



**Postfotografía:**  
una mirada sobre la "nueva" fotografía  
a través de la plataforma Instagram.

• María Belén Ballesteros



## **Postfotografía:**

Una mirada sobre la “nueva” fotografía  
a través de la plataforma Instagram.

Tesina de Grado

**Alumna:** María Belén Ballesteros  
([ballesterosmariabelen@gmail.com](mailto:ballesterosmariabelen@gmail.com))

**Director:** Dr. Sebastián Castro Rojas

---

Rosario, diciembre de 2020

*A mi familia que festejó mis logros y abrazó mis caídas como nadie, en especial a Graciela y Emilio, mis padres, que hicieron posible este paso por la facultad.*

*A Sebastián por acompañarme y guiarme a la perfección en el proceso.*

*A Merce porque con su magia hizo realidad mis ideas en las ilustraciones.*

*A mis amigas incondicionales.*

*A la suerte de caer en la Universidad Pública.*

# Índice

<b>Resumen</b> .....	<b>4</b>
<b>Palabras claves</b> .....	<b>4</b>
<b>Introducción</b> .....	<b>5</b>
<b>1. De lo analógico a lo digital</b> .....	<b>8</b>
1.1 Un breve repaso por el nacimiento de la fotografía .....	9
1.2 La fotografía como medio del pueblo .....	11
1.3 Fotografía digital .....	12
<b>2. La Postfotografía</b> .....	<b>15</b>
2.1 Una mirada a la “nueva fotografía”: <i>postfotografía</i> .....	16
2.2 Coleccionando el mundo .....	19
2.3 Fotografía sólida vs Fotografía líquida. ....	21
<b>3. Características principales de la postfotografía</b> .....	<b>25</b>
3.1 La fotografía como huella de lo real: fotografía y verdad .....	26
3.2 Autoría y autenticidad .....	29
3.3 Ecología visual.....	31
3.4 Desinformación.....	33
3.5 Ausencia de profesionales .....	35
3.6 Marca biográfica y autobiográfica .....	36
<b>4. Instagram y la postfotografía</b> .....	<b>39</b>
4.1 Extimidad: lo más interior, sin dejar de ser exterior.....	40
4.2 Álbumes digitales: El devenir del cajón de los recuerdos y su botón “Archivar” .....	43
<b>5. En las profundidades de Instagram</b> .....	<b>46</b>
5.1 Un análisis postfotográfico en perfiles de Instagram .....	47
5.2 Flash 1: los perfiles andan diciendo .....	50
5.3 Flash 2: con un ojo en la edición de las imágenes .....	54
5.4 Flash 3: aquí y ahora en un mundo postfotográfico .....	61
<b>Reflexiones finales</b> .....	<b>65</b>
<b>Bibliografía</b> .....	<b>68</b>

## **Resumen**

¿Se dio una resignificación en la fotografía: Postfotografía? ¿Es hoy la fotografía un gesto de comunicación? ¿La circulación de las fotografías es más importante que su uso? ¿Cómo influye Instagram en este cambio? Partiendo de la hipótesis de que la fotografía ya no es utilizada con el mismo fin para el que se creó, gracias al advenimiento de las redes sociales y el avance de las tecnologías, en esta investigación nos adentraremos, a través de un análisis de contenido, en la “nueva” fotografía, conocida hasta el momento como postfotografía, y observaremos su posible transformación a través de la red social Instagram, para poder luego cuestionar y/o aportar conocimiento a este nuevo fenómeno híbrido.

## **Palabras claves**

Fotografía – Postfotografía – Redes sociales – Instagram – Extimidad – Usuarios – Convergencia – Imagen – Representación – Creadores de contenido – Comunicación.

---

## Introducción

Desde sus inicios, la fotografía aparece como un medio que tiene como fin capturar los momentos que vivimos y poder así perpetuarlos en el tiempo, antes en papel, hoy en formato digital. Es decir que, desde 1839, con la presentación del daguerrotipo, hasta la actualidad el fin de la fotografía aparentemente ha sido siempre el mismo: la perpetuación. Pero a raíz del avance de las tecnologías, la facilitación que brindan los smartphones al momento de tomar una foto y la aparición de las multiplataformas para subir esas imágenes, parece que las fotografías ya no se utilizan solamente para guardar recuerdos, sino también, entre otras cosas, para dar cuenta y tener prueba fiel de que se estuvo en un lugar determinado, como es el caso de un concierto, un monumento famoso, una cena con amigos, una fiesta, etc. En la actualidad, la fotografía se ha convertido en la experiencia principal.

Joan Fontcuberta (2010) plantea que estamos en una transición llamada “Postfotografía”, en donde la fotografía dejó de ser, de forma prevalente, un objeto para convertirse en un código, un cifrado de ceros y unos. La fotografía electrónica no constituye una simple transformación de la fotografía fotoquímica sino que introduce una nueva categoría de imágenes que ya hay que considerar “Postfotográficas”.

El avance de la tecnología y la facilidad para sacar una foto con nuestros celulares generó una “superproducción de imágenes” que se transmiten y circulan a gran velocidad por internet. En relación a esto, Fontcuberta (2011) plantea que las fotos ya no recogen recuerdos para guardar sino mensajes para enviar e intercambiar y se convierten en puros gestos de comunicación.

Utilizando los términos del filósofo polaco Zygmunt Bauman (1999) sobre modernidad sólida y líquida, podemos observar que desarrolla lo que llama la “sociedad post-fotográfica” como la de la fotografía sólida y líquida. Mientras que la fotografía sólida (la tradicional) representa una huella de la realidad, un diálogo con el tiempo, una encapsulación del instante para hacernos inmortales, la

captación de momentos excepcionales que encierran lo importante, en definitiva un “capturar el sentido”, la fotografía líquida es todo lo contrario. Representa la acumulación, el olvido, la apropiación y la reescritura. Un rehacer en lugar de hacer, la captación de momentos banales, la moldeabilidad y ubicuidad. La fotografía ya no se presenta desnuda sino recubierta de metadatos que le inscriben en el medio, es decir, que adquiere sentido dependiendo del contexto. Es la “creación del sentido”.

Hoy la fotografía es el nuevo lenguaje de comunicación en el mundo que es internet, donde el contenido parece no ser tan importante como la circulación y la gestión de la imagen, como el contar y demostrar que estuviste en un lugar, donde se destaca y se premia la velocidad. La postfotografía se trata de un fenómeno en el que la velocidad prevalece sobre el instante decisivo, la rapidez sobre el refinamiento. Dónde, como dice Fontcuberta (2011), la urgencia de la imagen por existir prevalece sobre las cualidades mismas de la imagen. Es por esta urgencia de la imagen que hoy los fotógrafos casuales toman una fotografía para mostrarles a su comunidad dónde están, compartiéndola en Instagram para obtener así una recompensa instantánea con la cantidad de likes que reciben en cuestión de segundos.

Ahora, partiendo de la hipótesis de que la fotografía ya no es utilizada con el mismo fin para el que se creó, gracias al consumo de las redes sociales y el avance de las tecnologías, esta investigación busca descubrir si realmente esto es así, para poder cuestionar y/o aportar conocimiento a este nuevo fenómeno híbrido. Es por ello que esta investigación tendrá como eje central a la fotografía y su posible transformación, conocida hasta el momento como postfotografía.

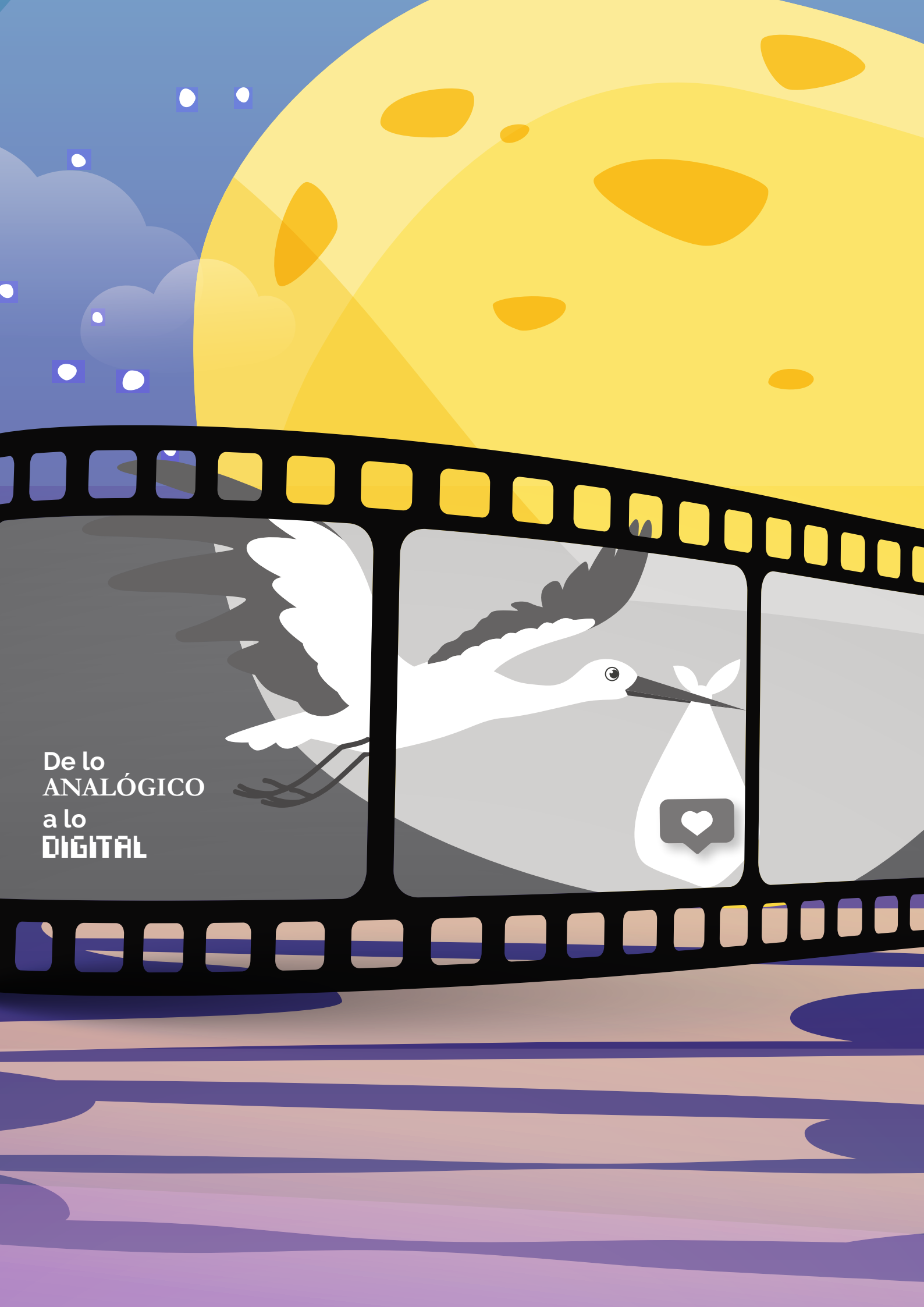
La investigación será de carácter cualitativo, ya que busca comprender la transformación de la fotografía a través de la red social Instagram. Para ello se seleccionará una muestra de cuentas públicas de usuarios activos generadores de contenido, que serán divididos en dos categorías: por un lado estarán los usuarios generadores de contenido creativo con fines comerciales, denominados “Los especialistas” y por el otro, “Los aprendices” usuarios altamente activos, generadores de contenido creativo con aspiración a alcanzar a sus musas “Los

especialistas”. Estos dos grupos presentan una diferencia notoriamente marcada que permitirá desarrollar el análisis: “Los especialistas” son ávidos conocedores de las herramientas y tecnologías con las que desarrollan su tarea; y en cambio, “Los aprendices” se encuentran en una indagación constante, utilizando todas las herramientas y aplicaciones que alimentan a la postfotografía para llegar a la construcción de un perfil con llegada más masiva. Para los aprendices, los especialistas son quienes tienen la clave del éxito.

Para el análisis de los perfiles se realizará un análisis de contenido, para dar cuenta de las características del contenido generado por los usuarios y presentado en sus perfiles. Esta técnica es la que mejor se adapta a esta investigación porque, como plantea Abela (2002), lo característico del análisis de contenido y lo que la distingue de otras técnicas de investigación sociológica, es que se trata de una técnica que combina intrínsecamente, la observación y producción de los datos, y la interpretación o análisis de los datos. Un contenido que es leído e interpretado adecuadamente nos abre las puertas al conocimiento de diversos aspectos y fenómenos de la vida social.

Tomaré como eje central para el análisis de los perfiles lo que representa la postfotografía y en particular sus características: la fotografía como huella de lo real, la nueva relación entre autoría y autenticidad, la ecología visual, la desinformación, la ausencia de profesionales y la marca biográfica o autobiográfica.

Debido a que no se cuenta con suficientes estudios sobre la “Postfotografía”, esta investigación pretende afianzar y aportar un mayor conocimiento sobre ella, sus características, su necesidad de cuestionamiento y finalmente, como mencioné, su puesta a prueba a través del análisis de contenido en la plataforma Instagram, para poder ver ahí dicha transformación y analizar cómo esa plataforma influye en ella.



De lo  
ANALÓGICO  
a lo  
DIGITAL

## 1.1 Un breve repaso por el nacimiento de la fotografía

*“Lo que la fotografía reproduce al infinito únicamente ha tenido lugar una sola vez: la fotografía repite mecánicamente lo que nunca más podrá repetirse existencialmente”.*  
Barthes, 1980, pp.28

Si de pensar en el nacimiento de la fotografía se trata su registro oficial se dió el 18 de agosto de 1839 cuando Daguerre hizo público, con un amplio apoyo del Estado Francés y los medios de su lado, su proceso para la obtención de fotografías sobre una superficie de plata pulida a la que llamó daguerrotipo y que los conocía como “espejos con memoria”. “Por vez primera una imagen del mundo exterior se forma automáticamente sin intervención creadora por parte del hombre, según un determinismo riguroso” (Bazín, 1945, pp.90). Pero eso no fue todo, porque sin saberlo, casi al mismo tiempo William Fox Talbot desarrolló otro método diferente. El procedimiento creado por él obtenía negativos sobre un soporte de papel, y a partir de esos negativos reproducía copias positivas, también en papel al que llamó calotipo.

“La fotografía no siempre tuvo nombre. Entre los primeros posibles nombres estaban fisaletotipo, aletofiso, iconotofiso, fisototipo, paratofiso, entre otros. Sin embargo fue Sir John Herschel quien comenzó a escribir sobre “lo fotogénico”. Eventualmente se utilizaría el término “fotografía” lo mismo a un daguerrotipo que a un calotipo. La palabra “fotografía” tiene dos raíces griegas: photos o photon (luz) y graphos o graphein (escribir, dibujar)”. (Colorado, 2016, pp. 11)

Al pasar el tiempo, empezaron a salir a la luz los problemas que traía consigo el daguerrotipo y resultaba que su precio era muy alto y su falta de sensibilidad necesitaba mucho tiempo de obturación, es decir, que para poder tomar una fotografía había que esperar horas sin que nada se moviese. Benjamin (1931) planteaba algo interesante en relación a esto y es que el procedimiento mismo inducía a los modelos a vivir no fuera, sino dentro del instante; mientras posaban largamente crecían, por así decirlo, dentro de la imagen misma. Es entonces, cuando aparece Frederick Scott Archer, que inventó una nueva técnica fotográfica conocida como el colodión húmedo.

“Este procedimiento ofrecía una emulsión muy rápida y la posibilidad de generar múltiples impresiones a partir de un original en placa de vidrio. El colodión era lo mejor de dos mundos: la calidad y precisión del daguerrotipo con la capacidad de



obtener copias del calotipo de Talbot. Debido a las complicaciones del colodión, la fotografía estaba circunscrita únicamente al ámbito de los fotógrafos profesionales quienes contaban con el equipo y la pericia necesaria para trabajar estos engorrosos procesos.” (Colorado, 2016: pp.4)

La masificación de la fotografía no tardaría en llegar. El primer paso se daría en la Francia de 1854, allí André E. Disdéri patentó la “Carte de visite” o Tarjeta de visita. Su proceso consistía en una cámara con varios lentes que contenía una película que se desplazaba para producir hasta 12 copias de una sola vez en Albumina, un papel de clara de huevo. Este proceso era mucho menos costoso que el de un retrato y por eso fue posible su divulgación.

Por otro lado, en 1853, el físico inglés Charles Wheatstone patentó la Cámara estereoscópica, que se basaba en el principio de la visión humana, los ojos humanos están separados 65 mm el uno del otro, cada ojo ve una imagen, que aun siendo parecidas, tienen distintos ángulos. El cerebro se encarga de mezclar las dos imágenes creando el efecto de relieve, después a través de visores especiales o proyecciones polarizadas, cada imagen es proyectada a cada ojo de forma relevante y así se crea una ilusión óptica de una imagen en 3D.

