#### 4.7 Fotografía, tiempo y memoria

Para Eliseo Verón (2013) la fotografía tiene una especificidad histórica y es uno de los valores intrínsecos que se le puede adjudicar. En ella podemos encontrar al mismo tiempo: realidad y pasado; “la cosa ha estado allí” de R. Barthes (1990). La fotografía como una primera materialización del tiempo, ese tiempo efímero que pudo estar al alcance de todos. Con la fotografía el fotógrafo puede ser parte de la escena. No es sólo un mero ejecutor del proceso sino que ahora puede ser parte del mismo en ese mismo instante. Es en esas imágenes donde el autor es fotógrafo y personaje a las vez, las selfies, donde se produce una estandarización de las mismas.



Quizás esa estandarización sea una de las características de las imágenes en nuestro mundo contemporáneo: no hay factor sorpresa. Todo se repite. La misma pose, el mismo encuadre, el mismo ángulo y la misma expresión; como si fuera una silueta que se imita repetidamente y lo único que varían son los escenarios. Debemos mencionar que esta estandarización en la reproducción tiene mucho de primitivo, de bagaje cultural y de un adiestramiento de la memoria y de la mirada. Sin querer reproducimos escenas y situaciones que han quedado impregnadas en nuestra retina, ya sea porque las vimos en nuestro álbum familiar, en libros, revistas o en otros medios; y también o en nuestras propias producciones o recorridos por centros de archivo de la imagen. Por ejemplo, los museos que atesoran la memoria visual de gran parte de la humanidad.

Así como los hombres de las cavernas, en su tiempo, reproducimos los patrones que son familiares y que nos resultan agradables; y que también fueron aprobados por los otros que nos antecedieron. En este caso “el otro” que legitima nuestras decisiones son los seguidores en las redes. Cuanto más likes tiene una publicación donde nos vemos bien, más aprobados estamos en ese mundo y a partir de allí memorizamos, inconscientemente, esa estructura fotográfica para repetirla al cansancio. Son así las fotos de nuestro usuario C, en su feed de IG.

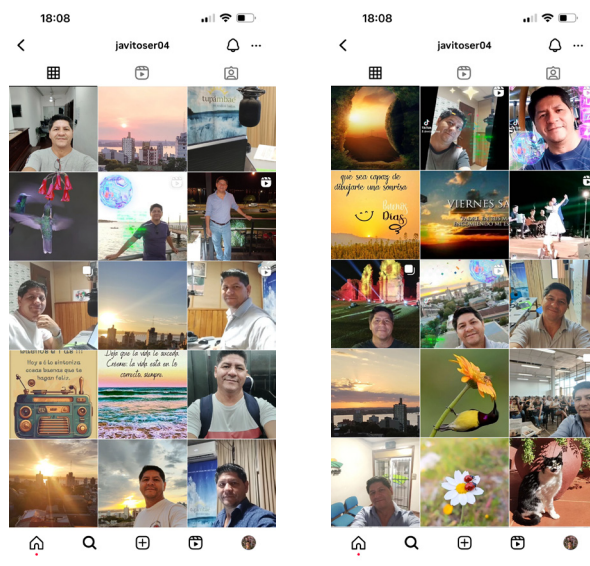


Imagen 71 y 72  
Usuario C



En este caso, observamos que son numerosas selfies que muestran una misma postura corporal y similar expresión facial tanto en distintos lugares como escenarios. Aunque en este caso algunos de esos espacios elegidos se repiten en más de una fotografía, como por ejemplo su lugar de trabajo. Quizás, inferimos que esto obedece a la posición corporal para tomar la selfie -donde el celular pueda ser controlado por la mano del autor-. Esto lo lleva a repetir patrones y/o porque el resultado de las fotos son atractivas. Las tecnologías son propias de cada época y la configuran a su medida pero también las tecnologías determinan categóricos regímenes de visión y procesos específicos de subjetivación.

En el caso de la usuaria A, la podemos ver en algunas de sus fotografías con una impronta más ingenua, simple y con una sensibilidad casi infantil. Las fotografías que están con traje de baño o poca ropa también tiene esta estética. Podemos suponer que es por su corta edad y por la cultura visual que consumió durante su niñez/adolescencia.

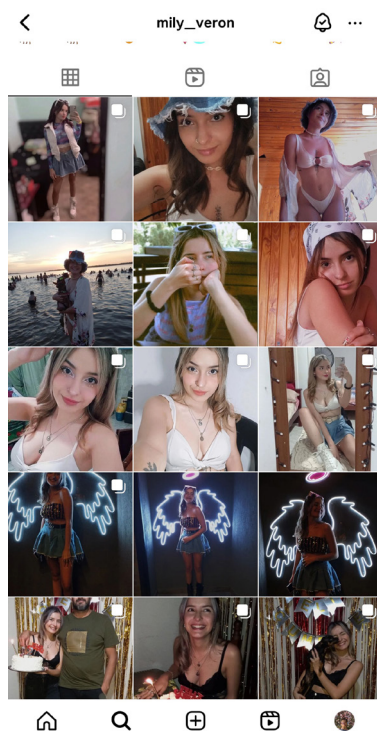


Imagen 73  
Usuario A



## 4.8 Fotografía de viajes

Siguiendo la línea de pensamiento de Zygmunt Bauman (2010) quien afirma que vivimos en movimiento. Pero este movimiento es digital, es el de las redes y sus aplicaciones. Se trata de un movimiento virtual, porque visitamos lugares lejanos desde la comodidad del sillón de nuestras casas; hacemos y compartimos viajes –e historias- con amigos desde las redes sociales. Tenemos la fantasía de conocer a las personas, celebridades, personajes, por ‘seguir’ e ‘interactuar’ con sus cuentas en las redes sociales. Creemos que conocemos lugares pero siempre es desde la perspectiva de otros. Somos una generación de nómades continuamente conectados.

Miramos el mundo que nos rodea a través de la pantalla de nuestros dispositivos móviles. Cuando estamos frente a algo interesante o que llama nuestra atención el acto reflejo es sacar el celular de la cartera o el bolsillo y comenzar a fotografiar para luego comenzar a ver a partir de esas pantallas. Perdiéndonos la experiencia vivida y algunos momentos de la realidad concreta inmediata ya que entre nuestro interés y anhelos por capturar está siempre mediada por la pantalla; por un aparato tecnológico. Registramos para decir/certificar que estuvimos ahí, para atesorar un recuerdo a modo de una foto como souvenir. Susan Sontag en *Sobre la fotografía* reflexiona sobre este hecho y señala que “Para la gente atosigada de imágenes, es muy probable que las puestas de sol luzcan vulgares; ahora se parecen demasiado, ay, a fotografías” (Sontag, 1996, p.95).

Por su parte, Régis Debray (2002), en *Vida y muerte de la imagen*, asegura que la imagen es un fabuloso hilo conductor de nuestra cultura, que la construye y la reproduce al infinito; es corpórea y a la vez hetera; mágica y a la vez inerte; efímera y a la vez inmortal. Un ejemplo de esto es nuestro usuario D quien recorre el mundo y se retrata frente a los hitos de la historia que nos marcaron como cultura contemporánea. Delante de cada uno de esos monumentos reconstruye esa historia prodigiosa y eterna en un instante que es fugaz pero que guarda esa cultura para su posteridad.



