

Universidad Andina Simón Bolívar

Sede Ecuador

Área de Letras y Estudios de la Cultura

Maestría de Investigación en Estudios de la Cultura

Mención en Artes y Estudios Visuales

**Prácticas y usos sociales de la cámara fotográfica del teléfono celular
en jóvenes de Quito**

César Augusto Pasaca Riofrío

Tutor: Ángel Hernán Reyes Aguinaga

Quito, 2025

Trabajo almacenado en el Repositorio Institucional UASB-DIGITAL con licencia Creative Commons 4.0 Internacional



Reconocimiento de créditos de la obra
No comercial
Sin obras derivadas



Para usar esta obra, deben respetarse los términos de esta licencia

Cláusula de cesión de derecho de publicación de tesis

Yo, César Augusto Pasaca Riofrío, autor de la tesis intitulada “Prácticas y usos sociales de la cámara fotográfica del teléfono celular en jóvenes de Quito”, mediante el presente documento dejo constancia de que la obra es de mi exclusiva autoría y producción, que la he elaborado para cumplir con uno de los requisitos previos para la obtención del título de magister en la Universidad Andina Simón Bolívar, Sede Ecuador.

1. Cedo a la Universidad Andina Simón Bolívar, Sede Ecuador, los derechos exclusivos de reproducción, comunicación pública, distribución y divulgación, durante 36 meses a partir de mi graduación, pudiendo, por lo tanto, la Universidad utilizar y usar esta obra por cualquier medio conocido o por conocer, siempre y cuando no se lo haga para obtener beneficio económico. Esta autorización incluye la reproducción total o parcial en formato virtual, electrónico, digital u óptico, como usos en red local y en internet
2. Declaro que, en caso de presentarse cualquier reclamación de parte de terceros respecto de los derechos de autor de la obra antes referida, yo asumiré toda responsabilidad frente a terceros y a la universidad.
3. En esta fecha entrego a la Secretaría General, el ejemplar respectivo y sus anexos en formato impreso y digital o electrónico.

25 de septiembre de 2025

Firma:

Resumen

Esta investigación busca explicar y comprender los usos y prácticas sociales de jóvenes que manejan la cámara fotográfica del teléfono celular. La incorporación de dispositivos de captura en el teléfono posibilita nuevas formas y modifica las anteriores de capturar, manejar y ver la fotografía. Se parte de la premisa de que tanto las prácticas como las imágenes son el resultado de la convergencia entre un sujeto social y una herramienta determinada; para comprender el fenómeno, se analiza a cuatro jóvenes quiteños durante tres meses, indagando sobre las prácticas y usos que le dan al celular, estableciendo luego las características que comparten en relación con la forma.

Por un lado, existe un sujeto con necesidades de usar la cámara; por otro, la cámara fotográfica, que lejos de ser ingenua, está cargada de códigos, políticas, valores y canales que condicionan tanto el acto fotográfico como las imágenes obtenidas. Así, se puede hablar de una estética socio – técnica de la cámara. Estas fotografías, al moverse dentro del régimen escópico impuesto por la hegemonía visual de las industrias culturales, aparecen como imágenes precarias; lejos de ser banales, constituyen piezas visuales que son recibidas como reales.

Se dice que hay espectacularización de la intimidad y de lo banal; sin embargo, se argumenta que el sujeto proyecta su intimidad en el otro, para constituirse como sujeto. Lo escandaloso no reside en el contenido, sino en la forma, en el código y en la falta de mediación estética.

Palabras clave: Fotografía; teléfono celular; prácticas; real; imágenes precarias.

Agradecimientos

A mis padres.

A mi esposa

A Juan, Benjamín y Blanca.

A Hernán Reyes.

Por la dedicación, la paciencia y el tiempo...

Tabla de contenido

Introducción	11
Capítulo uno	15
Iconocracia: la construcción del sujeto	15
1.1. La peculiaridad de lo cotidiano.....	18
1.2. De la verdad a lo verosímil	19
1.3. Del centro a la periferia.....	21
1.4. Mi relación con el que me mira	30
1.5. El brillo de los objetos: fetichismo y aura	50
1.6. Tres categorías de imagen según la motivación.	58
Capítulo dos.....	65
Imágenes precarias	65
2.1. Régimen escópico	65
2.2. La visión: una construcción histórica.	68
2.2.1. La visión como construcción técnica.....	69
2.3. El orden.....	72
2.3.1. Sublimación y catarsis: el poder estético de las imágenes en las industrias culturales	75
2.4. El desorden y la transparencia	79
2.4.1. El caos simulado.....	82
2.5. La cámara fotográfica del teléfono celular: ¿dispositivo cultural sin sujeto? 84	
2.6. Las fotografías de la cámara fotográfica del teléfono celular como imágenes precarias.....	89

2.7. Pasión por lo real	94
Conclusiones	99
Bibliografía.....	103

Introducción

La necesidad de estar siempre comunicados, incluso cuando estamos en movimiento, extendió el uso de la telefonía móvil en gran parte de la población mundial. Posteriormente, la incorporación de cámaras fotográficas a dispositivos móviles masificó la fotografía, hasta niveles antes impensables. Nunca, como ahora, la fotografía está presente en cada aspecto de nuestra vida.

Con la convergencia tecnológica, centrada en un metadispositivo, el teléfono celular, las posibilidades de la cámara fotográfica fueron actualizadas. Al variar las posibilidades y alcances técnicos, varían también las posibilidades y necesidades del sujeto que fotografia. Lo que se ve materializado en una actualización de los usos y prácticas fotográficas. Es decir, que, los usos y prácticas sociales, son el resultado de la conjunción entre un sujeto determinado (lo social) y las posibilidades tecnológicas en un momento determinado (lo técnico).

Por tanto, en la presente investigación se analizará la parte socio – técnica en el uso y prácticas fotográficas que se llevan a cabo mediante el uso de la cámara del teléfono celular. Para lo cual, se tomó como objetivo de estudio la experiencia práctica de cuatro jóvenes quiteños en la ciudad de Quito; a quienes, obviamente con su consentimiento, se les ha realizado un seguimiento, por un lapso de tres meses.

Por otra parte, se analizarán las imágenes fotográficas captadas por los jóvenes a lo largo de este tiempo, tomando en cuenta que su estética es el resultado de una socio – técnica inscrita y relativizada por el universo visual de las industrias culturales.

Con esto se pretende responder a las tres preguntas de la investigación planteadas: ¿por qué fotografiamos lo que fotografiamos?, ¿qué muestran y que significan esas imágenes? y ¿por qué vemos estas imágenes? Para ello hemos distribuido el presente estudio en dos capítulos. En el primer capítulo se describirá al sujeto social, los usos y prácticas, sobre que hace con la cámara fotográfica del teléfono celular y se analizarán las particularidades de las imágenes (el contenido). En el segundo capítulo me dedicare a las imágenes, desde un punto de vista general; es decir, centrándome en las características compartidas por ellas (la forma).

En muchos estudios actuales se pueden encontrar críticas a una sociedad que ha cedido su privacidad en pos de un exhibicionismo de lo íntimo y cotidiano. Se ha criticado también que en el sujeto contemporáneo hay un paroxismo a la alteridad al momento de

moldear la subjetividad, personalidades alter – dirigidas. Críticas con las que no estoy de acuerdo; siempre el sujeto ha exteriorizado aquello que lo ha determinado, en busca de reconocimiento. El dibujo primigenio que realiza un niño es más de la madre que del mismo. A través de la proyección de la subjetividad sobre el otro, es que el sujeto se constituye como individuo. En la actualidad no se produce un cambio en el contenido de la demanda, y mucho menos en la necesidad de demandar hacia el otro, el cambio está en la forma en la cual se establece la demanda.

Por un lado, está la forma en la que nos llega la alteridad, y por el otro, en la falta de densidad estética de la demanda. *El otro* nos llega mediatizado a través de alguna plataforma virtual de comunicación, con lo que se posibilita la ampliación de la recepción. Por otra parte, aquello que podía ser un poema, una pintura o una canción carecen de formalización; lo dicho nos viene desnudo, no trabajado por un obrero. Si, para Martin Jay (2007, 98), lo que posibilitan las nuevas plataformas comunicativas son “la inclusión de «temas innobles» [en la esfera pública] extraídos de la vida cotidiana, hasta entonces desdeñados, en el canon de lo que podía reproducirse”, para mí, lo que se incluye no viene dado desde el contenido sino de la forma; lo que se incluyen son formas innobles, hasta entonces desdeñadas, por el canon de lo que podía reproducirse.

La forma, es ante todo trabajo, es la capacidad que tiene un obrero para llevar hacia determinado ideal determinada materia prima. Por otro lado, al igual que lo bello, la forma es determinada por determinado sector de la sociedad, en un momento determinado, que se ha establecido como hegemónico e influyente. En otras palabras, lo que aparece como formal y bello es aquello que coincide con determinado postulado ideológico que se estableció como verdadero. Por tanto, lo informal y lo feo¹ es aquello que queda excluido del postulado, lo no trabajado, lo no llevado hacia aquel ideal.

Este postulado positivo, en la actualidad, es instituido por las industrias culturales que traspasa todas las demás formas culturales. La cultura de masas apunta hacia un óptimo hiper – tecnificado y planificado, a un alto nivel de estetización, hacia lo espectacular. Las fotos realizadas por los sujetos en estudio aparecen relativizadas por este óptimo visual, por lo que las he categorizado como *imágenes precarias*; imágenes que quedan excluidas del postulado.

Esta precariedad, lejos de ser banal, abre un vínculo hacia lo real. Lo precario se establecería como un síntoma (*troy*) en el régimen escópico instituido por las industrias

¹ Lo feo puede asomar más del lado del contenido que de la forma, se puede mostrar lo feo con un alto nivel de formalización. La forma viene más del lado de un dominio técnico en el obrero [Mi análisis].

culturales. Si aceptamos que aquello que vemos en este tipo de imágenes es lo cotidiano, lo íntimo, o una espectacularización general del *yo*, tenemos que coincidir en que aquello que se entendería como íntimo, debe primeramente surgir como real, para ser íntimo. Lo íntimo, sin lo real, es una puesta en escena; y entonces, hablaríamos de un poema, una novela o una obra de teatro.

Es el plus de lo real lo que escandaliza, lo real como resultado de la falta de mediación estética en la representación, más no la temática de las imágenes. Por eso interesan tanto, por su proximidad, por su transparencia; y así nos alejamos de las grandes obras de arte, demasiado mediadas, embellecidas y artificiales. Ya no es la demanda de reconocimiento para la obra de un artista, es la demanda de reconocimiento para el propio artista.

Capítulo uno

Iconocracia: la construcción del sujeto

La telefonía y la fotografía, técnicas inventadas alrededor de 1880 y 1838, respectivamente, han mostrado múltiples transformaciones tecnológicas que han provocado una diversidad de efectos sociales y culturales. El teléfono celular es un metadispositivo² en el que convergen viejos y nuevos dispositivos de comunicación y entretenimiento. Dispositivos que en un principio operaban de forma independiente, ahora lo hacen en conjunto.

Al converger ambos dispositivos en uno solo, tanto los usos como las prácticas sociales han cambiado radicalmente. Esta convergencia de dispositivos también viene acompañada por múltiples transformaciones comunicacionales: conectividad, inmediatez, movilidad, interactividad y reticularidad son algunos de los cambios e innovaciones que actualizan, tanto por la forma en la que nos comunicamos como por la modalidad en la que fotografiamos.

En la presente investigación se analizarán los usos y las prácticas de la cámara fotográfica en el teléfono celular. Para Marshall McLuhan (1996, 21), es en los usos y prácticas sociales, donde las nuevas tecnologías y las actualizaciones de dispositivos tradicionales, se plasman y se concretan, puesto que “modelamos nuestras herramientas y luego éstas nos modelan a nosotros”.

Por lo tanto, se seleccionaron cuatro jóvenes usuarios de la cámara fotográfica del teléfono celular de la ciudad de Quito, dos mujeres y dos hombres. El criterio empleado para la selección fue la frecuencia en el uso de la cámara y el nivel de interacciones con sus receptores. Por otra parte, el nivel de colaboración y compromiso que brindaron fue muy importante en el desarrollo de la presente investigación.

Los participantes son estudiantes universitarios que viven en la ciudad de Quito, cuyas edades oscilan entre 20 y 25 años. Emplean principalmente medios como: WhatsApp, Instagram y Facebook que son plataformas principalmente visuales. Los cuales expresaron que, aunque no tienen un interés específico por la fotografía como práctica particular, al momento de comprar un teléfono celular las prestaciones de la

² Dispositivo en el que convergen diferentes dispositivos; en el caso del celular, telefonía, mensajería, fotografía, conectividad, etc., (YK Huang, 2017).

cámara fotográfica son determinante; esto se ve corroborado por los fabricantes, quienes invierten cada vez mayores recursos tecnológicos y financieros en la mejora y promoción de sus dispositivos de captura³.

Los jóvenes son quienes están más al día de los cambios en las tecnologías y pendientes de sus usos y prácticas, por lo que, centrarme en su estudio es pertinente para dar veracidad a la investigación. Además, es interesante recalcar que por la posición que ocupan los jóvenes en la sociedad, las prácticas y usos que ellos realizan en diferentes campos de la vida (no solo en el campo tecnológico) constituyen una suerte de hegemonía sobre el resto de los grupos etarios. Cabe recalcar que, de las tecnologías de la información y la comunicación, es el celular, como dispositivo el más empleado por los jóvenes (del Barrio y Ruiz, 2017).

A los sujetos en estudio se les solicito las fotografías que han realizado, en el tiempo que duro el estudio, y con ellas se creó un archivo visual. Para establecer los usos y prácticas, específicamente, me centre en el uso focalizado en los cuatro meses con una revisión dos meses después. Etnográficamente se acompañó a los participantes de esta investigación a algunas actividades, como, conciertos, reuniones con amigos, paseos y actividades laborales, durante el seguimiento de las actividades se planteó preguntas a los jóvenes sobre la actividad fotográfica realizada y se realizaron apuntes de las impresiones dadas en esos instantes, por otro lado, realice un seguimiento de las imágenes suministradas, tanto antes y después del periodo de estudio, para advertir el destino de que se le daba a esas imágenes.

De la totalidad de imágenes suministradas por los sujetos de estudio se seleccionó y agrupo las más representativas. Es decir, temáticas, usos y prácticas recurrentes entre los usuarios seleccionados. Dejando de lado fotografías demasiado particulares, aunque un 99% tienen correspondencia entre los cuatro grupos de imágenes.

En el primer capítulo me centre en las particularidades de dichas imágenes, en su uso social, en los aspectos semiológicos y estéticos de cada grupo de imágenes. Para el segundo capítulo me centre en el aspecto técnico – formal de todo el universo visual suministrado por los sujetos de estudio, desde una visión general. De esta generalización surgió que, como característica común, estas imágenes comparten la precariedad y que la precariedad lejos de ser banal, las acerca a lo real como efecto.

³ Huawei durante su campaña publicitaria del 2019 apunto específicamente a la superioridad de su cámara con respecto a sus competidores: IPhone y Samsung (Forbes Centroamérica, 2019).

Se recalca que los individuos no únicamente se apropián de los dispositivos inventados en cada momento histórico, o como lo expresa Benjamin (2005, 21) “quizá en el caso de la fotografía fuera más obvio que había llegado el momento de inventarla”. Es decir, los usos y las prácticas no son únicamente el resultado de innovaciones tecnológicas, sino también, el resultado de movimientos sociales y económicos; al momento de la invención de la fotografía había determinantes necesidades sociales y prácticas que reclamaban y que posteriormente posibilitaron su invención. Sobre estas bases, el presente estudio analizará las variables socio – técnicas que llevan a los sujetos a realizar determinadas prácticas y usos fotográficos a través del dispositivo de captura del teléfono celular.

Encarar de forma crítica un análisis socio – técnico de estos usos y prácticas implica dejar de lado toda posibilidad de análisis deterministas que supongan que lo tecnológico actúa por fuera de lo social y viceversa. Ya lo dice Gómez (2012, 403) “La imagen se vuelve código y se inserta en otros códigos más amplios adaptándose a sus propias lógicas. La imagen se vuelve un interfaz, una conexión y, de alguna forma, un lenguaje, con una «estética socio – técnica»”.

Por otra parte, entendiendo que la fotografía está estrechamente ligada a diferentes formas y corrientes tanto artísticas como científicas, esta investigación busca despegarse de una comprensión esencialista de estas “formas de ser”, e intenta hacer una aproximación crítica que implique identificar los factores históricos y culturales, dentro de los márgenes concretos de *la cotidianidad* en que se realizan tales usos sociales.

Dentro de los criterios empleados para la selección de los individuos para el estudio se debe recalcar un aspecto muy importante, no se consideró a personas que utilizan específicamente la fotografía, mediante la cámara del teléfono celular, con fines artísticos o profesionales, para centrarme en aquellos cuyo uso es más personal y cotidiano. Otro aspecto de relevancia fue centrarme en los usos y prácticas cotidianas, fundamentado específicamente en lo frecuente, en lo habitual, en el uso inmediato, que en el estadio artístico o laboral. Esto genera consecuencias importantes en las imágenes resultantes, esta especie de ingenuidad en la práctica fotográfica hace que las fotografías realizadas por los sujetos sean el resultado más de un *logos técnico* que de un uso meditado.

1.1. La peculiaridad de lo cotidiano

Pávlov (1951, 551) distingue tres vías mediante las cuales el ser humano se relaciona con la exterioridad que lo circunda: por medio del arte, del pensamiento científico, y a partir del trabajo conjunto de ambos sistemas de conocimiento. Esta división puede reconocerse a propósito de la vida de individuos y de naciones enteras. Por su parte, Lukács (1966, 35) nos dice que tanto el reflejo estético como el reflejo científico “constituyen los dos polos del reflejo general de la realidad objetiva”. Entre estos dos polos se posiciona el modo de ser cotidiano. En la presente investigación nos concentraremos en este modo de *ser intermedio*, es decir, en los usos y prácticas cotidianas, y no en aquellas relacionadas con el ámbito artístico y científico.

Sin embargo, tanto Pávlov como Lukács establecen que aunque las formas de ser artística y científica se diferencian radicalmente de la forma de ser cotidiana, las fronteras que separan esta diferenciación se desdibujan “porque las dos diferenciadas formas de reflejo nacen de las necesidades de la vida cotidiana, tienen que dar respuesta a sus problemas” (Ibid 1951; Ibid 1966), y al igual que nacen, se concretan nuevamente en la cotidianidad, en los usos y las prácticas que hagamos de estas respuestas.

Lukács, desde su comprensión particular de la vida cotidiana, establece la especificidad de ésta a partir del nivel de objetivación, relacionándola con los niveles de abstracción e inmediatez que la forma de ser cotidiana puede tener respecto de los otros dos reflejos de la realidad. Tales objetivaciones cotidianas no son tan rígidas como las relacionadas con el arte y la ciencia, sino más fluidas y maleables, y expresan claras diferencias cualitativas:

Éstas [diferencias] radican no ya en la alterabilidad de los resultados —pues los resultados de la ciencia se alteran con el enriquecimiento y la profundización en el proceso de reflejo de la realidad, igual que los del trabajo—; lo decisivo es más bien el grado de abstracción, el alejamiento respecto de la práctica inmediata de la vida cotidiana, con la que, desde luego, quedan en todo caso vinculados unos y otros tanto en sus presupuestos cuanto en sus consecuencias. Pero la conexión dicha es para la ciencia siempre una vinculación mediada, con mayor o menor complicación y lejanía, mientras que, para el trabajo, aun cuando sea una aplicación de conocimientos científicos muy complicados, se trata de una conexión de carácter predominantemente inmediato. Cuanto más inmediatas son esas relaciones —lo cual significa también que la intención de la actividad se orienta a un caso particular de la vida (como es siempre el caso en el trabajo) —, tanto más débil, más cambiante y menos fijada es la objetivación. Dicho más precisamente: tanto más robustas son las posibilidades de que su fijación —que en algún caso puede ser, sin embargo, sumamente rígida— no proceda de la esencia de la coseidad objetiva, sino de un fundamento subjetivo, frecuentemente, sin duda, psicológico social (tradición, hábitos, etc.). (Ibid, 42)

Centrándose nuestro objeto de estudio en lo que se hace con la cámara del teléfono celular, y en los usos y prácticas cotidianas, para lo cual, me planteé las siguientes preguntas de investigación: ¿por qué fotografiamos lo que fotografiamos con el celular?, ¿Qué nos muestran estas imágenes?, ¿Por qué vemos lo que otros fotografían?. Al observar las preguntas se pensaría que la primera y la última pregunta, en su especificidad, conducirían a dos investigaciones distintas, pero demostraríamos a lo largo del texto, considerando algunas salvedades, en una “sociedad red” según como lo describe Castells (1998), donde el emisor es también receptor, las razones por las que se producen imágenes son similares a las razones por las que se las consume. Bajo este entorno mediático, no se puede pensar el por qué fotografiamos algo, sin comprender como se aprecia en la actualidad nuestro entorno cotidiano.