“A la par del ferrocarril, el telégrafo, la máquina de vapor, el fonógrafo o la bombilla eléctrica, la fotografía fue la síntesis de la era de la industrialización que implicaba producción en masa, comercialización y distribución al gran público y el nacimiento de la noción de celebridad. La fotografía se convertiría en mercancía de producción y difusión masiva en tres manifestaciones concretas: la carte de visite, las vistas estereoscópicas y las cámaras fotográficas accesibles para el gran público. Desde observar vistas tridimensionales hasta coleccionar las tarjetas de visita con imágenes de los famosos, en ambos tipos de imagen confluye la fotografía como un medio de diversión más allá de la preservación registral”. (Colorado, 2016, pp.2)

George Eastman, en 1884 patentó el rollo de película, sustituyendo para siempre la placa de cristal, para el 4 de septiembre de 1888 registrar la marca Kodak y sacar al mercado la cámara “Kodak 100 Vista”, en su campaña de promoción utilizó la frase «Usted aprieta el botón, nosotros hacemos el resto». “La popularización masiva de la fotografía, cortesía de Kodak, significaba que

cualquiera podía tener una cámara. Ya no se trataba de una disciplina exclusiva de fotógrafos profesionales que contaban con un ejército para procesar las imágenes en un laboratorio” (Colorado, 2016, pp. 10). Es así como Eastman, con este invento, logró poner a la fotografía a disposición de la multitud.

## **1.2 La fotografía como medio del pueblo**

La fotografía aquella que, desde sus inicios, sólo era accesible para las altas clases sociales ya que su costo era muy alto, empezaba a abrir su camino revolucionario hacia las masas.

“Desde sus inicios, la fotografía profesional significaba en sentido propio una amplia suerte de turismo de clase, en la cual la mayoría de los fotógrafos combinaban repaso por la abyección social con retratos de celebridades o mercancías (alta costura, publicidad) o estudios del desnudo”. (Sontang, 1973, pp. 42).

Sin saberlo, Kodak con su cámara, había abierto una nueva etapa en el mundo, ya no se necesitaba del fotógrafo profesional con altos costos, para poder tomar una foto, ahora todos podían realizar sus propias fotografías y es acá cuando nace lo que se conoce como “Fotografía Vernácula” en esta categoría entrarían para quedarse las fotografías de viajes y vacaciones, fotos familiares, fotos de amigos, retratos de clase, fotografías de identificación e imágenes de fotomatón. Colorado (2016) explica que la fotografía vernácula fue el resultado de una sociedad entera con ricos y pobres, que participaba activamente de la fascinación por crear, acumular y admirar fotografías.

En esta nueva etapa todos podían explorar el mundo fotográfico como quisieran, la fotografía pasaba así a manos del pueblo. “La ulterior industrialización de la tecnología de la cámara sólo cumplió con una promesa inherente a la fotografía desde su mismo origen: democratizar todas las experiencias traduciéndolas a imágenes”. (Sontang, 1973, pp. 10)

Es interesante el planteo de Sontang (1973) en cuanto al registro fotográfico de ese momento, ella considera que la fotografía se consolidaba como una extensión de la mirada del Flâneur de clase media y explica que el fotógrafo es



una versión armada del paseante solitario que explora, acecha, cruza el infierno urbano, el caminante voyeurista que descubre en la ciudad un paisaje. Después reflexiona que la fotografía se había transformado en el arte por excelencia de las sociedades opulentas, derrochadoras, inquietas y que es una herramienta indispensable de la nueva cultura de masas.

Poder dejar un registro y guardar, en el recuerdo, un logro familiar se reconoce como el primer uso popular de la fotografía, es aquí cuando se da el nacimiento los álbumes familiares y como plantea Colorado (2016) con el álbum familiar, se inicia una tradición de curaduría popular. Las madres y abuelas se convirtieron en las grandes “editoras” y preservadoras del imaginario familiar.

Las familias podían ahora contar cada paso de su historia y dejar registro de ellas para las futuras generaciones. “Mediante las fotografías cada familia construye una crónica-retrato de sí misma, un estuche de imágenes portátiles que rinde testimonio de la firmeza de sus lazos”. (Sontang, 1973, pp. 11).

### **1.3 Fotografía digital**

Que hoy se puedan subir, cada día, fotografías a las redes sociales es el resultado de un camino bastante amplio que terminó su estallido con los smartphones.

La diferencia con las cámaras analógicas es que estas no necesitan de procesos químicos para obtener la fotografía, sino que cuentan con circuitos integrados y sensores digitales.

La primera cámara digital registrada fue en 1975, por la empresa Kodak, creada por Steven Sasson un ingeniero de la compañía y pesaba 4kg, sacaba fotografías en blanco y negro, tardaba 50 milisegundos en capturar una imagen y 23 segundos para guardarla, tenía una calidad de 0,01 megapíxeles, algo impensado hoy en día. De todas maneras, en aquellos tiempos la idea no era comercializar la cámara sino comprobar que la idea era posible.



### *Imagen N° 1*

Sasson, S. 1975.  
Primera cámara digital registrada.

A partir de ahí, las marcas conocidas como Sony, Nikon, Fujifilm, se pusieron manos a la obra para perfeccionar el trabajo de Sasson. Lo que pasó con el tiempo es que se posicionaron tan favorablemente en el mercado fotográfico que esto significó la quiebra para Kodak.

Estas cámaras eran muy costosas y sólo los fotógrafos profesionales podían acceder a ellas, como si volviéramos atrás en la historia, pero a finales de los 90 se empezaron a crear cámaras fotográficas profesionales con opciones de bajo costo, esto hacía que fuera accesible para el público en general.

No mucho tiempo después, aparecieron los teléfonos móviles y de ahí en adelante las cosas cambiaron drásticamente para el mundo de la fotografía.

El 11 de junio de 1997 fue enviada la primera fotografía desde un teléfono móvil y compartida al instante con un grupo de personas. ¿Cómo fue esto posible? Fontcuberta (2016) nos cuenta la historia muy detalladamente en la que un



empresario e innovador tecnológico francés Philippe Kahn acompañó a su esposa al hospital para dar a luz a la primera hija de ambos. Como hacía habitualmente, llevaba su cámara digital, su ordenador portátil y su teléfono móvil. Mientras esperaba, recibió una llamada telefónica que disparó su invento final, si la transmisión de voz a través del teléfono era instantánea, ¿Qué impedía el envío de imágenes? Pensó entonces en la posibilidad de tomar fotos y transmitir las inmediatamente apretando un botón. Se puso a trabajar durante las dieciocho horas que duró el parto de su hija, Kahn primero tomaría el retrato del bebé con la cámara digital y luego lo descargaría en su portátil. Al no disponer de conexión inalámbrica, ya que no existía wifi, utilizó la señal de su teléfono celular para enviar la fotografía del portátil al ordenador que tenía en casa y que permanecía siempre conectado a internet. Una vez la fotografía llegó a su PC, se reenvió por correo a sus contactos en tiempo real. Ese día nacieron al mismo tiempo Sophie Kahn y la comunicación visual instantánea.



### *Imagen N° 2*

Khan, S. 1997.

Primera fotografía enviada desde un teléfono móvil.





La Postfotografia

FOLLOW



7.800 millones likes

Coleccionando el mundo [#fotografaliquida](#)

## 2.1 Una mirada a la “nueva fotografía”: *postfotografía*

*“¿Qué es estar en un post? ¿Cómo es posible estar en un tiempo que indica un después?”.*  
Sztajnszrajber, 2019, pp.64

Años atrás, el acto de realizar una fotografía era reservado a momentos especiales como un casamiento, un cumpleaños, un bautismo, pero hoy fotografiamos todo, todo el tiempo, la fotografía se ha vuelto ubicua, hay cámaras en todas partes captándolo absolutamente todo.

Lo que hace medio siglo hubiese parecido una sofisticada cámara de espía es hoy un estándar común que llevamos en el bolsillo. Se trate del beso furtivo de unos enamorados o del impacto de un avión contra un rascacielos, nada escapa a la voracidad e indiscreción de esa mirada vigilante que iguala al ojo omnividente de Dios. (Fontcuberta, 2010)

A partir de los años 90 se empieza a cuestionar el rol de la fotografía a raíz de los cambios que fue sufriendo y sobre todo por su inserción en la tecnología. Es en este momento que surge la idea de una “nueva fotografía”. Fontcuberta (2016) plantea que es obvio que estamos inmersos en un orden visual distinto y ese nuevo orden aparece marcado básicamente por tres factores: la inmaterialidad y transmitibilidad de las imágenes; su profusión y disponibilidad; y su aporte decisivo a la enciclopedización del saber y de la comunicación. Internet, desde luego, relega esos valores –materialidad y calidad– anteponiendo los de profusión, inmediatez y conectividad.

El avance de la tecnología y la facilitación para sacar una foto con nuestros celulares generó entonces una “superproducción de imágenes” que se transmiten y circulan a gran velocidad por internet. Por eso en este sentido Fontcuberta dice que estamos en una transición llamada “Postfotografía”.

“La postfotografía hace referencia a la fotografía que fluye en el espacio híbrido de la sociabilidad digital y que es consecuencia de la superabundancia visual. Aquella aldea global vaticinada por Marshall McLuhan se inscribe ahora en la

ionósfera, que ya no es una mera abstracción alegórica: habitamos la imagen y la imagen nos habita”. (Fontcuberta, 2016, pp. 7)

“Fotografío, luego existo” hoy somos a través de las fotografías, estamos rodeados de cosas que, creemos, son fotografiables. La tecnología y la instantaneidad que nos demandan las redes sociales nos han convertido en un homo photographicus que como bien diría Fontcuberta (2010) producimos tanto como consumimos, somos tanto homo photographicus como foto-adictos, cuantas más fotos mejor, nada puede calmar nuestra sed de imágenes, el soma de la posmodernidad. Ante esta actitud, que viene de la mano con un fenómeno digital, es ineludible pensar que la fotografía se encuentra aún actualmente, en un proceso de ruptura, de cambio, de resignificación.

En relación a esta nueva forma de la fotografía, hay otras miradas que deciden llamar o explicar este proceso de maneras diferentes, por ejemplo la de Brea (2002), que planteó el concepto de elimage y habló de una “era posmedial”, para él, esta época estaba caracterizada por un panorama abierto, desjerarquizado, y descentralizado, en el que las actuaciones difícilmente podrán ser organizadas conforme a los objetivos de organización de consenso reguladores de la esfera medial actual en términos de medios de masa, productores de grandes audiencias unificadas.

“El término postfotografía es un conjunto categorial más amplio, en el que se inscriben todos los fenómenos recientes de reproducción cibernética y massmediática de la imagen analógica. Allí, los códigos icónicos, iconográficos y semánticos, se someten a una serie infinita de contaminaciones, travestismos e hibridaciones de géneros. La imagen es ahora intervenida, modificada, re-confeccionada”. (Laudanno/SD)

Fontcuberta (2010) plantea una cuestión interesante en cuanto al “nacimiento” de la la postfotografía, explica que aún no está del todo claro si esta nueva fotografía viene a eliminar la anterior, pero que si se adecua a la sociedad actual y explica que cada sociedad necesita una imagen a su semejanza. Dice que la fotografía argéntica aporta la imagen de una sociedad industrial y funciona como los mismos protocolos que el resto de la producción que tenía lugar en su seno

y plantea que la materialidad de la fotografía argéntica atañe al universo de la química, al desarrollo del acero y del ferrocarril. En cambio, la fotografía digital es consecuencia de una economía que privilegia la información como mercancía, los capitales opacos y las transacciones telemáticas invisibles. Tiene como material el lenguaje, los códigos y los algoritmos: comparte la sustancia del texto o del sonido y puede existir en sus mismas redes de difusión. Responde a un mundo acelerado, a la supremacía de la velocidad vertiginosa y a los requerimientos de la inmediatez y globalidad.

En este sentido, la postfotografía parece estar más ligada a la fotografía como proceso que como momento. Ya no se trata de saber capturar la fotografía en el instante justo, aquellas situaciones increíbles y repetibles. La fotografía es ahora un sistema de trabajo, pero más aún: resulta un auténtico ritual. (Colorado, 2014)

Parecería que esta “nueva fotografía” genera en las personas la necesidad de confirmar su realidad y de esta forma, retrasar el momento que están viviendo, para primero que nada: fotografiarlo. Este simple acto, vuelve las cosas reales, las cosas suceden y existen después de ser fotografiadas.

“No sería erróneo hablar de una compulsión a fotografiar: a transformar la experiencia misma en una manera de ver. En lo fundamental, tener una experiencia se transforma en algo idéntico a fotografiarla, y la participación en un acontecimiento público equivale cada vez más a mirarlo en forma de fotografía. El más lógico de los estetas del siglo XIX, Mallarmé, afirmó que en el mundo todo existe para culminar en un libro. Hoy todo existe para culminar en una fotografía.”  
(Sontag, 1973)

Parafraseando a Fontcuberta (2010) las fotos que los adolescentes intercambian de modo compulsivo recorren una amplia visión de códigos de relación, desde simples gestos saluatorios reclamando la atención de un otro, como cuando se le dice a alguien “hola”, “estoy aquí”, hasta expresiones más sofisticadas que traducen afecto, simpatía, encanto o seducción. Transmitir y compartir fotos funciona así como un nuevo sistema de comunicación social, como un ritual de comportamientos.

Es por eso que lo que nos promete hoy la fotografía, ya no es, la inmortalidad de un recuerdo sino que viene a satisfacer la necesidad de reafirmar la vida, el sentido de nuestro cotidiano, nos da orden y como dice Sontag (1973), la fotografía en la actualidad es sobre todo un rito social, una protección contra la ansiedad.

También, en relación con esta nueva experiencia fotográfica, es importante destacar lo que parecería ser, como veníamos viendo, el surgimiento de la creación y utilización de imágenes como forma de generar conversaciones con otros usuarios, con respecto a esto Ritchin (2009) plantea que cuando John Berger, escribió sobre la fotografía se preguntaba “¿Qué fungía como fotografía antes de la invención de la cámara? La respuesta esperada es el grabado, el dibujo y la pintura, y la respuesta más reveladora sería la memoria. Sin embargo, él plantea que necesitamos una nueva pregunta: “¿Qué fungía como fotografía *digital* antes de la invención de la cámara?”. La respuesta podría estar más relacionada con la conversación, e incluso con la especulación. El pasado sería recreado, repensado y reinventado, mientras que el proceso podría ser más cercano a la tradición oral en la que se incorporan las diferentes visiones de la comunidad.

“La fotografía podía ser un arte y un medio de comunicación, podía ser una escritura cuya caligrafía quedaba reservada a los profesionales y a los expertos. Pero la postfotografía accede ya definitivamente a la universalidad como lenguaje”. (Fontcuberta, 2016, pp. 98)

## **2.2 Coleccionando el mundo**

No es novedad que cuando estamos con amigos y amigas, nos vamos de vacaciones o simplemente estamos paseando por la ciudad, surge ese momento en que parece imprescindible el hecho de tomar nuestro celular y sacar una foto de un edificio, un cartel, un atardecer, un monumento, un paisaje, a la comida, al café o a alguna persona caminando espontáneamente. Hoy vemos el mundo con ojos de fotografía, vemos el mundo imaginando composiciones, vemos el mundo y el mundo nos ve a través de nuestras fotos. Este impulso casi inconsciente de

querer fotografiar el mundo, no es ni más ni menos que una forma de coleccionarlo, de sentirnos vivos, de guardarnos una parte de él para siempre, o mejor dicho lo que dure en nuestra nube.

“Al enseñarnos un nuevo código visual, las fotografías alteran y amplían nuestras nociones de lo que merece la pena mirar y de lo que tenemos derecho a observar. Son una gramática y, sobre todo, una ética de la visión. Por último, el resultado más imponente del empeño fotográfico es darnos la impresión de que podemos contener el mundo entero en la cabeza, como una antología de imágenes. Coleccionar fotografías es coleccionar el mundo”. (Sontang, 1973, pp. 8)

Carlón (2016) explica en relación a esto que existe un cambio en el régimen de historicidad en dónde el presentismo lleva a experimentar con otra intensidad cada momento que se vive y por consecuencia todo momento puede ser considerado significativo y merecer, por lo tanto, una fotografía. Ahora, los acontecimientos que antes no merecían ser destacados, lo son. La vida cotidiana reina y toda experiencia parece tener una excesiva significancia.

Si bien la idea de coleccionar el mundo incluye cualquier momento mencionado anteriormente, se hace presente con más fuerza cuando se viaja, ya es casi impensado viajar y no sacarse una fotografía en monumentos o lugares famosos. Antes se tomaban en un viaje dos o tres fotografías o lo que el rollo permitía, para coleccionar recuerdos, hoy podemos disparar tantas veces como pestañeos podamos dar, con el afán de coleccionar momentos, cada segundo de ese momento.

Ya lo dijo Sontang (1973) parece decididamente anormal viajar por placer sin llevar una cámara. Las fotografías son la prueba irrecusable de que se hizo la excursión, se cumplió el programa, se gozó del viaje. Las fotografías documentan secuencias de consumo realizadas en ausencia de la familia, los amigos

Es por eso que detrás de este “coleccionar el mundo” se encuentra ligado lo dicho anteriormente, la necesidad de certificar de alguna forma que se estuvo en un lugar determinado, no importa si lo pasaste bien, solo importa demostrar que estuviste ahí. Sin embargo y quizás sea la otra cara de todo esto, comprobar la experiencia, es también, rechazarla. Sontang (1973) explica que cuando se limita a la búsqueda de lo fotogénico, cuando se convierte la experiencia en una

imagen, un recuerdo, el viaje se transforma en una estrategia para acumular fotos. La propia actividad fotográfica es tranquilizadora, y modera esa desorientación general que suele agudizarse con los viajes. La mayoría de los turistas tienen una sensación de obligación de anteponer la cámara entre ellos y toda cosa destacable que les sale al paso. Al no saber cómo reaccionar, hacen una foto.