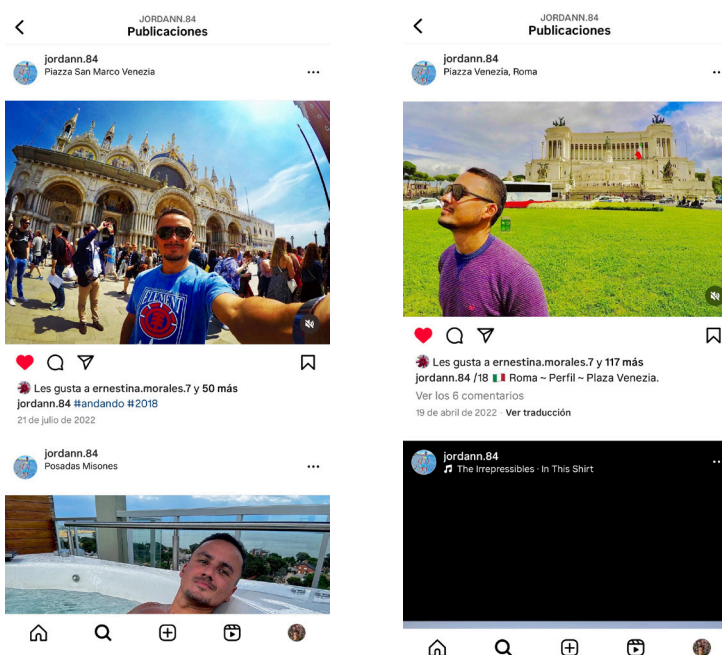


Imagen 74 y 75  
 Usuario D

La fotografía lleva la carga de ser esencialmente objetiva y que entre el objeto indicial a ser retratado y su representación no se interpone más que otro objeto, el objetivo fotográfico; en términos técnico/tecnológico. Por cuanto es considerada, justamente, una técnica mecánica, capaz de registrar automáticamente sin la intervención creadora del hombre. Al respecto, el crítico y teórico francés André Bazin (1990)<sup>22</sup> señala que “todas las artes están fundadas en la presencia del hombre, tan solo en la fotografía gozamos de su ausencia” (Bazin, 1990, p. 28).



Imagen 76  
 Autor Marsel van Oosten -@marcelvanoosten-

<sup>22</sup> En este capítulo 1 del libro: ¿Qué es el cine? compara la fotografía con la pintura y se refiere a la originalidad de la fotografía de ser objetiva.



“Contrariamente a estas imitaciones, nunca puedo negar en la Fotografía que la cosa haya estado allí. Hay una doble posición conjunta: de realidad y de pasado” (Barthes, 1999).

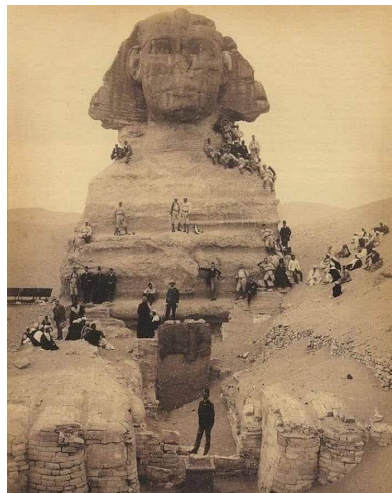


Imagen 77  
Esfinge de Guiza en 1850  
Autor desconocido



Imagen 78  
Esfinge de Guiza en 2018  
Autor: Fernanda Iturrieta

Todo puede ser fotografiado. Todo puede ser almacenado. Pero ahora la diferencia sustancial está justamente en que lo digital colisiona con lo permanente, la preservación de la memoria se vuelve volátil, pasajera, sencilla de borrar.

Fotografiamos en vez de observar. Tal como advertimos en otro apartado, otras veces registramos situaciones para después verlas en la tranquilidad de la intimidad; pero olvidamos hacerlo. O exactamente a la inversa, podemos casi en un solo acto subir esa imagen capturada a las redes sociales y exponerla globalmente. Guardamos o difundimos globalmente, souvenirs de cada instante de nuestras vidas. Descansamos -la/nuestra- memoria, al fin y al cabo, tenemos las fotografías de ese momento. Guardadas en la memoria digital.

En este mundo contemporáneo nos hemos convertido en acumuladores de instantes, instantes que se conservan en un dispositivo. No hay tiempo para guardarlo en la memoria. Memoria atosigada de imágenes



y con el temor que no pueda conservar el mundo de imágenes al que estamos expuestos. Instantes capturados que tal vez nunca volvamos a ver pero saber que están allí nos tranquiliza y reconforta, nos permite seguir observando nuestro mundo líquido de una manera más relajada, sin presiones. Somos depositarios de los arcanos del tiempo que fluye.

Las imágenes como reservorios de la memoria, la fotografía como arcón visual para la evocación de sentidos y recuerdos. Con las fotografías construimos y obtenemos fragmentos sobre el mundo, pequeños instantes de realidad como una filigrana que es funcional a nuestra memoria. Registramos lo que nos interesa y dejamos en las fotografías aquello que vale la pena ser recordado. Aquí las fotos funcionan como una muleta a nuestra memoria. Dejamos en ellas lo que nos ocupa espacio y tiempo recordar. Podemos prescindir de la memoria, si acaso, hemos registrado lo que no queremos olvidar en ese momento.



## Capítulo 5

### A modo de cierre

#### **La fotografía digital en la virtualidad, símbolo de una subjetividad contemporánea**

A partir de nuestras interpretaciones –de la producción fotográfica del amateur- hemos recorrido algunas categorías que dan cuenta de lo que éstos hacen con la práctica fotográfica y con algunos momentos de sus vidas. Es decir, interpretamos las interpretaciones, en el sentido semiótico de la semiosis social, que se materializan en las mediaciones visuales que circulan en Instagram.

Observamos que en la cultura contemporánea se da cada vez con más fuerza, la transformación del sujeto en prosumidor. Esto implica cambios, por ejemplo en aquellas cuestiones antes delegadas a otras personas o formatos, como la adquisición de una tarjeta postal en medio de un viaje, para dar cuenta de haber estado en determinado lugar. También vemos que hay una necesidad de gratificación constante; que consiste en la búsqueda de su propia descripción visual, reflejada en una selfie. Esta es pensada y producida para ser vista y/o verse con cierto grado de auto aceptación en una breve línea que divide la vida privada de la pública. Donde un feed opera como una vidriera del gran mercado donde se hace visible, se exponen y consume parte de la vida privada o actividades que hace algunos años eran exclusiva de la privacidad de cada uno; convirtiéndose ahora en una zona de bienestar. Un espacio de desfactifización propia de la hiperculturalización en el sentido de Han.

Otra característica del amateur prosumidor, es su modificación de la percepción del espacio/tiempo: la única periodicidad que se reconoce es la que corresponde con el aquí y ahora. Ese punto de anclaje del prosumidor con su entorno afectivo –inmediato- y con su entorno global –la gran vidriera-; emerge un cuerpo puesto y expuesto para lo inmediato, para el tiempo real aunque este quede suspendido en el mundo virtual de las redes, mientras persista y resista su deseo de estar ahí. En definitiva,



parte de la vida cotidiana se vive en manera de hipervisibilidad.