1.2. De la verdad a lo verosímil

Fiel a su herencia platónica, Hortensio Félix Paravicino (citado por Álvaro Pombo García 2004, 19) decía “no tiene la verdad a mi juicio mayor enemigo que la verosimilitud”. Lo verosímil, el dominio de las apariencias, aquello que aparece como lo verdadero, es para el fray español la forma más extrema de negación de la verdad. Para los seguidores de la verdad divina, la verdad no necesita de lo verosímil, es – en – sí. Entre tanto, la mentira y lo falso deben pasar por lo verosímil para llegar a *ser*. La mentira cuando aparece como mentira y lo falso como falso no niegan ni corrompen la verdad, solo a través de lo verosímil, la mentira y lo falso alcanzan densidad.

Lo verosímil no entra necesariamente en contradicción con lo irreal o lo ficcional, mientras la verdad siempre deberá ajustar cuentas con lo real. Antonio Millán – Puelles (2015, 258), en su obra “*Teoría del objeto puro*” dice que los objetos “formalmente irreales, son, sin embargo, objetos con fundamento *in re*. [Y que] Ni este fundamento los convierte en objetos reales, ni la forma de irrealidad que les conviene, es por completo ajena a la realidad”.

La *verdad divina, absoluta o pura* se entendería como algo que trasciende, que *es* para todos y que nadie puede negar. Lo cierto es que, a lo largo de la historia, las formas de presentar la verdad y la falsedad han ido cambiando, de igual manera que los límites de la realidad y la irrealidad.

En términos muy generales se puede decir que la verdad tiene tres desplazamientos conceptuales. El primero que parte desde la fundamentación tradicionalmente metafísica, donde el cuerpo es transparencia y hay exacta

“correspondencia” entre nuestro entendimiento y la cosa en sí; el segundo que se observa desde donde el cuerpo es densidad y, en tanto subjetividad, espiritualidad y fisiología que media nuestra experiencia con la cosa en sí, es decir, donde solo a través de este aparataje subjetivo se puede llegar a la verdad; y finalmente, en la actualidad, donde la verdad resulta fundada en las apariencias, en lo visible – fotografiable – mostrable. Es pues, “la fuga del yo desde la vida interior hacia su periferia, convertida en un escaparate viviente” (Gubern 2000, 45).

Esta fuga de la vida interior a la periferia está posibilitada principalmente por las formas de consumo – mercancía y por la invención de la fotografía como dispositivo de registro de la realidad, por intermedio de las imágenes. De muchas formas, ambas cuestiones van juntas, la fotografía empieza a certificar la verdad llevando a un descrédito del testimonio, y la mercancía, en su superficialidad empieza a identificarse con posición social e identidad y es aquí donde la verdad pasa a depender de la verosimilitud.

En la contemporaneidad, marcada por la existencia de un entorno más mediático donde “el mundo se ha convertido efectivamente en representación” (Debray 1994, 255), más que la cosa misma, lo que importa es su representación. Etimológicamente *representación* viene de *res* (cosa) y de *präsentare* (poner a la vista). Entonces, representación significa literalmente *poner a la vista una cosa*. De esto se deduce que aquí lo importante es *como* ponemos a la vista determinada cosa. En este punto es donde convergen verosimilitud y representación, en el *cómo*, en la forma, en la mediación.

Se ha dicho que la verosimilitud ya no es el dominio de las esencias o de la vida interior, sino de las apariencias. Lo que puedo mostrar a partir de las imágenes fotográficas son los aspectos que me determinan: objetos, símbolos, mercancías. Por otra parte, la capacidad de comprar, de elegir y de movilizarse determinan mi libertad; mi rostro, mi torso, mi ropa, los lugares a donde voy, me comprueban y me identifican; soy esto y aquello, mi índice puede apuntar las coordenadas de mi existencia. “Ya no es el sujeto el que se representa al mundo (*I will be your mirror!*), es el objeto el que refracta al sujeto, y, sutilmente, por medio de todas nuestras tecnologías le impone su presencia y su forma aleatoria” (Baudrillard 2006, 33).

Pero ¿Es la espectacularización de la intimidad lo qué alborota tanto a la actualidad? o ¿Subjetividades alter – dirigidas?, considero que no, puesto que siempre el sujeto como tal, se ha “definido por su lugar en el Otro, es un inmigrante. No definimos su lugar en lo Mismo porque solo tiene hogar en lo del Otro. El problema del sujeto precisamente es que ese país extranjero es su país natal” (Miller 2010, 43).

Lo que nos constituye ha cambiado, más no la necesidad de fijar mi existencia en el otro, de exteriorizarlo. Lo que alborota a la contemporaneidad está en un nivel más profundo, en el código, en el signo, en la *transparencia excesiva*. ¿Será que éste es el sentido desbordado que adquiere la captación de imágenes fotográficas mediante el uso del celular en la sociedad contemporánea?

1.3. Del centro a la periferia

Aristóteles, en *Las Categorías*, plantea que la substancia (*ousía*) posee dos sentidos: una *substancia primera*, que son las características sensoriales del objeto y una *substancia segunda* que es la esencia del objeto. Estableciendo que, entre estos dos sentidos, hay un antagonismo entre lo exterior/superficial y lo interior/profundo del objeto. A lo largo de la historia de la filosofía este antagonismo ha tomado diferentes posiciones, las cuales se pueden resumir en dos: la de Platón, para quien las apariencias son máscaras, trampas que encubren y distorsionan la esencia; y la de Hegel para quien la apariencia es la manifestación de la esencia; “la *apariencia misma* es esencial a la *esencia*; no existiría la verdad si ella no pareciera y apareciera” (Friedrich 1989, 19).

Lo fundamental de la fotografía es que siempre apunta a la apariencia, capta superficies, exterioridades. De hecho, por eso impactó tan fuertemente en el siglo XIX, época en la que imperaba el positivismo. La metodología positivista consistía en la descripción sensitiva de los fenómenos, en una suerte de *fenomenalismo externo*. La cámara fotográfica nace como un artefacto autónomo del sujeto, lo que llevó a la idea de que era la naturaleza la que se realizaba y se representaba a sí misma; de hecho, cuentan que cuando Goya pintó *La maja desnuda* (entre 1790 y 1800) la hizo a partir de un retrato anterior de la Duquesa de Alba, la piel de la duquesa era fruto de la imaginación de Goya. Cuando aparecieron los primeros daguerrotipos de desnudos, la idea de que en la placa se mostraba la piel viva de alguien era un descubrimiento desconocido e inquietante.

Del ejemplo anterior se puede intuir por qué los griegos temían al poder seductor de las apariencias. Se entiende, además, el temor de los iconoclastas protestantes a la representación; el poder de las apariencias, que, en su exterioridad, suplantaban la incorporeidad de la divinidad. Ese siempre ha sido el deseo de la representación: comerse al referente, *ser* en su exterioridad, no remitirse a nada. La fotografía es la realización de ese deseo, y se articula con lo que se puede llamar posmodernidad, donde hay una “preeminencia del estímulo en la construcción de la significación y de la designación” (Cuadra 2003, 60).

Esto constituye un vuelco desde el centro hacia la periferia y el debilitamiento del referente. Hay, en la posmodernidad, una preminencia de la representación sobre lo representado es la continuación y quizás la culminación de un proceso de reordenamiento de la percepción iniciado a principios del siglo XIX. Tanto Martin Jay como Jonathan Crary, desde visiones que pueden resultar distintas pero complementarias, han analizado el cambio de *régimen escópico* a lo largo del 1800. Ambos sitúan el inicio de este proceso en la primera mitad de aquel siglo.

Marx metaforiza la idea de la cámara oscura con su concepto de *Ideologiekritik*. Ideología es, para él, una inversión de la realidad; similar a los rayos lumínicos que entran por la lente y se dirigen invertidamente sobre el plano focal. Al contrario que para Marx, para Descartes la cámara oscura metaforiza perfectamente su *cogito cartesiano*. Descartes caracteriza el interior aislado y oscuro de la cámara como una forma de suspensión del cuerpo, de los sentidos que engañan y se dejan engañar. Donde se activa el ojo metafísico y se abre al conocimiento. La visión ciclópea y monocular de la lente ordena y controla el flujo lumínico que ingresa hacia la habitación. Esto es, la luz de la razón que penetra y se ofrece a contemplación del espíritu. Los límites de la cámara nos protegen, además, de los destellos descontrolados de la apariencia. La perspectiva renacentista es, en el arte, el claro ejemplo de esta metáfora.

Según Jonathan Crary “lo que tiene lugar aproximadamente desde 1810 hasta 1840 es un desarraigo de la visión con respecto a las relaciones estables y fijas encarnadas por la cámara oscura” (Crary 2008, 32). El sujeto, en tanto observador, que se proponía conocer y entender con su razón aquello que le rodea, empieza a ser objeto de medición y ordenamiento. Si para el sujeto cartesiano del siglo XVII y XVIII, el cuerpo es transparencia, para el sujeto del siglo XIX el cuerpo será opacidad. Para Crary este reordenamiento de la visión es anterior al surgimiento de la pintura moderna y a la invención de la fotografía, a los cuales considera síntomas posteriores y no causantes de este reordenamiento perceptivo.

Sin embargo, para Martin Jay (2007, 118) la invención de la fotografía “dio lugar a intentos atrevidos de reemplazar la epistemología «espectatorial» cartesiana y otras igualmente desacreditadas, con alternativas que exploraban el carácter corporal y mediado culturalmente de la vista”.

El advenimiento de la fotografía, además, puso en relieve lo que Walter Benjamín (2011, 42) llamaría “inconsciente óptico”. Es decir, en la realidad hay muchas más cosas de las que podemos ver, detalles y movimientos que evaden nuestra percepción. Todo

esto puso en duda al estatuto de observador como ente que puede acceder y postular la verdad. Como lo expresa Virilio Paul (1998, 34):

La gran superioridad de la foto sobre las posibilidades [naturales] del ojo humano era, precisamente, esta velocidad específica que, gracias a la fidelidad implacable de los instrumentos y lejos de la acción subjetiva y deformante de la mano del artista, le permitía fijar y mostrar el movimiento con una precisión y una riqueza de detalles que escapan naturalmente a la vista. El mundo, «redescubierto» como un continente desconocido, aparecía al fin en «su propia verdad».

Este nuevo sujeto de la modernidad, un observador subjetivo, medible y modulable se encuentra en medio de una importante restructuración urbana, donde las dinámicas y los tiempos de la ciudad cambian. La personificación clásica del sujeto que acude deslumbrado a estas transformaciones es el *flâneur*, tan bien analizado por Benjamín, la mirada del alienado. El alumbrado eléctrico extiende las horas del día, los escaparates de los negocios con impresiones litográficas se ofrecen a la vista de los transeúntes, en los viajes en ferrocarril el viajante mira por la ventanilla un paisaje que cambia a cada segundo, la implementación de la imprenta rotativa en 1839 aumenta la circulación y la frecuencia de informativos. “Un despliegue que lleva implícito una virtual cancelación del cuerpo, una supresión del sentido del tacto que, por otra parte, será el sentido maldito de la modernidad” (Hernández-Navarro 2009).

A pesar de esto, el *flâneur* es todavía un sujeto que resiste este “régimen de deslumbramiento permanente” (Virilio 1998, 20), que conserva su individualidad, que se distancia. En lo sucesivo “el *flâneur* se convierte en un *badaud*” (Benjamin 2008, 161), el sujeto que es absorbido por el mundo exterior, el que está en medio del espectáculo; ya no es individuo encerrado en sí mismo, es público, es multitud.

Para el sujeto se va constituyendo en una suerte de modernidad desbordada, el mundo circundante está cada vez menos mediado por la experiencia directa y más por representaciones, especialmente imágenes. La imprenta rotativa multiplicó el volumen de la información, de litografías y después de fotografías. Se forma un ecosistema publicitario, y la publicidad empieza a ser la que regula la interpretación y las necesidades. “La publicidad oscurece todas las cosas y presenta lo así encubierto como cosa sabida y accesible a cualquiera [...] En la utilización de los medios de locomoción pública, en el empleo de los servicios de información (periódicos), cada cual es igual al otro” (Heidegger 1997, 151).

Jonathan Crary (2008, 26), esboza esta modernidad visual a través de los experimentos llevados a cabo por Johannes Müller en 1833 en el campo de la psicología de los sentidos. Müller demostró que en la vista hay una relación totalmente arbitraria entre estímulo y sensación. Por lo que Crary postula “En efecto, la visión se redefine como la facultad de verse afectado por sensaciones que no tienen vínculo necesario con un referente, lo que pone en peligro todo sistema de significado coherente”. Este aspecto será muy importante para entender lo que sucederá a continuación.

Antropológicamente el sujeto se aleja de experimentar directamente la realidad y sus semejantes; tanto la experiencia como las relaciones sociales se mediatizan. Todo se vuelve visual, el ojo se acostumbra a un entorno representacional y de objetos – mercancías. Las imágenes y las cosas reclaman un nuevo estatuto ontológico, de ahora en adelante lo aparente, lo que flota en la superficie, será lo verdadero y real. Este desplazamiento, como se dijo, va desde el interior del sujeto, donde el cuerpo primero era transparencia para luego ser opacidad, hacia el exterior del sujeto, a la epidermis, a lo que se puede mostrar, representar y fotografiar.

Como ha señalado Baudrillard (2004, 223) a partir de las reflexiones de Guy Debord, las relaciones sociales empiezan a ser mediatizadas por imágenes. Los objetos-mercancías devienen en objetos-signos que definen al sujeto, lo definen en lo más hondo, en su identidad. “El consumo es un modo activo de relación (no sólo con los objetos, sino con la colectividad y el mundo), un modo de actividad sistemática y de respuesta global en el cual se funda todo nuestro sistema cultural”. El sujeto que ya empezaba a vivir en un mundo publicitario se empieza a transformar él mismo en objeto publicitario; su exterioridad, que lo define, empieza a resplandecer.

En este contexto, tenemos una primera aproximación a la pregunta de investigación: ¿qué es lo que socialmente nos impulsa a fotografiar lo que fotografiamos hoy en día? Este sujeto hipervisional, modulable, con una identidad que ya no le es dada, que la tiene que construir, se construye a sí mismo a través de exterioridades; es-para-el-mundo a través de objetos-signo, mercancías, apariencias que reclaman publicidad. Con la masificación de la capacidad de representar el mundo a partir de imágenes, mediante la fotografía, aparecen en escena temas que eran considerados innobles por la élite representacional, pero que, para el sujeto en su cotidianidad, lo constituyen. La democratización de la representación, y después de la producción y la difusión llevaron a una ampliación de la publicidad y sus efectos, pero también a una espectacularización de la cotidianidad.

Pero ¿verdaderamente es esto una democratización? Walter Benjamín (2011, 49) hace una crítica bastante incisiva al respecto; la cual valdría como una aproximación a una respuesta: “Las masas tienen derecho a la transformación de las relaciones de propiedad; el fascismo busca darles expresión a las masas para conservar el régimen. *La consecuencia lógica del fascismo es una estetización de la vida cotidiana*”.

La nueva base del mundo contemporáneo ya no es la producción sino el consumo. Y “para que el poder fluya, el mundo debe estar libre de trabas, barreras, fronteras fortificadas y controles” (Bauman 2002, 19). La posmodernidad, para liberar al poder y al consumo, debe eliminar todo cuanto impida el rápido movimiento de los agentes. La tradición, las costumbres, la historia y la identidad aparecerán como obstáculos que vuelven pesado el desplazamiento. Un viraje hacia las apariencias y hacia la verosimilitud fueron los giros determinantes. Lo externo aparece más variable e inestable que lo interno. Ya lo establece Xavier Puig (2000, 26-27):

Todo este proceso de homogeneización cognitivo/perceptiva, implica una radical ruptura con la vieja perspectiva; pues, si ésta implicaba profundidad, la actual transparencia es la condición de su superficialidad. Así, la antigua tensión entre lo verdadero y lo falso o, lo que es lo mismo, entre realidad y representación, es decir, de trascendencia, desaparece en beneficio de la pura inmediatez de su presencia, de su propia inmanencia”

Pero paradójicamente, la fotografía también sirve para conservar la memoria. Queremos pensar que filmamos y fotografiamos aquello que queremos recordar, y que lo guardamos pensando que algún día miraremos esas imágenes, pero la fotografía crea una “temporalidad de la presencia pura, despojada del devenir histórico del tiempo narrativo” (Martin 2007, 107).

En los casos aquí estudiados, de la totalidad de fotografías y videos captados por los sujetos durante un mes, solo el 13% quedaban almacenados en el dispositivo, luego de cinco meses; el resto fueron desecharados, sin un claro criterio de edición. La urgencia por capturar nuevas imágenes hace que los sujetos eliminan aquello que ha perdido vigencia, es decir, lo que no se alinea con la actualidad del presentismo.

A pesar de que los dispositivos de almacenamiento de información son cada vez más expansibles, la cantidad de información también crece, los tamaños de archivo se hacen más grandes; las aplicaciones, la música, los videos, las fotografías, son capturadas, descargadas y compartidas desde diferentes sitios y plataformas virtuales, lo cual hace que, por el momento, sea casi imposible conservar todo. En los dispositivos de memoria

hay ingentes cantidades de *basura* que constantemente reclaman edición y ordenamiento, navegar y ubicar archivos *útiles* es una tarea bastante ardua, en un espacio que se hace cada vez mayor.

De hecho, en el seguimiento a un colaborador durante un concierto, después de la transmisión en vivo y de compartir con sus amigos las imágenes, todas las capturas fueron borradas. Actividad que es compartida por los demás participantes, al preguntarle sobre esta acción, capturar – compartir – borrar, todos insistieron en el espacio de almacenamiento y la acumulación de imágenes que perjudica la posterior ubicación de archivos válidos.

Pensamos que con el pasar del tiempo le diremos a un amigo “mírame aquí estaba, mira como disfruto” pero no estábamos; “fotografiar es esencialmente un acto de no intervención” (Sontag 2015, 21). Fotografiar crea una grieta, un espacio temporal que me hace desaparecer del espacio actual. Estábamos abstraídos del devenir de los acontecimientos, ausentes, por fuera de lo ocurrido. Con esto “me volví el turista de mi propia vida, recorro el museo de mi existencia. Todo se volvió exótico: cultura, sexo, tercer mundo, perversiones; miro el universo con una mirada que me excluye de él” (Pommier 2002, 15).

En los sujetos de estudio esto se encuentra claramente determinado. Siguiendo con el ejemplo de las fotografías y videos de espectáculos. En estas ocasiones hay claramente una preminencia por la captura que por la *experiencia directa*. De las preguntas realizadas a los sujetos se pueden sacar algunas conclusiones. Las personas ya no se conforman con ser simples espectadores, quieren ser el espectáculo de ellos mismos mirando y estando en el espectáculo, mostrarse a ellos mismos mirando. Son especialmente interesante las transmisiones que hacen en directo a través de las plataformas como Facebook Live, Instagram Live o Snapchap. El video en directo, sin edición ni recortes, certifica con mayor consistencia el momento captado, además de ser el *presentismo* en sí mismo, este tipo de transmisiones se encarga de poner en firme, ante los otros, el acontecimiento en el cual se encuentra el sujeto.

Por otra parte, las críticas hechas sobre este ausentismo del acontecimiento en pos de la captura⁴, que se pueden interpretan a un descredito del disfrute en pos de la transmisión, parecen no tener mucho sentido para los sujetos analizados. Para ellos el hecho de capturar y transmitir estos acontecimientos forma parte de la experiencia. De

⁴ Como lo explican (Sontag 2015, 21) y (Pommier 2002, 15).

hecho, según ellos, lo disfrutan con mayor intensidad. *Es un plus al hecho de estar* que tiene dos momentos, el capturar como acto lúdico y el de compartir la experiencia; capturar para el otro, que es al fin quien completa la cadena de certificación. Cadena en la cual, el teléfono celular y la plataforma de emisión son medios y no fines; salvo en la captura como acto lúdico, acción que es un fin en sí mismo⁵.

Es por lo que, el hecho de fotografiar se volvió más importante, quizás, que el mismo acontecimiento, o más bien forma parte de la experiencia o más aún es la misma experiencia. Pues en muchos sentidos fotografiar se volvió un asunto éxtimo⁶, es algo mío hecho para ti, similar a los trazos de un bebe, trazos que no son tuyos, sino de la madre; fotografió para que lo veas, las fotos que yo capturo son más del otro que mías. Justamente muchas de las fotografías y videos de asuntos de ocasión son los primeros en ser borrados, el video del recital, de la obra de teatro. La función de estas imágenes es ser vistas por el otro cuando cumplen su función dejan de ser. No es ¡Aquí estaba! sino ¡Aquí estoy!; cuando el estoy se transforma en estaba, debemos sacar otra foto.

Es el tiempo de un sujeto que vive en un presente continuo y hasta eterno, un tiempo que siempre está actualizándose, pero sin desarrollarse. Incluso “estos tanteos hacia adelante, esta anticipación de un futuro no definido y el culto de lo nuevo significan de hecho la exaltación del presente” (Habermas 1985, 21).

Si la modernidad, para diferenciarse del pasado necesitaba de una perspectiva histórica, este vínculo se ha roto con la posmodernidad. La posmodernidad es puro instante: arbitrario, azaroso y puntual; es subversiva contra los residuos sólidos y los destellos de un pasado que considera primitivo, bárbaro y obsoleto. ¿Cuándo fue la última vez que nos conmovió una fotografía? Cada cinco minutos, pero ese efecto, al igual que el presente, son *bienes efímeros*.