Por otro lado, es interesante ver la utilización de este mecanismo compulsivo de sacar fotografías como una forma de sentirse vivo y por supuesto en consecuencia como una experiencia de dilatación de la muerte. Esto es algo que siempre estuvo ligado directamente con la esencia de la fotografía, sin embargo, en los tiempos que corren, donde todo es cantidad e inmediatez se ha intensificado.

“Todos esos jóvenes fotógrafos que se agitan por el mundo consagrándose a la captura de la actualidad no saben que son agentes de la Muerte. Es la manera como nuestro tiempo asume la Muerte: con la excusa denegadora de lo locamente vivo (...) Pues es necesario desde luego que, en una sociedad, la Muerte esté en alguna parte; si ya no está (o está menos) en lo religioso, deberá estar en otra parte: quizás en esa imagen que produce la Muerte al querer conservar la vida”.  
(Barthes, 1980, pp. 38)

Se busca coleccionar el mundo, todo lo que se pueda, para que al menos este paso por la vida haya valido la pena. Un momento o, mejor dicho, un disparo de distracción al miedo de no haber vivido lo suficiente. Y como dice Sontag (1973) así como la fascinación que ejercen las fotografías es un recordatorio de la muerte, también es una invitación al sentimentalismo. Las fotografías transforman el pasado en un objeto de tierna reminiscencia.

### **2.3 Fotografía sólida vs Fotografía líquida.**

Que el máximo cambio que sufrió la fotografía es el de su soporte no es novedad, hasta ahora fuimos viendo el paso de una fotografía sólida palpable a una digital representada por píxeles, pero su cambio material generó también un cambio

aún más importante, que es un cambio estructural en el que la fotografía se vio obligada a adaptarse a los nuevos tiempos, a la modernidad ¿líquida?

“Cuando saltamos a la contemporaneidad, los valores de fluidez y solidez remiten a los planteamientos de una modernidad líquida opuesta a una modernidad sólida, tal como lo formuló Zygmunt Bauman. Éste refiere la necesidad de identidades versátiles, maleables y volubles para acomodar las distintas mutaciones con que deberá enfrentarse el sujeto. ¿No estamos de hecho invocando la idea de una «fotografía líquida»?” (Fontcuberta, 2016, pp. 28)

Fontcuberta hace un cuestionamiento muy interesante utilizando los términos de Bauman de modernidad, planteando esta diferenciación de lo que sería la fotografía fotoquímica o argéntica como fotografía “sólida” y la fotografía digital como fotografía “líquida”, tal como la conocemos hoy en día. Las fotografías analógicas captan el sentido y las digitales lo crean; las analógicas tienen un diálogo con el tiempo y las digitales son de vida breve; las analógicas traen consigo ilusión y deseo, las digitales lo pierden por su velocidad de producción.

Para Fontcuberta (2010) la fotografía digital nos traslada a un contexto temporal que privilegia la continuidad y la dimensión narrativa. Las fotografías analógicas tienden a significar fenómenos y las digitales, conceptos.

“Asistimos a un proceso imparable de desmaterialización. La superficie de inscripción de la fotografía argéntica era el papel o material equivalente, y por eso ocupaba un lugar: trátese de un álbum, un cajón o un marco. En cambio, la superficie de inscripción de la fotografía digital es la pantalla: la impresión de la imagen sobre un soporte físico ya no es imprescindible para que la imagen exista, por tanto, la foto digital es una imagen sin lugar y sin origen, desterritorializada, no tiene lugar porque está en todas partes”. (Fontcuberta, 2010, pp. 12 -13)

En consonancia, Ritchin (2009) plantea que la fotografía digital implica significantes codificados, datos que pueden ser aislados de su origen. Mientras que lo análogo emana del viento, la madera y los árboles, el mundo de lo tangible. Lo digital se basa en una arquitectura de abstracciones infinitas y repetibles en las que el original y su copia son lo mismo; lo análogo envejece y se pudre, mengua de generación en generación, cambia su sonido, su apariencia, su olor.

Viendo estas diferenciaciones se podría intuir que hay una cierta negatividad para con la nueva fotografía, la “fotografía líquida” sin embargo es una fotografía que se adaptó a su tiempo y trajo consigo una resignificación de ciertas características que traía la fotografía analógica, principalmente por su cambio más importante, la forma en la que se hace presente .

“Inscripta en el campo de la interactividad y del presente expandido, la fotografía contemporánea es distinta de las anteriores, porque lo que se ha modificado son ni más ni menos que sus condiciones de circulación”. (Carlón, 2016, pp. 48)

Por eso entonces, quizás hay que pensar, como dice Fontcuberta (2010) que ya no hablamos de “revelar” las imágenes sino de “abrir las” y que por lo tanto hay un nuevo mundo por descubrir en ese abrir. ¿Qué encontramos al abrir una fotografía?

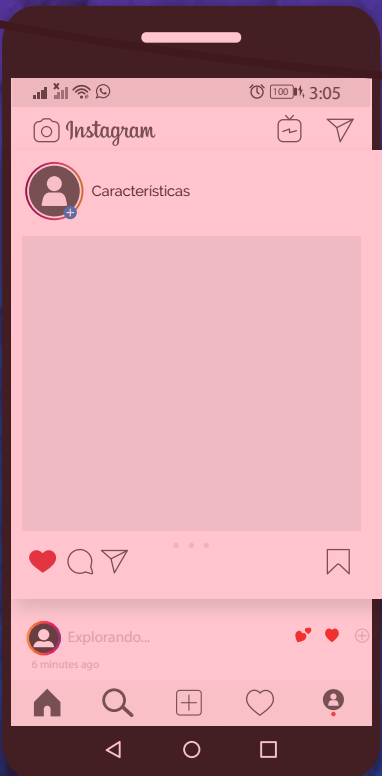
Ritchin (2009) plantea que los bytes se convierten en metáforas recurrentes de la realidad representada como información y que la fotografía digital, puede ser contrariamente a la analógica, expandida, extendida, ampliada para unirla con muchos otros momentos y que eso puede ofrecer una mirada hacia el futuro con suficiente realismo para provocar reacciones antes de que el futuro mostrado ocurra. Así como también Carlón (2016) plantea que en la modernidad, mientras el futuro dominaba, la fotografía sirvió para informar de una “actualidad” (un presente que se merecía conocer o se pretendía cambiar o denunciar) o para recordar un pasado del cual, muchas veces, había que aprender alguna lección para el futuro que se deseaba construir.

Sin dudas estamos ante una nueva fotografía y en este sentido, me parece importante recuperar a Mc Luhan (1969) y recordar cuando plantea que “el medio es el mensaje”, esto significa simplemente que las consecuencias individuales y sociales de cualquier medio, es decir, de cualquiera de nuestras extensiones, resultan de la nueva escala que introduce en nuestros asuntos cualquier extensión o tecnología nueva.

Es decir, que cuando se refiere a que el medio es el mensaje plantea que tendemos a prestar especial atención al contenido, cuando en realidad el medio

es el que tiene un efecto mayor y juega un papel más significativo, como pasa con el planteamiento de la “fotografía líquida”.

“Los nuevos inventos permiten, y a la larga obligan, que el mundo en el que fueron hechos cambie. Y el planeta que estos nuevos medios se pretendía que explorarían ya no es más el mismo por la sencilla razón de que estos medios lo observan. Los medios crean para nosotros un mundo diferente y, en consecuencia, necesitamos medios que evolucionen”. (Rtichin, 2009, pp. 55)



Instagram

Características

principales

de la

postfotografia



Explorando...  
6 minutos ago



### 3.1 La fotografía como huella de lo real: fotografía y verdad

*“El mundo se está convirtiendo en una caverna igual que la de Platón: todos mirando imágenes y creyendo que son la realidad”.*  
Saramago, 2011.

La fotografía, fue siempre conocida como aquella viene a contar una verdad, aquella que viene mostrar el mundo tal cual es, aquella que busca dar certezas. Dubois (1986) decía que el hecho de considerarse a la fotografía como la forma de representación que guarda una estrecha relación con lo real viene dado a que la misma *“rinde una cierta fidelidad del mundo”*. Sin embargo, la relación entre la fotografía y la verdad siempre fue tensa, pero en esta “nueva etapa” de la fotografía se puede ver una amplia profundización del conflicto.

Uno de los mayores impactos que provocó el avance de las tecnologías en la fotografía es el de desdibujar el vínculo entre representación y realidad. Hoy tenemos la posibilidad de editar y alterar las fotografías, es justo acá donde nace la desconfianza ante la fotografía digital y la constante sospecha de manipulación en las imágenes que nos encontramos en las redes sociales. Esta posibilidad de poder manipular las fotografías rompió, en cierto modo y quizás de manera definitiva, con la idea de fotografía como huella de lo real. No obstante, hay que tener presente que en la fotografía analógica también existía una manipulación pero esta era mucho menos evidente y más sutil, reservada a mínimas correcciones, muchas veces ocasionadas por fallas en los rollos.

“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, pp. 14)

Uno de los puntos más importantes que hay que tener en cuenta, es que no solo fue el avance de las tecnologías lo que facilitó la alteración de las fotografías, sino que no hubiera sido posible sin la simplificación del proceso de postproducción en el ámbito amateur, es decir, ya no es necesario saber utilizar grandes herramientas ligadas directamente a profesionales, como photoshop, sino que nos encontramos en el auge de las aplicaciones móviles, que tienen como objetivo brindarle todo servido al usuario.

Es por esto, que con dos simples pasos podemos, por ejemplo, retocar cada color, cambiar el cielo a las fotos, editar los cuerpos, blanquear los dientes, cambiar el color de los ojos o del pelo. De hecho, gracias a ellas, se puede adaptar la fotografía, por un lado y el más controversial, a los cánones de belleza establecidos y por el otro a poder hacer realidad lo que se imagina como una puesta en escena perfecta. Por ejemplo, si el cielo en una fotografía está gris y se cree que con nubes se adecua más a lo que se quiere transmitir, se puede hacer en 5 minutos como por arte de “magia”.



“Es como si hubiéramos borrado la experiencia en sí y la redujéramos a un pequeño rectángulo, como si la hubiéramos sustituido por una serie de diapositivas. No la preferimos porque esto haga de la imagen algo más inmediato y “real”, sino precisamente porque la convierte en algo más irreal, en una ficción en la que esperamos encontrar la inmortalidad trascendente, la realidad superior, menos finita” (Ritchin, 2009, pp. 26)

Otro punto importante que afectó en la visión de la fotografía como huella de lo real según lo que plantea Fontcuberta (2016) es que la cuestión no estaba en que la fotografía digital también podía mentir, sino en cómo la familiaridad y

facilidad de la mentira digital educaban la conciencia crítica del público. Lo fundamental no estaba en la tecnología digital, sino en la ascendente actitud de escepticismo generalizado por parte de los espectadores de las fotografías.

Barthes (1980) decía que en la fotografía no se puede negar jamás que la cosa estuvo presente, él no buscaba en una foto ni el arte, ni la comunicación, sino la referencia -fundadora de la fotografía-. Sin embargo, ahora eso entra en tensión y podemos decir que quizás el esqueleto principal de las fotografías publicadas en redes sociales sea “lo real” pero puede que a veces, indefectiblemente, haya elementos agregados que no estaban ahí o no eran realmente así.

Me parece interesante plantear, en relación a esto, la posibilidad de pensar en lo que dice Sztajnszrajber (2019) en cuanto a la verdad en general, aplicado en la fotografía en particular: él expone que el valor de la verdad se vincula con la capacidad que tiene el lenguaje de transmitir lo que se supone que en la realidad efectivamente ocurre y que la verdad no tiene que ver con lo que es, sino con lo que genera como consecuencia, y uno lo lee desde ese lugar. Entonces, si ponemos la mirada en este sentido quizás la relación entre fotografía y verdad no haya cambiado demasiado, ya que cada usuario va a leer e interpretar las fotografías de maneras diferentes según lo que genera en ellos, como siempre ha sido.

“Las fotografías no se encargan de corroborar nuestra verdad o de asentar nuestro discurso sino exclusivamente de cuestionar las hipótesis en que otros puedan fundamentar su verdad” (Fontcuberta, 1997 pp. 78).

Lo importante a tener en cuenta sobre esta característica de la postfotografía, que plantea una transformación en la fotografía como huella de lo real, es el poder establecer límites y comprender que algunas alteraciones quizás son más perjudiciales que otras, ya que no es lo mismo la alteración de un cuerpo a la alteración de un objeto, edificio, cielo o hasta alguna marca en un rostro. Y deberíamos preguntarnos tal vez ¿a quién perjudican? ¿a la fotografía en sí misma o a la interpretación que los demás pueden hacer de ella?

“Sontang sentenció: “fotografiar es apropiarse del objeto fotografiado. Significa colocarse así mismo en una cierta relación con el mundo que parece generar conocimiento y, por lo tanto, poder”. En el mundo digital en el que cada imagen es

un mosaico maleable, la distancia se agranda. La fotografía que deja de ser automáticamente un mecanismo de registro, pierde su capacidad para “apropiarse del objeto fotografiado” y lo que hace es simularlo. En la era de la imagen, la relación con el mundo que se ofrece puede no ser de conocimiento ni poder, sino algo más parecido a la presunción”. (Ritchin, 2009, pp. 41)

### **3.2 Autoría y autenticidad**

Las cuestiones de autoría se vienen cuestionando desde mucho antes que surgiera este nuevo fenómeno, pero en la postfotografía se empieza a problematizar de una manera más profunda. Para Barthes (1967) la idea de autor tiene que ver con un gesto, con la idea de firma, de apropiarse de las ideas. Él plantea que el nacimiento de un lector debe realizarse a costa de la muerte del autor. En este caso, ¿el nacimiento de un autor se realiza a costa de la muerte de otro autor?

Hoy se busca defender la apropiación de la fotografía, sin embargo, me parece importante aclarar que dentro de esta categoría no se contempla el acto de tomar una fotografía de alguien y publicarla como propia, tal y como está sin mencionar al autor, sino que esta “defensa” que se propone es en relación a que la fotografía no es solamente de aquel que la realiza sino de quien es capaz de recopilarla, editarla y darle un nuevo significado, es decir, de quién es capaz de convertirla en algo nuevo.

Se plantea que la fotografía también es de aquel que crea a partir de la pieza original una nueva pieza, con un sentido distinto y esto, en consecuencia, convierte en autor a todo aquel que abre a nuevas formas de interpretación una fotografía. Un autor muere, para que el otro nazca. En este sentido, Fontcuberta (2016) plantea que el trasfondo de esta característica es filosófico y político: ¿preferimos una sociedad que se base en el principio de poseer o en el de compartir? ¿Deseamos para la cultura un nuevo contexto más abierto y más libre?

Es por eso que esta “apropiación” buscar ir más allá de poder tomar una fotografía que no es propia, lo importante y positivo de esta transformación en la característica de autoría en la fotografía, es que se trata de crear una obra nueva con lo que ya hay y que el espectro de posibilidades disponibles hoy día, para crear algo nuevo con lo existente, estimula y potencia la creatividad de los usuarios.



Sin embargo, es muy interesante lo que propone Fontcuberta (2016) en cuanto al concepto de apropiación ya que él plantea que sea sustituido por el de adopción, dice que si la apropiación es privada, la adopción es por definición una forma de declaración pública. Apropiarse quiere decir “captar”, mientras que adoptar quiere decir “declarar haber escogido” y explica que no se reclama la paternidad biológica de las imágenes, sino su tutela ideológica, es decir prescriptora, ya que lo que realmente prevalece es la asignación (o “prescripción”) de sentido de la imagen que se adopta.

Nada de lo dicho anteriormente busca hacer entender que el fotógrafo haya muerto, como veremos más adelante, sino que ahora existen una gran cantidad de herramientas creativas que brindan la posibilidad de que otros autores amplíen y enriquezcan la experiencia, dan la posibilidad de que al adoptar una fotografía se haga de manera visible la lectura simbólica que otros hacen de ella. También esta resignificación de la autoría en la fotografía es parte fundamental para el surgimiento de la ecología visual, quizás una de las características más nuevas e interesantes que propone la postfotografía.

### **3.3 Ecología visual**

Como vimos anteriormente hoy en día gracias al avance de la tecnología y el surgimiento de los smartphones se ha permitido que todas las personas puedan sacar fotografías. Esto sumado a que, pueden difundir y compartir las imágenes producidas con un gran número de usuarios a través de las redes sociales y de manera casi instantánea, ha generado un incremento muy alto de imágenes disponibles actualmente.

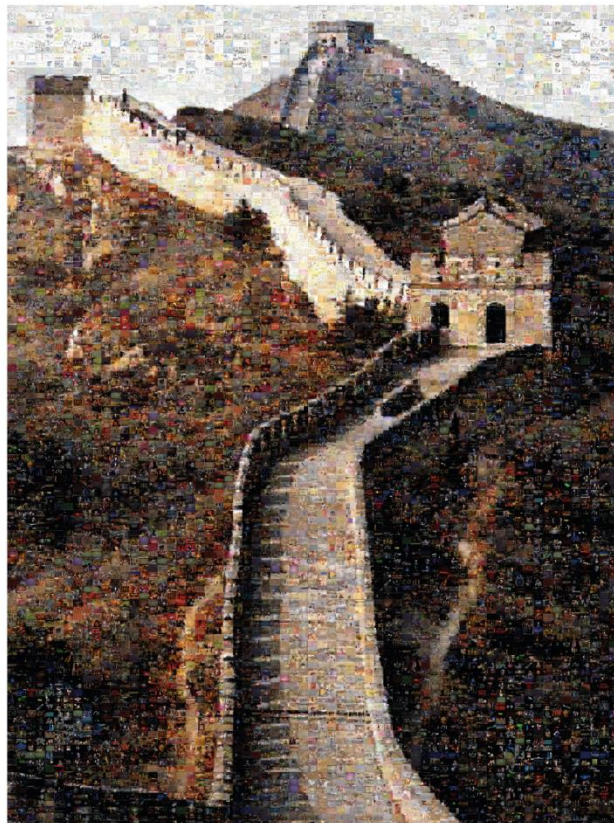
“La omnipresencia de cámaras, pantallas e imágenes crece al compás de esa trepidación martilleante de más, más y más, hasta que la abundancia alcanza tal exceso que provoca una explosión. Entonces, debemos plantearnos si esa caterva desenfrenada de fotografías no constituye en realidad una especie de metástasis” (Fontcuberta, 2016, pp.22).