Siguiendo los casos analizados, concluimos que en Instagram la vida se teje como un relato. Pero ahora este relato es principalmente visual a partir de la idea del prosumidor que construye y ratifica su yo. Entre fotos y fotos, se cuenta la vida, o por lo menos parte de ella, aquellos fragmentos que interesa darse a conocer o mostrarse. Si antes, se narraban algunas situaciones o momentos de la vida, para dar forma a una imagen heroica o vivencias dramáticas, cómicas, de vivencias afectivas; hoy día ese formato ha tornado visual; y cada fotografía –posteo- o secuencia visual –en el feed-, son como estratagemas donde se narra la vida o parte de ella.

### **La fotografía amateur, icono e índice**

Otro punto que quisiéramos destacar, es que la fotografía del amateur que es posteada, guarda la particularidad de ser a la vez, icono e índice; por lo menos en las interpretaciones posibles que inferimos. Si bien esto no es una novedad, en el caso de la fotografía para Instagram, es inevitable el surgimiento de otros sentidos que activan nuestra memoria.

Por un lado, opera como icono propiamente porque guarda la evidente semejanza con su objeto representado, en este caso nuestros usuarios. Este hecho, se da inmediatamente en la primera impresión o percepción de ese signo: la fotografía. En este acto, persiste el sentido que generan las imágenes y que en los casos analizados refieren a sus subjetividades, deseos y experiencias.

También esas fotografías, donde reconocemos -a su autor/productor- y a la vez, se convierten en índice, porque activan la memoria visual de la cultura. La propia y de extraños. Re actualizan imágenes guardadas en nuestra memoria, que están o provienen desde distintos formatos. Memoria pictórica de otras épocas; imágenes que evocan formatos publicitarios o cinematográficos. Se convierten entonces en reproducciones de imágenes que vienen del pasado y se re actualizan en un formato fotográ-



fico digital que funcionan como huellas guardadas en nuestra memoria. Es por ello que consideramos que los relatos generados en los posteos de Instagram, son a su vez discursos sociales visuales que condensan parte de la memoria de la cultura occidental massmediada en y por distintos formatos y dispositivos.

Para finalizar, creemos que las imágenes que atesoran las redes sociales y en particular Instagram, inauguran un nuevo arcón visual-digital-virtual de este momento de la historia del hombre. Cabe preguntarnos acerca de su perennidad en el tiempo, dada su evanescencia material. Pero sin duda alguna, estas redes, tal su etimología, contendrán/sostendrán, a modo de reservorio, la memoria de gran parte de la humanidad que tendrá como eje principal, evocar nuestra memoria. Todavía nos queda mucho para seguir indagando en este mundo virtual, pero eso es para otra semiosis, infinita tal vez.



## SECCIÓN B



## ¿Qué ves cuándo ves? Cuenta de Instagram. La maqueta

“Para saber pintar, primero hay que saber mirar.  
Y a mirar se aprende”<sup>23</sup>

### Justificación

Al analizar algunas prácticas productivas fotográficas de cuatro usuarios de la red social Instagram; nos interesa mostrar sus representaciones -fotografías- a partir de la reproducción de sus miradas modeladas y mediadas desde el consumo y la memoria visual de la cultura occidental.

Con este Instagram buscamos que los usuarios entrenen la mirada de una manera crítica; entendiendo todos los mecanismos visuales y mentales que se activan al estar frente a una fotografía. Estos están presentes de manera inconsciente y aquí intentaremos hacerlos explícitos a partir de un recorrido visual propuesto por el equipo de trabajo. Poder analizar y concientizar los distintos sentidos que generan las fotografías a partir del bagaje cultural que posee cada uno.

Nos focalizamos en categorías que cobran más fuerza en la producción fotográfica amateurs y que se destacan en la red Instagram. Estas son Selfie, viajes y vida cotidiana.

Como antecedentes de esta construcción visual podemos mencionar una cuenta de TikTok llamada @antofago quien en su cuenta nos presenta una compilación de “16 personas que se encontraron así mismas en un museo”.

---

<sup>23</sup> Con esta frase comenzaba la exposición en el Museo del Prado de Madrid dedicada a la obra del pintor español Fernando Zóbel en noviembre del 2022.