⁵ En una escena de la película Forrest Gump (Zemeckis, 1994) se puede ver esto claramente. Cuando el personaje principal empieza a correr por todo Estados Unidos un grupo de periodistas le preguntan ¿Por qué corre usted? ¿lo hace por las mujeres, por los niños, por el medio ambiente? Él responde “solo tenía ganas de correr”. Aquí se ve claramente el cambio de estatuto en el sujeto contemporáneo, si la sociedad de aquel momento no podía entender una acción sin una motivación específica, para el sujeto contemporáneo en la ejecución del acto mismo está el disfrute [Mi análisis].

Maurice Herzog y Louis Lachental, en 1950, coronaban el Annapurna. Herzog (2013) en el libro medita sobre la inutilidad del acto de escalar montañas, acción que va a definir como: la conquista de lo inútil. La exaltación del acto y el momento en sí mismo.

⁶ Término introducido por Lacan para definir aquello que se encuentra por fuera, externo a mí, pero a la vez es más íntimo mío que lo más íntimo. Es lo más cercano, lo más próximo, lo más interior mío sin dejar de estar en el exterior (Ganim 2016). Miller (2010), citando a San Agustín, pone el ejemplo del seno materno y lo categoriza como una vacuola, como algo que siendo externo al niño pose en el centro al mismo *ser* del niño; por eso concluye que sería difícil pensar que el seno es propiedad de la madre más que del niño.

Por otro lado, el sujeto ahora es un cuerpo sin ideal, es fenómeno. Ya “no responden más a la racionalidad inscrita en metarrelatos sino a la seducción continua, una suerte de *pulsión estética*” (Cuadra 2003, 62). Este cuerpo sin ideal flota no tiene un *significante rígido* que le de consistencia, que lo fije. El ideal había prometido un goce por – venir, incluso para después de la muerte; de ahora en adelante gozar es una obligación. El presente es el instante de lo visual, de aquello que no debo imaginar ni rememorar, es el momento de un cuerpo que requiere ser fijado.

Para dejar de flotar el sujeto se afirma con mercancías, con religiones o culturas, mientras más exóticas mejor, en experiencias inéditas; compensa su falta de fe con espiritualidad y medicinas alternativas. Pero las cosas que busca aprehender, al igual que el turismo cultural y vivencial, rápidamente pierden consistencia, casi de inmediato, y debe buscar en otro lado. Pero antes de apartar su vista de aquello que le sirve momentáneamente debe hacerlo existir (mostrarlo).

En un contexto massmediatico lo que prima es la copia imaginal, por sobre el original. La iconocracia es aquello que supedita la existencia de algo a su nivel de visibilización, al número de espectadores. La importancia y la densidad de un hecho son proporcionales a esa visibilización. Se sigue el mismo camino que recorrió primero la política al subordinarse a los *media*. “En el momento actual, lo político se asocia mucho más a las imágenes que a las palabras” (Balandier 1994). Antes, los líderes políticos necesitaban un balcón o una tarima para hablar a unos cuantos miles de personas; ahora el poder político pide cámaras con la ambición de hablar a millones, y con la posibilidad adicional de editar el mensaje.

Uno de los productos icónicos de esta época es el videoclip. El videoclip mezcla música con espectáculo ¿cuál de las dos es más importante? La cotidianidad sigue esta misma ruta: mis pequeños sucesos personales, mis trivialidades diarias reclaman cada vez mayor visibilidad. Si aquellas cosas que me constituyen, si aquellos objetos – signo no son vistos ¿realmente existen? No existen en cuanto suceden, sino solamente si son vistos y entre más los miran, mayor consistencia tiene nuestro cuerpo y nuestra identidad. Nuestros pies tocan momentáneamente el piso y no flotamos. “La búsqueda de identidad es la lucha constante por detener el flujo, por solidificar lo fluido, por dar forma a lo informe” (Bauman 2002, 89).

Las cosas y las nuevas experiencias se mueven más rápido que nuestros propios deseos. Comprar es obtener un bien específico, y ese bien específico busca satisfacer un deseo determinado, esta dinámica funcionó muy bien, pero resulta lenta para la dinámica

actual. Hay que recordar que el deseo en su interior guarda una paradoja. El deseo busca desesperadamente realizarse, más esta búsqueda es suicida, pues en la realización del deseo, el deseo encuentra su fin. Para que el deseo este acorde con esta nueva dinámica debe perpetuarse, el deseo desea al mismo deseo. Así el significante deja de referir a un significado y pone fin a la teleología de la historia.

El espectáculo sigue la misma lógica que el consumo. ¿Qué es sino el *zapping*? ¿No es justamente ver todo, pero al precio de no ver nada? El deseo no es el de encontrar un programa específico sino el cambiar de canal una y otra vez. En muchas formas las redes sociales siguen esta misma lógica, un peregrinar incesante de imágenes, donde el peregrinar es el sentido y no lo que se mira. No es extraño que, también, el acto fotográfico siga este mismo camino, que difiere mucho del *gusto* por hacer fotografía⁷.

¿Es posible esto? ¿Se puede tomar cerca de 600 fotos por mes y no interesarse siquiera por la fotografía? Una primera respuesta sería que al sujeto no le interesa la fotografía como tal, le interesa lo que muestran las fotografías, aquellas cosas que lo constituyen y que la fotografía ayuda a publicitar, o, mejor dicho, a existir.

Una segunda posible respuesta, sigue la espiral del deseo antes mencionada: cuando el sujeto está haciendo *zapping*, comprando, o revisando redes sociales, está consumiendo. El consumo, en tanto antónimo de producir, es una actividad más bien pasiva. Cuando el sujeto dispara su cámara, aparentemente no está consumiendo sino produciendo, más en realidad está reproduciendo. En la reproducción, la separación entre consumo y producción se vuelve problemática, fotografiar es una forma de apropiarse de la cosa, de la persona, del lugar.

Cuando fotografiamos producimos, pero también consumimos y es en la apropiación de la cosa (consumo) donde entra la espiral del deseo, es decir, del sin sentido. Tanto representación como reproducción se refieren a algo que no es el original; la frustración y la acumulación en la dinámica fetichista parten de la pérdida de un objeto fundamental, objeto que buscara ser reemplazado por el objeto fetichista, que al no ser nunca el original tiende a la frustración y con ella a la acumulación. El sujeto ya no es fuerza productiva sino reproductiva. La fotografía se vuelve un proceso de apropiación estética de la cosa.

⁷ Los cuatro sujetos aquí analizados sacan en promedio 15 fotos por día; ante la pregunta: ¿te consideras un aficionado a la fotografía? Todos respondieron que no [Mi análisis].

Queda atrás la fase *ética* del capital (acumulación y ahorro, sacrificio, trabajo) donde todavía la producción y el consumo tenían una finalidad, un sentido. Hoy, atrapados ambos en la espiral del *desarrollo* que les rebasa, ya no apuntan «a las necesidades ni al provecho. No es una aceleración de la productividad sino, estructuralmente, una inflación de los *signos* de la producción; es –en definitiva– un proceso en sí y para sí. En estos términos, si la anterior fase del capital –correspondiente a la ley mercantil del valor– es calificada por Baudrillard como *ética*, esta nueva fase inflacionaria en signos será calificada de *estética*. (Puig 2000, 66)

En este sentido se puede decir que fotografiar, para los sujetos de estudio, es un acto fetichista. Con el deseo de apropiarse del original, a través del acto fotográfico, llega la frustración por la imposibilidad de la posesión, lo cual deriva en acumulación de imágenes. Pero no únicamente de imágenes sino de *clics*, en el sentido de actividad reiterativa; donde reproducir en tanto acción de reproducir es una actividad, en sí misma, acumulable.

1.4. Mi relación con el que me mira

Al contrario de lo que generalmente se piensa, no es el momento de un sujeto prominentemente individualista, encerrado en su ego o en su propio narcisismo, sino el momento de un sujeto completamente entregado al otro. No es la realización de la individualidad como la entendía la teoría crítica, sino es más bien el momento de la personalización. Si individualidad significa que el sujeto se determine a sí mismo en su subjetividad, personalización significa que el sujeto se determine a sí mismo en su objetividad. La subjetividad del sujeto, como nunca antes, está determinada desde fuera y hacia afuera⁸.

Al romperse el lazo social que vinculaba a los sujetos a través de metarrelatos teleológicos, los sujetos empezaron a ubicarse como *nodos comunicativos* en una sociedad – red. Estos nodos primeramente fueron pasivos: los sujetos eran receptores de mensajes enviados por un emisor técnico; es el momento de los grandes medios de comunicación. Actualmente estos nodos han dejado de ser pasivos para ser activos; el sujeto recibe y emite mensajes a través de dispositivos tecnológicos de orden virtual, que permiten la interactividad y la instantaneidad. En esta red comunicacional se forman nuevas formas de socialización y se crean nuevos espacios público – virtuales.

⁸ Esto es lo que marcan nuestros cuatro sujetos de análisis: el 55% de las imágenes capturadas son inmediatamente compartidas a través de diferentes plataformas digitales; es decir que un poco más de la mitad están dirigidas al otro [Mi análisis].

El sueño común que hacía cercanos a los desconocidos, que los convocababa en algún lugar de uso común de una ciudad, pueblo o selva, se derrumbó o se concretó. Ahora “lo común” depende de si las apariencias son similares. Me relaciono con muchos otros a través de los infinitos nodos que forman nubes con ramificaciones comunicacionales. La alteridad es virtual, el otro nos llega en forma de imagen. E incluso cuando el sujeto está en presencia de otros prefiere esta virtualidad, toda presencia es un compromiso, y es más fácil hablar con quien no me ve.

En las iglesias la disposición estructural del confesionario está hecha de tal manera que entre el confesor y el confesante exista una relación de anonimato. Es un distanciamiento construido por la misma estructura lo que permite al confesante contar la intimidad de sus secretos. Lejos de una mirada que puede ser inquisidora, el creyente encuentra consuelo exteriorizando aquello que lo atormenta. El anonimato lo protege de ser juzgado. En la web, en cierta forma, se sigue esta misma lógica del anonimato; o al menos así lo siente el sujeto, lo que le permite exponerse.

Por otra parte, la carga dramática presente en lo que transmite puede irse reduciendo, fruto de una “normalización” de contenido y forma; algo que hace algunos años podía escandalizar, en la actualidad puede ser frecuente y aceptado. Con esto, cada vez nos atrevemos a mostrar más de nosotros, a confesarnos más. A diferencia del confesonario, en el ciberespacio además de encontrar consuelo, podemos demandar reconocimiento “menos feligreses más cibernautas”. Ante la pregunta ¿tienes algún pudor o incomodidad al compartir fotografías demasiado íntimas? La respuesta fue “todos lo hacen”, tan simple a la realidad.

Los usuarios digitales dirigen sus mensajes hacia un receptor indeterminado; de igual manera como ocurría con los medios tradicionales cuyos mensajes iban de uno a la masa; donde el receptor aparece como anónimo. Por ser anónimo, el emisor no encuentra consecuencias claras en los mensajes que envía. La distancia que levanta la estructura del confesonario, en la sociedad – red, la pone la representación; en forma de imagen el sujeto se siente a salvo. Si el deseo que demandamos no trae consecuencias, más que el mismo deseo, el mostrar se facilita. Si nuestros atributos, si nuestra sonrisa, se ofrecen al deseo de lo anónimo, ningún particular puede reclamar el derecho a concretar el deseo que se solicita. No nos mostramos para alguien, nos mostramos para todos, es decir, para nadie. El deseo, del deseo del otro, es una demanda indeterminada.

El distanciamiento posibilitado por la representación y el anonimato es paradójico. Byung Chul-Han (2014, 7) contrapone el *principio del respeto* a la lógica del espectáculo.

Respectare, de donde viene la palabra respeto, significa mirar hacia atrás; es decir, tomar distancia. Al contrario de respeto, espectáculo viene de *spectare*, es decir, la mirada en su aproximación. El espectáculo revoca la distancia en que cualquier respeto es posible. Es aquí donde ese distanciamiento se vuelve paradójico, pues si el anonimato y la representación posibilitan que el emisor se abstenga de tener algún pudor, esa falta de pudor elimina inmediatamente cualquier distancia, el sujeto aparece transparente.

Eso es justamente lo que expresan los sujetos analizados en la presente investigación. Ante la pregunta: ¿A quién van dirigidas las imágenes que comparten por redes sociales (en especial las más *provocativas*)? todos coincidieron en estar conscientes de la indeterminación del receptor. Una de las respuestas fue especialmente interesante: “ahora es normal sacar fotos de uno mismo, lo hago para ver cómo me veo, pero también para compartirlas, me gustan los *likes* y los comentarios agradables me hacen sentir bien; no busco conseguir novio, ni enrollarme con nadie, solo sentirme bien”⁹.

En la realidad, un *guiño* de ojo de *A* hacia *B* demanda una respuesta de *B* hacia *A*, pues hay un interés específico de *A* en *B*. Por otra parte, *A* debe hacerse responsable de su demanda y de la reacción de *B*, si *B* reacciona positivamente ante el estímulo signico *A* debería ser consecuente. En el universo de las redes sociales, el *guiño* de *A* no se dirige hacia un específico *B* sino a un universo anónimo, por lo que ningún individuo de ese universo virtual está en pleno derecho de reclamar nada.



Figura 1: Sefies que se pueden tomar como *provocativas*.
Fuente: Imagen de archivo personal.

⁹ Conversación personal 1. Por un pedido de los participantes no se pondrán a consideración sus datos personales [Mi análisis].

Continuando con la argumentación teórica, Jacques Alain Miller (2010, 16) nos muestra que no existe antónimo adecuado para la palabra intimidad pues “intimar es hacer comparecer ante un tribunal, es citar ante la justicia, es notificar legalmente a algún otro cierto número de consideraciones”. Muchas veces se ha usado el vocablo *extimidad*, invención de la teoría lacaniana, como un antónimo de intimidad, como un tipo de pulsión que nos llevaría a exteriorizar aquello que llevamos dentro. Sin embargo, el mismo Miller (2010), a quien debemos el rescate de este vocablo, nos advierte que lo éxtimo no es lo contrario a íntimo, sino que es incluso lo más íntimo, pero que se encuentra externo.

Lacan (1988)¹⁰ califica a aquello que se encuentra afuera y a la vez está más dentro de mí que lo más íntimo mío como una *falta*, algo que perdí alguna vez. El sujeto desea justamente aquello de lo que está privado. Lacan, para exemplificarlo, cita a San Agustín: “Yo mismo he visto y experimentado a un niño de pecho, que aún no sabía hablar, y tenía tales celos y envidia de otro hermanito suyo de leche, que le miraba con un rostro ceñudo y con semblante pálido y turbado” (de Hipona 1983, 28). Si existe frustración en él es justamente porque aquel pecho no es de la madre sino suyo.

A mi entender, *lo más éxtimo* del sujeto es el propio *ser*¹¹, y el paradigma de esa “falta” se puede entender como una *falta de ser*. Esta falta, es lo que lleva al sujeto a buscar su completitud en lo otro. Todo *otro* aparece para el sujeto como *éxtimo*, como aquello que siendo externo “me agita en el seno de mí mismo” (Miller 2010, 26). El hombre desea aquello que le falta, pero ese deseo aparece para el cómo indeterminado, pues lo que desea es el mismo *ser*. La completitud, la totalidad, es posible únicamente vista a distancia; el sujeto desea justamente aquello de lo que el otro esta privado, pero que a ojos del sujeto *el otro* parece poseer.

Por su aparente unidad gestáltica, el otro tiene para el sujeto la posibilidad de señalar las coordenadas del objeto a desear. “Volvemos a una idea antigua pero cuyas implicaciones son tal vez ignoradas; el deseo es esencialmente *mimético*, se forma a partir de un deseo modelo; elige el mismo objeto que este modelo” (Girard 1995, 153). Para Girard, la visión freudiana del deseo sólo toma en cuenta la problemática entre el sujeto y el objeto, y olvida la del rival. Una relación de rivalidad no es simplemente la

¹⁰ Aunque la definición no se describe de forma directa en la obra, y se la describe en la conferencia 10 y en sus textos posteriores [Mi análisis].

¹¹ *Ser* en el sentido Heideggeriano. Donde el *Dasain* en su estar – en – el – mundo, que es su *a priori* ontológico fundamental, esta radicalmente ex – táctico y ex – céntrico; es decir que su propio ser, su centro, está afuera [Mi análisis].

convergencia de dos deseos sobre un mismo objeto, sino que, “el sujeto [discípulo] desea el objeto porque el propio rival [modelo] lo desea” (Girard 1995, 152).

El ser humano es esencialmente discípulo, y se ofrece como modelo únicamente en determinados momentos. Trata de ocultar su subordinación esencial y para ello debe mandar señales contradictorias: ¡Imítame!... ¡no me imites! Quiere ser modelo único, pero su aparente originalidad es el señuelo para el deseo del otro, así que la pone en riesgo. La identidad es también un deseo de particularidad, de diferenciación, pero para el sujeto es más importante el deseo del otro; por tanto, debe demandar ese deseo a riesgo de perder su particularidad. El discípulo, al acoger en su deseo los objetos del modelo, se subordinará a él; pierde su individualidad, pero gana estabilidad.

El usuario busca el reconocimiento de estos objetos, en sus gustos y en la capacidad que tiene para poseerlos, aspectos que lo constituyen. Este tipo de imágenes buscan resaltar los atributos del objeto, son plenamente descriptivas, tanto estética como semióticamente, ya que no transmiten más que eso, al objeto en sí siendo poseído por el sujeto de estudio.

Para el emisor no hace falta que su demanda desencadene en un efectivo deseo por poseer el objeto; ni mucho menos se levante un conflicto en torno al objeto, como podría suceder antiguamente. Al emisor le basta con la aprobación del objeto en forma de *likes* o comentarios aprobatorios respecto al objeto. La ausencia de reacciones positivas crea frustración en el sujeto; aunque en muchos casos, la falta de reacción es tomada por el demandante como una muestra de envidia en el receptor. Una participante comentaba que había dejado de usar algunos elementos de bisutería que no habían recibido la atención solicitada.



Figura 2. Objetos personales que son publicitados por el sujeto. El emisor demanda el reconocimiento, por él otro, de los mismos.

Fuente: Imagen de archivo personal.

¿Qué nos lleva a pensar que la moda es una forma de singularización? ¿O a creer qué eligiendo esto o aquello, nos permite constituirnos como individuos? No nos individualizamos, nos personalizamos; elegimos algo simplemente porque alguien lo ha señalado como deseable¹². ¿Qué algo esté de moda no significa acaso que, de repente y sin motivo aparente, una gran cantidad de gente comience a consumir determinada cosa o a actuar de determinada forma?

Por ejemplo ¿A quién le importaban las *selfies*? Tomarse autorretratos fotográficos era una práctica en cierta forma marginal hasta que Bradley Cooper, en la gala de los Oscar, el 2 de marzo del 2014, se auto fotografió con un grupo de compañeros; a partir de ese momento el fenómeno *selfie* no ha parado. Del modelo no únicamente recibimos objetos a desear, sino aptitudes, prácticas y usos

Es interesante notar que desde el *deseo mimético* se establecen diferentes dinámicas; ejemplo, la del amor o la del consumo, y que la rivalidad atraviesa todo el edificio del deseo. Cada cuatro años, la mayoría de los países del mundo se congregan para celebrar el mundial de fútbol ¿Qué se juega ahí?, ¿qué se gana con esto? Por supuesto que no se gana únicamente un trofeo, se gana cohesión social, identidad, reconocimiento; de repente amamos más a nuestro país y somos uno bajo el mismo nombre. Y ese triunfo debe ser celebrado, no podemos ganar e irnos a casa. *Celeber* quiere decir concurrido,

¹² El principio en el que se basa la publicidad [Mi análisis].

populoso, abundante; su antónimo es *desertus*, abandonado. *Celeber* es también la raíz de célebre, es decir, famoso; para ser famoso debo tener abundante concurrencia, celebrar es hacer público, es publicitar. El reconocimiento, la cohesión vienen de ese publicitar, de hacer público, de hacer compadecer frente al otro lo logrado.



Figura 3: Fotografía que busca *celebrar* un triunfo conseguido.

Fuente: (Lisotto 2022)

Nuestros triunfos personales, por pequeños que sean, son también motivo de celebración; al hacer público lo conseguido, el sujeto ontologiza el acontecimiento. Nuestro mismo cuerpo, las cosas que compramos, nuestros logros, se constituyen en objeto de deseo y nos cohesionan. ¡Imítame!, dice el sujeto, ¡disfruto con tus intentos de parecerme a mí! Recordemos que la rivalidad y la violencia atraviesan todo el edificio del deseo, la rivalidad es un conflicto entre un modelo – amo y un discípulo – esclavo.

Hay que sacar fotos de la cotidianidad y compartir; en difundirlas y recibir la mayor cantidad de gratificaciones explícitas (*likes*) está la clave. Si hago algo o logro algo y nadie lo ve, no hice ni logré nada; si no hice o logré algo, no soy nada. Si no me hago compadecer frente al otro, soy algo que solo *es – en – sí* y no *para – sí*.