Fontcuberta (2016) explica que la hiperabundancia de fotografías produce una contaminación icónica y en consecuencia se genera un activismo artístico que busca y exige contrarrestar esa contaminación con una conciencia ecológica que se ve concretada en la búsqueda de imponer prácticas de reciclaje y de adopción.

El planteamiento de esta contaminación de imágenes tiene su punto de partida, no solo, en que se realizan millones de imágenes por minuto sin sentido alguno sino que muchas de ellas buscan mostrar las mismas ideas, los mismos paisajes, los mismos monumentos, las mismas puestas de sol. Como hija del capitalismo salvaje, la postfotografía tiene como bandera el capturar y tirar, capturar todo lo más que se pueda sin sentido alguno, solo capturar. Sin conciencia de cómo ese accionar influye ampliamente en la contaminación tecnológica, ¿a dónde van a

parar tantos datos?, ¿a dónde van los desechos tecnológicos? Es por eso, que desde un lugar de consciencia se busca plantear una ecología visual.

La ecología visual consiste en la acción de poder realizar una selección entre todas las imágenes existentes para luego reutilizarlas, se busca la creación de algo nuevo para poder detener así, en algún punto, la producción masiva de imágenes. “La artisticidad ya no subyace en el acto físico de la producción de imágenes, sino en la prescripción de los valores que puede acoger” (Fontcuberta, 2016)



*Imagen N° 5*

Fontcuberta, J. 2012.  
Googlegramas

La superabundancia de imágenes hace que indefectiblemente debamos reflexionar acerca del alto incremento que hay de ellas, la ecología visual plantea que las personas o usuarios tengan un papel activo en este ecosistema, para poder así resignificar lo ya existente. Asimismo, tal como plantea Jenkins (2006) incluso aquellos que solamente observan lo hacen de un modo distinto, en un mundo donde reconocen su propio potencial para contribuir a una conversación más amplia. En una ecología visual los miembros del ecosistema tienen un papel activo, de creación para dar lugar a nuevas interpretaciones.

### **3.4 Desinformación**

La gran cantidad de información que recibimos continuamente en nuestro día a día, a través de las redes sociales, termina en cierto punto provocando una sensación de desinformación. Para Fontcuberta (2010), la desinformación hoy en día se logra sumiéndonos en una sobreabundancia de información. Si antes la censura se aplicaba privándonos de cierta información, en nuestros días es justo al revés, recibimos tanta cantidad de información, tan diversa y de tantos emisores diferentes que nos ciega. Toda esta información se hace imposible de procesar y logra justo el efecto contrario, la desinformación.

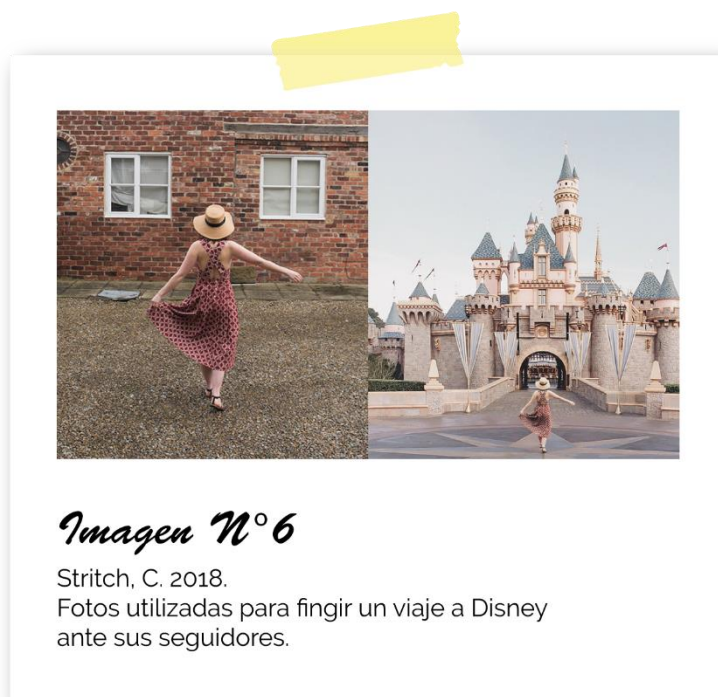
Este proceso genera que no cuestionemos nada de lo que vemos mientras scrolleamos en las diversas plataformas disponibles, ya sea Facebook, Twitter o Instagram. En este sentido, se plantea que hoy el ambiente es mucho más propenso a que la circulación de fotografías falsas se vea disimulada entre tanta información y terminan generando desinformación como las fake news. De hecho, muchas veces estas noticias se respaldan de dichas fotos manipuladas para imponerse como veraces. “Como se ha procurado que muy poca gente sepa dónde encontrar las cosas auténticas allí donde todavía existen, lo falso puede asumir legalmente el nombre de lo verdadero que se ha extinguido” (Debord, 1967, pp. 17).

Fontcuberta (1997) habla de tres instancias de manipulación en las imágenes, la tercera de ellas puede relacionarse directamente con esta característica de la postfotografía. Él plantea que hay una manipulación de la fotografía que es la

que afecta al contexto, a la plataforma en la que la imagen adquiere su sentido. Dicha manipulación busca incidir en el contexto para alterar la naturaleza del mensaje.

“Hace falta que el espectador llegue a comprender que fotografías, sonidos y textos son mensajes ambiguos el sentido final de los cuales solo depende de la plataforma cultural, social, institucional o política en la que se encuentran insertos. Esta ambigüedad, esta indefinición del sentido, es justamente lo que permite el juego de la manipulación. La mirada del espectador recrea siempre la significación, pero esta mirada puede ser orientada en cualquier dirección” (Fontcuberta, 1997, pp. 75).

La manipulación sobre los usuarios, debido a la gran cantidad de datos que se reciben por minuto se ha visto facilitada. No hay que menospreciar su capacidad de comprensión, pero es una realidad que hoy en día se vuelve cada vez más difícil, en algunos casos, dilucidar qué es real y qué no, sobre todo si no se toma el tiempo para investigar o chequear lo que se recibe.



Tal es el grado de manipulación que se realiza hoy en día en la fotografías en pos de desinformar, que los diseñadores de Photoshop buscan incluir en su

nueva versión del programa de 2021 una herramienta que permita la posibilidad de detectar fotografías falsas, buscan educar a los usuarios para detectar fotos veraces y que aprendan así a ser más críticos. El objetivo es que los metadatos de las fotografías incluyan, también, una miniatura de la imagen original y datos sobre cómo se modificó. Si bien es una función en prueba y a voluntad de cada editor que utilice el programa, es un paso más en esta lucha por la desinformación.

### **3.5 Ausencia de profesionales**

En la era postfotográfica la figura tradicional del fotógrafo es modificada por la aparición de celulares con cámaras de alta definición, por eso, se considera que todos somos ciudadanos-fotógrafos, ya que el celular hace todo por su cuenta, ajusta la luz, el contraste y el tono, pero eso no es todo, una vez capturada, si algo no gusta, puede ser modificada manualmente con miles de apps o incluso con los ajustes que brinda el teléfono, por lo tanto y en consecuencia, lo que esto genera es que si una persona hace uso de su imaginación y utiliza en su captura un criterio estético puede hacer una fotografía digna de un fotógrafo profesional, es por esto que se daría a entender, que no hay lugar para la figura del fotógrafo.

“Vivimos en una era en la que la fotografía ha renacido. Y no solo eso: lo más sorprendente es que la fotografía que se ha impuesto, la que circula con ímpetu 24 horas alrededor del mundo por la red, superando en cantidad y muchas veces en significación a la producida por los profesionales, es la amateur, siempre marginada o despreciada por las historias y teorías de la fotografía” (Carlson, 2016, pp. 33).

Fontcuberta (2016) habla del Síndrome de Hong Kong, este surge cuando uno de los principales diarios de Hong Kong despidió en 2010 a ocho fotógrafos que cubrían noticias locales y en su lugar repartió cámaras a repartidores de pizza, ya que ellos podrían llegar más rápido a los lugares esquivando los obstáculos que presentaba la ciudad. Los profesionales enloquecieron con la decisión, pero él explica que para la filosofía de la empresa valía más una imagen defectuosa tomada por un aficionado, que una imagen tal vez magnífica pero inexistente por no llegar a tiempo. De este síndrome se aprende, que la exigencia por la existencia de la imagen prevalece por sobre cualquier otra cualidad.

Antes el fotógrafo, que contaba con conocimientos artísticos y técnicos, era considerado un experto en la imagen, el único capaz de realizar ese trabajo, pero debido a esta resignificación fotográfica el fotógrafo se ve obligado a repensarse y reinventarse. Con la postfotografía se plantea que el papel del artista ya no es tanto el de producir obras, sino que su papel es el de darle sentido, que viene de la mano con la propuesta de una ecología visual.

“Cuando la casa Kodak popularizó el eslogan «Usted apriete el botón, nosotros haremos el resto», quería decir que el usuario podía concentrarse en fijar una escena y escoger un momento, y despreocuparse del farragoso proceso de materialización. Hoy los usuarios siguen apretando el botón, pero es necesario preguntarnos quién hace, en las circunstancias actuales, el resto. Porque este «resto», es decir, su conceptualización, se convierte en lo que realmente cuenta” (Fontcuberta, 2016, pp.46).

Sin embargo, considero que esto no significa que el fotógrafo ha muerto o que en la actualidad es una profesión desprestigiada, como todas, tuvo que adaptarse a las nuevas exigencias del mundo moderno y aceptar que hay una nueva categoría de fotógrafos, los ciudadanos-fotógrafos que no los reemplazan sino que se les unen en muchas oportunidades. Será su trabajo encargarse y no olvidar de hacer ese “resto” del que habla Fontcuberta.

### **3.6 Marca biográfica y autobiográfica**

Por último, la postfotografía lo que hizo fue ampliar una característica de la fotografía que antes era secundaria y se encontraba muy apartada de la esencia principal, para ahora ser la protagonista y esa es la marca biográfica. Es decir la fotografía antes servía para guardar un momento importante, un recuerdo valioso y tenía como características principales a la memoria, la verdad y la temporalidad. Sin embargo, ahora en la era postfotográfica se captura todo, todo el tiempo y en todo momento para ser insertos biográficamente en un lugar, es decir, para mostrar que se “estuvo ahí” más que para guardar el recuerdo del momento vivido.

Hoy la fotografía cumple un papel activo y esencial en la vida de las personas, ahora si bien se toman fotografías por ejemplo, en los viajes para inmortalizarlos en el recuerdo esa no siempre es su característica principal, sino más bien, se realizan para dejar un registro biográfico. Dentro de estos registros, también se encuentran una especie de registro autobiográfico que se da cuando una persona se toma una “selfie” es decir una autofoto, ya sea a una persona o a un grupo de personas disfrutando de diferentes situaciones.

“El selfie tiene más que ver con el estado que con la esencia. Desplaza la certificación de un hecho por la certificación de nuestra presencia en ese hecho, por nuestra condición de testigos. El documento se ve así relegado por la inscripción autobiográfica. Una inscripción que es doble: en el espacio y en el tiempo, es decir, en el paisaje y en la historia. No queremos tanto mostrar el mundo como señalar nuestro estar en el mundo” (Fontcuberta, 2016, pp.73).

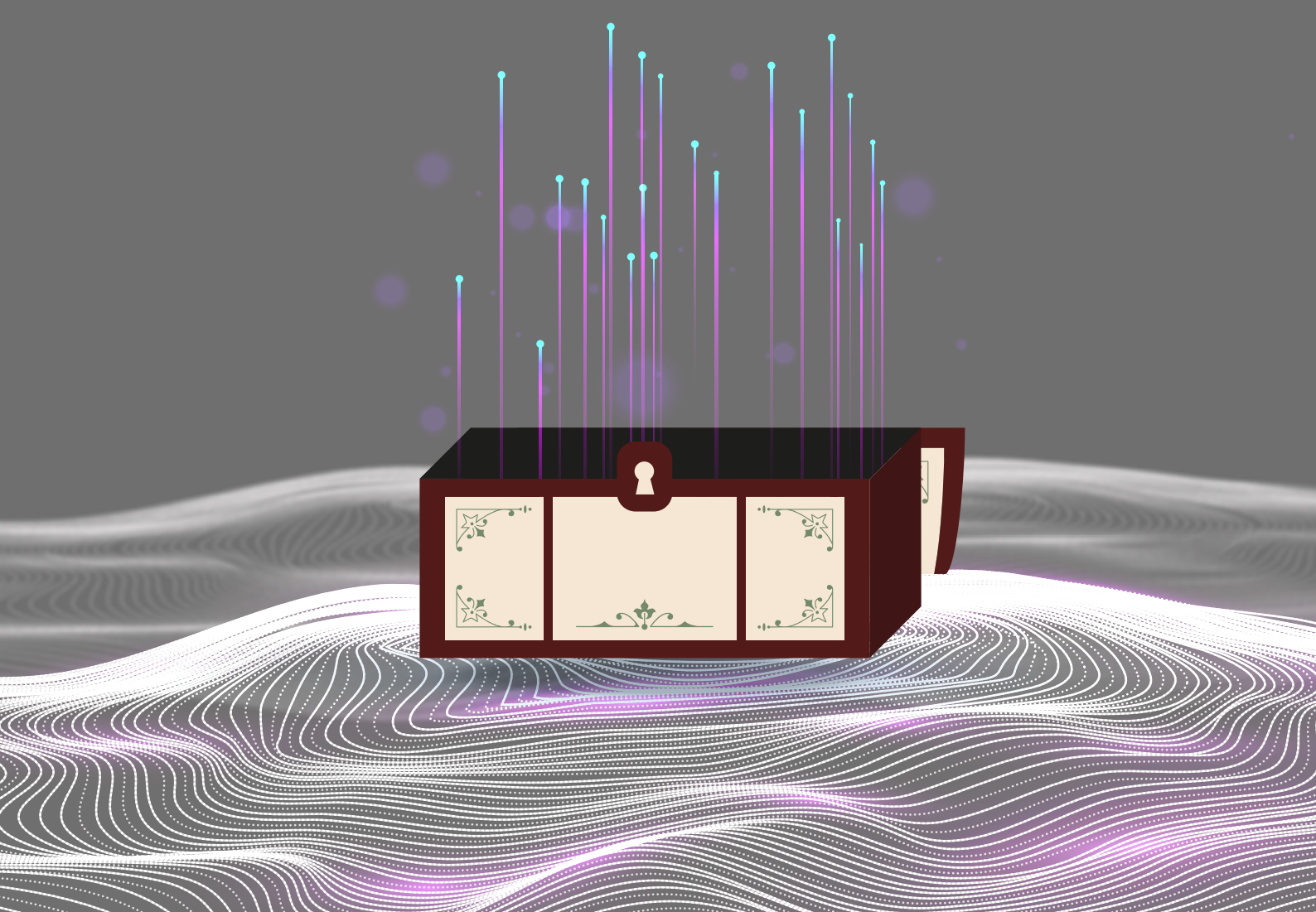
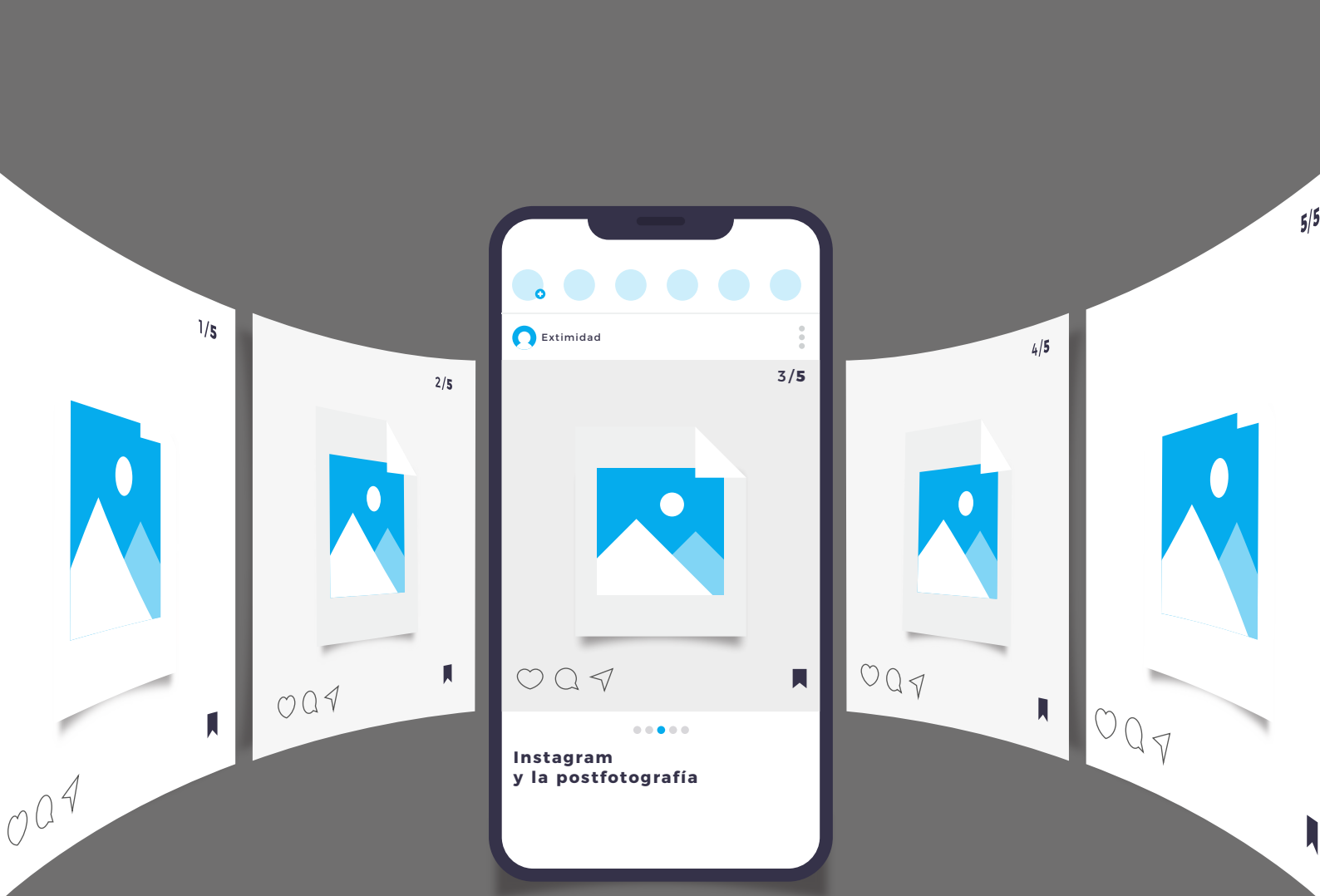
Estas fotografías van creando un relato biográfico cotidiano, forman parte de la búsqueda de la identidad, ayudan a comprender el estar en la vida, el momento que en lo personal se atraviesa, es como una especie de búsqueda interna constante de la cual nos aferramos para comprendernos.