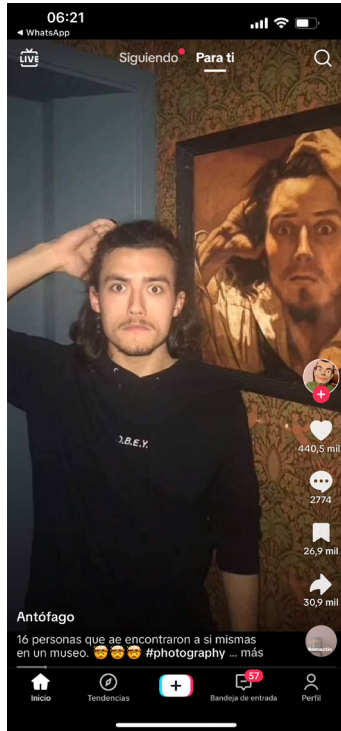


Imagen 79

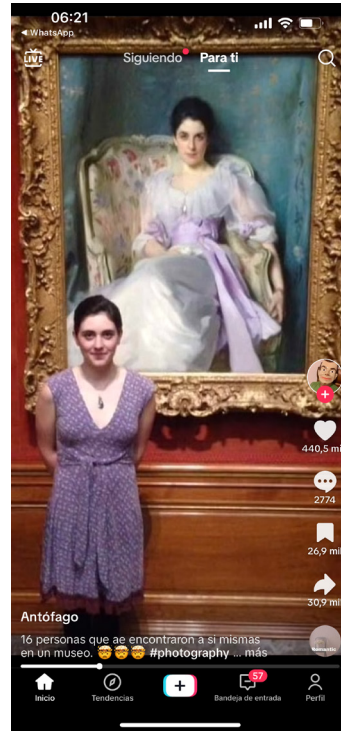


Imagen 80



Imagen 81  
@antofago

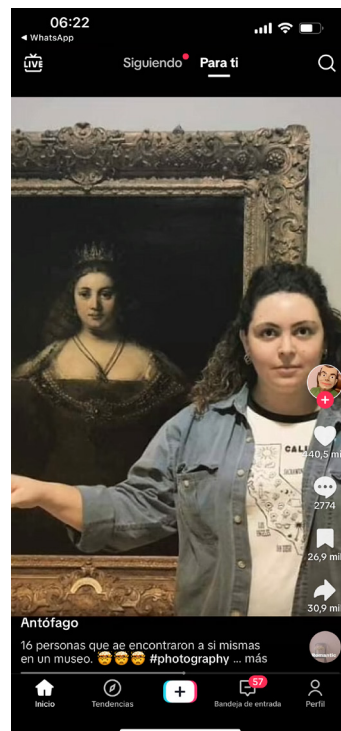


Imagen 82





Imagen 83  
Fuente: @antofago

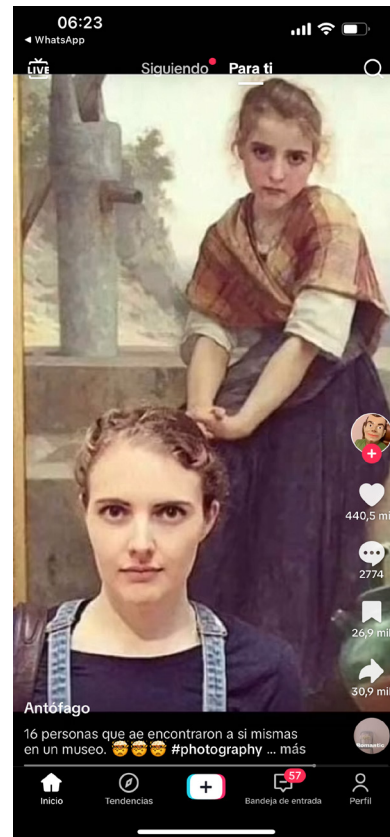


Imagen 84

La similitud de las personas con los personajes de las pinturas sorprende. ¿Qué se les habrá pasado por la mente cuando se vieron reflejados en esos cuadros? Cuadros hechos hace 300 años o más. Verse cual Narcisos, en un museo, a muchos años de distancia. Pintados por las manos de otros que no los conocieron. Y es aquí donde podemos afirmar que la memoria se reactualiza y construye a través del tiempo y el encontrarse no sólo es un dato del azar sino que es esa semiosis infinita que es inconsciente y por momentos sale a la superficie para darnos estas joyitas de imágenes.



Otro ejemplo entre tantos que hay circulando por las redes es el desfile por Halloween del 31 de octubre de 2018 realizado en la ciudad de Kawasaki, Japón. Un grupo de seis estudiantes decidieron presentarse en retratos occidentales de autores famosos: Ecce Homo de Borja de Elías García Martínez, la mujer que llora de Pablo Picasso, la joven de la perla de Johannes Vermeer, el autorretrato de Vicent Van Gogh, la Mona Lisa de Leonardo da Vinci y Grito de Edvard Munch.



Imagen 85

Fuente: [www.elconfidencial.com](http://www.elconfidencial.com)



Imagen 86

Fuente: [www.elconfidencial.com](http://www.elconfidencial.com)



Aquí la memoria visual salta a otro continente. Para reforzar cada una de las obras de arte hubo que apelar a la memoria colectiva y occidental en los cuadros que todos consumimos desde pequeños. Los que están en el acervo cultural de libros, museo y nuestra memoria. La única manera de asegurarnos que el disfraz funcione y sea interpretado por todos por igual.

En IG podemos recorrer la cuenta @tussenkunstenquarantine -museo en línea de arte casero- surgida durante la cuarentena donde la consigna era producir fotos con tres artículos para el hogar e imitar alguna obra de arte y etiquetar a la cuenta. Así ha quedado conformada una interesante galería de fotos con la imitación de la obra de una manera muy simpática y creemos entretenida para quienes decidieron participar de la propuesta.



Imagen 87 y 88

Fuente: @tussenkunstenquarantine





Imagen 89 y 90  
Fuente: @tussenkunstenquarantaine

Aquí de nuevo la búsqueda a partir de la memoria visual y un interesante entretenimiento en tiempo de pandemia para calmar la ansiedad.



## Objetivos

Identificar las imágenes como una dimensión discursiva y comunicacional de potencia visual, como generadora de sentidos y vínculos de éstas con la vida cotidiana y otros aspectos subjetivos exteriorizados en Instagram.

Reconocer los sentidos que generan los procesos de semiosis posibles, desde algunas herramientas que contribuyan con una lectura e interpretación de las fotografías publicadas en Instagram.

Generar una comunidad de usuarios con posibilidad de fidelización de las publicaciones y fortalecimiento de la continuidad del proyecto para la formación de una mirada crítica.

## Definición de audiencia

Para la audiencia potencial, queremos alcanzar a usuarios de la red social Instagram. Tanto los fotógrafos amateurs como los que son profesionales y aquellas personas que consumen el contenido de esta red social.

## Título y lema del proyecto

¿Qué ves? cuando me ves... Comunidad para compartir otras miradas críticas sobre la producción amateurs en las redes.

## Storyline

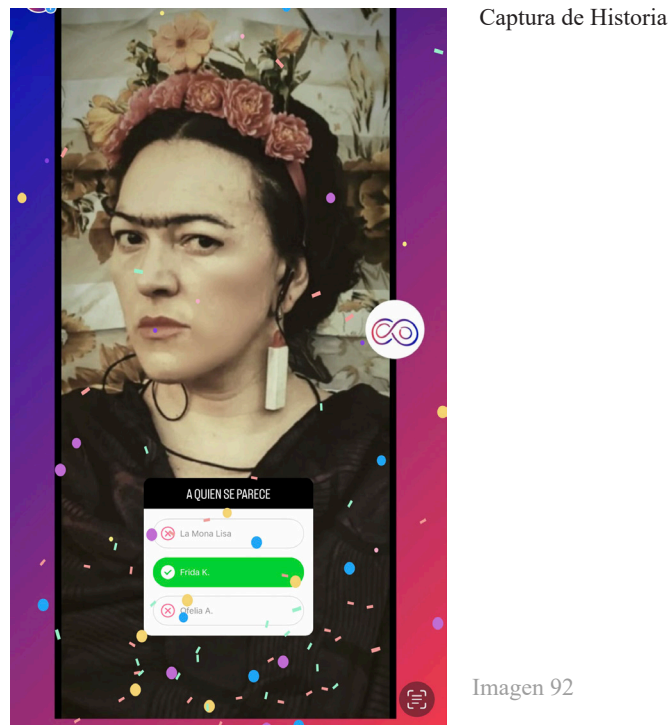
Los posts serán variados en cuanto a su contenido. Podemos mencionar uno de los primeros a modo de referencia: varias de imágenes tomadas de las páginas mencionadas más arriba. Solo se mostrarán la pintura y su representación fotográfica con algunos escritos a mano alzada para evocar en el observador su memoria respecto a estas situaciones. Se trabajará en los diversos posts donde un hilo conductor sostendrá



la continuidad de las publicaciones. Algunas finalizarán con preguntas o encuestas relacionadas con la mirada, la historia y la memoria. Se pedirá a los observadores interacción con el contenido.



Imagen 91



## Sinopsis

A modo de sinopsis planteamos una serie de estrategias para interactuar y activar la memoria. Además de buscar los recorridos visuales que inconscientemente los observadores realizan al mirar la fotografía y cómo a partir de esta lectura visual se activan los mecanismos de la percepción visual y de la evocación del pasado. Se realizarán posteos que tengan una misma identidad visual, con elementos del diseño que se repetirán en cada uno de los posteos. Como lo mencionamos hay una cuestión estética y un hilo conductor que se mantendrán en todos los posteos generando así una identidad propia del proyecto. Se trabajarán con imágenes y fotografías tomadas de las redes, fotografías producidas por el equipo con un fin en particular y fotografías que manden los usuarios si amerita.

Las imágenes utilizadas estarán de forma manifiesta intervenidas para acentuar o reforzar algún concepto o idea. Funcionarán como disparadores y/o activadores de la mirada y con ello la memoria de cada uno de los observadores.

A medida que la comunidad crezca se propondrán participaciones en los posteos, como ser: responder preguntas, contestar encuestas, proponer comentarios, visitar otros IG o páginas web y otros.