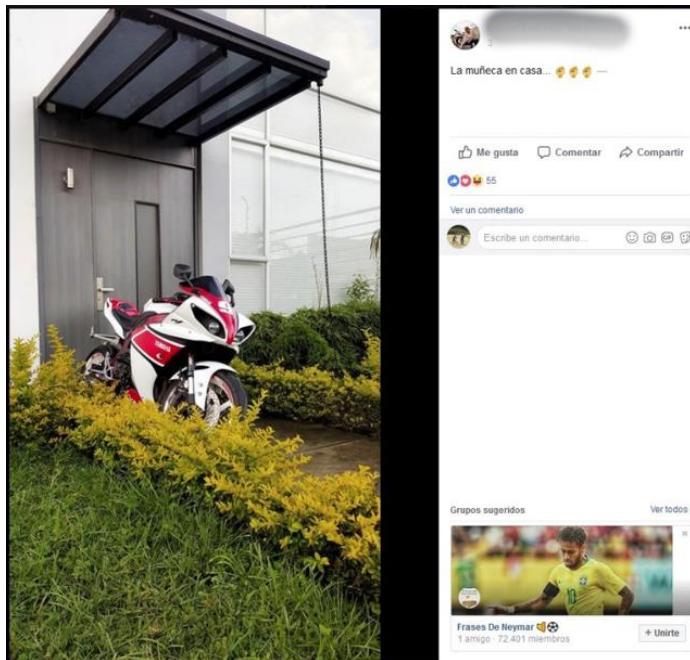


Figura 4: Objetos y actividades que son publicitados por el sujeto.
Fuente: Imagen de archivo personal.

“Para mi persona publicar lo que he conseguido es una forma de compartir con los demás lo que he logrado” nos dice un participante. Es dividir el orgullo de lo conseguido, es también la búsqueda de empatía, de alegrarnos conjuntamente con quien nos estima. No únicamente hacer desear, ni mostrarse como superior frente al otro; es hacer compadecer, poner a consideración nuestras acciones. Ver en los comentarios aprobatorios la estima que tienen los nuestros hacia nosotros y nuestras acciones.

Desde antes de nacer hay un nombre que espera por nosotros¹³, nuestros padres pasan muchos días buscando, en libros o en internet, el significado de aquello que nos sintetizara. El significado de nuestro nombre ya es para ellos, lo que esperan de nosotros. Desde ese momento, el nombre anhela un significado. Nuestro nombre, en tanto *designatario rígido* “designa el mismo objeto en cualquier universo posible” (Kripke 1985, 41), es nuestra primera representación. El sujeto en su devenir tiene la posibilidad de cargar de sentido a ese significante primigenio. Hay que mejorar el *curriculum*, ascender en el trabajo, hacer labor social, ganar medallas, todo eso hace resplandecer nuestro nombre.

Pero el nombre también se carga con cuestiones más evanescentes, que no se pueden abstraer: sueños, ilusiones, mentiras, ficciones que son verdad porque las

¹³ El significante (sujeto) aparece separado del cuerpo físico, existe antes del cuerpo y después de que deja de funcionar [Mi análisis].

creemos, y en fin con toda una “rapsodia compuesta y disparatada de propiedades biológicas y sociales en cambio constante, siendo todas válidas únicamente por un estadio o un espacio” (Bourdieu 2011, 125).

La misma palabra *persona*, en sí, ya alude a una ilusión; su raíz griega: *Prósōpon* significa literalmente: delante de la cara, es decir, mascara. Irremediablemente, cuando procedemos en sociedad, ante los demás, estamos mediados por una máscara, y somos lo que son nuestros actos y gestos. La máscara, en tanto nuevos rostros que nos adscribimos, se liga con el deseo, con la elección o con el capricho.

A diferencia del marxismo, el psicoanálisis no separa la máscara de lo real; pues lo real solo puede existir para nosotros a través de un semblante. Lo real es lo que presuponemos se encuentra detrás de la máscara; Lacan (1988, 231), lo ilustra formidablemente con una broma: “Mírala, que vergüenza, debajo de sus vestidos está totalmente desnuda”. Es decir que solo podemos presuponer la desnudez de eso real.

Nuestra vida en común, ante y con los demás, solo encuentra coherencia a través de un semblante. *Lo real* solo puede ser dicho negativamente: no es ni verdadero ni falso, no es ni bueno ni malo; se manifiesta, pero permanece incognoscible, *Wiederholung* y *Wiederkehr*¹⁴. La máscara sí puede ser dicha y valorada, y mucho de lo que se puede decir sobre ella se lo dice a través de un relato en primera persona. Primero somos el relato y el deseo de nuestra madre, después somos lo que decimos que somos; a través de un relato nos contamos a otros y a nosotros mismos.

Lo que decimos y mostramos de nosotros crea irremediablemente una incisión entre el sujeto singular y el sujeto del relato. En tanto entes que enuncian y crean, somos entes que hacen. Entre el individuo singular que hace y lo hecho por el sujeto surge un tercer término: el autor¹⁵. Roger Chartier nos recuerda que “autor” y “actor” vienen de la misma raíz latina *agere*, hacer; y que es a partir del siglo XVIII que autor remite a un personaje público, a un actor. Lo hecho crea una escisión del yo (*Spaltung*), entre el sujeto y el “autor como actor” (Chartier 2000, 91).

¹⁴ Lacan hace una distinción entre los dos términos. El primero refiere a una repetición, a través de un *síntoma*, de aquello que se encuentra reprimido, *automaton*. El segundo refiere a un retorno esporádico hacia *Lo Real*; un encuentro traumático a través de un algo que lo promueve, a este algo Lacan lo llama *tuchê* (Lacan 1988).

¹⁵ No en el sentido en que Foucault (2010, 362) habla de la función – autor. Él autor establece que “la función autor es, entonces, característica del modo de existencia, de circulación y del funcionamiento de ciertos discursos en el interior de una sociedad”. Cuando hablo de autor lo digo en el sentido general del término [Mi análisis]; autor viene del latín antiguo *Agere* que significa hacer. Autor es el nombre propio al cual se le atribuye la hechura de algo, y en tanto relacionado con lo hecho se diferencia del individuo singular en su cotidianidad, su *otro yo* que hace.

Pierre Bourdieu (2011) señala, justamente, que toda empresa bibliográfica o autobiográfica es una ilusión. Al decir “yo soy eso”, doy vida a una ausencia, a un vacío; creo en el relato, un yo para mí y para el público. Pero esta *ilussio*, esta identidad ficticia, dista de ser banal. La ilusión que creo de mí mismo me muestra como una *Gestalt*, da la sensación se unidad y completitud; a su vez lanza un anzuelo que me impulsa hacia adelante. En la ilusión del espejo, un cuerpo despedazado se une; solo a través de una representación puedo decir *yo*. En el *imago* de mí mismo converge lo real y lo virtual, el cuerpo y el sueño; en el reflejo noto que aquello que impulso hacia adelante es un cuerpo que me pertenece.

Un yo cualquiera se narra y se muestra a sí mismo de dos maneras: “yo soy eso” y “érase una vez”. “La más simple de las figuraciones charla, cuenta una historia que despliega una temporalidad, menos de los acontecimientos que la de la materia sutil que los historiza” (Pommier 2002, 76). La fotografía tiene más de “yo soy eso” que de “érase una vez”, especialmente en lo que nos convoca, a comprender los usos y prácticas cotidianas de la fotografía, fotografías cuya temporalidad es el presente.

Pero el sujeto siente el vacío de la representación, quizás siente nostalgia de ser más que un cuerpo que se dice a sí mismo. Pero el vacío no es mudo, la representación al no dar coordenadas claras para la interpretación reclama palabras que guíen el sentido.

Así, en la prensa, imagen y epígrafe trabajan juntas en pos de ese sentido. Para muchos fotoperiodistas el texto en la imagen quita una cara a la imagen, quizás la más importante, su riqueza semántica. Pero la utilidad de la imagen, para la prensa, es más comunicativa que poética, por tanto, el texto complementario es fundamental. Esta necesidad de dar sentido a la imagen está presente también en los usos que hacen nuestros sujetos de estudio de las fotografías que toman con el celular.

Hay que recordar que *toda* acción comunicativa parte de una intención, intención que lleva al sujeto a buscar en el código la forma de transmitir aquello que quiere expresar. El lenguaje visual está, también, inmerso en esta *intención comunicativa*. Hay que decir que en imágenes como las de nuestros sujetos de estudio, que se repiten tanto en el motivo como en la forma, esta intención comunicativa está quizás más presente en el epígrafe que en la imagen en sí misma¹⁶.

¹⁶ La equivalencia estilística que se da en los usuarios de la cámara fotográfica del teléfono celular es especialmente notoria en las *selfies*, incluso entre diferentes usuarios. Una explicación del porqué de esta uniformidad se desarrollará en el segundo capítulo [Mi análisis].

Los epígrafes que acompañan a las *selfies* son especialmente interesantes, porque delatan la intención comunicativa de la imagen a compartir. Se puede decir que no hay coherencia entre epígrafe e imagen, no hay nada en la imagen que se ancle con el texto. Pero cuando la cámara apunta hacia uno mismo, y lo que soy es lo que ella puede mostrar, me estoy contando a mí mismo en primera persona, estoy queriendo decir “yo soy esto que puedes ver”; es desde ese punto de vista que el epígrafe cobra sentido y a la vez confirma la idea de que el sujeto quiere decirse a sí mismo.



Figura 5: Como se ve en esta imagen, no existe ningún tipo de coherencia entre foto y texto. El texto busca trascender la superficialidad de la imagen y agregar una cara más profunda a la demanda.

Fuente: Imagen de archivo personal.

Los epígrafes son regularmente freses motivacionales que buscan, entre otras cosas, despertar el deseo mimético del otro, buscan poner al sujeto de la representación como modelo dentro de la espiral del deseo anteriormente descrita. Buscan, también, poner una cara más a la imagen, más subjetiva¹⁷ y metafísica, buscan añadir profundidad ontológica a la imagen, profundidad que la fotografía por sí misma carece. La imagen es la condición de su superficialidad y el texto la condición de la *intención* en busca de profundidad.

¹⁷ Si bien el sujeto mediante su intencionalidad escoge tanto el motivo como el encuadre (subjetividad) la fotografía solo puede captar superficialidades (objetividad). A través de esa objetividad material – sensible, la fotografía despierta infinidad de sentidos que forman parte de su riqueza casi única, pero también son su mayor debilidad, pues lo que se dirige hacia todas partes, lo que se irradia como *sentido sin cause* difumina y hasta borra la misma intencionalidad comunicativa, intencionalidad que el epígrafe pretende rescatar [Mi análisis].

Al preguntar qué consideran para colocar determinado texto en determinada imagen, las respuestas no fueron del todo claras, los participantes entienden que no hay relación entre texto e imagen. Quizás la respuesta más interesante sea la de “no me gusta que piensen que soy vanidosa”¹⁸. Aquí la participante muestra una clara conciencia de lo superficial del gesto que expresa la imagen exhibida y ve que la respuesta para superar aquella superficialidad es únicamente a través del texto. Nuevamente el texto denuncia la intencionalidad del sujeto al compartir una *selfie*, su necesidad de identidad, la necesidad de ser aquello que aspira ser. Aquí hay que preguntarse si el texto no es únicamente un “autoengaño consiente” y el sujeto quiere ser justamente aquello que muestra la imagen y anexa un texto para encubrir su propia superficialidad.

Pero si las *selfies* buscan mostrarse, dirigirse al otro con diferentes motivaciones, también sirven para explorarse a uno mismo. En este punto la auto fotografía no busca crear o engañar, sino, conocerse¹⁹. Es decir que la fotografía puede ser una forma de mirarse al espejo, encontrarse con uno mismo en su superficialidad. Mirarse en el espejo es ante todo una actividad íntima, en la que nos relacionamos íntimamente con nuestro reflejo.

La posibilidad de que masivamente los sujetos, en su intimidad, controlen todo el proceso de producción y circulación de imágenes, constituye un cambio radical en la forma de hacer fotografía. Al prescindir de un sujeto que ejecute el acto fotográfico y otro para el procesamiento del material fotosensible, llámense fotógrafo²⁰ y laboratorista, toda la dinámica del acto fotográfico se vuelve un asunto personal.

Lo atestiguan los cambios en la *distancia focal* de los dispositivos de captura del teléfono celular; actualmente la cámara se presta técnicamente para la auto fotografía²¹. Sin la necesidad de un fotógrafo y un laboratorista que materialice la imagen latente, el

¹⁸ Conversación personal 2, [Mi análisis].

¹⁹ Para tres de los cuatro sujetos de estudio, tomar fotos de sí mismos (*selfies*), es una forma de auto conocerse y de explorar su cuerpo, “cuando me tomo una selfie no necesariamente la comarto, la tomo para ver cómo me veo” (Sujeto-2 2017).

²⁰ En la actualidad la discusión sobre la separación entre fotógrafo profesional o aficionado se ha tornado inútil. De igual manera que en el arte, donde artista es quien hace arte, fotógrafo es aquel usa fotografías. Es un desplazamiento desde el estatuto del fotógrafo hacia lo fotográfico. Para ser fotógrafo ya no es necesario ejecutar el acto fotográfico, sino simplemente trabajar con fotografías, que pueden o no ser de autoría de quien las usa [Mi análisis].

²¹ Esta información está basada en una investigación personal. Se tomó como referencia a las marcas: IPhone y Samsung, por ser las más populares. Ambos, en sus primeras generaciones de móviles, usaban lentes que en promedio bordeaban los 45 mm; los modelos actuales, usan lentes de 30 mm aproximadamente. Este viraje, hacia el gran angular, lo interpreto como la necesidad de los sujetos de fotografiarse a sí mismos sin la ayuda de terceros. Con un lente normal o teleobjetivo la fotografía a uno mismo (intima) sería muy complicada, nos veríamos en la necesidad de usar un trípode o de varillas de extensión [Mi análisis].

sujeto se siente como ante un espejo. Sin miradas, que pueden ser inquisidoras, es libre de explorarse a sí mismo; es autor y modelo.

Por otra parte, la paciencia que podemos tener para lograr la toma fotográfica deseada, únicamente la podemos tener con nosotros mismos; paciencia que en el fotógrafo podría ser un bien escaso. Infinidad de ensayos y errores, exploración pormenorizada del cuerpo y de sus ángulos. No existe problema, se puede tratar todo el día, en algún momento habrá una foto en la que aparezcamos como queremos aparecer, en algún momento nos veremos cómo queremos vernos.

A una de las participantes se le pidió que guardara las *pruebas* que realizaba antes de publicar una selfie en redes sociales. La participante realizó 37 fotografías para obtener una imagen *publicable*. En esta parte hay que distinguir entre dos tipos de contenidos: entre imágenes que quedan fijas en el perfil del usuario²² e imágenes cuya presencia es efímera dentro de la plataforma virtual²³. Para las primeras el rigor de la captura y la edición serán mayores; mientras que, para las segundas, por su *existencia* efímera, no lo serán tanto.

Respecto a lo anterior, en los seguimientos realizados a una de las participantes pude notar un comportamiento singular al momento de realizar selfies grupales. En el matrimonio de un familiar había un fotógrafo contratado para el evento. Ella junto con sus amigas actuaban, se mostraban, diferente frente al fotógrafo que frente a las fotografías hechas por ella a través de la cámara fotográfica del teléfono celular. Las poses frente al fotógrafo, en mayor o menor medida, siempre tenían una carga de solemnidad, rigidez y distanciamiento²⁴. Mientras que la espontaneidad y la cercanía es una característica recurrente en la auto fotografía. El fotógrafo al ser un ente externo a la fiesta, al grupo, o a la acción, crea cierto distanciamiento frente a lo fotografiado; mientras que el sujeto de estudio, al ser parte del evento, no crea tanto distanciamiento e incomodidad.

El fotografiarse a uno mismo, a través de la cámara del teléfono celular, no está destinado únicamente al compartir estas imágenes con los demás. Es también una forma

²² Son imágenes que quedan como fotos de perfil o fijas dentro de la cuenta del usuario. Pueden ser momentos importantes o selfies con las que el sujeto se siente particularmente conforme [Mi análisis].

²³ Imágenes cuya presencia dentro de la cuenta del usuario son efímeras. Pueden ser estados de Facebook, Instagram o imágenes que son compartidas por plataformas de mensajería como Whatsapp cuya intención es atestigar un momento, actividad o lugar puntual en la vida del sujeto [Mi análisis].

²⁴ De hecho, la labor del fotógrafo es vencer esa resistencia, acercar aquello que aleja el mismo oficio, el aparato técnico y la posterior circulación de las imágenes (el uso), en pos de una aparente naturalidad en el resultado (la foto) [Mi análisis].

de verse y explorarse a uno mismo, de conocerse y probarse en la exterioridad. Una práctica común es fotografiarse frente al espejo, son imágenes hechas para verse y certificarse a uno mismo. Esta práctica comúnmente forma parte del ritual de vestirse y arreglarse para posteriormente salir y *ser* para los demás.

Si mirarse al espejo era la metáfora del conocimiento interior, de la inquietud de sí, en la actualidad la metáfora se toma al pie de la letra. Auto fotografiarse es verse y conocerse *desde* y *en* la exterioridad, y quien quita que la manifestación de nosotros es lo que efectivamente somos por dentro; y que la fotografía, a diferencia del espejo, nos convence de forma más radical de que somos aquello que vemos. “Ser en imagen”, manifestarse como imagen, es quizás el producto final, el resultado de la dieta, de la ropa y el ejercicio, de todos nuestros esfuerzos por *vernos bien*.

Son un tipo de selfies en las que el sujeto busca verse a sí mismo, auto comprobar que se ve bien. Son imágenes que una vez vistas por el usuario son borradas regularmente, no están hechas para el intercambio. Son fotos para ser vistas por el usuario en ese mismo momento y lugar. Es interesante notar que la mayoría de este tipo de imágenes están hechas a través del reflejo del espejo. De esta práctica puedo intuir dos aspectos, uno técnico y otro simbólico. Técnicamente tiene que ver con el tamaño de plano²⁵, el efecto reflexivo del espejo permite captar la totalidad del cuerpo sin recurrir al contrapicado como en la selfie común²⁶. Simbólicamente representa el verse a uno mismo, es una práctica cuyo fin es reforzar la confianza que tiene sujeto cuando posteriormente sea visto o fotografiado por los demás.

²⁵ Relación entre: distancia focal, distancia de foco, ángulo de enfoque y tamaño del objeto [Mi análisis].

²⁶ En la selfie común, por la distancia focal y la distancia de foco (en su mayoría la distancia de un brazo), si se quiere captar la totalidad del cuerpo nos vemos forzados a recurrir al contrapicado [Mi análisis].



Figura 6: Imágenes en las que se busca conocer el cuerpo. Estas imágenes terminan, después del espejo, de certificar nuestra apariencia.

Fuente: Imagen de archivo personal.

Parece ser que el espejo no alcanza a certificar de forma determinante nuestra apariencia. “A veces me veo bien frente al espejo, pero no en la foto”, decía un participante. El espejo y la presencia difieren de la fotografía principalmente en dos aspectos: en el transcurrir del tiempo, del cual la fotografía está desprovista, y en el aparataje técnico de la cámara respecto al ojo. Al prescindir del tiempo, la fotografía, nos muestra la pura apariencia por fuera de la actitud y la gracia del movimiento (aspectos que pueden embellecer la apariencia). Por otra parte, la luz no dibuja de la misma manera en el ojo que en el sensor de la cámara. Este aspecto técnico, según las participantes mujeres, inclusive ha cambiado la forma de maquillarse; hay una preminencia, en esta acción, hacia la cámara por sobre el ojo.

A pesar de que el sujeto busque conocimiento de sí mismo, de que el sujeto se auto fotografié con cierta *inquietud de sí* (*epimeleia heautou*), toda *imago* es imaginaria²⁷. Para el sujeto, el acto mismo de conocer ya está condicionado por la necesidad de producir una ilusión. Para que pueda haber conocimiento, se nos ha enseñado que debe haber un distanciamiento entre el sujeto y el objeto; en la dialéctica que surge entre el sujeto y su reflejo, la distancia misma que levanta la representación ya es una ilusión, el sujeto y su reflejo están en posición de extimidad.

²⁷ En el sentido literal de la palabra, es decir ilusoria [Mi análisis].

El principio de toda unidad por él [niño] percibida en los objetos es la imagen de su cuerpo. Sólo percibe la unidad de esa imagen afuera, y en forma anticipada. A causa de esta relación doble que tiene consigo mismo, sería siempre en torno a la sombra errante de su propio yo como se estructurarán todos los objetos de su mundo. Todos ellos poseerán un carácter fundamentalmente antropomórfico, incluso egomórfico. El hombre evoca una y otra vez en esta percepción su unidad ideal, jamás alcanzada y que se le escapa sin cesar. (Lacan 1983, 252)

Continuando con la idea de la fotografía como una forma de auto conocimiento.

Foucault (2001) habla de *inquietud de si* (*epimeleia heautou*), *cuidado de sí* (*cura sui*), y de *conocerse a sí mismo* (*gnothi seauton*), como diferentes formas en las que sujeto trabaja su subjetividad. Estos conceptos llevan implícitos determinadas prácticas, o como las llama el autor, *tecnologías del yo*. Ejemplos de esto son: el retramiento, el aislamiento (*anakhoresis*), la inmovilidad, etc.^{28,29}. La finalidad de estas prácticas, fundamentalmente, estaban dirigidas a conseguir la verdad y con esta la felicidad; felicidad en sentido aristotélico, *eudaimonia*.