Fontcuberta (2016) plantea que las selfies constituyen un material en bruto que nos ayuda a entendernos y a corregirnos y es un universo del que ya no vamos a saber renunciar.

Sin embargo, también es utilizada con otros fines, aunque podría decirse que van de la mano, también las fotografías con marcas autobiográficas están directamente relacionadas con la búsqueda del reconocimiento del otro, deben leerse estas fotografías como la impresión que buscamos generar en el otro, sobretodo si la finalidad es llamar su atención. Es una nueva herramienta que forma parte del momento en que se busca conquistar a alguien.

“Tomarse fotos y mostrarlas en las redes sociales forma parte de los juegos de seducción y de los rituales de comunicación de las nuevas subculturas urbanas postfotográficas, de las que, pese a estar capitaneadas por jóvenes y adolescentes, muy pocos quedan al margen”. (Fontcuberta, 2016, pp 42).

Es por ello que resultan interesantes hasta las cosas más insignificantes, estamos viviendo como en un estado de alerta constante en la búsqueda de fotografiar algo que pueda interesarle a los demás, por más que a uno no le interese lo suficiente. Es en la búsqueda de la interacción con el otro que todo se vuelve potencialmente fotografiable y nos determina una forma de ser y estar en el mundo.



#### **4.1 Extimidad: lo más interior, sin dejar de ser exterior.**

*“Y tarde o temprano nada es secreto  
en los vericuetos de la informática”  
Drexler, 2006.*

Casi llegando al final de este recorrido, me parece importante abordar el concepto de Extimidad y su relación con el contenido que es subido, cada día, a la plataforma Instagram.

El término extimidad es creado por Lacan, algo extimo es aquello íntimo, lo que está más próximo a nosotros pero sin dejar de ser exterior, no es lo opuesto a lo íntimo sino que lo constituye, se trata de hacer externa la intimidad. “Lo que es lo más íntimo justamente es lo que estoy constreñido a no poder reconocer más que fuera”. (Lacan, 2008, pp. 246)

No es novedad que con la llegada del amplio espectro de posibilidades para crear contenido que nos brindan las diferentes plataformas, el término extimidad se haya utilizado para explicar dicho contenido y el uso que se hace de él. Desde los primeros blogs hasta Instagram hoy, el usuario ha ido exponiendo con lujos de detalles cada momento de su vida, o la selección de su vida que elige contar. Sibilia (2008) explica que son enormes las variables de estilos y asuntos tratados en su análisis de aquel momento sobre los blogs. Lo que era seguro es que la mayoría seguía el modelo confesional del diario íntimo o mejor dicho: diario éxtimo, según plantea, en un juego de palabras que busca dar cuenta de las paradojas de esta novedad, que consiste en exponer la propia intimidad en las vitrinas globales de la red.

En este sentido, Instagram nos invita a contar nuestra vida, a contar nuestra historia, pero también nos invita a que la usemos de soporte para “materializarla”, sobretodo nuestras vivencias. Los creadores de la plataforma saben que es utilizada para crear una red de conexiones, principalmente entre amigos pero también con desconocidos, por eso brinda diferentes herramientas para que cuentes tu historia de la mejor manera posible. Pero como dice Sibilia (2008) esta combinación del viejo eslogan hágalo usted mismo que vaticinaba Kodak

con el flamante nuevo mandato muéstrase como sea que exigen las plataformas, está desbordando las fronteras de Internet.

“Las personas eligen Instagram para pasar tiempo con sus amigos. Encuentran en la plataforma una fuente de inspiración a través del arte, la moda, el deporte y el entretenimiento, así como de las personas que se dedican a ello. Promover la expresión y fomentar estas conexiones es esencial para Instagram [...] Conectarse es mucho más que compartir una foto o un video: también implica compartir lo que hacemos, pensamos o sentimos con las personas que más nos importan”. (Sitio oficial de Instagram, 2019)

En la actualidad, solo es lo que se ve. Si no se publica no existe. Es acá donde entra la postfotografía a su juego. Como vimos antes sigue una serie de características que los usuarios utilizan al momento de publicar sus fotografías, ya sea por una cuestión personal o una cuestión estética buscan que su contenido tenga un sentido ya que Instagram exige, indirectamente, que lo que se sube sea armónico para ser mostrable la mayor cantidad de veces, es decir, las fotografías que se suben además de ser partes de nuestra vida que se elige mostrar tienen que servir para el espectáculo del cual se deleitaran nuestros amigos virtuales.

“La fotografía ha sido sometida a una función comunicacional: el momento puede no tener un gran valor, pero ese valor crecerá si alguien la comenta. La mediatización de la vida social alcanza así su punto cúlmine, porque es el comentario del otro a través de las redes el que otorga sentido. Esta experiencia también es parte de la vida en una sociedad hipermediatizada”. (Carlón, 2016, pp. 48)

El enriquecimiento de esta experiencia se logra a través de la manipulación de las imágenes, editando o resignificando fotos ya existentes para poder crear el mejor contenido posible, de esta forma encajan perfecto en la puesta en escena que esta red social demanda. En este sentido, la postfotografía necesita de los usuarios para reafirmar sus características y los usuarios necesitan de la postfotografía para su subsistencia en las plataformas. Es una retroalimentación.

Ahora, ¿hasta dónde son capaces de llegar los usuarios para que su contenido llame la atención? ¿cuál es el límite de la extimidad?

“Millones de usuarios de todo el planeta -gente "común", precisamente como usted o yo- se han apropiado de las diversas herramientas disponibles on-line, que no cesan de surgir y expandirse, y las utilizan para exponer públicamente su intimidad. Así es como se ha desencadenado un verdadero festival de "vidas privadas", que se ofrecen impúdicamente ante los ojos del mundo entero. Las confesiones diarias están ahí, en palabras e imágenes, a disposición de quien quiera husmear”. (Sibilia, 2008, pp 32)

Esta experiencia, este espectáculo de nuestras intimidades se transformó paulatinamente en un modo de vida, este relato que se construye con las fotografías lo que hacen es darle sentido a la existencia, a nuestra relación con los otros. A veces es tan significativo que en este show todo lo que está dentro existe, todo lo que está fuera, lo que no se “materializa”, no existe. Por eso como plantea Sibilia (2008) el anonimato no parece deseable sino que todo lo contrario, en este escenario la sola posibilidad de pasar desapercibido puede convertirse en una pesadilla, es por esto que el espectáculo es la transformación del mundo en esas imágenes.

“Nosotros también nos transformamos, nos volvemos imágenes en potencia. Incluso antes de la ubicuidad de mil millones de cámaras de teléfonos celulares, ya estábamos ensayando la pose, la mirada y experimentando un reducido sentido de la privacidad” (Carlón, 2016, pp. 26).

La gente que trabaja mejorando la aplicación de Instagram sabe que la muestra de la intimidad a veces alcanza su límite, sobre todo cuando nuestra comunidad en la plataforma empieza a crecer, es por eso que se creó una funcionalidad específica dentro de las *Instagram Stories* que lleva el nombre de “Mejores amigos” en esa sección el usuario puede crear una lista de personas que considere su círculo más cercano, íntimo o aquellas personas que se crean con un interés particular para que vean un contenido exclusivo que será subido ahí. Todo lo que se elija subir a esa sección es solamente visto por la gente que se eligió, entonces, ¿es un lugar de mayor “intimidad” dentro de la extimidad? la propuesta de la plataforma es que así sea.

“Vas a poder hacer una lista de Mejores Amigos en Historias y compartir solo con las personas que hayas agregado. Las Historias de Instagram se convirtieron en

el lugar para expresarte y compartir momentos cotidianos, pero nuestra comunidad creció. A veces, lo que querés compartir no es para todos. Con Mejores Amigos, tenes la flexibilidad de compartir más momentos personales con un grupo más pequeño que elijas”. (Sitio oficial de Instagram, 2018)

Compartimos momentos, compartimos nuestra vida, compartimos nuestro paso por el mundo pero ahora, ¿qué pasa cuando el rumbo de la vida cambia de dirección y no es más acorde a lo que nuestro espectáculo en Instagram muestra? Antes bastaba con romper en mil pedazos la foto o esconderla en algún lugar de la casa que olvidaríamos tiempo después, pero hoy por hoy, ¿qué se hace con las fotografías que ya no representan nuestra vida actual?

#### **4.2 Álbumes digitales: El devenir del cajón de los recuerdos y su botón “Archivar”**

Hablemos del ritual de los álbumes de fotos. Es un domingo cualquiera en una casa; de repente a alguien se le ocurre ir al mueble, en el que sabe, se encuentran todos los álbumes familiares, la sobremesa se convierte así en una nostalgia bella y compartida. Ese ritual, sigue latiendo, aunque con menos frecuencia, sigue y seguirá hasta que alguien considere que ya no es necesario guardar esas fotos, hasta que se deterioren o hasta que se digitalicen para ahorrar espacio en las casas que son cada vez más pequeñas.

Pero no todo está perdido, porque esta “nueva” fotografía trajo consigo a los álbumes digitales, porque como vimos, todo fue modificándose para adaptarse a los nuevos desafíos que nos trajeron los avances de las tecnologías. Entonces, ¿dónde encontramos ahora a aquellos pesados y gordos álbumes fotográficos? se trasladaron, nada más y nada menos, que a las redes sociales, específicamente en la red puramente fotográfica como lo es Instagram.

Instagram nos ofrece en nuestro perfil dos formas principales de mostrar las fotografías, por un lado está el “Feed” que sería el muro principal y por el otro lado están las “Stories” o historias. Ambos cumplen la función de álbumes digitales, con la diferencia de que las historias solo duran 24 hs; son efímeras,

¿líquidas? y las del feed quedan visibles hasta que el usuario elija eliminarlas o archivarlas, son estáticas, ¿sólidas?.

En las historias es simple, por su corta durabilidad se elige mostrar más la instantaneidad de la vida, lo más “trascendental” que, sin embargo, no deja de ser fotografiable. Si aquello que se creía efímero y el usuario quisiera mantenerlo en el recuerdo, la plataforma Instagram creó, por un lado, el archivo de historias para volver a verlas cuando el usuario quisiera y por el otro la posibilidad de destacar esas historias fijándolas para compartirlas con otros

“Las Stories destacadas te permiten mostrar todas las facetas de tu personalidad, y puedes destacar cualquier cosa que hayas compartido previamente en tu Story. Desde los mejores momentos de tu temporada de fútbol actual hasta las historias que capturas de tus seres queridos; los intereses y actividades que más te importan tienen un espacio reservado en tu perfil. [...] Tus Stories se guardarán automáticamente en tu archivo cuando caduquen. De esta forma te será más fácil recordar tus momentos favoritos en el futuro”. (Sitio oficial de Instagram, 2017)

Sin embargo, con el feed la cosa es distinta ya que ahí se encuentra el lugar donde el usuario decide cómo quiere que lo conozcan, es la primera impresión al entrar al perfil de una persona, es el lugar que de una vista rápida conoces a alguien, el lugar donde se puede intuir que le gusta, que tipo de familia y amigos tiene o cuál es su hobby favorito. El feed es donde se puede encontrar aquella colección del mundo que mencioné capítulos atrás.

Es la esencia y la identidad que cada usuario va construyendo en el mundo digital. En ese lugar se elige muy bien qué se sube, lo que verdaderamente vale la pena que quede estático a la vista de todos. Sontang (1973) decía que las fotografías que almacenan el mundo parecen incitar el almacenamiento, son fotografías que se adhieren en álbumes, se enmarcan y se ponen sobre mesas, se clavan en paredes, se proyectan como diapositivas, hoy se adhieren, se enmarcan y se fijan en el perfil de Instagram.

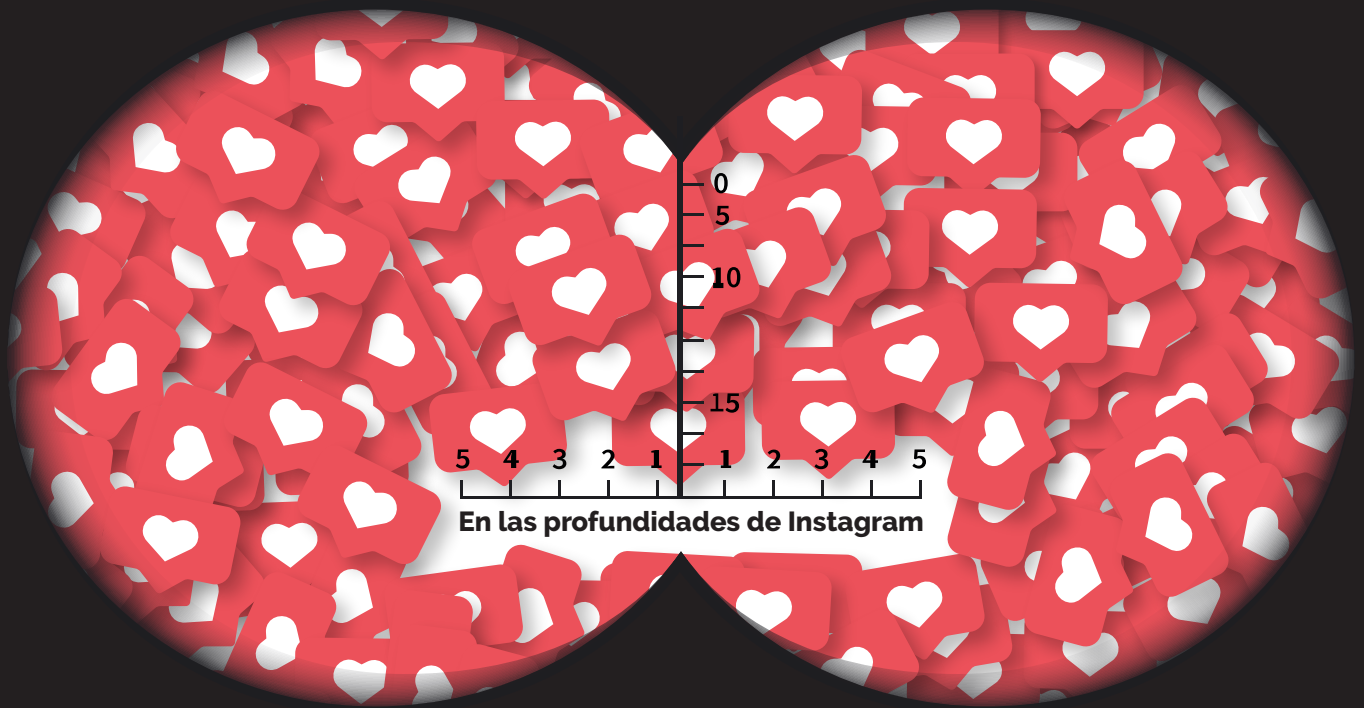
“Todo ocurre como si en cada post fotografías en un momento de sus vidas, para fijarlo en esa inmensa ventana virtual de alcance global que es Internet. Se producen, así, infinitas cápsulas de tiempo congelado y parado, chispazos del propio presente siempre presentificado, fotografiado en palabras y expuesto para que todo el mundo lo vea”. (Carlson, 2016, pp. 156)

Ahora bien, la vida de los usuarios y sus gustos cambia con mucha más rapidez que años atrás y la incógnita es qué pasa cuando el perfil y la forma de mostrarse en el mundo digital ya no es acorde a la nueva persona que se es hoy, bueno para eso existen dos opciones muy simples, el usuario puede optar por eliminar la fotografía para siempre de la plataforma o puede archivarla.