## Caracterización

Los protagonistas serán en algunas de las publicaciones los usuarios que han sido seleccionados para esta investigación. Además se utilizarán elementos de otras publicaciones que nos sean útiles para ejemplificar los modos de ver de manera crítica; ayudándonos así a comprender los mecanismos de la visión y el registro de la memoria en cada acto fotográfico.



## Guión o escaleta de la plataforma principal

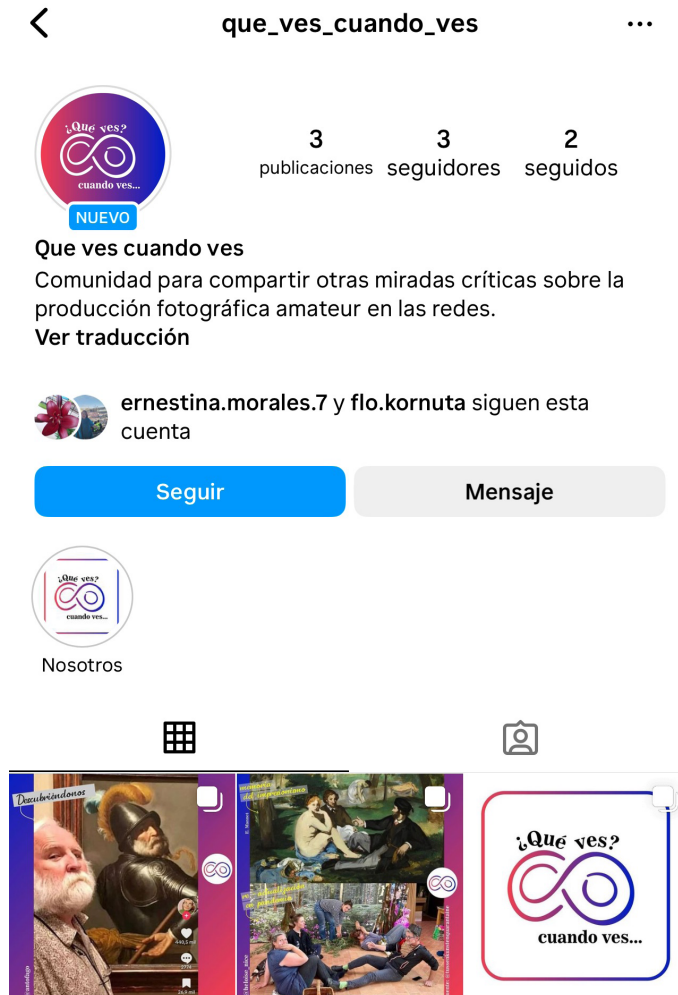


Imagen 93



## Storyboard o bocetos de la plataforma proyectada

### Posteo N° 1

Presentación formal de la cuenta



Imagen 94



Imagen 95



## Posteo N° 2

Activando la memoria



Imagen 96



Imagen 97

## Posteo N° 3

Encontrándonos....



Imagen 98



Imagen 99



## **Estrategias de participación y propuestas de interacción de los usuarios**

Para incentivar las interacciones significativas tendremos en cuenta el respetar las normas comunitarias que fija la plataforma IG. A partir del estudio de las estadísticas trataremos de obtener un buen tráfico de interacciones y alcance de los posteos definiendo días y horarios apropiados para los mismos en función del público usuario de las redes. En cada posteo incorporaremos una pieza interactiva para poder crear una comunidad y lograr que los usuarios tengan el sentido de pertenencia con la misma. Seremos respetuosos del cronograma de posteos para lograr la fidelización de los usuarios a través de las interacciones y visualizaciones. Para aumentar la interacción y ayudar a encontrar audiencia nueva usaremos Hashtag # con palabras claves, lugares y acciones en español como en inglés.

## **Propuestas de implementación**

Utilizaremos sólo la red social IG donde trataremos de educar al algoritmo a través de un formato estandarizado y repetible de las publicaciones. Las mismas se harán con frecuencia y regularidad en cada una de las opciones que posee la red social y además de los diseños hechos en otras aplicaciones trataremos de usar algunas de las herramientas que nos ofrece esta aplicación.

Además utilizaremos cuando se requiera las siguientes Aplicaciones: Canva para el diseño gráfico de las piezas, Inshot para edición de videos para los Reels o Historias; en cuanto al retoque digital de las fotografías a postear utilizaremos Adobe Photoshop Lightroom en su versión para dispositivos móviles, Snapseed y Foddie.



## Manual de Marca

### Isologotipo

Cómo identidad gráfica se trabajó con el siguiente Isologotipo. Se eligió el símbolo de la Banda de Möbius como analogía del proceso de la semiosis infinita expresada por Eliseo Verón (2014), desarrollada en el corpus teórico de este trabajo.

La paleta de color esta inspirada en los colores institucionales de la red social Instagram.



Imagen 100



**Versión Color**



Imagen 101

**Versión Blanco y negro**



Positivo

Negativo

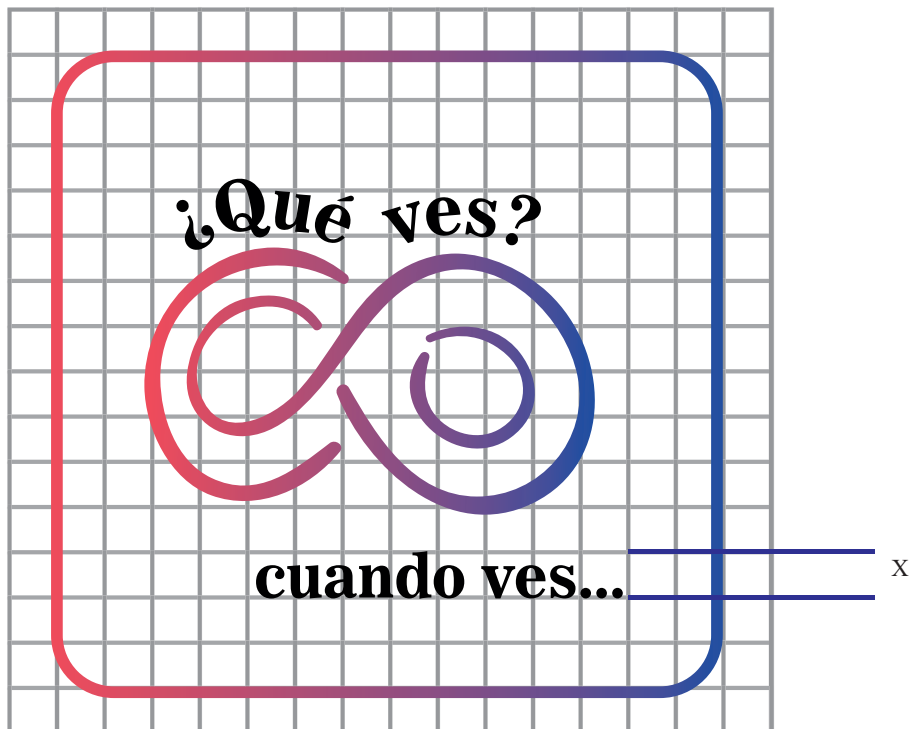
Escala de Grises

Imagen 102



## Grilla del Isologotipo

La grilla del isologotipo es la siguiente y fue utilizada en la construcción del mismo y es el parámetro para que sea más sencillo a la hora de diagramar para reducir o ampliar el mismo y al momento de trabajar con otros elementos en las publicaciones.