²⁸ Para un mayor desarrollo sobre este punto: (M. Foucault 2001)

²⁹ Para Heidegger (1997, 172), el cuidado (*sorge*) es una condición preontológica, es decir que cuidado es a lo que el *Dasein* está inexorablemente abocado, el descuido ya es una forma de cuidado; fuera de toda intencionalidad, radicalmente, somos inquietud; “En el ser del hombre se da esencialmente el cuidado por el ver”. Pero además “la *perfectio* del hombre —el llegar a ser eso que él puede ser en su ser libre para sus más propias posibilidades (en el proyecto) — es «obra» del «cuidado»” (Ibid, 200). Así surge, para Heidegger, el *cuidado de sí* (*selbstsorge*), que permite al hombre reordenar su natural tendencia a la caída; *Verfallen*, donde el ser se dispersa y se olvida a sí mismo entregándose a las cosas.

La respuesta que da Virginia Woolf (2007, 100) se refiere a la necesidad de un lugar íntimo y privado, “de un cuarto quieto o de un cuarto a prueba de ruido”, que favorezca la creación y la actividad intelectual. Vemos que la necesidad de una habitación propia coincide con las *tecnologías del yo* expuestas por Foucault (2001) para el mundo clásico, es decir la necesidad de un lugar íntimo en que el sujeto pueda alejarse de las distracciones del mundo. En la intimidad convergen auto conocimiento y creación.

Podemos ver que la intimidad, la soledad y la nada tienen aquí una función ontológica. “En el reposo la ocupación no desaparece, pero la circunspección queda libre, desligada del mundo del obrar. En el reposo, el cuidado se sumerge en la circunspección ahora libre” (Heidegger 1997, 173).

Este reposo establece una estabilidad de sí-mismo, *die Ständigkeit des Selbst*, en el que el hombre deja de ocuparse de las cosas. La nada²⁹ produce angustia en el hombre. Justamente “la angustia es una manera de ser en la que la falta de importancia, la insignificancia, la nada de todos los objetos intramundanos se torna accesible al *Dasein*” (Levinas 2005, 119). Es decir, los entes dejan de definir al sujeto y es el sujeto el que empieza a definirse a sí mismo.

En la dinámica de la ciudad moderna estos momentos de retramiento, que nacen de la intimidad, encuentran espacialidades y temporalidades cada vez más reducidas. Antaño el viaje en colectivo, la alcoba, el baño, los recesos laborales, constituyan momentos y lugares en los que el sujeto podía, o podría, dedicar para el acceso a sí mismo.

En la actualidad, estos espacios y tiempos son ocupados por dispositivos tecnológicos como el teléfono celular; el ocio nos saca de la angustia de la nada, la nada se llena con una pantalla infinita de cosas. “La situación actual está cada vez más dominada por actividades intermitentes de comunicación interpersonal y de entretenimiento. El ocio se escurre entre bloques productivos, en los tiempos de espera, en el desplazamiento entre estaciones de tren. El ocio se ha vuelto intersticial” (Igarza 2009).

El cuidado y la inquietud de sí requieren nuevas *tecnologías del yo*. Habíamos postulado a la auto fotografía como una actividad íntima³⁰, en la cual el sujeto acude a la cámara fotográfica como acude a un espejo, como una forma de reconocerse a sí mismo, de verse a solas a sí mismo. La selfie le devuelve al sujeto un reflejo ideal de sí, un reflejo únicamente superficial. Y de la misma manera como la *epimeleia heautou* procuraba una transformación del sujeto, digamos en su ser, el acudir a la fotografía con una *inquietud de sí* procura una transformación del sujeto, pero esta vez en su *apariencia*. Si la primera llevaba a una modificación de lo inmaterial (*res cogitans*), la segunda plantea una modificación de la materia (*res extensa*).

El cuerpo como objeto de exploración es un cuerpo que se ofrece al deseo del otro. Hay un tipo de práctica denominada *sexting*, que consiste en fotografiar, de forma sugerida, partes erógenas del propio cuerpo. Para Freud (2006) estas partes son zonas límite del cuerpo donde el goce, alguna vez expulsado, se refugia de forma residual. Esta práctica tiene niveles que van desde la sugerencia, erotismo suave, hacia un mostrar explícitamente; es una negociación entre estos extremos. En las imágenes se trata de mostrar, pero de forma aparentemente ingenua, como algo que se les escapa, como algo que es consecuencia del encuadre y no como un acto intencionado.

La prohibición tiene algo de ocultamiento, pero a la vez de tentación. Cuando todo es permitido, el gozo por lo prohibido ya no posibilita la transgresión. El deseo se habrá realizado y así su muerte; el deseo lleva consigo ese dispositivo suicida. Cada vez es más difícil satisfacer nuestros apetitos, de tanto doblar la apuesta, la ilusión, y por ende la imaginación, se adormecieron o anularon. “Lo obsceno nace allí donde el signo se hace diáfano; el signo se muestra en tanto signo, en su brutal evidencia” (Cuadra 2003, 91).

Para Pommier (2002, 57) “Cuando los Ideales tradicionales se desmoronan, el propio cuerpo se vuelve el ideal”. Para la ciencia el cuerpo es *physis* sin *psyche*. ¿Si la ciencia pudo objetivar todo, porque no al sujeto? En la imagen, es el cuerpo quien habla, lo hace en forma de goce, de presente eterno, de juventud y de limpieza; habla desde la pulcritud del microscopio. Es un cuerpo que disecciona y fragmenta doblemente, al que mira y a sí mismo. Si para el *cogito cartesiano* el cuerpo era mudo³¹, para la posmodernidad el cuerpo es, quizás, lo único que tengamos que decir.

³⁰ En un sentido paradójico, la tecnología a través de lo virtual redefine el hecho de estar solo. “La vida privada no es más que esa zona del espacio, del tiempo, en la que no soy una imagen, un objeto.” (Barthes 1990, 48).

³¹ Descartes (1977, 66), establece [...] mi esencia consiste solo en ser una cosa que piensa, o una substancia cuya esencia o naturaleza toda consiste solo en pensar. Y aunque acaso (o mejor, con toda

Para Descartes la cámara oscura apuntaba hacia la naturaleza con la intención de develar su esencia, la cámara del teléfono celular apunta directamente al sujeto con la intención de mostrarlo en su apariencia, en su *cosa extensa*; la cámara muestra un cuerpo que nunca fue más real que ahora.

Como se ha remarcado, hay en el sujeto una necesidad de reconocimiento y de auto reconocimiento. Esa necesidad y las formas de expresarla están determinadas por las posibilidades tecnológicas y relacionales. Pero también pudo notar que la necesidad de reconocimiento ya sea en su exterioridad o en su interioridad, permanece constante en el tiempo. También hay que decir que no se puede llegar a un auto reconocimiento sin un reconocimiento previo. “Cada extremo es para el otro el término medio a través del cual es mediado y unido consigo mismo, y cada uno de ellos es para sí y para el otro una esencia inmediata que es para sí, pero que, al mismo tiempo, sólo es para sí a través de esta mediación. Se reconocen como reconociéndose mutuamente” (Friedrich Hegel 1966, 115).

Hay otro aspecto que resulta determinante para el análisis. Lacan nos dice que en el reconocimiento hay, también, una preponderancia de la demanda por sobre el deseo. Es decir que la demanda en sí sería la causa del deseo, deseo de demanda. Esto coincide perfectamente con la dinámica que existe en las redes sociales. En este lugar de intercambio virtual, el emisor envía un mensaje a un receptor que por ser masivo e indeterminado se posiciona como anónimo. Justamente, si el deseo hace que me dirija al otro buscando algo determinado, la demanda como significante anula toda particularidad. “Ya no se trata en la demanda de esto o de aquello, sino de obtenerlo como viniendo del Otro” (Miller 2010, 113).

Es distinto cuando las imágenes que se capturan se dirigen a un receptor en particular. Al especificar el receptor, la demanda también se especifica y por tanto la respuesta a la demanda.

El teléfono celular, en tanto metadispositivo, sirve no sólo para el registro de la realidad sino para el intercambio; cualquier imagen que se capture es susceptible de ser

seguridad, como diré en seguida) tengo un cuerpo al que estoy estrechamente unido, con todo, puesto que, por una parte, tengo una idea clara y distinta de mí mismo, en cuanto que yo soy solo una cosa que piensa —y no extensa—, y, por otra parte, tengo una idea distinta del cuerpo, en cuanto —que él es solo una cosa extensa y no pensante—, es cierto entonces que, ese yo (es decir, mi alma, por la cual soy lo que soy), es enteramente distinto de mi cuerpo, y que puede existir sin él.

compartida. La auto humillación y la auto ridiculización son acciones no poco frecuentes para aquel que se auto fotografía, pero son imágenes inmediatamente eliminadas³².

El término *Imagen latente*, en fotografía analógica, se refiere a la imagen que una vez capturada permanece invisible hasta que el proceso fotoquímico la vuelva visible. Si en la era de la *e – image*³³ se puede hablar de *imagen latente* como la imagen que una vez capturada permanece invisible, en espera de ser compartida; una *e – image* deja de ser latente cuando se hace pública. Por tanto, toda *e – image* es potencialmente pública, esa potencialidad es determinante a la hora de fotografiar, la forma en la que quiero que me vean debe estar presente en cada foto. El valor expositivo de la imagen, como diría Benjamín, está por sobre cualquier otro valor, como el artístico; este aspecto siempre prevalece al momento de fotografiar.

Pero la cámara del teléfono celular no cambia únicamente la cuestión del ser sino también del estar. El teléfono móvil, en tanto móvil, plantea una problemática singular al momento de preguntarnos ontológicamente ¿Dónde está el usuario del dispositivo?

Maurizio Ferraris (citado en Ferrariz 2007) sobre la problemática del teléfono móvil plantea la pregunta ¿dónde estás? Con el teléfono fijo esta pregunta sería irrelevante, pues siempre sabemos dónde llamamos: la oficina, la casa, el trabajo; si llamamos a la casa de *fulano de tal* y él es quien nos atiende, es que *fulano de tal* está en su casa. Con el teléfono móvil es que adquiere relevancia esta pregunta, pues el sujeto siempre está al teléfono, en todo momento y en todo lugar; por lo que preguntar ¿Dónde estás?, es una de las preguntas determinantes al momento de hablar. ¿Pero el decir estoy en la casa o en el trabajo es suficiente para garantizar dicha ubicación?

El decir ¡aquí estoy! no aparece como garantía suficiente. Ante la duda de si verdaderamente se está donde se dice estar al momento de contestar el celular, siempre se puede recurrir a la cámara fotográfica del teléfono celular para certificar mi presencia en determinado lugar. La fotografía se vuelve una especie de certificado que garantiza la ubicación espaciotemporal.

Esto se ve demostrado en las fotos que capturaron los cuatro sujetos de análisis. En las imágenes analizadas se encuentran muchas fotografías de este tipo, cuyo único fin y utilidad es la de certificar temporalmente la ubicación del sujeto.

³² Este tipo de fotografías producen un tipo de goce subversivo, más profundo que cualquier deseo de idealización o pertenencia. Es una especie de “desublimación” en el que sujeto se afea intencionalmente. Este aspecto se tratará con más detalle en el segundo capítulo [Mi análisis].

³³ Tomo el termino y el sentido en que José Luis Brea hace uso de este (Brea 2007).



Figura 7: Imágenes destinadas a comprobar ubicación.

Fuente: Imagen de archivo personal.

Son fotografías que no necesariamente muestran acontecimientos, como en el caso de certificar la presencia en determinado evento o en un lugar especial, son imágenes de la cotidianidad en sí misma. Estas imágenes tienen como único fin garantizar que se está en determinado lugar o realizando determinada acción. “Estoy realizando un trámite en el banco” o “estoy en casa” son actos que se ven garantizados por acción de la fotografía y la posibilidad de transmitirla inmediatamente.

La fuerza semiótica de estas imágenes es describir y ubicar, por lo que es muy común encontrar en estas imágenes alguna parte del cuerpo del emisor que refiera a él en ese lugar. De igual manera se busca que en la imagen aparezcan objetos representativos del lugar donde se encuentran. Estas imágenes, en general, también sirven para reforzar lo que dice el usuario: “nadie vino a la cancha”, “vengan, el lugar está lleno”. Más que una búsqueda estética es una necesidad de reforzar lo que se dice o se hace.

“Desechabilidad” es una palabra clave para entender la motivación de este tipo de fotografías, pues la relación espacio – tiempo – ubicación es cambiante, y con el transcurso del tiempo cambia el espacio, y por ende la ubicación. Esto hace que estas imágenes se transformen en basura a la espera de ser eliminadas.

Diferentes son las fotos que también buscan certificar la ubicación del sujeto, pero que son de ocasiones especiales; un recital o un viaje también buscan fijar, en el otro, la certeza de que el sujeto se encuentra o se encontraba en determinado lugar; la vida útil de este tipo de imágenes es relativa a la importancia del acontecimiento. Son imágenes más cuidadas, buscan transmitir que se está pasando un buen momento, la belleza del lugar, o la importancia del momento.



Figura 8: Fotografía cuyo fin es evidenciar y mostrar un lugar y momento especial.
Fuente: Imagen de archivo personal.

Los usuarios tienden a conservar este tipo de imágenes, las buscan, se esfuerzan por obtenerlas. Un participante contaba que, en una ocasión, con un grupo de amigos, habían ido hasta el volcán Cotopaxi y no habían parado de ascender hasta encontrar nieve, con la idea de que la foto sería más interesante. Una participante, de igual manera, comentaba que se había atrevido a subir en una tarabita motivada por obtener una foto de ella ahí. Es decir que la fotografía puede motivar la acción y la experiencia, al igual que la dieta es motivada por el verse mejor. En esta práctica se puede ver a la imagen como fin, ser en imagen; no es la fotografía como instrumento de registro quien ayuda a guardar la experiencia, es la experiencia quien posibilita la existencia de la foto.

De muchas maneras esto es lo que ha movilizado a un sin número de fotógrafos a soportar ciertas torturas. El fotógrafo de guerra arriesga su vida por obtener la imagen deseada. Pero el fotógrafo todavía apunta afuera con la idea de que su foto brille; el usuario de la cámara fotográfica sueña con ser él quien brille, con que su vida brille. Ser en imagen es la posibilidad de *ser* en un contexto en el que la alteridad viene mediatisada.

1.5. El brillo de los objetos: fetichismo y aura

Hasta aquí se ha mostrado cómo el sujeto se construye a través de imágenes, que se construye *él* mismo como una imagen y que usa la fotografía para conocerse y para buscar el reconocimiento del otro; y que lo hace a través de un dispositivo técnico con características preestablecidas. A partir de aquí, se propone que los objetos que el sujeto fotografía, *lo llaman*; que son ellos los que quieren ser fotografiados, que reclaman

publicidad. Para esto voy a usar dos conceptos: el de *aura*, desarrollado por Walter Benjamín, y el de fetichismo de la mercancía, desarrollado primero por Marx y después por la teoría psicoanalítica³⁴. Ambos conceptos convergerán en una categoría que se ha denominado: *el brillo de los objetos*.

Para empezar, es interesante saber que el término *fetiche* viene del portugués *feitiço*, que significa magia, hechizo u oculto; y que, a su vez, etimológicamente viene del latín *facere* que significa hacer³⁵. Un objeto fetiche es un objeto fabricado, trabajado por el hombre, con motivaciones mágicas. Para Marx y para Freud tendrá gran importancia el sentido de fetiche como ocultamiento, como un objeto metafísico que tiene por función mantener escondida cierta característica de un proceso determinado.

Para Marx, en una sociedad de mercado, las cosas devienen en mercancías por la conjunción del trabajo útil y del trabajo abstracto. De ahí que las mercancías no sean solamente cosas, ni sean solamente mercancías. Hay en estos objetos, productos del trabajo bifacético, una parte física que alude al valor de uso y una parte metafísica, que refiere al valor de cambio. Es esta forma doble la que lleva a Marx a dar a la mercancía el rango de fetiche, de cosa suprasensible. La mercancía oculta esta bivalencia, hace una falsa abstracción del valor y lo presenta como puro valor de cambio y a este como algo natural.

Lo que aquí adopta, para los hombres, la forma fantasmagórica de una relación entre cosas es sólo la relación social determinada existente entre aquéllos. De ahí que para hallar una analogía pertinente debamos buscar amparo en las neblinosas comarcas del mundo religioso. En éste los productos de la mente humana parecen figuras autónomas, dotadas de vida propia, en relación unas con otras y con los hombres. Otro tanto ocurre en el mundo de las mercancías con los productos de la mano humana. A esto llamo el fetichismo que se adhiere a los productos del trabajo no bien se los produce como mercancías, y que es inseparable de la producción mercantil. (Marx 2010, 89)

Por sus cualidades metafísicas la mercancía viene a desempeñar el papel ideológico que otrora tenía la religión; es decir que legitima el accionar y la gobernabilidad. Marx (2010, 71), en una de sus notas, agrega: “Con estas determinaciones reflejas ocurre algo peculiar. Este hombre, por ejemplo, es rey porque los otros hombres se comportan ante él como súbditos; éstos creen, al revés, que son súbditos porque él es

³⁴ Si bien, como se ha dicho, se va a usar el término fetiche en el sentido marxista y freudiano, el desarrollo teórico que se seguirá es el que hace Giorgio Agamben en su libro de 1977: *Stanze: la parola e il fantasma nella cultura occidentale*.

³⁵ “El término Fetiche fue creado por los navegantes Lucitanos para designar a los objetos de culto fabricados por los pueblos primitivos” (Mena 2011).

rey”³⁶. Lo que hay en las sociedades capitalistas es un viraje, un *desplazamiento* fundamental: si en las sociedades precapitalistas las relaciones sociales entre los hombres estaban fetichizadas, en las sociedades modernas lo que se encuentra fetichizado son las relaciones entre las cosas.

Como vemos, este carácter dual, material-inmaterial, es lo que produce fascinación en el sujeto. Freud por su parte considera al fetiche como aquello que nos aleja de la angustia por la pérdida de un objeto fundamental o por una falta estructural³⁷. Lacan estructura al objeto como significante bajo la figura de la metonimia. “Evidentemente, la metonimia del objeto implica cierto desvanecimiento de este, supone que el objeto no es nunca más que un sustituto -y parcial, un sustituto siempre vecino de la falta, tomado del entorno de la falta” (Miller 2010, 38-39).

De la cita anterior surgen dos cuestiones fundamentales. Primeramente, tenemos que, en tanto metonimia:

El fetiche, ya se trate de una parte del cuerpo o de un objeto inorgánico, es por consiguiente al mismo tiempo la presencia de aquella nada que es el pene materno y el signo de su ausencia; símbolo de algo y a la vez de su negación, puede mantenerse sólo al precio de una laceración esencial, en la cual las dos reacciones constituyen el núcleo de una verdadera y propia fractura del Yo (*Ichpaltung*). (Agamben 2006, 70)

La segunda consideración es que, en tanto desvanecimiento, el objeto está difuminado. Por eso siempre se pasa a desear otro objeto, siempre que éste presente características similares al de su *fijación*. El fetiche, por ser el sustituto de una ausencia, que niega y a la vez recuerda a la misma ausencia, puede tomar diversas formas para el mismo sujeto. “Esta ambigüedad esencial del estatuto del fetiche explica perfectamente un hecho que la observación había revelado ya desde hacía tiempo, o sea que el fetichista tiende infaliblemente a colecciónar y a multiplicar sus fetiche” (Agamben 2006, 72).

Tanto en la versión marxista como en la psicoanalítica, hay en el objeto una especie de cualidad deslumbrante que inquieta al sujeto, algo que lo llama, que lo demanda, que lo fascina. Las mercancías se presentan a sí mismas como eso que va a cubrir todas las expectativas y deseos del sujeto; por su parte el objeto fetiche se presenta como algo que va a colmar una ausencia fundamental. En ambos casos, el sujeto tiende a

³⁶ Dialéctica del amo y del esclavo en Hegel

³⁷ Para Freud la fijación en el fetiche se da en el niño por la negativa a aceptar que su alteridad primordial (la madre) carece de fallo. Aceptar esto sería aceptar la posibilidad de la castración del suyo propio, por lo que reniega de aquello (*Verleugnung*). El fetiche sustituye esa ausencia fundamental [Mi análisis].

la acumulación. Se puede decir que, si para Marx el fetichismo es objetivo, para Freud es subjetivo; y que en este punto se complementan el uno con el otro.

Walter Benjamín (2011, 16). plantea a la historia del arte como una disputa entre dos imperativos, entre los cuales se desplaza la obra de arte: el valor cultural y el valor expositivo. El valor cultural, o de culto, es “*el valor único de la obra artística “auténtica”* [y] *se funda en el ritual en el que tuvo por primera vez su original valor de uso*”. Cuando el producto del trabajo pasa a ser mercancía, el carácter místico-teológico surge por un desdoblamiento en el objeto, ya no solo posee valor de uso, sino que también valor de cambio; de la inmaterialidad del segundo surge aquello que deslumbra. Para Benjamín, contrariamente, esa irradiación metafísica está anclada, en la obra de arte, a su valor de uso.