“Siguiendo el práctico lema hágalo usted mismo, es posible deletear con total rapidez y facilidad todo aquello -y a todo aquel- que no merezca quedar en el desván de la memoria. En este sentido, las herramientas digitales prometen ser mucho más eficaces que el antiguo método analógico del "pasado pisado" y la lenta digestión intestinal”. (Sibilia, 2008, pp. 160-161)

La decisión de archivar lleva a pensar que en ese archivo se encuentra el pasado, ese archivo es el devenir de los cajones de recuerdos, ahí podremos volver cada vez que queramos recordar nuestros otros “yo” que fuimos y ya no somos. Sea cual fuera la decisión al momento de cambiar la cara de nuestro perfil, lo más importante es que este es un acto necesario para la narración de nuestras vidas, como dice Sibilia (2008) para poder pensar, actuar y vivir, e inclusive para poder construir un yo "narrador autor personaje" a la vieja usanza, hay que ejercer la actividad más elevada del espíritu, en términos nietzscheanos: olvidar; o como diría Fischer: jerarquizar, escoger, seleccionar qué es lo que vamos a mostrarle de nosotros al mundo.

Para cerrar, se podría decir que el antiguo álbum familiar se materializa hoy en bytes que almacena Instagram y más aún, se amplía ofreciéndonos la maleabilidad de manejar nuestros recuerdos y mostrarlos como mejor nos parezca. Es por eso que nos sentimos cómodos y elegimos mostrar lo más íntimo de nuestra vida, aprendimos y elegimos convivir con la extimidad tan necesaria para el propio conocimiento del yo en los tiempos que corren.



## 5.1 Un análisis postfotográfico en perfiles de Instagram

*“Allí donde el mundo real se cambia en simples imágenes, las simples imágenes se convierten en seres reales y en las motivaciones eficientes de un comportamiento hipnótico”.*  
Debord, 1967, pp. 29.

A lo largo de este recorrido hemos visto las transformaciones que fue sufriendo la fotografía con el advenimiento de las tecnologías y la gran potencialidad creativa que ofrecen las redes sociales. Buscamos entender este proceso de resignificación y ver que tan grandes eran esos cambios que había tenido, fue así como pudimos desglosar cada una de las categorías que representan a la “nueva” fotografía llamada hasta el momento como postfotografía.

Tal como vimos en los capítulos anteriores, este análisis pretende afianzar y aportar un mayor conocimiento sobre postfotografía, para poder cuestionar y poner en tensión a este nuevo fenómeno y finalmente ver como la red social Instagram es partícipe de la existencia y ¿subsistencia? de la postfotografía.

Para poder visualizar algunas de las categorías mencionadas en los apartados anteriores, se realizó una selección de 24 perfiles públicos dentro de mis contactos personales de Instagram.

Cabe destacar que previo a esta publicación se solicitó autorización para el uso de sus fotografía, contenidos e información de sus perfiles con fines investigativos.

La técnica utilizada para el correcto analizar los perfiles fue el análisis de contenido, para dar cuenta de las características del contenido generado por los usuarios y presentado en sus perfiles. Esta técnica es la que mejor se adapta a esta investigación porque, como plantea Abela (2002), lo característico del análisis de contenido y lo que la distingue de otras técnicas de investigación sociológica, es que se trata de una técnica que combina intrínsecamente, la observación y producción de los datos, y la interpretación o análisis de los datos. Un contenido que es leído e interpretado adecuadamente nos abre las puertas al conocimiento de diversos aspectos y fenómenos de la vida social.

De los 24 perfiles seleccionados, 12 de ellos formarán parte del Grupo 1 a quienes llamaremos “Los especialistas” que cuentan con los siguientes criterios:

- Son generadores de contenido creativo con fines comerciales, ya que trabajan de manera independiente para diferentes marcas de todo el país.
- Cuentan con una amplia comunidad de entre 20 mil y 300 mil seguidores.
- Tienen conocimientos profesionales en fotografía, diseño, edición y dirección de arte.
- Son expertos en contenido postfotográfico.

A los otros 12 usuarios pertenecientes al Grupo 2 los llamaremos “Los aprendices”, dichos perfiles responden a los siguientes criterios:

- Son generadores de contenido creativo pertenecientes a diferentes regiones de la Argentina y cuentan con una comunidad pequeña o media de entre 1600 y 8500 seguidores.
- Tienen un particular cuidado estético en el trabajo de la imagen.
- Evidencian cierto tipo de conocimiento amateur en fotografía, edición o diseño
- Aspiran a crear contenido que les permita alcanzar el contenido y/o status de “Los especialistas”.
- Son usuarios preocupados por el tratamiento de la imagen en pos de mejorar el contenido que le muestran a sus seguidores.

Se realizó la selección de estos 2 grupos, y no otros, porque en este estilo de perfiles, que responden a las características mencionadas anteriormente, es en dónde mejor podemos ver y analizar el impacto de la postfotografía, partiendo de la hipótesis de que en gran parte la postfotografía necesita de este tipo de usuarios para reafirmar sus características y estos usuarios necesitan de la postfotografía para su subsistencia en la plataforma.

De los 24 perfiles seleccionados en un inicio, se realizó una nueva selección de 7 perfiles pertenecientes a “Los especialistas”:

- [@rpirovano](#)
- [@indiabuselli](#)
- [@melanieantonde](#)

- @tupisaravia
- @soyjimenaconj
- @claritacao
- @i.haito

Por otro lado se seleccionaron los 9 perfiles pertenecientes a “Los aprendices”:

- @tomipetersen
- @sofibeledi
- @cingraneros
- @jael.romero0
- @vaneantivero
- @barbicapitao
- @buscarola
- @callmemape
- @barbiipitarch

Se decidió generar una segunda delimitación ya que los perfiles presentan características similares y resulta redundante incluirlos en el análisis. De esta manera quedan como perfiles de análisis un total de 16 perfiles entre “Especialistas” y “Aprendices”.

Tras reconocer las diferencias, es importante destacar que en dicha selección de estos 16 perfiles se pueden encontrar características muy similares en el contenido que suben y en aquello que quieren comunicar.

Finalmente, la elección de los nombres de ambos grupos fue producto de una característica que los diferencia de manera sustancial. “Los especialistas” son ávidos conocedores de las herramientas y tecnologías con las que desarrollan su tarea; y en cambio, “Los aprendices” se encuentran en una indagación constante, utilizando todas las herramientas y aplicaciones que alimentan a la postfotografía para llegar a la construcción de un perfil con llegada más masiva. Para “Los aprendices”, “Los especialistas” son quienes tienen la clave del éxito.

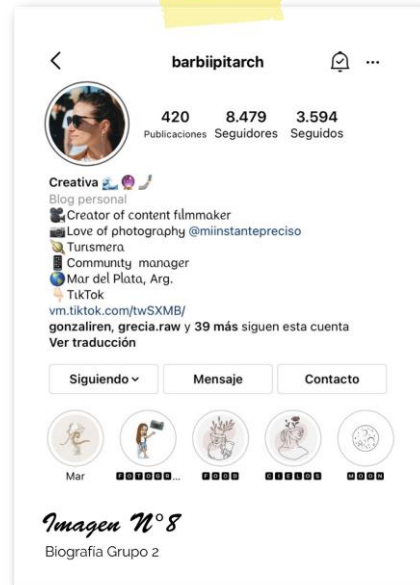
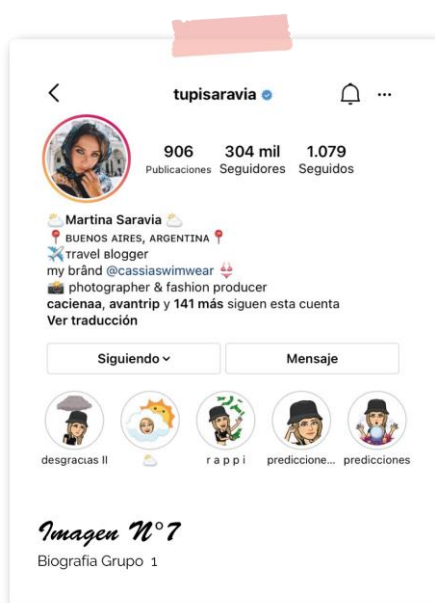
## 5.2 Flash 1: los perfiles andan diciendo

Para comenzar, es conveniente visualizar cómo los usuarios de ambos grupos se presentan en sus perfiles, la decisión de empezar por acá radica en que cuando entramos a un perfil de Instagram lo primero que vemos es como ellos se muestran ante los demás, es muy importante prestar atención a que nos dicen los perfiles, desde cómo eligen describirse en su biografía, hasta que categorías deciden poner en sus historias destacadas, porque eso nos da información sobre el contenido que veremos.

Al momento de registrarse en la plataforma Instagram permite realizar una serie de personalizaciones para poder armar un perfil acorde a una identidad, en dichas opciones brinda un abanico amplio de posibles descripciones que el usuario puede elegir completar. Entre ella está la posibilidad de poner un nombre, una breve presentación o biografía y la posibilidad de agregar un sitio web. También permite elegir si el perfil va a ser con usos personales, de empresa o de creador, luego dependiendo la opción elegida permite seleccionar dentro de una serie de categorías la que defina mejor al usuario.

Entre los dos grupos se puede ver, en primer lugar, que eligieron tener una cuenta de creador y seleccionaron para autodenominarse diferentes variantes entre los que se encuentran creador digital, fotógrafo, artista o blogger/blog personal, (esta categoría se visualiza debajo del nombre en un color gris claro y puede ser visible como estar oculta).

En segundo lugar, podemos percibir como plantean de diferentes maneras, pero con estilos similares, el mostrarse a los demás en sus biografías, detallando a qué se dedican, cosas que le gustan, frases que los definen, el lugar de dónde son y en algunos casos el tipo de contenido que hay en su perfil. De los 16 usuarios, sólo dos optaron por no poner ningún tipo de descripción.



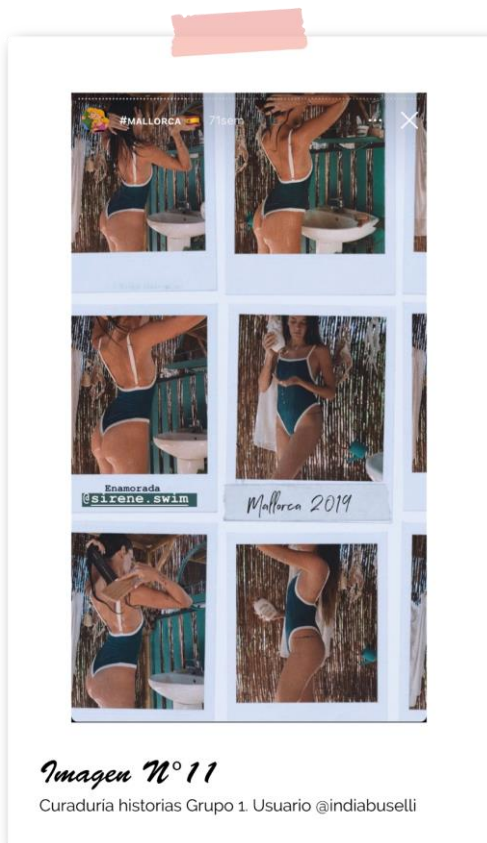
Con respecto a la forma en que los usuarios de cada grupo se describen y a las decisiones que tomaron al momento de poner u omitir información sobre sus vidas en su biografía, hay que tener en cuenta lo que plantea Sibilia (2008), en esta sociedad del espectáculo en la que todos vivimos pero especialmente ellos que la alimentan, las personalidades pasaron a ser alterdirigidas y no más introdirigidas, es decir son construcciones de sí mismos orientadas hacia la mirada ajena o exteriorizadas y ya no más introspectivas o intimistas. En sus biografías ellos eligen venderse, mostrándose pensando en cómo van a verlos sus potenciales seguidores.

Como vimos anteriormente, en el capítulo 4, Instagram nos ofrece la posibilidad de mostrarnos en nuestro perfil a través de historias fugaces que duran 24 hs, pero a su vez dichas historias pueden destacarse o fijarse si el usuario considera que ese contenido es de valor. En este sentido, en las historias destacadas de los perfiles seleccionados podemos ver que, salvo por uno, todos decidieron tener más de una historia destacada. A su vez, cada historia es dividida en diferentes categorías, dichas categorías responden a aspectos interesantes de sus vidas que nos ayudan a entender más la identidad que cada usuario decide mostrar y formar en la plataforma.

Si bien son elecciones más personales, podemos ver categorías que se repiten en los perfiles de ambos grupos, podría decirse que esta elección en el grupo de los aprendices viene de una especie de “imitación” de sus modelos a seguir correspondientes al grupo de los especialistas.

Entre dichas categorías se encuentran coincidencias en lo que respecta a tips de todo tipo para sus seguidores, momentos vividos en cuarentena, ropa que usan o “Outfits”, lugares a los que viajaron, recetas, música o películas que recomiendan y una específica a fotografías que quizá son similares, pero demasiadas, para subirlas todas al feed. Sin embargo, podemos ver que la mayoría no eligen subir su contenido a historias como esta, en crudo, sino que le hacen una especie de curaduría agregando efectos, filtros y utilizando apps para armar composiciones, lo que hace que cada historia destacada sea a su vez un feed en sí mismo.





Por último, me parece importante destacar la elección de cada usuario con respecto a la foto de perfil. La foto de perfil puede ser considerada teniendo en cuenta a Mc Luhan (1969) como una extensión de sus rostros y que esta prolongación esté relacionada directamente con sus modos de ser y estar en Instagram.

En este caso, podemos empezar a ver también coincidencias en ambos grupos en cuanto al estilo de fotografía que seleccionaron. En primer lugar y teniendo en cuenta como plantea Barthes (1989) que la fundamentación de la naturaleza de la fotografía es la pose, en algunos casos, podemos ver un claro patrón en la manera de posar en ambos grupos, quienes tienen un anillo rosado alrededor responden al grupo de “Los especialistas”, mientras que las que no lo tienen responden al grupo de “Los aprendices”.

En este caso, podemos empezar a ver también coincidencias en ambos grupos en cuanto al estilo de fotografía que seleccionaron. En primer lugar y teniendo en cuenta como plantea Barthes (1989) que la fundamentación de la naturaleza de la fotografía es la pose, en algunos casos, podemos ver un claro patrón en la manera de posar en ambos grupos, quienes tienen un anillo rosado alrededor responden al grupo de “Los especialistas”, mientras que las que no lo tienen responden al grupo de “Los aprendices”.

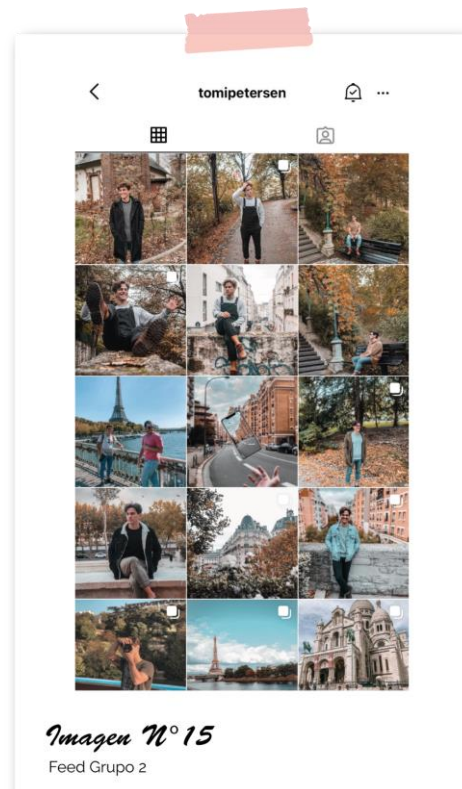
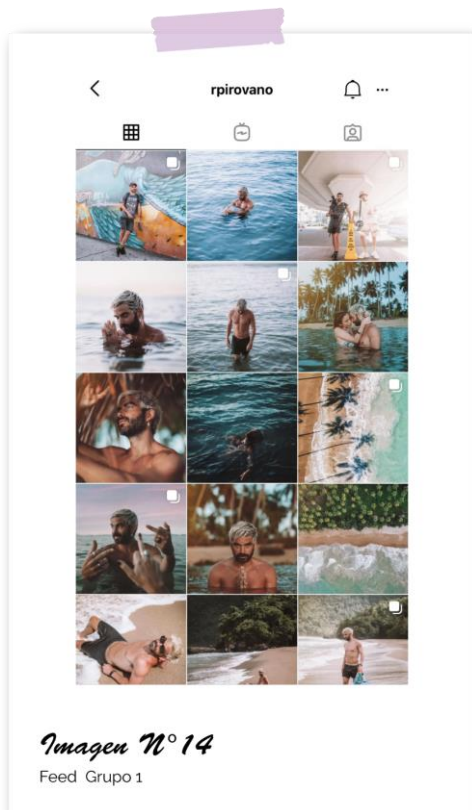


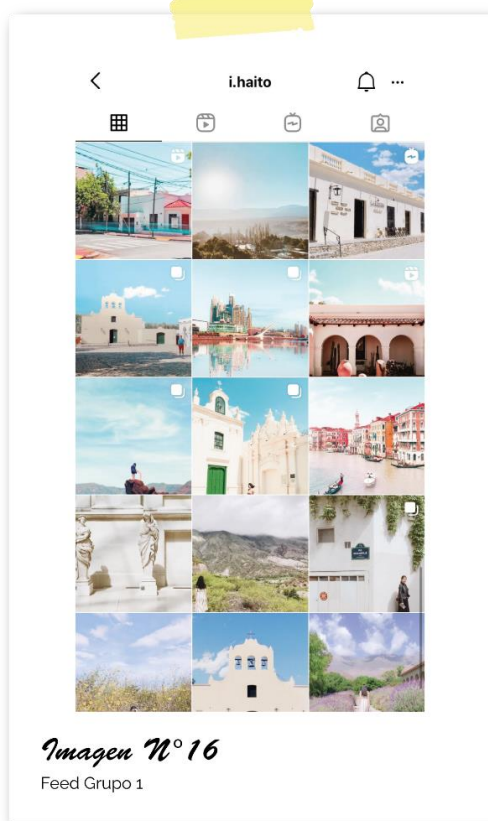
### 5.3 Flash 2: con un ojo en la edición de las imágenes

Instagram es una red social visual, que furtivamente obliga a sus usuarios a generar un contenido estético y armonioso, por eso es importante ver cómo cada usuario va construyendo su perfil. En este sentido, en cuanto a la composición general de las fotografías subidas a la plataforma, se ve en cada usuario en análisis una marcada estética particular, que en su mayoría responden a una colorimetría similar en cada foto, es decir, que realizan una edición de color bastante detallada de las fotografías que suben para que todas tengan la misma tonalidad y construyen de esa manera una percepción de personalidad vinculada a los colores.