■ Altura de x

Imagen 103



## Tipografía

Para la marca se recurrió a News706 BT Bold como tipografía principal. Además fue utilizada en algunos de los títulos

**News706 BT Bold**  
**A B C D E F G H I J K L M N Ñ O P**  
**Q R S T U V W X Y Z**  
**a b c d e f g h i j k l m n ñ o p**  
**q r s t u v w x y z 0 1 2 3 4 5 6 7 8 9 1 0**

Imagen 104

Como tipografía secundaria: Roboto, acompañando textos largos y cortos que están juntos a la marca.

**Roboto**  
**A B C D E F G H I J K L M N Ñ O P**  
**Q R S T U V W X Y Z**  
**a b c d e f g h i j k l m n ñ o p**  
**q r s t u v w x y z 0 1 2 3 4 5 6 7 8 9 1 0**

Imagen 105



Para la tipografía terciaria recurrimos a Quillbacks Demo que utilizamos para textos de relleno y algunos títulos. Los textos en amarillo que acompaña las fotos de las publicaciones usan esta tipografía por ejemplo.

*Quillbacks Demo*  
*A B C D E F G H I J K L M N N O P*  
*Q R S T U V W X Y Z*  
*a b c d e f g h i j k l m n n o p*  
*q r s t u v w x y z*

Imagen 106

**Paleta de colores es la siguiente:**

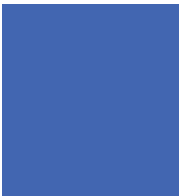




				
#4960aa	#2d4d9d	#284395	#e83f52	#feca0d
R 73	R 45	R 40	R 232	R 254
G 96	G 77	G 67	G 63	G 202
B 170	B 157	B 149	B 82	B 13
C 80%	C 92%	C 96%	C 0%	C 0%
M 63%	M 73%	M 80%	M 86%	M 21%
Y 0%	Y 0%	Y 0%	Y 57%	Y 92%
K 0%	K 0%	K 0%	K 0%	K 0%

Imagen 107



## **Implementación y ejecución**

### **Indicadores de éxito o KPIs**

Con el objetivo de medir la notoriedad –crecimiento de seguidores alcanzados-, la interacción –relación audiencia/publicación-, y el tráfico –clicks en enlaces y posteos, utilizaremos Instagram’s Creator Studio y/o Google Analytic’s para la recolección de datos y para medir y analizar toda las actividades de las publicaciones y la información sobre la circulación de los contenidos publicados.

Como indicadores de éxito tendremos en cuenta los likes recibidos en cada una de las publicaciones. Además se tendrá en cuenta las métricas que IG posee en el Panel para profesionales donde se puede observar la cantidad de cuentas alcanzadas por las publicaciones, las cuentas que interactuaron con las mismas. Estas estadísticas que brinda IG son en porcentaje, mensuales y se actualizan constantemente.

### **Cronograma de lanzamiento de piezas**

Para la presentación de esta maqueta dentro del marco del trabajo final de tesis se presentarán tres posteos de IG a modo de presentación de cómo se trabajará en el mismo.

El 30 de mayo se hará el primer posteo como presentación del proyecto y partir del mes de junio de 2024 se realizarán posteos cada 15 días. En la semana que no hay posteo el mismo será subido a la plataforma en la sección de Historias y Reels . Siendo los mismos los días jueves a las 19 hs. Este día y horario es estimativo teniendo en cuenta el promedio de posteos de otras cuentas, donde es el momento de mayor visualización e interacción sucedidas. Una vez que esté en funcionamiento la cuenta se realizaran los estudios de las métricas de la misma y se modificará en caso de ser necesario y en función de los datos obtenidos.



Cronograma estimativo hasta agosto de 2024 – donde se analizarán las interacciones y se decidirá como continuar:

Fecha	Feed Publicación	Story Historia	Reel	Vivo
<b>30/05</b>	X	X	X	
<b>06/06</b>	X		X	
<b>13/06</b>		X		
<b>20/06</b>	X		X	
<b>27/06</b>		X		
<b>04/07</b>	XX			X
<b>11/07</b>		X		
<b>18/07</b>	XX			
<b>25/07</b>		X		
<b>01/08</b>	XX			
<b>08/08</b>		X		
<b>15/08</b>	X		X	
<b>22/08</b>		X		
<b>29/08</b>	X		X	

Cuadro 2



## **Perfil profesional del equipo de producción**

Dentro del equipo de producción contaremos con la ayuda de una diseñadora gráfica.

DG Rita María Florencia Kornuta

Diseñadora Gráfica MP N° 304

Facultad de Arte y Diseño. Universidad Nacional de Misiones.

2019



## SECCIÓN C



## Referencias Bibliográficas

Alavedra I Regás, Jaume (2004). Guía de los jeroglíficos del antiguo Egipto, principios de la semiótica jeroglífica. En Arte y nuevas tecnología: X Congreso de la Asociación Española de Semiótica (pág 158-171)

Aumont, Jacques (2019). La imagen. Buenos Aires. La Marca Editora.

Barthes, Roland (1990). La cámara lúcida. Nota sobre la fotografía. Barcelona; Editorial Paidós.

Bauman, Zygmunt (2006); Modernidad líquida. Buenos Aires, Editorial Fondo de Cultura Económica.

Bauman, Zygmunt (2013). La cultura en el mundo de la modernidad líquida. Buenos Aires, Editorial Fondo de Cultura Económica.

Bauman, Zygmunt (2010). La globalización. Consecuencias humana. México, Editorial Fondo de Cultura Económica.

Bazin, Andre (1990). ¿Qué es el cine? Madrid. Ediciones RIALP S. A.

Benjamin, Walter (2017). La obra de arte en la época de su reproductibilidad técnica. Buenos Aires. La Marca Editora.

Berger, John (2005). Mirar. Argentina; Ediciones de La Flor.

Berger, John (1972). Modos de Ver. Barcelona. Editorial Gustavo Gilli.

Brea, José Luis (2007). Cultura\_RAM. Mutaciones de la cultura en la era de su distribución electrónica. Barcelona. Editorial Gedisa.

Bertúa, Paula (2023). El trabajo de mirar. Saberes, prácticas y abordajes críticos de las imágenes. Buenos Aires. Universidad Nacional de Quilmes.



Candau, Joel (2001). Memoria e identidad. Buenos Aires. Ediciones del Sol.

Carlón, Mario (2015). Registrar, subir, comentar, compartir: prácticas fotográficas en la era contemporánea. En: Actas V Simposio Internacional de Estética: estética, medios y subjetividades. Santiago de Chile: Pontificia Universidad Católica. Recuperado de [https://estetica.uc.cl/images/stories/librosvsimposio/02\\_mario%20carlon.pdf](https://estetica.uc.cl/images/stories/librosvsimposio/02_mario%20carlon.pdf) el 23/05/2020 a las 09:54 hs.

Carlón, Mario y Scolari, Carlos (2012). Colabor\_arte. Medios y arte en la era de la producción colaborativa. Buenos Aires: La Crujía.