A esa incandescencia de la obra de arte auténtica, Benjamín, le da el nombre de *aura* y la describe como una lejanía esencial, como aquello que permanece distante por muy cercano que pueda estar. El aura de la obra de arte tiene dos características fundamentales, su unicidad que es el *hic et nunc* y que constituye su autenticidad; y segundo, que su significación solo puede ser entendida en el contexto tradicional para la que fue creada³⁸. “La técnica de reproducción, se puede formular en general, separa a lo reproducido del ámbito de la tradición. Al multiplicar sus reproducciones, pone, en lugar de su aparición única, su aparición masiva. Y al permitir que la reproducción se aproxime al receptor en su situación singular actualiza lo reproducido” (Benjamin 2003, 44)³⁹. Es decir que al aumentar el valor expositivo de la obra se aparta de su valor de uso, del valor cultural y de la tradición; en otras palabras, *se atrofia su aura*.

Esa decadencia del aura en favor de una mayor difusión y del acceso masivo a determinada experiencia estética, correspondería al nacimiento de una nueva forma de aura, más cercana al fetichismo que al valor de culto y a la tradición. A ese destello efímero del que se apropián todas las cosas transformadas en mercancías (el arte, los paisajes, los monumentos, las personas, los eventos, los autos, la gastronomía, la moda,

³⁸ “De este modo, habrá bastado con exhumar a Ramsés para exterminarlo museificandolo. Las momias no son consumidas por los gusanos, sino que perecen al trasladarlas desde el ritmo lento de lo simbólico, dueño de la podredumbre y de la muerte, al orden de la historia, la ciencia y el museo, el nuestro, que nada domina ya, que solo sabe volcar a lo que lo ha precedido a la podredumbre y a la muerte para tratar acto seguido de resucitarlo mediante la ciencia. Violencia irreparable hacia todos los secretos, violencia de una civilización sin secreto, odio de toda una civilización contra sus propias bases” (Baudrillard 1978, 26)

³⁹ Se están usando dos traducciones de la misma obra de Benjamin, cuyo título original es: "Das Kunstwerk im Zeitalter seiner technischen Reproduzierbarkeit" de 1939 [Mi análisis].

entre muchas otras) a esa demanda del objeto para el sujeto la llamo *el brillo de los objetos*.

Este *brillo* no pertenece al objeto ni al sujeto, es intermedio, es objetivo y subjetivo. Se puede decir que se forma en la superficie, pero el destello depende de la posición del observador; brilla para todos, pero, por su ubicación a unos deslumbra más.

A diferencia del aura en Benjamín, esta noción de *brillo* no invita al ritual ni a la contemplación, sino al disfrute. Hace una promesa, te dará algo a cambio; es el efecto que planifica el diseño gráfico y la publicidad. Es inestable, es efímero, ciega por un momento y se esfuma para que otras cosas empiecen a brillar. Cualquier paisaje, por hermoso que sea, luce opaco si lo miras por demasiado tiempo. Es explosión constante de dones, virtudes y espectáculo, y cuando se apaga solo queda un desierto entrópico. Adormece la vista. El brillo sustituye al aura en medio de la reproductibilidad técnica.

Pero los objetos están muy lejos de ser formas vacías, pues ellas albergan el infinito insatisfecho de nuestros deseos y fantasías.

La topología que se expresa a tientas en el lenguaje de la psicología, fetichistas y niños “salvajes” y poetas la conocen desde siempre; y es en esa «tercera área, donde debería situar su búsqueda una ciencia del hombre que se hubiera liberado verdaderamente de todo prejuicio decimonónico. Las cosas no están fuera de nosotros, en el espacio exterior medible, como objetos neutrales (*ob-jecta*) de uso y de cambio, sino que son por el contrario ellas mismas las que abren el *lugar* original a partir del cual puede únicamente hacerse posible la experiencia del espacio exterior medible, es decir que están ellas mismas prendidas y comprendidas desde el comienzo en el *topos outopos* en el que se sitúa nuestra experiencia de ser-en-el- mundo. La pregunta *¿dónde está la cosa?* es inseparable de la pregunta *¿dónde está el hombre?* Como el fetiche, como el juguete, las cosas no están propiamente en ningún sitio, porque su lugar se sitúa más acá de los objetos y más allá del hombre en una zona que no es ya ni objetiva ni subjetiva, ni personal ni impersonal, ni material ni inmaterial, sino donde nos encontrarnos de improviso delante de esa *x* en apariencia tan simple: el hombre, la cosa. (Agamben 2006, 112)

Su incommensurabilidad empieza donde termina el valor de uso, donde acaba la materialidad y empieza la inmaterialidad; cuando las venus esteatopigias empiezan a traer fertilidad, en el punto en el que el arte empieza a señalar lo sublime. La mercancía como hija secular de los objetos de culto, también brilla, también consta de una inmaterialidad que nos trastorna. Y “[p]ara las masas actuales, «acercar» espacial y humanamente las cosas hacia si es un deseo tan apasionado como su tendencia a superar el carácter único de cada fenómeno por medio de su reproducción” (Benjamin 2011, 14). Acercar las cosas, poseerlas efímeramente, exhibirlas como nuestras; pero saber también que no nos

pertenecen, sino que cada vez más pertenecemos a las cosas, dependemos de ellas incluso para decirnos quienes somos.

Por eso cedemos nuestra propia experiencia, la experiencia vivida, para ocuparnos en filmar o fotografiar lo que transcurre. De pronto registrar un recital o el despliegue del atardecer, es más importante que contemplarlo. Nuestra forma de poseer algo es empírica; al igual que para el forense, el detective o el científico, necesitamos evidencia de aquel *hic et nunc* aurático transformado en brillo. Hay que poseer el destello, si no lo registramos se desvanecerá y no podemos tener lo intangible, lo que no está presente. El paisaje y el recital se transformaron en *cosa que brilla*; como brillan las carteras o los zapatos, es ese brillo el que debe permanecer eterno. En tanto desvanecimiento, nuestra forma de poseerlo, de intercambiarlo y acumularlo es convertirlo en cosa-imagen, volverlo foto o video.

¿Suena extraño que un objeto nos obligue a realizar determinadas acciones? ¿No nos obliga a trabajar, muchas veces en lo que no nos gusta, para poseerlo? Que estés dispuesto a ceder algo de ti es lo que hace valiosas a las cosas. Para poseer el paisaje, cedes tu experiencia en pos de la acumulación visual; para la cosa a poseer tú pagas justo lo que ella vale. Marx dice que por ser intangible aquello que causa fascinación en la mercancía, solo adquiere valor por el intercambio y la acumulación.

Guy Debord (1995, 8), planteaba que: “[t]oda la vida de las sociedades en que reinan las condiciones modernas de producción se anuncia como una inmensa acumulación de espectáculos. Todo lo que antes era vivo directamente se ha alejado en una representación”. Ese alejamiento se puede entender de dos formas, como un alejamiento por sublimación, solo a través de la representación puedo gozar de un gozo que me aniquilaría; y como aquello que debo ceder para poder acumular el brillo del *hic et nunc*, la acción, la experiencia.

El brillo vuelve accesoria cualquier necesidad o deseo sobre el objeto. El objeto no demanda ya la publicidad del que produce sino del que consume. El productor planifica las coordenadas del brillo, de ahí los objetos se publicitan a sí mismos, ansían ser fotografiados, ser despojados de cualquier brillo en favor de una nueva objetivación, la imagen. El brillo solo tiene valor de exhibición, la función artística está subordinada a producir ese brillo.



Figura 9: Objetos, momentos o paisajes muestran su brillo.

Fuente: Imagen de archivo personal.

Giorgio Agamben, siguiendo las investigaciones de Marcel Mauss sobre el *potlatch*⁴⁰ desvirtúa el perjuicio marxiano según el cual, “ninguna cosa puede ser *valor* si no es un objeto para el uso. Si es inútil, también será inútil el trabajo contenido en ella; no se contará como trabajo y no constituirá valor alguno” (Marx 2010, 50-51); es decir, que, según Marx, no puede haber un goce más allá de ese primordial valor de uso. Pero justamente lo contrario es lo que puso al descubierto la etnografía de Mauss, como lo cita Agamben Giorgio (2006, 96):

El hombre arcaico da también porque quiere perder, y su relación con los objetos no está regida por el principio de la utilidad, sino por el del sacrificio. Por otra parte, las investigaciones de Mauss muestran que, en las sociedades primitivas, la “cosa” no es nunca simplemente objeto de uso, sino que, dotada de un poder, de un *mana*, a semejanza de los seres vivos, está profundamente intrincada en las esferas religiosas.

Si la reproducción volvía líquida la densidad del aura y la tradición, el aura secularizada, *brillo*, llama a ese aniquilamiento por medio de la reproducción. Porque el brillo se apaga el sujeto busca nuevos brillos en otras cosas. Para Benjamín, el hacer estallar el aura de las cosas es una necesidad del sujeto, pero es el brillo de las cosas el que demanda estallar.

Con la mercantilización, el aura pasa a ser otra cosa, más inestable y efímera. A ser un deslumbramiento que no nos lleva ni a lo bello ni a lo sublime, tampoco al desprendimiento del sacrificio ni al recogimiento frente a lo desconocido, sino a un goce que se escapa, a la posesión. Y la fotografía es una forma de poseer aquel brillo que se escapa, de acercar aquello que el objeto lleva ahora en su superficie, esa parte de nuestro

⁴⁰ Ceremonia practicada por los aborígenes del noroeste norteamericano. Véase: Mauss, Marcel. *Ensayo sobre el don: forma y función del intercambio en las sociedades arcaicas*. Buenos Aires: Katz, 2009.

propio ser en forma de vacuola. Por eso el objeto nos rebasa, en su superficialidad, en su futilidad representa lo infinito de nuestro deseo.

Los sujetos de estudio no están conscientes de este brillo que buscan al fotografiar su mundo, pero el brillo y su efímero destello son comprobados al notar que las imágenes que cumplen con las características descritas anteriormente son borradas casi de inmediato o puestas en el olvido transformándose en basura electrónica.

En las respuestas a la pregunta “¿Por qué fotografián estos elementos?” y “¿Por qué las borraron después?”, se puede entrever la justificación de aquello que se ha postulado. Para los sujetos de estudio hay en el instante de la captura un claro interés en el objeto, en el paisaje o en el momento, interés que se comprueba por la misma captura y que con el posterior borrado de la imagen parece faltar.



Figura 10: Lugares, objetos y momentos que por su naturaleza efímera son olvidados.
Fuente: Imagen de archivo personal.

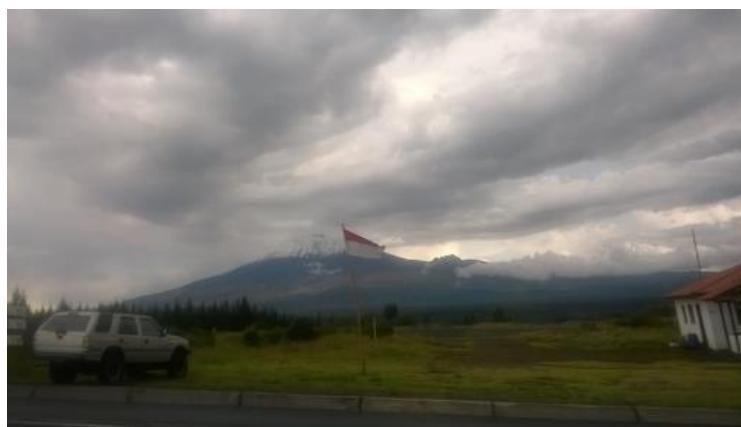


Figura 11: “Se veía más cerca de lo que sale ahí” me comentaba el participante.
Fuente: Imagen de archivo personal.

El borrado de estas imágenes también parte de una frustración. “No se ve como de verdad es”, “Es más bonito de lo que me muestra la foto”, “Era diferente”, son algunos de los testimonios dados por los sujetos en estudio. El borrado y olvido por la incapacidad de transmitir fotográficamente aquello que se ve o se experimenta, por no transmitir el brillo. Olvido que es también el no compartir una imagen, fotografías que no cumplen su función, la exhibición.

1.6. Tres categorías de imagen según la motivación.

Por las motivaciones antes descritas, que parten de un sujeto situado en un momento social determinado, a la totalidad de las imágenes obtenidas por los sujetos de estudio las he dividido en tres categorías: *descriptivas, autorreferenciales y utilitarias*. Esta clasificación parte de los motivos fotográficos, es decir, el *qué* fotografían los sujetos analizados, pero sin despegarnos del *cómo* se fotografían estos motivos. Es decir, el *qué* como motivación del problema estético y el *cómo*, como su resolución. Además, se toma en cuenta el nivel de demanda por parte del receptor, imágenes que parten más de una solicitud externa.

Para empezar, se debe establecer que, si bien toda fotografía es descriptiva, autorreferencial, y que, a su vez, toda imagen cumple una función determinada, en toda fotografía prima alguna de estas tres características.

Al hablar de auto – referencialidad, el término refiere a auto fotografías que retratan a personas individuales o en grupo, y que constituyen la mayoría de las imágenes capturadas por nuestros participantes en el estudio, especialmente en mujeres⁴¹. Son imágenes en las que el sujeto de la representación aparece también como el ejecutor del acto fotográfico.

Desde los cánones clásicos de la fotografía y en los dispositivos de las industrias culturales, mayormente, el retrato es capturado por medio de teleobjetivos. El uso de una focal larga, en el retrato, se debe básicamente a la perspectiva que produce. Al disminuir el ángulo de convergencia de las líneas de fuga, este lente aplana la imagen y disminuye la distorsión de los objetos; sobre todo en los bordes, mayor acutancia. El uso de lentes cortos en el retrato, mayor convergencia de las líneas de fuga generalmente queda

⁴¹ Del total de fotografías, en términos generales, un 38% corresponden a esta categoría. En términos específicos un 41% del total de fotografías hechas por mujeres son de esta clase, mientras que en hombres es del 35% [Mi análisis].

restringido a usos en el que el contexto es más importante que el sujeto. Cuando digo contexto, esto puede referirse, al escenario, al vestuario o al estilo del fotógrafo.

La auto – representación ha existido desde los inicios de la fotografía, en la pintura incluso se inicia desde Renacimiento. Pero las *selfies* capturadas por las cámaras de los teléfonos celulares tienen características especiales. En su producción, mayormente los sujetos indagados utilizaron la extensión de su brazo como distancia de foco. La medida promedio del largo de un brazo humano es de 65 cm.

En términos de técnicos, de esta acción, se desprenden dos dificultades. La primera marca que, si un teleobjetivo tiene como distancia de foco 80 cm, a 65 cm el foco sería imposible. La segunda tiene que ver con el tamaño de plano, a esa proximidad el tamaño de plano sería muy reducido.

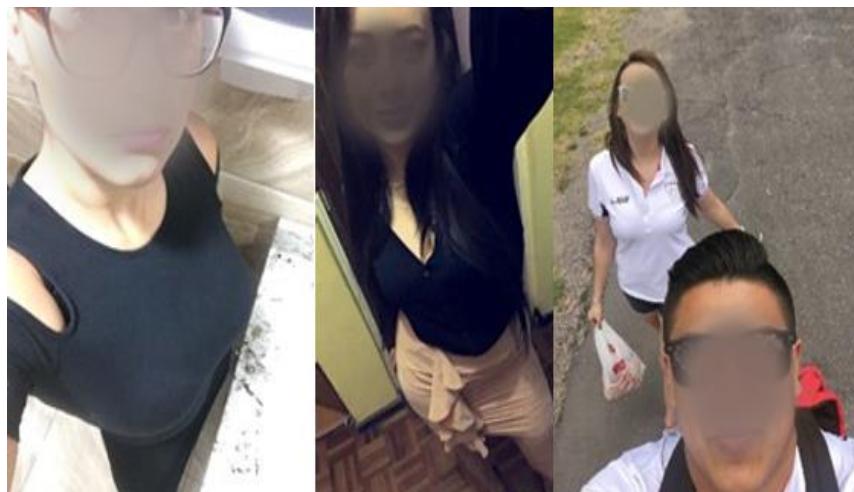


Figura 12: Tendencia del contrapicado por uso de gran angular.
Fuente: Imagen de archivo personal.

Ante la limitación anterior, para conseguir la imagen deseada y frente a la urgencia de la autorrepresentación, los fabricantes de celulares han acoplado lentes gran angulares a sus cámaras. Estos lentes, en su mayoría son fijos, el zoom que poseen es digital; e incluso si disponen de focal variable, la *selfie* no sería posible sin el uso de un gran angular⁴². Las consecuencias estéticas de esto son ante todo uniformantes; cosa que es comprobada por la similitud en las *selfies* proporcionadas por los cuatro sujetos de análisis. La perspectiva distorsiona a los sujetos, especialmente en el recurrente uso del picado y contrapicado. La negociación entre técnica, estilo compositivo y necesidad

⁴² Actualmente los teléfonos celulares de alta gama poseen tres lentes: gran angular, normal y teleobjetivo.

narrativa queda restringida a mostrar y recalcar determinado elemento de interés en el plano.

Otra característica importante de este tipo de imágenes es que, por la dinámica de la vida moderna y por lo íntimo de la auto representación, transcurren en su mayoría en espacios interiores⁴³. Esto conlleva que, generalmente, sean sitios con bajas condiciones de iluminación. Esta disminución en la definición por condiciones de luz bajas es una característica bastante interesante en las *selfies* más íntimas.

La calidez del tungsteno en las alcobas o baños, la tendencia en el balance de blancos automático hacia temperaturas color bajas, la cercanía del gran angular, la ausencia de un fotógrafo externo y lo personal del motivo a fotografiar crean un efecto de intimidad y cercanía. Este efecto, que en gran medida es creado por lo impersonal del aparataje tecnológico, proyecta un sueño para el receptor, quien difícilmente puede apartar la mirada.



Figura 13; Cercanía, intimidad y calidez son características de la mayoría de selfies.
Fuente: Imagen de archivo personal.

Este tipo de fotografías son compartidas en todas las redes sociales y permanecen regularmente de forma fija en los perfiles de los usuarios, al igual que en la memoria de los celulares. El usuario tiende a conservar este tipo de imágenes, quizás son el archivo visual del sujeto para la posteridad. La opción de almacenamiento en nubes virtuales posibilita el resguardo y conservación en el tiempo. La materialidad del modo analógico

⁴³ De la totalidad de selfies entregadas por los sujetos de estudio el 84 % son realizadas en interiores: alcobas, cines, discotecas, restaurantes.

vuelve complejo el almacenamiento y conservación del material fotográfico. Pero cabe recalcar que en cada intercambio a través plataformas virtuales se pierde información y por ende calidad de imagen. Un usuario comentaba “He perdido muchas veces el celular, las únicas copias que tengo de muchas fotos están subidas en Facebook, cuando las bajo para usarlas, o alguna vez que quise imprimir alguna, se venían muy mal”.

La categoría a la que he llamado “descriptiva” se refiere a fotografías en las que el usuario capta motivos de su interés. Estos pueden ser objetos particulares, grupos de objetos, paisajes o lugares. En estas fotografías el usuario busca mostrar aquellas cosas o lugares que lo constituyen. Son imágenes especialmente interesantes por su baja vida útil; de la totalidad de fotografías capturadas, dentro de tres meses, solo quedan un 30 %. Se usa la palabra *descriptivas* pues buscan describir algún aspecto externo al sujeto. Según los cuatro sujetos de análisis lo que buscan es mostrar (publicitar) alguna adquisición o indicar aquello que el usuario está mirando en un momento determinado.

Es interesante concebir a la fotografía como una memoria de lo que se ha visto, aunque en el caso de las fotografías captadas por el teléfono celular, no sea tanto memoria, sino publicitar que se está mirando en ese momento. Es propagación instantánea del instante visual, como si el hecho mismo de mirar algo, en determinado momento, reclamara publicidad y reconocimiento. El mirar lo que se mira es una actividad en sí misma, el modo de ser contemplativo como acción de ver reclama el mismo registro y reconocimiento como cualquier otra actividad. No es “mira donde estoy” sino “mira lo que estoy mirando”.

El uso del gran angular beneficia a este tipo de fotografía. En el caso del paisaje, por obvias razones, y también en el caso de objetos pues soportan mejor que los sujetos la deformación de la perspectiva. Compositivamente posicionan al motivo de interés en la centralidad del plano. En el modo de ser artístico no es común que se ubique lo principal de la escena en el centro, pero al parecer en el modo de ser cotidiano existe una tendencia, quizás natural, hacia el centro. Tanto compositivamente como estilísticamente hay una uniformidad estética en las fotografías captadas por los cuatro sujetos de estudio.



Figura 14: Línea de horizonte en el centro.

Fuente: Imagen de archivo personal.

Este tipo de imágenes son transmitidas especialmente en forma de estados, principalmente en Facebook, Instagram y WhatsApp. Son imágenes que se almacenan de forma temporal dentro de la plataforma social y dentro de determinado tiempo son eliminadas automáticamente.

La tercera categoría, *utilitaria*, es un tipo de fotografía en la que la motivación parte más bien de otra persona, de informar o de satisfacer un requerimiento externo. Este tipo de imágenes corroboran o comprueban determinada acción o ubicación del sujeto. Son fotos de papeletas de banco, de documentos personales, de productos de supermercado, del sujeto en la fila del banco o en alguna entidad administrativa.

Pero también son imágenes en la que la cámara del teléfono celular es utilizada como una especie de apuntador, de memo. Por ejemplo: apuntes del pizarrón, ideas de moda, fotos de direcciones, de lugares, de anuncios, etc.



Figura 15: Imágenes utilitarias.

Fuente: Imagen de archivo personal.