Es común en el accionar de los usuarios, que una vez definido el estilo deseado se genere un filtro o lo que se conoce como “preset” con los ajustes que se usan en una fotografía para luego replicarlo en el resto del contenido, para ir simplificando el proceso de edición, porque como vimos, la postfotografía debe responder siempre, ante todo a la rapidez e inmediatez.

En principio es importante destacar cómo el estilo de las fotografías que los usuarios eligieron para subir a sus perfiles siguen un patrón, que si bien no igual, presenta grandes similitudes entre los grupos. Podemos observar cómo, nuevamente, hay una elección semejante en las poses capturadas, como así también se ven similitudes tanto en la en las composiciones fotográficas como en la elección de la gama de colores. Es esta búsqueda que “Los aprendices” tienen de emular las acciones de los especialistas, estos últimos encontraron también un camino de construcción de su propia imagen, tomando su rol de especialistas para comercializar sus “presets” a quienes quieran imitarlos.

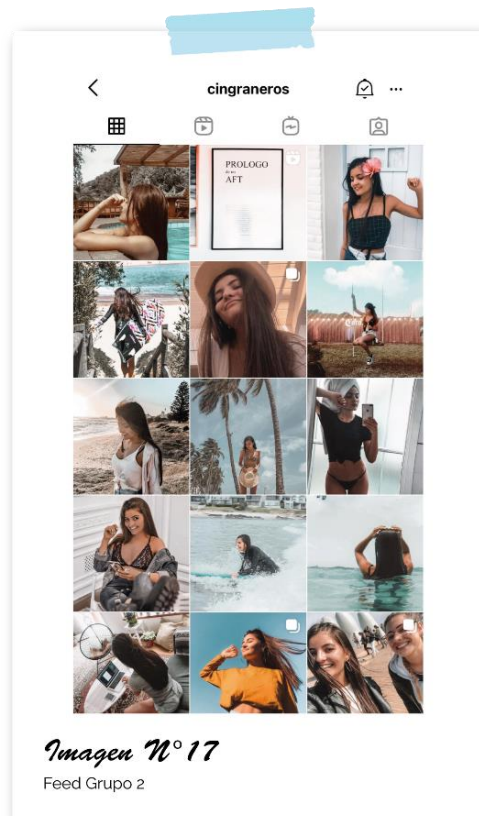


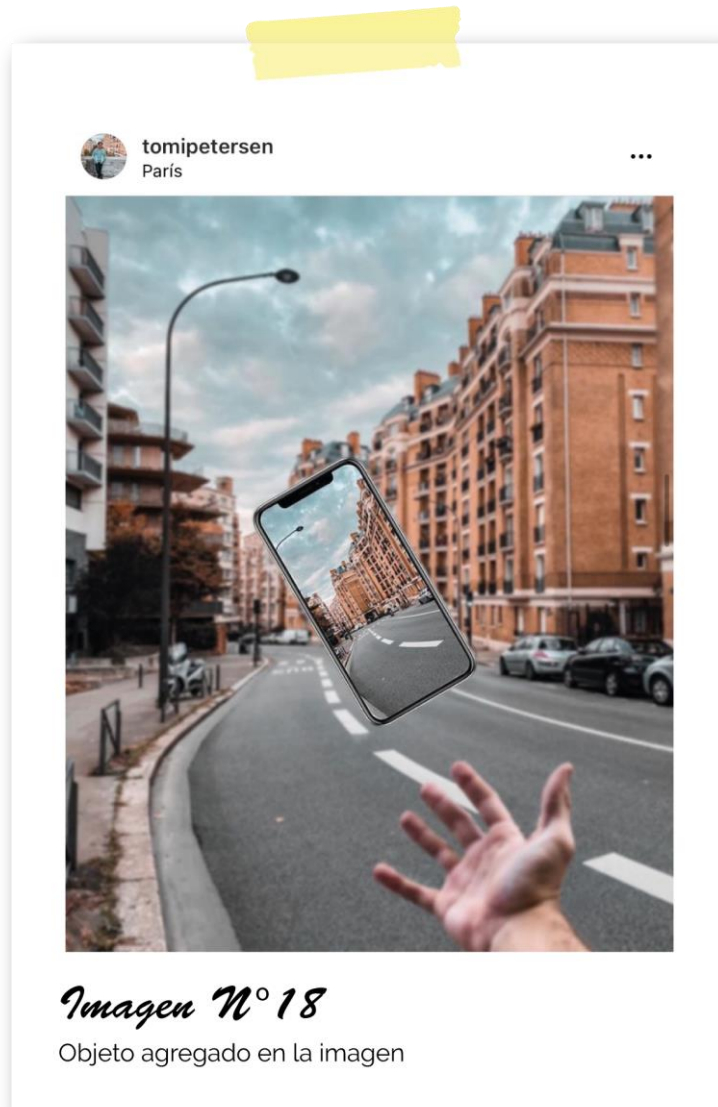


En cuanto a los colores, muchas veces cuesta dilucidar si los que se presentan en la fotografía son los que realmente se pueden encontrar en el lugar que fue tomada la imagen, ya que poco importan los colores originales sino que esos colores respondan a la estética que decidieron para su perfil y que los representa. En efecto, como plantea Ritchin (2009) las imágenes postfotográficas no se prefieren porque transmitan algo más real sino justamente porque se convierten en algo más irreal, en una ficción. Muchas

veces tan irreal que sólo representa el deseo de lo que quieren ser, y a partir de allí se construye una nueva realidad.

Por otro lado, también podemos ver como algunos elementos en las fotografías llaman la atención en cuanto a la búsqueda de la perfección en la imagen, lo que parecería denotar que la persona o un objeto no estaba allí sino que fue agregado. Dicho caso lo podemos ver en la imagen N°18, que contiene una fotografía con un celular en el aire. Es aquí donde empiezan a visibilizarse algunas de las tensiones de la fotografía como huella de lo real.

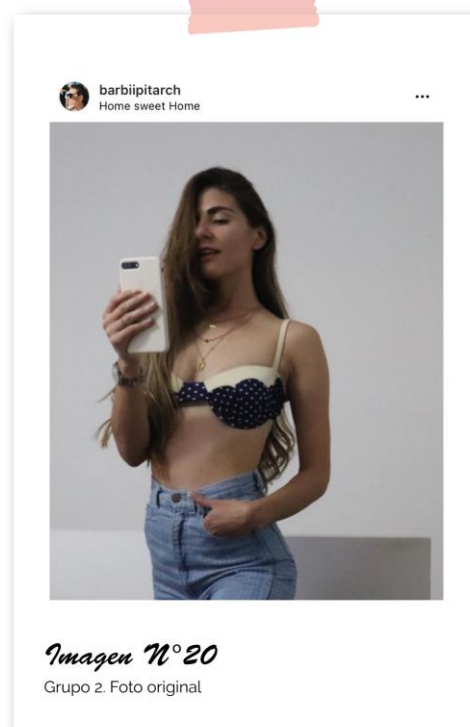
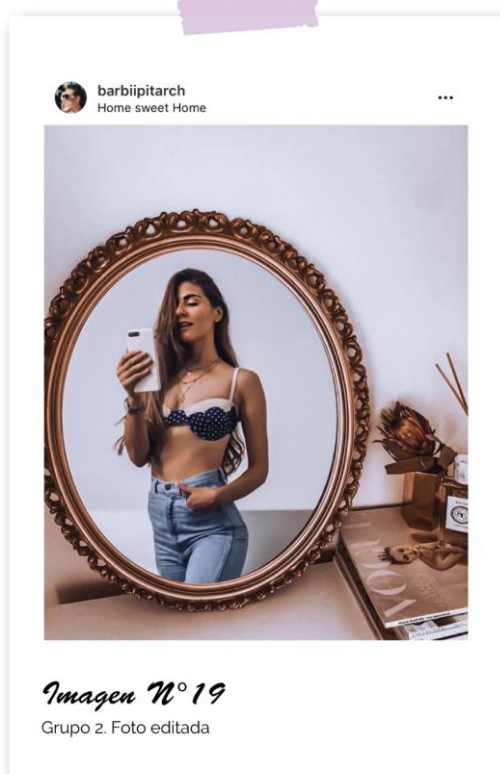




*Imagen N° 18*

Objeto agregado en la imagen

En este aspecto algunos usuarios alteran “en silencio” sus fotografías por cuestiones estéticas y otros usuarios prefieren blanquear la alteración de sus imágenes. La elección de esto muchas veces está relacionada con la búsqueda de interacción y de conversación, que tanto demanda Instagram, con sus seguidores para que les consulten como hizo dicha edición o justamente para mostrarse con algún tipo de expertos en el tema emulando a “Los especialistas”.

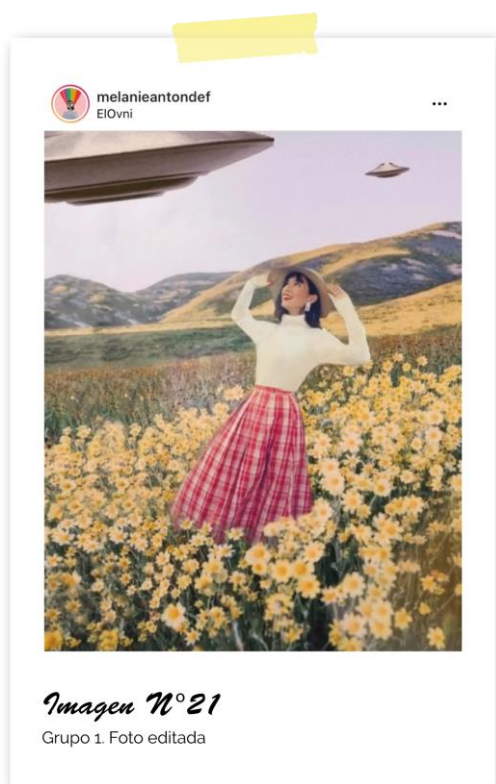


En esta publicación, @barbiipitarch en el pie de foto, luego de hablar de su outfit, dice “Les dejo las dos fotos para que vean el poder de la edición” y luego les pregunta a sus seguidores, en busca de feedback, si les gustó cómo quedó el resultado y les cuenta las aplicaciones que utilizó para hacerlas. Este sinceramiento sobre la edición puede muchas veces causar un impacto, lo que lleva a preguntarnos ¿qué tan real es todo lo que vemos en las fotografías que circulan en las redes sociales? y ¿qué tan dañinas o inofensivas son esas ediciones? En este sentido, es interesante volver a Ritchin (2009) que nos plantea pensar en las fotografías no como referentes, sino como anhelantes. Representan exactamente todo aquello que el usuario quiere representar con sólo unas maniobras de distancia.

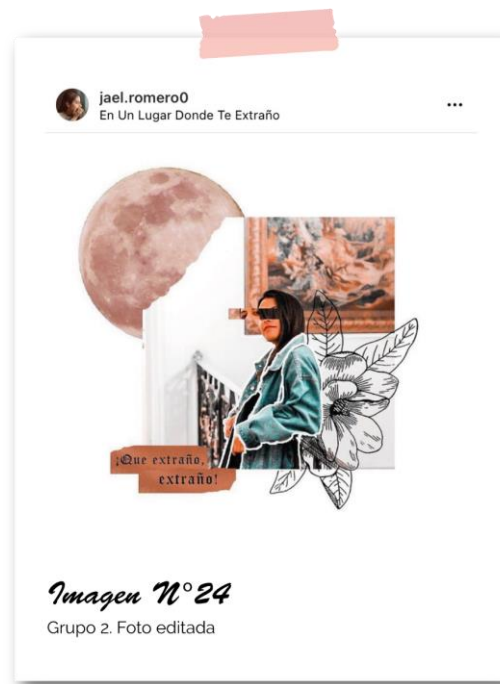
Cuando hablamos de autoría y ecología visual, dos características que pueden ir de la mano, planteamos el surgimiento de nuevas obras a partir de fotografías existentes en pos de resignificarlas o darles otro marco comunicativo. La posibilidad y la facilidad que brindan las aplicaciones para poder realizar esto,

está directamente relacionado con el incentivo a una práctica de reciclaje y muchas veces de una adopción de la imagen.

En los grupos seleccionados, determinados usuarios de “Los especialistas” dan una especie de mentoría a sus seguidores para que puedan realizar las composiciones que ellos suben a sus perfiles, es decir, les enseñan cómo editar con aplicaciones móviles sus fotografías para que puedan crear posts de maneras creativas, en efecto, en el grupo de “Los aprendices” podemos ver como hacen utilización de estas enseñanzas, le dan su estilo y lo aplican en sus perfiles.

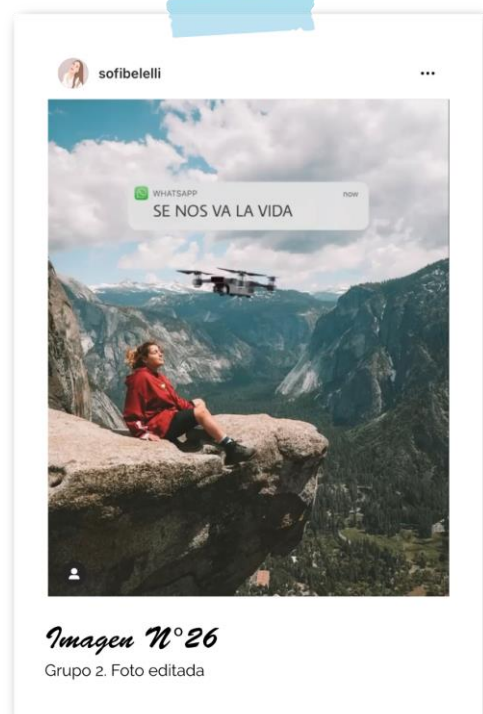
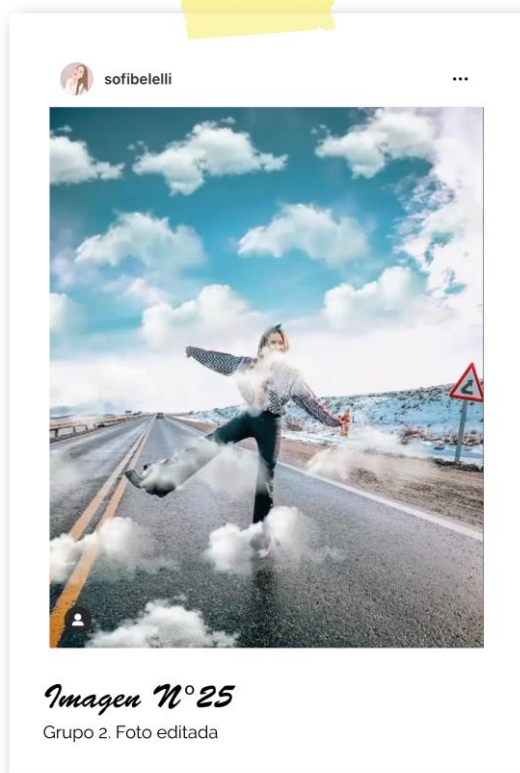


Teniendo en cuenta lo que plantea Fontcuberta (2016) en relación a que el arte de las fotografías ya no está implícito en la producción de imágenes, sino en los valores y significados que pueden transmitir, algunos usuarios eligen resignificar sus propias fotografías. Eligen resignificarlas comunicando algo de sí mismos que no sería representado en la misma imagen pero sin ningún tipo de intervención.



En cambio, hay otros usuarios que eligen darle una nueva mirada a las fotografías ya publicadas por otros perfiles y utilizarlas para armar un post con ese contenido. En ese sentido se trataría de un contenido ligado directamente con las cuestiones de autoría y autenticidad.

En el caso a continuación, @sofibelevelli, que se presenta en su perfil como creadora digital, se encarga de subir no solo fotografías suyas, sino también, creaciones con las técnicas de manipulación de imágenes que venimos viendo. Ella opta por realizar videos cortos al estilo stop motion interviniendo fotografías de creadores de contenido conocidos, se podría decir que a modo de homenaje a “los especialistas” mientras que a su vez demuestra lo que ha aprendido de ellos, y por tanto realza una similitud deseada con sus musas. A su vez, entre los objetivos pareciera estar que dichos homenajeados vean su contenido y lo compartan, para ir así llegando a nuevas comunidades y en definitiva aumentar la propia.