Castells, Manuel (2009). La era de la información. Economía y Cultura. El poder de la identidad. Vol.II. México. Siglo Veintiuno Editores.

Debord, Guy. (1967). La sociedad del espectáculo. Traducción de Maldejo para el Archivo Situacionista Hispano (1998).

Debray, Régis (2002). Vida y muerte de la imagen. Historia de la mirada en Occidente, España. Editorial Paidós Comunicación.

Dubois, Philippe (1986). El acto fotográfico. De la Representación a la Recepción. España, Editorial Paidós.

Fernández, José Luis (2021). Vidas mediáticas. Entre lo masivo y lo individual. Buenos Aires, Editorial La Crujía.

Fernández, José Luis (2021). Plataformas mediáticas. Elementos de análisis y diseño de nuevas experiencias. Buenos Aires, Editorial La Crujía.

Fontcuberta, Joan (2017). La furia de las imágenes. Notas sobre la postfotografía. Barcelona, Galaxia Gutenberg.

García, Marcelino (2023). Itinerarios y Operaciones de Análisis del Discurso. Posadas, Editorial Universitaria de Misiones.



García, Marcelino (2002). Narración. Semiosis/Memoria. Posadas, Editorial Universitaria de Misiones.

García, Marcelino (2021). La rueca y el telar del sentido: pertrechos teórico-metodológicos. Marcelino García. Libro Digital, DOC. Posadas, Misiones.

Gardner, Haward y Davis, Katie (2014). La generación APP. Cómo los jóvenes gestionan su identidad, su privacidad y su imaginación del mundo digital. Buenos Aires, Editorial Paidós.

Gerhart, Schroeder y Breuninger, Helga (comps.) (2009). Teoría de la cultura. Un mapa de la cuestión. Buenos Aires, Editorial Fondo de Cultura Económica.

Gurevich, Ariel (2021). La vida Digital. Intersubjetividad en tiempos de plataformas sociales. Buenos Aires. Editorial La Crujía.

Han, Byung-Chul (2020). La sociedad de la transparencia. Argentina. Herder Editorial.

Han, Byung-Chul (2019). Hiper-culturalidad. Argentina. Herder Editorial.

Igarza, Roberto (2021). Presencias imperfectas. El futuro virtual de lo social. Buenos Aires. La Marca Editora.

Jameson, Fredrik (2012). El postmodernismo revisado. Madrid, Abada Editores.

Jenkins, Henry (2008). Convergence Culture. La Cultura de la Convergencia en los Medios de Comunicación. Barcelona. Editorial Paidós.

Joly, Martine (2012); La imagen fija. Buenos Aires. La Marca Editora.



McLuhan, Marshall y Fiore, Quentin (1997). El medio es el masaje. Un inventario de efectos. Barcelona. Editorial Paidós.

McLuhan, Marshall (2009). Comprender los medios de comunicación. Las extensiones del ser humano. Barcelona: Paidós.

Murray, Janet H. (1999). Hamlet en la holocubierta. El futuro de la narrativa en el ciberespacio. Barcelona. Editorial Paidós.

Peirce, Charles Sanders (1974). La ciencia de la semiótica. Buenos Aires. Editorial Nueva Visión.

Peirce, Charles Sanders (1901). Razonamiento. Traducción castellana de Sara Barrena (2001). Recuperado de <https://www.unav.es/gep/Reasoning.html> el 06/02/2021 a las 20:17 hs.

Peirce, Charles Sanders (1878); Deducción, inducción e hipótesis. Traducción castellana y notas de Juan Martín Ruiz-Werner (1970). Recuperado de <https://www.unav.es/gep/DeducInducHipotesis.html> el 06/02/2021 a las 20:10 hs.

Peirce, Charles Sanders (1877); La fijación de la creencia. Traducción castellana y notas de José Vericat (1988). Recuperado de <https://www.unav.es/gep/FixationBelief.html> el 27/02/2021 a las 07:55 hs.

Postman, Neil (1994). Tecنópolis: la rendición de la cultura a la tecnología. Editorial Galaxia Gutenberg.

Sautu, Ruth (2003). Todo es teoría. Objetivos y métodos de investigación. Ed.Lumiere. Buenos Aires.

Sautu, R. et. al. (2005). Recomendaciones para la redacción del marco teórico, los objetivos y la propuesta metodológica de proyectos de investigación, en Manual de Metodología, CLACSO, Buenos Aires.



Scolari, Carlos (2024). Sobre la evolución de los medios. Emergencia, adaptación y supervivencia. Buenos Aires. Ediciones Ampersand.

Scolari, Carlos (2015). Ecología de los medios. Entornos, evoluciones e interpretaciones. Barcelona. Gedisa Editorial.

Scolari, Carlos (2008). Hipermediaciones. Elementos para una Teoría de la Comunicación Digital Interactiva. Barcelona. Gedisa Editorial.

Scolari, Carlos y Rapa, Fernando (2019). Media Evolution. Sobre el origen de las especies mediáticas. Buenos Aires; La Marca Editora.

Scolari, Carlos (2010). Ecología de los medios. Mapa de un nicho teórico recuperado en [https://www.cac.cat/sites/default/files/2019-04/Q34\\_Scolari\\_ES.pdf](https://www.cac.cat/sites/default/files/2019-04/Q34_Scolari_ES.pdf) 26/02/2023 a las 17:30 hs.

Scolari, Carlos y Rapa, Fernando (2019). Media Evolution. Sobre el origen de las especies mediáticas. Argentina, La Marca Editora.

Sibilia, Paula (2013). El hombre postorgánico. Cuerpo, subjetividad y tecnologías digitales. Argentina; Ed. Fondo de Cultura Económica de Argentina.

Sibilia, Paula (2012). “El cuerpo viejo como una imagen con fallas: La moral de la piel lisa y la censura mediática de la vejez”. Revista Comunicação, Mídia e Consumo. São Paulo: ESPM, ano 9, vol. 9, no. 26, Nov. 2012; p. 83-114.

Sibilia, Paula. (2008.) La intimidad como espectáculo. Buenos Aires. Ed. Fondo de Cultura Económica.

Sontag, Susan (1996). Sobre la fotografía. España. Editorial Edhasa.

Tournier, Michel (1993). El árbol y el camino. Buenos Aires. Editorial Alfaguara.



Vasilachis de Gialdino, Irene (Coord.)(2006). Estrategias de investigación cualitativas. Barcelona. Editorial Gedisa.

Verón, Eliseo (2014). La semiosis social. Fragmentos de una teoría de la discursividad. Barcelona. Gedisa Editorial.

Verón, Eliseo (2013). La semiosis social, 2. Ideas, momentos, interpretantes. México. Paidós Editorial.

Verón, Eliseo (2015). Teoría de la mediatización: una perspectiva semio-antropológica. CIC, Cuadernos de Información y Comunicación 2015, vol. 20 173-182.

Verón, Eliseo (2015). Espacios Públicos en Imágenes. De la imagen semiológica a las discursividades. Los tiempos de una fotografía. La derivación estructuralista. (Traducido del francés por Julián Gorodischer). Universidad Paris VIII. Recuperado de <https://comycult.files.wordpress.com/2015/03/verc3b3n-espacios-publicos-en-imagenes.pdf> el 18/06/2022 a las 10:36 am.