Este tipo de imágenes busca transmitir con todo detalle la información requerida, por lo que, en su mayoría, los motivos a representar ocupan la totalidad del encuadre. La información que transmiten es específica y particularmente dirigida ya que parten, generalmente, de una demanda específica del receptor. Ocurre de igual manera cuando la motivación es personal, la información captada es específica y puntual. Ya sea por solicitud externa o propia, la vida útil de estas imágenes es relativa a la vigencia de la información.

Es frecuente el uso del registro fotográfico en clases, como una forma de apuntar las actividades académicas. Fotografías de notas en el pizarrón, videos de explicaciones del profesor o de tareas en el cuaderno. Actividad que ha reemplazado de alguna manera el tomar apuntes en el cuaderno, como lo han señalado los informantes. Si la computadora había reemplazado a la mano, la cámara fotográfica del teléfono celular ha reemplazado a la computadora en este tipo de actividades.

El coste prácticamente nulo y la facilidad en la edición y el reciclaje facilitan exponencialmente el uso de la cámara fotográfica en este tipo de prácticas. El usuario no se detiene a reflexionar en la relación: costo de producción – productividad. Las variables por considerar son: memoria del dispositivo – uso de datos para la emisión. Por lo que en un universo prácticamente visual y didáctico el registrar información a través de la cámara fotográfica del teléfono celular es un asunto extremadamente frecuente.

Cuando estas imágenes son compartidas, se envían especialmente por mensajes directos, es decir a sujetos en particular. Plataformas de mensajería como WhatsApp se

especializan en la trasmisión de textos e imágenes de forma focalizada. Las imágenes transmitidas por este medio son alojadas en la memoria del dispositivo móvil, a diferencia de fotografías subidas a perfiles de Facebook o Instagram donde se alojan directamente en la web. Por la temática de estas imágenes y por la lógica de su almacenamiento son las más presentes en los dispositivos, pero también son las que más reclaman edición y posterior borrado.

Como vemos las tres categorías comparten características similares. Si bien es obvio que el usuario de la cámara del teléfono celular es movido por una intencionalidad personal, y que esta intencionalidad discrimina con el encuadre de la representación, el resultado estético es más consecuencia de un aparataje de características técnicas prestablecidas que de una densidad sensitiva.

Los sucesos de la cotidianidad, el uso de un dispositivo y de unas técnicas prestablecidas, son los parámetros que el usuario de la cámara del teléfono celular tiene a mano para crear un estilo que es más el resultado de esa cotidianidad y de la técnica dada por el dispositivo que de él mismo. Se debe recordar que el término estilo está ligado a una intencionalidad personal, objetiva o subjetiva; hablando con propiedad podemos decir que el estilo está ligado a un *logos*. Cuando el sujeto se dispersa de esa intencionalidad, podemos decir que el estilo es el resultado de cierto *logos técnico*.

Como instrumento de expresión, la fotografía expresa lo que hemos dicho y cosas que se me escapan. Ya sea como fuente de expresión o como una forma de sublimar aquello que nos sobrepasa, la expresividad estética ha expuesto siempre todo lo íntimo y secreto que lleva el ser humano dentro de sí y que ha querido compartirlo con alguna generosa intención.

Entonces, ¿Por qué tanto escándalo? si lo más sublime del ser humano fue siempre aquello íntimo suyo que puso fuera ¿Qué pasa ahora, porque tanto problema con intimidades expuestas? La respuesta: lo que perturba no está en la espectacularización de la intimidad sino en el aspecto formal, en el cómo se muestra esa intimidad, en la falta de mediación estética entre el objeto de la representación y el sujeto. Lo íntimo para ser íntimo primero tiene que ser real, lo íntimo sin lo real es únicamente una obra de teatro o un poema.

Capítulo dos

Imágenes precarias

En el primer capítulo se ha descrito al sujeto contemporáneo, en el que encarnaría el actual usuario de la cámara fotográfica del teléfono celular, desde sus motivaciones y apetitos visuales hasta describir el entorno social y el estatuto del sujeto. También se analizó las particularidades de las imágenes producidas por ellos; a continuación, paso a analizar las imágenes, pero concebidas como un universo visual enfrentado con otros universos visuales.

Tenemos entonces que el criterio de análisis para las imágenes, en esta parte, es más general que particular. Es decir que no me voy a centrar en las particularidades de las imágenes sino en los aspectos generales que estas comparten. Al universo visual, creado por los sujetos de estudio a través de la cámara del teléfono celular, se lo confrontara con el régimen escópico instituido por las industrias culturales.

A estas imágenes, en su generalidad, les he dado el nombre de *imágenes precarias*⁴⁴. Lo precario, al igual que lo feo, está subordinado a su contrario, a una completitud, a una riqueza estable, a una suficiencia que es el resultado de una construcción histórica; a la ideología visual y hegemónica de determinada época. Tenemos entonces que para entender lo precario necesitamos entender su contrario positivo, *lo óptimo*. Posteriormente mostrare que lo precario abre camino a lo real, como efecto, y que lo real posibilita que aquello que vemos en estas imágenes sea tomado como íntimo, cotidiano, demostrativo, experiencial y que los sujetos sean sujetos y no actores o modelos.

2.1. Régimen escópico

Uno de los aspectos centrales de la historia de la representación es la del antagonismo: alta cultura y cultura popular. Parte de dicho antagonismo fue, también, la lucha por el reconocimiento de las manifestaciones populares por las instituciones

⁴⁴ Al respecto de lo dicho tengo que hacer una aclaración, lejos de cualquier valoración personal, se usa el término “precario” como contraparte de aquello que ha sido construido como “óptimo”, de los estándares creados por una confluencia de poderes y factores que han configurado a aquello como óptimo [Mi análisis].

encargadas de custodiar el *buen gusto* y las *buenas costumbres* del quehacer artístico. Lo cierto es que, por fuera de las instituciones, ambas formas de representar siempre se alimentaron mutuamente; en la obra, este intercambio se manifiesta de forma explícita o sincrética. Incluso, a manera de ejemplo, manifestaciones musicales que habían nacido en sectores marginales, como el jazz y el tango, actualmente son considerados como parte de la alta cultura.

La tensión entre alta cultura y cultura popular se ve atravesada por un nuevo ordenamiento cultural, la cultura de masas. Se puede decir que, en la sociedad de la información, la obra de arte se transforma en espectáculo y la cultura de masas es quien marca la pauta referencial, desde su hegemonía⁴⁵, de las demás manifestaciones artísticas y culturales. En el pasado, si determinada obra artística era considerada popular, lo era porque no entraba en los estándares referenciales de la alta cultura; en la actualidad, a pesar de muchos intentos diferenciadores, todas las formas culturales actúan, en mayor o menor medida, bajo la huella de la cultura de masas.

Esta situación obedece a una rigurosa lógica histórica. Cuando las masas eran demasiado pobres para ser consumistas, los criterios oficiales de gusto en la sociedad los marcaban prevalentemente las clases ilustradas, socialmente restringidas, pero ahora son las masas consumidoras las que facilitan al mercado sus gustos trivialistas, a los que [...] no hace más que servir con complacencia. (Gubern 2000, 27)

En su afán totalizador, la cultura de masas, en tanto producto de consumo, busca llegar a la mayor cantidad de consumidores. No existe únicamente para el sacerdote o el conocedor, busca ser de todos y de nadie, es en el fondo puro valor de cambio, su efectividad radica en su capacidad de recaudación y de exhibición.

Se sirve de profesionales del deseo y el anhelo, tanto en la producción como en la distribución, para que sea muy difícil apartar la mirada. “Los pobres no viven en una cultura diferente de la de los ricos, [...] los pobres no pueden desviar los ojos: no tienen hacia dónde desviarlos” (Bauman 2002, 95), la cultura de masas atraviesa a todas las clases sociales; si bien la cultura popular sigue estando en los estratos bajos y la alta cultura en los estratos altos, la cultura de masas está presente en cada sector de la sociedad.

⁴⁵ Hegemonía proviene del griego ἡγεμονία (preeminencia) y que se deriva de ἡγεμών (jefe, líder) y de ἡγέουμαι (guiar, conducir). Para Antonio Gramsci (1998), hegemonía, sería el privilegio del que goza la clase dominante para ejercer dirección política y cultural sobre las clases subalternas. Si tomamos este concepto de hegemonía y lo enlazamos con la dinámica del *deseo mimético* descrita por René Girard (1995) tenemos que: clase dominante (modelo) y clase subalterna (discípulo) están atravesadas por el deseo de mimetismo de una respecto a la otra; es decir, que el *modelo* marca su hegemonía sobre el *discípulo*.

Las guerras contemporáneas ya no son por el territorio, sino por la hegemonía en el manejo económico y cultural. En muchos casos son considerados gobiernos antidemocráticos y censuradores aquellos que tratan de resistir a la occidentalización de la cultura. La demagogia de la información, junto a capacidades ilimitadas de penetración y distribución⁴⁶, sumergen a la totalidad de la población bajo un régimen cultural totalitario. Tanto el monje en el Tíbet, como el indígena amazónico, han escuchado alguna canción, visto una película o presenciado variados productos occidentales difundidos por los canales de comunicación e información globales.

Si los sectores extremadamente periféricos de la cultura de masas ya pertenecen en mayor o menor medida a esta “cultura global”, ¿Qué se puede decir de sectores que son atravesados plenamente, y más aún, de sectores que anhelan formar parte de esta cultura, que demandan a sus dirigentes, que trabajan, que eligen, que la exigen?

Como mencione, el sujeto como ente que enuncia e interpreta el mundo que le rodea, forma una percepción circundante a través de medios físicos y culturales. La parte física es compartida por todos los seres humanos; la formación cultural – perceptual nunca es fija, crea innumerables maneras de ver y de decir. La cultura, la historia, la sociedad son la *condición de posibilidad* de aquello que puede ser visto y dicho en determinado momento y lugar.

Así, “la producción de imágenes también suministra una ideología dominante” (Sontag 2015, 173). El consumo de estas imágenes, así como la convergencia de variables sociales, culturales y tecnológicas, siguiendo a Foucault, forman un *archivo visual* constantemente actualizado. A la ideología posibilitada por este archivo, Martin Jay la denomina *régimen escópico*.

Un régimen escópico es justamente “la condición de posibilidad de lo visible” (Hernández-Navarro 2009, 10), de aquello que se puede ver, entender y enunciar en determinado momento histórico. Si varía el archivo, varía el régimen escópico, al igual que sus posibilidades intrínsecas. Como mencioné, nuestro archivo visual está firmemente formado por el *proyector* de la cultura de masas. Al igual que el enunciado que no puede ser dicho porque no existen las palabras para hacerlo, es decir un

⁴⁶ Un caso que puede ejemplificar el nivel de penetración cultural y tecnológico en la sociedad es el de los videos captados atreves de teléfonos celulares durante la matanza taromenane en 2013. Tribus indígenas ecuatorianas, en medio de la espesura de la selva, estaban equipados con teléfonos celulares capaces de capturar imágenes y fotos; y por sobre manera sintieron la necesidad de registrarla y difundirla [Mi análisis].

impedimento material, lo visual se configura como aquello que puede ser mostrado y percibido dadas sus condiciones de posibilidad.

Walter Benjamín (2011) pudo observar mejor que Marx, que el asunto no estaba únicamente en la producción sino, además, en la reproducción; con lo que Marshall McLuhan (1996) coincidirá, en su famoso aforismo “el medio es el mensaje”, postula al mensaje como una construcción técnica; el sentido del mensaje está en la forma en que se muestra más que en su contenido. Wittgenstein (1999, 23), de forma similar, nos dirá que “el significado de una palabra es su uso en el lenguaje”. De manera que el significado está dado por la confluencia de un significante *situado* junto con el aspecto formal y eminentemente tecnológico con el que circula.

2.2. La visión: una construcción histórica.

La visualidad es un campo en disputa, se desenvuelve entre lo que hace del entorno y el entorno hace de ella; cede y se impone, resiste cuando duda y cede cuando milita por la realidad que le han impuesto⁴⁷.

La visualidad es también el cruce entre lo discursivo y lo material, entre las cosas vistas y aprendidas. Para Hernández-Navarro (2009, 38), existe:

[...] una cierta “episteme escópica”⁴⁸, un conocer visual, entrecruzado y dependiente, pues no hay medios puros, pero sí preponderantemente visuales; hay un ver que es saber y que, sin embargo, no es saber enunciado discursivamente. Es ese ver-saber, ese conocimiento visual el que está regido por un archivo de visualidad, por una ley de lo que puede ser visto en cada momento, de lo que puede ser conocido por la visión –atravesado siempre por un campo de fuerzas de poderes, y motorizado por un sujeto que “espera”–.

El universo visual al igual que el universo simbólico, son los que median nuestra experiencia directa con aquello Real. Lo Real como aquello que deja de serlo a medida que se impone la visualidad y lo simbólico; son pantallas que crean, son, la realidad en la que nos desenvolvemos. Es también la dimensión de lo que es y lo que no es; vida y

⁴⁷ La posmodernidad es, también, la lucha de un poder por despojar la subjetividad de aquello que la rodea. Comunidad, congregación, familia, espacio privado, todas estas instituciones envuelven la subjetividad. En la posmodernidad estas *capas de protección* han ido cayendo para dejar un sujeto desnudo frente al espectáculo. También es cierto que, desde la comunidad hasta la familia, son todas formas de poder que ejercen presión sobre nuestra subjetividad, pero de manera paradójica también la protegen. El poder ya no necesita de la iglesia para llegar a la población, actúa directamente; dejó el estrado y el púlpito para volverse ambiente y actuar holísticamente [Mi análisis].

⁴⁸ “Lo que se sabe en lo que se ve”. O quizás podríamos decir “aquello que puede ser conocido en aquello que puede ser visto”. De esta manera describiré lo que voy a llamar “episteme escópica”: la estructura abstracta que determina el campo de lo cognoscible en el territorio de lo visible.” (Brea 2007, 146)

muerte son aquí lo mismo. Lo verdadero y lo falso, el bien y el mal son categorías que ya domesticaron lo real.

Como había señalado, la *Ideologiekritik* marxiana se puede entender justamente como falsa realidad o falsa conciencia. Hegel (1966) pensaba que esta falsa conciencia era desmontable a través de categorías puras como el ser, la nada o el devenir. Por supuesto que esta idea de *enderezar* lo real de su inversión ideológica ha entrado en sucesivas crisis⁴⁹.

El régimen escópico, en tanto ideología visual de la época, es justamente un régimen, algo que se impone. Actualmente los regímenes ya no se imponen por la fuerza, sino por la *seducción formal*. Nadie sujetá nuestra cabeza, el sujeto reclama espectáculo y coordenadas para vivir su vida. La semiosfera, videosfera, o como se prefiera, es el medio ambiente al que hay que adaptarse, formula el principio de realidad y de fantasía en el que nos desenvolvemos.

2.2.1. La visión como construcción técnica

En un entorno *massmediático* de alcances planetarios, la comunicación aparece siempre mediada por algún tipo de tecnología. La mediación tecnológica, en este entorno, cobra una relevancia muchas veces mayor que el contenido al designar el significado de un mensaje. Si para Heidegger y Wittgenstein es el lenguaje quien nos gobierna, para Benjamín y McLuhan será la forma.

La fotografía nació como una tecnología, y con cada innovación, sus capacidades tanto técnicas como expresivo-narrativas cambian. La fotografía estenopeica, por ejemplo, brinda importantes características visuales: profundidad de campo indefinida, baja acutancia y poca nitidez en los bordes. En los primeros retratos estaba prohibido sonreír, pues con tiempos de exposición tan extendidos era prácticamente imposible mantener la mueca sin que la fotografía aparezca movida.

⁴⁹ Para Ricoeur (2002), sostener que la ideología es simplemente distorsión y disimulo, es una interpretación reduccionista del marxismo ya que la ideología actúa en niveles más radicales, como en el comportamiento significativo y la acción social⁴⁹.

“En efecto, ¿Cómo tendrían las ilusiones, las fantasías, las fantasmagorías, alguna eficacia histórica, si la ideología no tuviera un papel mediador incorporado al vínculo social más elemental, si la ideología no fuera contemporánea de la constitución simbólica del propio vínculo social? *En verdad, no se podría hablar de una actividad real preideológica o no ideológica* [Las cursivas son mías]”. (Ibid, 213)

Es así, como, se puede hablar de *estéticas sociotécnicas*⁵⁰, formas de representar y de comunicar que se construyen sobre la introducción o modificación de una tecnología determinada junto con los usos y prácticas sociales que los sujetos hacen de aquellos dispositivos.

El teléfono celular, como metadispositivo, agrupa no solo diversos dispositivos comunicacionales que existieron previamente, como telefonía, mensajería y fotografía, sino que es además el resultado de una red en la que convergen operadores técnicos, normativa legal, interfaces, conectividad y demás redes sociotécnicas que hacen de este dispositivo, una herramienta que viene determinada a través de dicha convergencia.

La sola convergencia de estas herramientas, sin tomar en cuenta las innovaciones, actualizan las posibilidades particulares. La incorporación de conectividad, plataformas virtuales, portabilidad *alwals on*, no pueden suponer más que una revolución en cada uno de los mecanismos tecnológicos preexistentes; y con ellos, cambios fundamentales en los usos, prácticas y sobre todo en el campo del observador que es donde “se materializa la visión” (Crary 2008, 21), donde se concretan las actualizaciones sociotécnicas.

Por tanto, los nuevos *media* no se configuran únicamente como tecnologías que hacen posible la comunicación o la representación, sino además como sistemas de valores y normas que establecen códigos comunicacionales inéditos que influyen fuertemente en el sentido y en el significado del mensaje. En la mediasfera, más que el contenido es la forma lo que da sentido. El fotógrafo, el cineasta, el diseñador gráfico, el arquitecto, el pintor, el escultor y el músico son artistas y técnicos a la vez, siempre transitan el camino entre lo técnico y lo artístico.

Para muchos fotógrafos el tránsito del blanco y negro al color fue doloroso ¿Puro sentimentalismo? ¡Por supuesto que no! En la fotografía a color prevalece el color sobre la forma, mientras que en el blanco y negro la forma; por ende, la manera de fotografiar será distinta. La forma viene de la geometría y la armonía cromática de la colorimetría.

⁵⁰ “The technical is socially constructed, and the social is technically constructed. All stable ensembles are bound together as mucho by the technical as by the social. Social, classes, occupation, groups, firms, professions, machines- all are held in place by intimate social and technical links [...]”

In my conception, the sociotechnical is not to be treated merely as a combination of social and technical factors. It is sui generis. Instead of combination of social and technical artifacts, our unit of analysis is now the *sociotechnical ensemble* [...] Society is not determined by technology, nor is technology determined by society. Both emerge as two sides of the sociotechnical coin during the construction of artifacts, facts, and relevant social groups” (Bijker 1995, 273-274).

La mayoría de los reproductores visuales están diseñados para proyectar escenas horizontales, pese a esto, la mayoría de los videos grabados con celulares son verticales. ¿Búsqueda estética? ¡No!, pura comodidad; así, casi ingenuamente, la ergonométrica del teléfono celular ha creado una nueva forma de captar y ver videos.

La posibilidad de que gran parte de la población mundial cargue permanentemente una cámara fotográfica en su teléfono celular crea una diversificación de usos y prácticas y multiplica la cantidad del material visual disponible. La cantidad de material audiovisual sobre cualquier evento ha quitado cierta hegemonía a los medios de comunicación tradicionales.

Si bien siempre se han hecho todo tipo de imágenes, mayormente los fotógrafos de medios de comunicación podían hacer circular sus imágenes; es decir volverlas públicas. Los aficionados no podían hacer circular sus imágenes más que por circuitos reducidos, en la esfera privada. En la actualidad, el teléfono celular vincula dispositivos de captura con conectividad y plataformas de distribución y amplificación que en muchos casos son más poderosas que los medios de comunicación tradicionales.

Este hecho, para Martin Jay (2007, 98), ha dado pie a “la inclusión de «temas innobles» [en la esfera pública] extraídos de la vida cotidiana, hasta entonces desdeñados, en el canon de lo que podía reproducirse”; postura con la que no estoy de acuerdo. En la historia de la representación no hay nada que no haya sido representado, la cotidianidad, la intimidad, las costumbres, objetos triviales, todo ha sido representado. En forma de poesía, teatro, pintura o música, el más banal de los aspectos de la vida ha sido puesto en escena. Para mí, lo que cambia no es la *inclusión de temas innobles*, sino la inclusión de formas de representar consideradas como innobles.

Por tal razón más allá de la temática y las motivaciones de los usuarios de la cámara del teléfono celular (cuestión que se trató en el primer capítulo), ahora conviene ocuparse de la forma; que es el resultado de la convergencia de lo técnico con lo social.

A las imágenes que analizamos⁵¹ las he denominado *imágenes precarias*⁵² imágenes que se salen del canon representacional hegemónico de determinado régimen escópico. Al igual que lo feo, lo precario está subordinado a su contrario positivo. Lo feo

⁵¹ El archivo visual utilizado está formado por las fotos capturadas por nuestros sujetos de estudio en el periodo de observación determinado [Mi análisis].

⁵² Si bien las imágenes que he analizado son fotografías tomadas a través de la cámara del teléfono celular, el termino *imágenes precarias* bien podría utilizarse para diversas formas de representación, incluso en la pintura [Mi análisis].

sería lo que escapa al canon de lo que, en determinado momento social, es considerado bello.