En las imágenes N° 25 y 26 se visualizan capturas de dos de sus videos vinculados a lo que venimos hablando. En este caso las fotografías están intervenidas con elementos que representan la identidad de las usuarias @tupisaravia y @claritacao, en coincidencia ambas creadoras están dentro del grupo “Los especialistas”. Este es un claro ejemplo de cómo la ecología visual y las tensiones de la autoría pueden verse en Instagram, en este caso, las usuarias están etiquetadas y sus comentarios fueron muy positivos al momento de ver el uso de su material para la construcción de algo nuevo, y de alguna forma ver que están siendo imitados como forma de nutrir su propia identidad.

### 5.4 Flash 3: aquí y ahora en un mundo postfotográfico

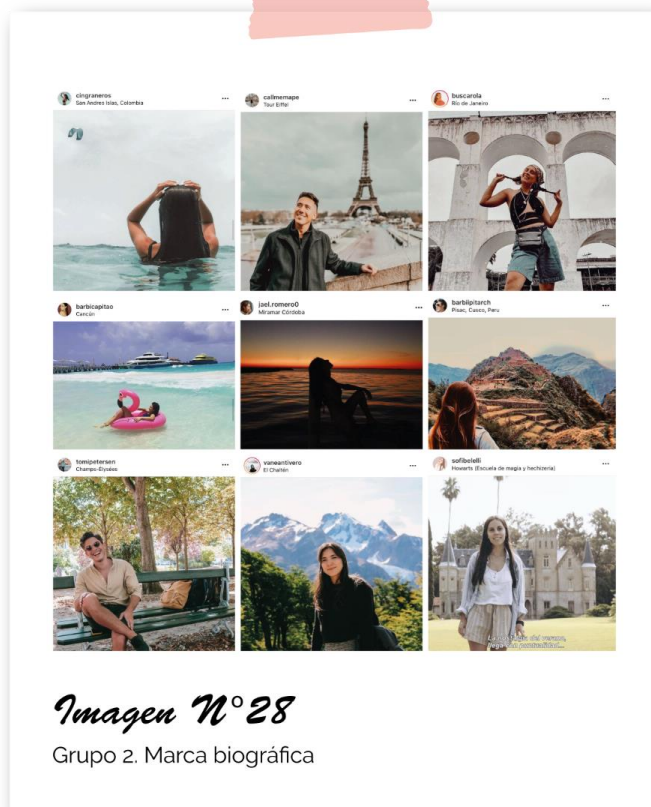
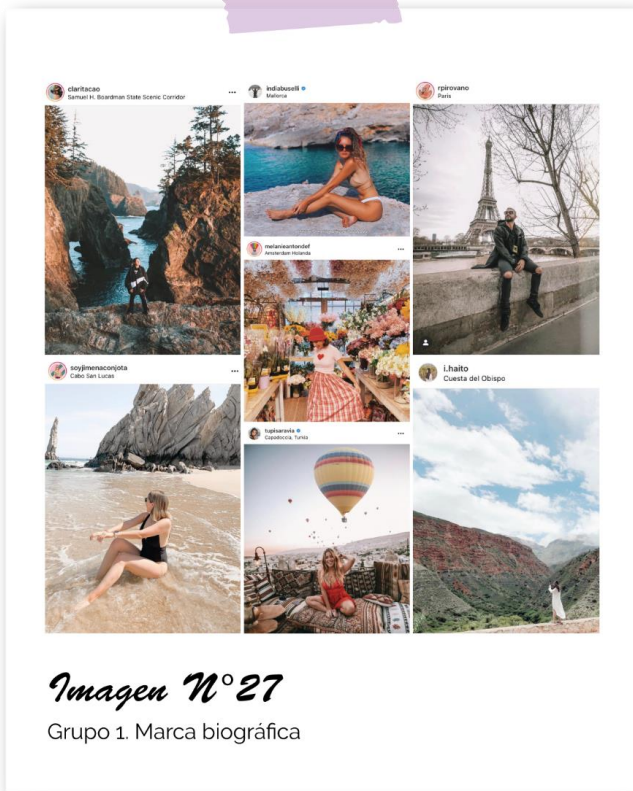
Para finalizar, nos centraremos en la que a mi parecer es la característica más importante, de la postfotografía: la marca biográfica y autobiográfica.

Considero que es la columna vertebral de este fenómeno en análisis porque está íntimamente ligada con el mundo moderno y con la demanda del show que emerge en las redes sociales, especialmente en Instagram.

Esta característica está ligada directamente a la inmediatez y a la fugacidad de los momentos que los usuarios viven en su día a día, de este modo, cuando comparten las fotografías de sus viajes, de lugares visitados como bares, museos o plazas, lo que buscan comunicar a su comunidad es que estuvieron en ese lugar, se sitúan biográficamente en el mundo, sobre todo si es un lugar conocido.

Hay una búsqueda en remarcar que fueron parte de una experiencia y conocieron dicho lugar, porque como vimos, no pareciera tratarse de una búsqueda de mostrar el mundo a través de las fotografías sino de mostrar la propia existencia en el mundo. Recordando a Sontag (1973) se transforma la experiencia en una manera de ver y por tanto tener una experiencia es lo mismo que fotografiarla.

En efecto, cada perfil analizado cumple con esta característica. Es la única que podemos observar en cada uno de los usuarios, es de hecho la que más sobresale y no es de extrañar, ya que las fotografías que más repercusión tienen en Instagram son las que sitúan biográfica y autobiográficamente al usuario en diferentes lugares del mundo aspiracional, porque la mayoría del contenido que circula por la plataforma responde a esta característica. Esto pareciera ser porque comunica que la vida está siendo vivida. Por ejemplo una integrante de “Los especialistas” @claritacao tiene como bandera el slogan “Se nos va la vida” y comunicando eso en su contenido genera una amplia adopción entre “Los aprendices” de que un vida que está siendo vivida debe expresarse en Instagram y por sobre todo debe inspirar y contagiar disfrute.



Las imágenes N° 27 y 28 con fotos de cada uno de los usuarios representan la mencionada característica marca biográfica. En ellas podemos visualizar que los usuarios están situados en un contexto de viaje, de aventuras viajeras. Conseguimos además apreciar que estas fotografías siempre están acompañadas con la herramienta de ubicación que dispone Instagram, indicando la georeferenciación del lugar en el que el usuario se encontraba en ese momento, ya que esa información termina de completar el mensaje. Me animaría a decir que en algunos casos, es el mismo mensaje.

Se podría pensar, que en los casos en que el monumento visitado es muy icónico como, por ejemplo, la Torre Eiffel, no sería necesario agregar esa información, sin embargo, se agrega para que su foto sea parte de todas las fotografías que aparecen cuando uno hace click en la ubicación situándose biográficamente no sólo ante sus seguidores sino ante toda la marea de usuarios. Con respecto a aquellos lugares que no son tan conocidos o no se distinguen bien, el agregar la ubicación resulta clave para darle la información correcta a sus seguidores. Estas publicaciones, en su mayoría, están acompañadas de un pie de foto explicando las sensaciones que les generó estar ahí, la melancolía de extrañar el lugar visitado o una frase inspiracional acorde.

Si nos preguntamos por qué esta característica es la que más podemos observar en los perfiles de ambos grupos, es preciso volver a Carlón (2016) cuando explica que toda experiencia pasa a tener mayor significado porque la fotografía brinda información exacta sobre una situación puntual, esta información es veloz y fácil de descifrar por lo que no exige una demanda de tiempo al espectador, pero por sobre todo la exigencia de estar disfrutando la vida y el presente lleva a vivir con intensidad cada momento, en efecto esta demanda guía a los usuarios a transmitir esas vivencias con el mismo vigor.

## Reflexiones finales

La fotografía, como pudimos ver a lo largo de todo el recorrido, se transformó hoy en un rito social, en un ritual de comportamientos en donde las personas se refugian en busca de calma, de comprensión de sí mismos, de su estar en el mundo, de su identidad pero, sobre todo, esta nueva fotografía puso en un lugar central a la comunicación, hoy nos comunicamos a través de imágenes, a través de las fotografías buscamos generar conversaciones con un otro, por eso “dejamos de ser” homo sapiens para transformarnos, como bien plantea Fontcuberta, en homo photographicus. Somos y vivimos a través de las fotografías.

Todo esto no solo es posible por el avance de las tecnologías y la posibilidad de tener una cámara en el bolsillo, sino que fue fundamental la aparición de las redes sociales que vinieron a darle un soporte, que no tenían, a estas fotografías, retornaron para darle un sentido y en ese momento en el que se dio, a mi parecer, una ruptura significativa con aquella fotografía argéntica, transformándose en lo que parecería ser la postfotografía. En efecto, la fotografía hoy tiene como eje central originar conversaciones para establecer vínculos entre los usuarios que participan de las diferentes plataformas.

Es claro que usuarios como “Los especialistas” y “Los aprendices” son claves para el sustento de esta nueva fotografía, ya que fomentan y fortalecen sus características llenándolas de sentido. Como se planteó, entre ellos se da una retroalimentación, porque en consecuencia los usuarios también necesitan de la existencia de la postfotografía para sostener sus identidades y sus formas de ser y estar en el mundo.

En este camino vimos y pudimos desglosar cada una de las características que representan a esta “nueva” fotografía y en este sentido considero que no vinieron a desplazar a la fotografía tal como la conocíamos, sino que vinieron a complementarla, ampliarla y extenderla. Muchas de ellas son heredadas de la fotografía tradicional y otras vinieron a generar cuestionamientos, como la ecología visual que, por ejemplo, pone en jaque a los residuos informáticos.

Estas características nos permiten, hoy, clasificar a las fotografías digitales de diferentes maneras, son adaptaciones de las que traía consigo la ¿antigua?

fotografía. Al ser un fenómeno actual y en constante cambio es muy probable que a medida que continúe avanzando sigan apareciendo más.

En este sentido, a partir de lo observado, podemos concluir que algunas de estas categorías como: la marca biográfica, la ecología visual y el juego con las tensiones de la fotografía huella de lo real y entre autoría y autenticidad son una clara marca que los creadores de contenidos creativos en Instagram llevan como bandera.

Recordando el capítulo 1.2 “La fotografía como medio del pueblo” cuando hablamos que la fotografía comenzaba a ser masiva todos los ciudadanos podían explorar el mundo fotográfico como quisieran, por ende podemos decir que el recorrido volvió a ser el mismo, la masividad de las cámaras fotográficas en los teléfonos celulares y la capacidad de reproducción y divulgación inmediata de las fotografías hizo que, nuevamente, cada persona pudiera explorar el mundo fotográfico como quisiera y no solo eso, hizo que pudieran explorar la vida y a sí mismos través de las fotografías.

En cuanto al planteamiento y diferenciación, que vimos en Fontcuberta, de fotografía sólida, que serían aquellas que tienen un dialogo con el tiempo, emanan del mundo de lo tangible y captan sentido; y las fotografías líquidas, que se pierden, son de vida breve, crean sentido y navegan en las inmensidades de la web, me voy a tomar el atrevimiento de doblar la apuesta ya que, considero como se sugirió anteriormente, que esas divisiones también pueden aplicarse a la fotografía digital.

Hay fotografías que se toman con la finalidad de que desaparezcan, como cuando fotografiamos nuestros platos diarios de comida, y son aquellas que los usuarios suben a las historias de Instagram con una durabilidad de 24hs; y hay fotografías que son tomadas con la intencionalidad de perpetuar un momento importante en la vida de los usuarios, son aquellas que podemos visualizar estáticas en el feed. La esencia de tomar estas fotografías, en efecto, sigue siendo aquella que tenía la “fotografía sólida”, guardar recuerdos para volver a ellos con alegría o nostalgia cuando el usuario lo desee, pero por sobre todo para mostrarles a su comunidad también esos momentos vividos. Es por eso que

considero que dentro de aquello líquido de esta nueva fotografía hay un deje de solidez.

Quizás no tengamos el olor de fotos amarillas, ni la necesidad de ir al cajón abandonado de un mueble, en algún lugar de la casa, para recordar esos momentos, pero basta con abrir nuestro perfil de Instagram o la galería del celular para volver a disfrutarlos. Hoy llevamos nuestros recuerdos con nosotros, a todos lados y hasta desde un punto de vista poético, puedo decir, es una metáfora hermosa adaptada a los tiempos que corren.

La discusión sobre si la fotografía se transformó en postfotografía creo que todavía tiene varios años por delante, lo que sí queda claro es que algo pasó, las tecnologías vinieron para quedarse y en ese venir la fotografía devino en otra fotografía que se adecuó a la sociedad actual, pero a mi parecer, nunca perdió su esencia, porque de eso se trata el devenir, lo anterior no se pierde, se transforma, se adapta para poder sobrevivir. Quedará para una investigación futura profundizar cómo impacta este cambio directamente en nuestras vidas, nuestra intimidad y por sobre todo en la formación de nuestra identidad.

## Bibliografía

**BAUMAN, Z.** (1999). La modernidad líquida. Editorial Fondo de Cultura Económica de España.

**FONTCUBERTA, J.** (2010). La cámara de pandora. Editorial Gustavo Gili.

**FONTCUBERTA, J.** (2011). Por un manifiesto postfotográfico. Diario “La vanguardia” Recuperado en 22 de noviembre de 2019: <https://www.lavanguardia.com/cultura/20110511/54152218372/por-un-manifiesto-posfotografico.html>

**ABELA, A.** 2002. Las técnicas de análisis de contenido, una revisión actualizada. Editorial Fundación Centro de Estudios Andaluces.

**BAZIN, A.** (1990) [1945]. “Ontología de la imagen fotográfica” en ¿Qué es el cine?, Madrid.

**SONTAG, S.** (2006) [1973]. Sobre la fotografía, México, Alfaguara.

**COLORADO, O.** (2016). El nacimiento de la fotografía, en Revista Oscar en fotos “Informes fotográficos”. Recuperado el 3 de marzo de 2020 en: <https://oscarenfotos.com/2016/02/06/el-nacimiento-de-la-fotografia/>

**BENJAMIN, W.** (2008) [1931] “Pequeña historia de la fotografía” en Sobre la fotografía, Valencia, Pre-Textos.

**COLORADO, O.** (2016). La expansión de la fotografía, en Revista Oscar en fotos “Informes fotográficos”. Recuperado el 3 de marzo de 2020 en: <https://oscarenfotos.com/2016/03/13/la-expansion-de-la-fotografia-1850-1890/>

**COLORADO, O.** (2016). La masificación de la fotografía, en Revista Oscar en fotos “Informes fotográficos”. Recuperado el 3 de marzo de 2020 en: <https://oscarenfotos.com/2016/04/23/la-masificacion-de-la-fotografia-informe-fotografico/>

**BREA, J. (2002).** La era postmedia. Acción comunicativa, prácticas (post) artística y dispositivos neomediales. Editorial Centro de Arte de Salamanca, Salamanca.

**LAUDANNO, C.** Postfotografías de Rosalía Maguid. El pasado como marca simulacral. Recuperado el 9 de mayo de 2020 en: [http://www.arteuna.com/artedig/maguid/maguid\\_laudano.htm](http://www.arteuna.com/artedig/maguid/maguid_laudano.htm)

**COLORADO, O. (2014).** Fotografía 3.0 ¿Y después de la postfotografía? ¿Qué? Un análisis crítico de la fotografía en la Era de la Conectividad. Editorial Universidad Panamericana de México.

**FONTCUBERTA, J. (2016).** La furia de las imágenes. Notas sobre la postfotografía, Barcelona, Galaxia Gutenberg.

**RICHTIN, F. (2009).** Después de la fotografía, México, Ediciones Ve.

**CARLÓN, M. (2016).** Registrar, subir, comentar, compartir: prácticas fotográficas en la era contemporánea. Santiago de Chile, En Corro, P. & Robles, C. (editores).

**BARTHES, R. (1989) [1980].** La cámara lúcida, Notas sobre la fotografía, Buenos Aires, Editorial Paidós.

**MC LUHAN, M. (1969).** La compresión de los medios como extensiones del hombre. Editorial Paidós.

**FONTCUBERTA, J. (1997).** El beso de Judas, fotografía y verdad. Barcelona, Editorial Gustavo Gili.

**DEBORD, G. (2006) [1967].** La sociedad del espectáculo. Valencia, Editorial Pre-Textos

**LACAN, J. (1962-63).** Seminario X. La angustia. Buenos Aires. Editorial Paidos. 2008

**SIBILIA, P. (2008).** La intimidad como espectáculo. Buenos Aires. Editorial Fondo de Cultura Económica Argentina.

“Nuevas formas de conectar con amigos, familiares e intereses en Instagram”, 2019, recuperado el 29 de octubre de 2020 en: <https://about.instagram.com/es-la/blog/announcements/new-features-connecting-friends-family-and-interests-on-instagram>

“Compartí con tus mejores amigos en las historias de Instagram”, 2018, recuperado el 29 de octubre de 2020 en: <https://about.instagram.com/es-la/blog/announcements/curate-instagram-stories-for-close-friends-only>

“Presentamos las Stories destacadas y el archivo de Stories”, 2017, recuperado el 29 de octubre de 2020 en: <https://about.instagram.com/es-la/blog/announcements/introducing-stories-highlights-and-stories-archive>