Veyrat-Masson, Isabel y Dayan, Daniel (comps.) (2008). Espacios públicos en imágenes. Barcelona. Gedisa Editorial.

Žižek, Slavoj (comp.) (2008). Ideología. Un mapa de la cuestión. Buenos Aires, Editorial Fondo de Cultura Económica.



## Anexo



## Glosario

**Aplicación/APP:** es una abreviatura de la palabra inglesa Application y es utilizada cuando se habla de un software informático para dispositivos móviles y tabletas.

**Click:** es la acción de pulsar el botón del mouse una vez que el puntero está en la sección que es del interés del usuario en la pantalla de la computadora.

**Emoji:** es un pequeño ícono digital o una pequeña imagen utilizada en las comunicaciones electrónicas para expresar de manera sencilla y rápida una emoción, una idea, un pensamiento, una acción, un objeto entre otras cosas.

**Facebook:** es un servicio de redes y medios sociales en línea. Lanzada el 4 de febrero de 2004 y disponible en español desde el 11 de febrero de 2008. Fue creada por Mark Zuckerberg junto a sus compañeros de habitación y estudiantes de la Universidad de Harvard. Perteneció a la compañía Meta. Es una plataforma que cuya función es conectar personas en todo el mundo, encontrar comunidades y hacer negocios.

**Feed:** es una palabra en inglés que su traducción como verbo es alimentar o alimentarse. Para las redes es un destino donde los usuarios pueden compartir fotos y videos, conectarse con la comunidad navegando y explorando en los contenidos que son de su interés. Es el principal flujo de contenido de cada usuario en la red social donde las demás personas pueden desplazarse.

**GPS:** Sistema de Posicionamiento Global que proporciona a los usuarios información sobre el posicionamiento, navegación y cronometría.



Hashtags: palabras relevantes o específicas sobre un tema determinado precedidas por el símbolo de numeral (#).

Instagram (IG o Insta): es una aplicación y red social estadounidense. Es principalmente visual donde los usuarios pueden compartir fotos y videos cortos, agregarles algunos efectos especiales e interactuar con otros usuarios a través de comentarios y me gusta.

Instagram Direct: es un servicio de mensajes dentro de la aplicación que posibilita el intercambio de textos, fotos, videos, historias, publicaciones a una persona específica o a un grupo seleccionado de manera privada.

Like/Me gusta: permite a los usuarios dar una devolución (feedback) positiva a las publicaciones. Es una forma sencilla de expresar el agrado por una publicación sin la necesidad de dejar algún comentario por escrito. Este like puede ser un dedo pulgar levantado o un corazón en el caso de IG.

Link: palabra en inglés cuyo significado es enlace y es utilizada en el lenguaje informático para señalar la conexión que se establece entre dos elementos de un hipertexto o páginas web. Es una referencia en una sola dirección en un documento electrónico entrelazando diferentes secciones y/o documentos entre sí.

Mark Zuckerberg: programador y empresario estadounidense; nacido el 14 de mayo de 1984. Creador y fundador de Facebook y Meta de la cual es el actual presidente.

Marketing: su traducción al español es mercadotecnia. Es la ciencia o el arte de indagar, crear y añadir valor para seducir y satisfacer las necesidades de un mercado específico con fines de lucro identificando necesidades y deseos no realizados.

Meta: es el nuevo nombre de la compañía creada por Facebook,



cuyo mentor y dueño es Mark Zuckerberg. Actualmente es la empresa matriz que alberga a Facebook, Instagram y WhatsApp. Es un conglomerado estadounidense de tecnologías y redes sociales.

**Métricas:** son indicadores, datos expresados numéricamente que nos permite analizar rendimientos de determinadas cosas. Nos permite medir, evaluar, monitorear cualquier tipo de proceso o acción. En el caso de IG permite de manera sencilla obtener información de cuantas personas visitaron determinado perfil, cuantas interactuaron, a cuantas del agradó el contenido publicado, por ejemplo.

**Mouse:** ratón en inglés. Es el nombre que se le da al dispositivo de entrada que nos permite interactuar con la pantalla de cada computadora permitiéndo manipular los objetos de la misma.

**Navegar:** cada página o App tiene un diseño específico, nos propone un recorrido con el cual el usuario debe de interactuar, muchas veces utilizando algunas pautas que son muy personales y específicas. También algunas veces se asocia con la exploración. Cada Click que se hace, cada decisión o publicación que se realiza es una manera de navegar; es elegir hacia donde el usuario decide ir, donde hay que frenar, donde interactuar, etc. Esto ayuda y conforma a la experiencia del usuario.

**Perfil:** es la página inicial de la Aplicación donde se muestra la biografía del usuario, una fotografía, que no siempre es un retrato del dueño del perfil, y demás información que el usuario desee expresar. Es como cada uno configura su cuenta para ser vista por la comunidad.

**Post/Posteos:** deriva del término en inglés Post it cuyo significado es publícalo. Los posteos son el eje principal de IG, es la página principal donde se colocan las fotografías y videos para que sean vistas por los demás usuarios, mostrando así la actividad de los mismos.



Reels: son videos cortos a los que se les puede agregar texto, música, efectos y varios filtros fotográficos de edición de los varios que tiene la publicación en cada una de sus funciones.

Seguidores/followers: es un término utilizado para mencionar a las personas que siguen a un usuario específico en la red social; siguen esa cuenta para recibir las actualizaciones y posteos que se hayan hecho, mostrando así interés en los contenidos y publicaciones de esa cuenta.

Selfie: la traducción literal del inglés es autofoto (self: uno mismo), en las redes se utiliza esta palabra para referir a los autorretratos hechos preferentemente con un teléfono móvil pero también con una cámara digital. Es una práctica asociada a las redes sociales.

Sistema Android: es un sistema operativo diseñado por la compañía Google, basado en el sistema operativo Linux, es abierto, gratuito y multiplataforma utilizado por algunas marcas de smartphone.

Sistema iOS: en inglés “iPhone Operating System” es un sistema operativo propio de la empresa Apple Inc. y es utilizado en dispositivos como smartphones, tablets y otros como televisores o reproductores mp4 producidos por esta compañía.

Smartphone: su traducción del inglés es teléfono inteligente. Estos no sólo cumplen la función de comunicar sino que también se comportan como una mini computadora portátil que me permite realizar numerosas funciones similares a las de una computadora de escritorio, muchas veces de manera más ágil y segura.

Software: en informática se refiere al conjunto de programas, algoritmos, instrucciones y reglas para ejecutar determinadas tareas en una computadora o dispositivo de manera sencilla para los usuarios.



Stories/ Historias: son contenidos audiovisuales, tanto fotografías como videos e imágenes. Se recomienda el formato vertical y su duración es de 24 horas; desapareciendo luego del perfil.

Tienda Nube: es una plataforma de e-commerce utilizada para crear una propia tienda online para vender en Internet sin intermediarios.

Wifi (Wireless Fidelity ): en español fidelidad inalámbrica. Es una tecnología de redes inalámbricas que facilita que los dispositivos electrónicos se conecten entre sí de manera continuada a una red a través de frecuencias de radio.

Window Phone: es un sistema operativo para dispositivos móviles desarrollado por la compañía Microsoft. Sucesor de Windows Mobile de la misma compañía.