En nuestro caso, lo precario es aquello que escapa a lo óptimo. Pero a un óptimo ya no propuesto o instaurado por una élite artística, sino por las industrias culturales, por la cultura de masas. Hace un momento dije que tanto la cultura popular como la alta cultura segmentaban la visión en diferentes regímenes escópicos; con la irrupción de la cultura de masas todas las formas culturales están atravesadas por esta forma cultural totalitaria. Por tanto, lo precario es lo que escapa de los cánones estéticos y tecnológicos de las industrias culturales; lo precario es lo que irrumpen en el régimen escópico de la cultura de masas.

2.3. El orden

Para Susan Sontag (2015, 90): “la fotografía podría recapitularse como la pugna entre dos imperativos diferentes” el embellecimiento y la veracidad. Lo bello es aquello que en determinado régimen escópico se instaura como tal; es una agrupación de valores, convenciones y categorías que en determinado momento se vuelven hegemónicas y naturales. Por tanto, embellecer es llevar, *dar forma*, acercar algo hacia determinado postulado. Y lo feo sería aquello *in – forme*, aquello que queda excluido del postulado. Entonces, ¿Es posible que lo desordenado se relacione con aquello que Sontag antepone a lo bello, la veracidad?

Para Didi-Huberman (2013, 26) “una de las grandes fuerzas de la imagen es crear al mismo tiempo *síntoma* (interrupción en el saber) y *conocimiento* (interrupción en el caos)”. La imagen es aprehensión y fuga, siempre implica y contiene a algo que se escapa; dentro de lo diáfano hay una mancha que perturba. Cartier Bresson (2003, 15). es quizás el fotógrafo más reconocido del siglo XX; el llamó *instante decisivo* al ordenamiento del desenvolvimiento caótico de una realidad que se arma y se desarma, en un instante en el que convergen tiempo, espacio y motivo.

Ordenar es justamente categorizar el desorden, ¿pero porque algo aparece como ordenado? O lo que es lo mismo ¿cómo tiene que mostrarse algo para que este ordenado? El orden ha tomado muchas formas y responder a estas preguntas implicaría hacer una historia de la forma; para nuestros fines nos bastara con identificar algunos lineamientos generales.

Por un lado, tenemos que el orden, lo óptimo, es construido en diferentes momentos históricos por determinado sector de la sociedad. Por el otro tenemos que

ordenar es llevar algo hacia ese postulado (trabajo) y que lo precario aparece como lo no trabajado, sin intelección.

Si se retoman los estudios que Barthes (1999) realizó sobre las formas lingüísticas del habla común y de cómo, en la cotidianidad, la ideología burguesa se establece como dominante en la mirada⁵³ de los sujetos, se recordará que planteó que la ideología burguesa posiciona en el resto de la sociedad sistemas semiológicos que median nuestra experiencia. Es decir, aquello que consideramos verdadero o falso, real o irreal está determinado por un archivo simbólico y visual. Para Barthes estas categorías de la realidad se establecen en diferentes momentos de la historia por determinados sectores que se posicionan como hegemónicos e influyentes en el resto de la sociedad.

En la forma de la dicotomía vida/muerte, como antagonismo fundamental, se establece el *principio de realidad*; tomamos por fantasía aquello que se opone a lo que tomamos por realidad. Y aquello que se establece como real y verdadero toma la apariencia de *neutralidad*, ocultando su contingencia histórica. Para Barthes, lo que aparece como neutral, sería la ideología burguesa estableciéndose como sentido común, como estereotipo, como mito. El mito como “sistema semiológico segundo” (Ibid, 111), alteraría la realidad en la forma de *coartada, deformación* y naturalización; con esta última se pasa “de la anti – *physis* a la pseudo – *physis*” (Puig 2000, 44).

Para entender el proceso de naturalización es necesario retomar un texto de Ricoeur (2002, 197-210) sobre la imaginación, en el cual se rastrea el uso del término en la tradición filosófica y traza dos ejes fundamentales: el primero, siguiendo a Hume y Sartre, del lado del objeto y el segundo, del lado del sujeto:

En un extremo de este primer eje, la imagen está referida a la percepción, de la cual no es más que la huella, en el sentido de presencia debilitada; hacia este polo de la imagen, entendida como impresión débil, tienden todas las teorías de la imaginación reproductora. En el otro extremo del mismo eje, la imagen se concibe esencialmente en función de la ausencia, de lo otro que nos lo presente; las diversas figuras de la imaginación productora, retrato, sueño, ficción, remiten de distintas maneras a esta alteridad fundamental.

Pero la imaginación productora y aun la reproductora, en la medida en que supone la iniciativa mínima que consiste en la evocación de la cosa ausente, se despliegan sobre un segundo eje, según que el sujeto de la imaginación sea capaz o no de adoptar una conciencia crítica de la diferencia entre lo imaginario y lo real. Las teorías de la imagen se reparten entonces a lo largo de un eje, ya no noemático sino noético, cuyas variaciones son reguladas por los grados de creencia. En un extremo del eje, el de la conciencia crítica nula, la imagen es confundida con lo real, es tomada por lo real. Es el poder de engaño y

⁵³ Conjunción de *veres* y saberes que determinan nuestra interpretación de lo que nos rodea [Mi análisis].

de error denunciado por Pascal; es también, *mutatis mutandis*, la *imaginatio* según Spinoza, contaminada de creencia, mientras una creencia contraria no la haya desalojado de su posición primera. En el otro extremo del eje, donde la distancia crítica es plenamente consciente de sí misma, la imaginación es el instrumento mismo de la crítica de lo real. La reducción trascendental husserliana, en tanto neutralización de la existencia, es la ilustración más completa de esto. Las variaciones de sentido a lo largo de este segundo eje no son menos amplias que las anteriores. (Ibid, 199-200)

Es decir, que, a través de la función esquematizadora de la imaginación, para el sujeto determinada cosa que se puede tornar real, independientemente, y sin compromiso, del mundo perceptivo o de la acción. En “*El enfermo imaginario*” (1673) de Moliere, si el sujeto cree que está enfermo es que lo está. Por fuera de las categorías que definen a lo real, para el sujeto si algo es real es que lo es. Ciertos discursos o imágenes pueden anular la conciencia crítica del sujeto para que aquello que lee o ve sea tomado *sin distancia*.

Desde el punto de vista del sujeto, en su cotidianidad, da igual qué es *real* o verdadero. El ideal de la ilustración, acerca de la verdad y la realidad, es despojado de su densidad ontológica para que en la posmodernidad asuma la categoría de *verosímil*, es decir de aquello que posibilita la *creencia*, de la forma.

Yuri Lotman (1979), emplea el término *fe emocional* para describir un estadio perceptivo en el sujeto que mira cine. Define fe emocional como una *emoción doble*, en la cual el espectador olvida que aquello que ve en la pantalla es una ficción, pero a la vez no lo olvida:

Esta doble actitud hacia la realidad constituye la tensión semántica en cuyo campo el cine progresó como arte. Pushkin definió la fórmula de la emoción estética con estas palabras: «La ficción me hará derramar lágrimas» Con una precisión genial se señala así la doble actitud del espectador o del lector hacia el texto de la obra. «Derramar lágrimas», es decir, acepta la realidad de la obra de ficción. El espectáculo despierta en él las mismas emociones que la vida. Pero al mismo tiempo tiene presente que es «ficción». [...] El arte requiere una emoción doble: olvidar que se trata de una ficción y, al mismo tiempo, no olvidarlo. Solo en el arte nos puede horrorizar un crimen y deleitar el actor en el papel del criminal. (Ibid, 26-27)

¿Pero qué sucede con aquellos discursos textuales y visuales que se presentan como información, como dato y no como ficción? ¿Qué sucede con la fe emocional? Aquello que es percibido por el sujeto como real y verdadero no precisa de ningún tipo de fe; si usted precisa de fe para creer que lee estas líneas, quizás padezca algún trastorno psíquico. Sucedé lo mismo cuando vemos imágenes y discursos y los creemos, los asumimos con poca o sin fe.

Por otra parte, el orden, de la misma forma que la verdad y la realidad, es establecido en diferentes momentos por sectores que establecen sus cánones y que son difundidos e interiorizados entre la población común, con mayor o menor fuerza, dependiendo de las posibilidades de la época. Se considera “bello”, “ordenado”, “formal” o “armónico” aquello que se instaura en nuestra subjetividad y es *experienciado vívidamente* como tal. Bello es lo que, en determinada época, se ajusta a determinados presupuestos y lo consideramos verdadero sin necesidad de *fe*, sin contingencia y sin conciencia.

Ordenar es comprender, es categorizar para entender aquello que se mira. Entender es dominar, llevar a nuestro dominio aquello que quizás perturba. Al ordenar el pavor, temor, o placer, lo dominamos; al dominarlo trazamos una vía de acceso a un disfrute que nos sobrepasaría.

Para Freud, lo fundamental del arte es el poder sublimatorio de lo caótico pulsional, que al dominarlo lo torna accesible. La cosa, *das ding*, sólo puede ser vista y disfrutada con mediación estética.

2.3.1. Sublimación y catarsis: el poder estético de las imágenes en las industrias culturales

“La estética constituye una suerte de sublimación, de dominio de la ilusión radical del mundo a través de la forma, pues de lo contrario ella nos aniquilaría” (Baudrillard 2006, 45). Freud (1992) se pregunta ¿por qué la insistencia en la representación? Y determina que aquello que perturba es accesible únicamente a través de su misma representación. La cultura, al igual que el arte y la simbolización, aplacan lo pulsional del sujeto; pero el arte no clausura, canaliza.

De tal manera que una ficción es fundamentalmente una forma; sublimar es dar forma a aquello que no lo tiene. Domesticar viene del latín *domus*, es decir casa; volver familiar aquello que no lo es. Entre más formalización tenga la cosa a sublimar más domesticada aparece frente a nosotros; pero al acercar también aleja a la cosa en sí. De forma que la carga estética que se aplica en determinada representación determina la densidad que separa al sujeto de lo real. Dar forma, categorizar, estetizar u ordenar es volver medible, es entender y dar a entender aquello no *trabajado*.

En esto consiste el salvajismo, fuerza y potencia del hombre dominado por las pasiones. Tal primitivismo puede ser atemperado por el arte en la medida en que éste represente al

hombre las propias pasiones, los instintos y en general, al hombre tal como es, y aunque se circunscriba a desarrollar el cuadro de las pasiones, aun cuando las ensalce, el arte lo hace para mostrar al hombre lo que es, para tornarlo consciente de ello. En esto consiste su acción atemperante, porque el hombre pone así al hombre en presencia de sus instintos como si ellos estuvieran más allá de él, y le confiere cierta libertad respecto de aquéllos. Puede decirse que el arte en esta relación actúa como liberador. Las pasiones pierden fuerza desde el momento que se convierten en objetos de representación, objetos simplemente. (Friedrich 1989, 48)

La función catártica del arte posibilitó al ser humano dominar, sin clausurar, aquello que lo sobrecoge. Uno de los aportes fundamentales de Freud (1992), es notar que, para sus pacientes, el hablar libremente sobre sus problemas, *exteriorizar*, producía ya un alivio (*asociación libre*). Si dar forma es esencialmente ficcionalizar y la forma es aquello que sublima la cosa a representar, la forma puede ser tomada como una categoría ideológica.

La forma, como categoría ideológica e históricamente situada, venía dada desde la alta cultura⁵⁴. Con la penetración de la cultura de masas los estándares formales son impuestos totalitaria y hegemónicamente por esta forma cultural. Con esto no se quiere decir que no existan formas autónomas de representación, sino que, estos estándares al marcar la pauta de recepción y percepción relativizan toda producción.

Todas las demás formas culturales, inclusive para ser transgresivas se enfrentan a las formas de la cultura de masas. Transgredir es ir contra aquello hegemónico que marca la pauta, no hay transgresión sin vencer alguna resistencia. Pero incluso la transgresión es conducida “a través del filtro de la industria cultural” (Adorno y Horkheimer 1998, 171) para ser absorbida por la misma forma cultural a la que pretende transgredir; y así, quedar como otro recurso estético-narrativo para dicha industria.

Las industrias culturales tienden a la efectividad estética, ningún resultado es casual. Tanto la planificación diegética como la planificación narrativa son momentos centrales de la producción cultural; ya sea cine o publicidad, nada queda consignado al azar o a la improvisación. El totalitarismo estético de las industrias culturales desplaza el *esquematismo* kantiano de la recepción a la producción. La imaginación, como la cualidad que lleva a la interpretación a territorios indeterminados, es zanjada por aquello que Adorno y Horkheimer llaman *esquematismo de la producción*. Desde la preproducción se planifica cuidadosamente lo que el receptor debe imaginar.

⁵⁴ De hecho, popularmente se decía “es de mal gusto” lo trabajado por la cultura popular; sería interesante notar que quizás “mal gusto” quiera decir *el objeto está demasiado próximo* [Mi análisis].

El perfil tecnológico de las industrias culturales es determinante para su producción. Las formas visuales, que son posibilitadas por el avance tecnológico, renuevan permanentemente sus posibilidades intrínsecas, creando estándares de calidad visual que van directamente determinadas por los dispositivos, tanto de captura, como de preproducción, producción y de postproducción. La alta definición, los efectos especiales, el descubrimiento de nuevas formas de filmación y de montaje, ópticas y sensores que mejoran rápidamente, construyen un régimen escópico basado en lo hiper-tecnológico. Cada innovación técnica crea determinado universo plástico que, con su posterior avance y reemplazo, queda relativizado por un nuevo universo.

El cine y la fotografía en blanco y negro, al momento de su invención, no ofrecieron recursos narrativos que denotaban pasado; en la actualidad, los errores de fijado, el blanco y negro, y las ralladuras en la emulsión, son recursos visuales que promueven una economía visual y discursiva que permite decir pasado sin decirlo. De igual manera, los formatos de baja calidad, respecto de los nuevos dispositivos de captura, permiten construir hipertextos, pequeñas diégesis dentro de la diégesis general; como en los filmes que mezclan ficción con documental.

Las innovaciones tecnológicas marcan la pauta plástico-estética de las industrias culturales; y estas pautas relativizan no solo a las tecnologías anteriores, dentro del mismo universo cultural, sino además al resto de formas culturales. El cine de autor, la fotografía llamada *amateur*, incluso las partes más periféricas del quehacer artístico son relativizadas a través de los estándares tecnológico-estéticos de las industrias culturales. “Todas las violaciones de los hábitos del oficio cometidas por Orson Welles le son perdonadas, porque ellas —como incorrecciones calculadas— no hacen sino reforzar y confirmar tanto más celosamente la validez del sistema. [...] La industria cultural, en suma, absolutiza la imitación. Reducida a puro estilo, traiciona el secreto de éste, o sea, declara su obediencia a la jerarquía social.” (Ibid, 173).

En los productos de las industrias culturales, y en especial los que son el resultado de tecnologías digitales, se cristaliza el sueño de la Ilustración, donde todo debía ser sometido y exhibido sobre la base de los estrictos dictámenes de la razón. Los jardines debían ser planificados y mostrados en su perfección, se debía domesticar la naturaleza por la forma. Es también el sueño de la ciencia y de la medicina, un mundo aséptico, donde el dolor y la muerte están tan formalizadas que se transforman en puro e higiénico espectáculo.

A diferencia del arte, la ciencia no busca crear ilusión sino certeza; al llevar la realidad a dos dimensiones la pintura inaugura la ilusión a través de su misma incompletitud. Para la ciencia todo debe estar expuesto a la vista, medido y analizado, de ahí que la pornografía esté más cerca de la medicina que del erotismo y la seducción. Las industrias culturales juegan a encontrar la ilusión perfecta, donde la misma ilusión sea excluida a través de su tecnicidad y perfección.

Pero una reproducción, donde no haya espacios vacíos, ni silencios, ni elipsis, ni secreto, donde el motivo sea visto explícita y pornográficamente, solo puede ser mostrada a través de una alta plasticidad y formalización. “Cuando leemos la Ilíada, nos vemos obligados a constatar que se trata de una sucesión ininterrumpida de masacres. Pero en el movimiento de la cosa como poema, esa situación no se presenta con rasgos barbaros, sino heroicos y épicos” (Badiou 2005, 53).

Por otra parte, el dominio de la forma y de la técnica requiere un *estudio* detallado de los códigos, de los dogmas y de las estructuras de formalización. La forma, al ser el resultado de un postulado situado y naturalizado en un lugar y tiempo concretos, solo puede ser trabajada a través del *manejo* de categorías sociotécnicas. El dominio de las categorías técnicas está ligado directamente a otra categoría problemáticamente definida, *el talento*. Esto no quiere decir que un artista deba ser necesariamente técnico para ser artista, o que deba poseer obligatoriamente talento: Magritte siendo torpe técnicamente, era un gran artista.

Ya en el ámbito de la fotografía, Félix Nadar (2002), (uno de los más grandes retratistas de la historia de la fotografía hacía declaraciones que actualmente pueden resultar problemáticas:

La fotografía es un descubrimiento maravilloso, una ciencia que ha atraído a los mayores intelectos, un arte que excita a las mentes más agudas - y que puede ser practicada por cualquier imbécil -. La teoría fotográfica puede ser enseñada en una hora y su técnica básica en un día. Pero lo que no puede ser enseñado es tener el sentimiento de la luz-. Es la forma en que una luz cae sobre un rostro lo que usted como artista debe capturar. Ni tampoco puede ser enseñado cómo captar la personalidad de cada persona. Para producir un parecido íntimo, y no un retrato trivial ni el resultado de un mero azar, usted debe ponerse en comunión con esa persona, medir sus pensamientos y su carácter mismo. (Nadar 2002, 695)

He aquí una intuición que liga la técnica al talento. La técnica como algo que se puede realizar a plenitud exclusivamente a través de una predisposición previa, el talento.

El talento, es decir, el dominio de la técnica ha migrado actualmente, al territorio de las industrias culturales, donde se traduce en espectáculo a golpes de efectividad, tecnicidad y perfección. El arte ha sido despojado del talento en favor de la idea. Se dice que el arte posmoderno carece de narrativa, la verdad es que entre menos dice el objeto artístico, más abultado es el catálogo que lo justifica. La figura del artista, desde el punto de vista kantiano, resulta sectaria para el arte contemporáneo; más es fundamental en las industrias culturales, donde el dominio técnico se traduce en efectividad y la efectividad en provecho económico y narrativo.

Antes de la invención de la fotografía, el arte y las técnicas pictóricas buscaban la perfección en la representación de la naturaleza. Cuando la fotografía alcanzó ese ideal, la técnica pictórica, directamente vinculada al realismo, dejó de ser necesaria para el arte. La forma, la plástica, y la geometría dejan de ser aspectos rígidos e ideales a los que el arte debe aspirar, para ser lo que uno quiera. Estos postulados estético – técnicos son propuestos ahora por las industrias culturales.

Ahora, los cánones de la perfección, lo bello, lo armónico, lo ideal son instituidos por las industrias culturales. Y así como, lo feo es aquello que no debe definirse positivamente, sino como aquello que escapa del postulado positivo de lo bello, lo precario es aquello que escapa de lo óptimo propuesto por las industrias culturales. Es en este sentido que se habla de *imágenes precarias*, imágenes que se relativizan a través de los postulados del cine, de la publicidad, de la moda, de las revistas, de la televisión.

2.4. El desorden y la transparencia

Para Platón (1872, 205) el Dios creador como entidad racional (*logos*) desdeñó al caos dándole forma, y a través del orden surgió la vida. “Por todos los medios a que se prestó la necesidad, convencida por la inteligencia, arregló y ordenó todas estas cosas con una perfecta exactitud, haciendo que reinaran por todas partes la proporción y la armonía”; luego de ordenar el caos (trabajo) para que surgiera la vida, se dictaminó la ley para los vivos y muertos y se vinculó la ley con el orden, y a la belleza con la proporción y la armonía. Antagónicamente, el desorden apareció como el mal, lo que está por fuera de la ley, lo no mediado por la inteligencia (trabajo), lo carente de un *logos* creador.

El ordenar, al ser mediado por la ley, requiere de trabajo y de conocimiento de *código*; aquello que Adorno y Horkheimer (1998, 173), para las industrias culturales, llaman *conocimiento de la jerga*. El desorden está por fuera de la ley y aunque puede ser intencionalmente mostrado como desorden, también puede ser lo presentado sin ningún

tipo de mediación, de intelección. El orden requiere siempre de mediación, esto es, discriminación del espacio, selección del motivo, dominio sociotécnico, y de más elementos estéticos que lleven el desorden al orden.

Para Karl Rosenkranz (1992, 85), la labor del arte es excluyente, pues elimina del contenido de lo bello “todo lo que solo pertenece a la existencia casual, y pone de relieve lo significativo de un fenómeno y hace desaparecer los rasgos inferenciales. [...] [Lo feo] debe agruparse de modo adecuado y subordinarse a la totalidad de las leyes de la simetría y la armonía que en su forma específica el vulnera”.

Si bien el gusto por lo anómico ha estado presente en la historia de la representación, recién en la modernidad, lo anómico deja de ser marginal para ser incluso preponderante en nuestros días. Pero lo inabarcable del caos, no es únicamente la materia prima ilimitada de donde se extraen novedades, sino que también, es aquello que aparece sin o con poca mediación estética ¿Qué es sino la apropiación o un *ready made*? Aquello que sin mediación es mostrado *como tal*.

La mayoría de las labores del hombre se han encaminado a ordenar, limitar y volver familiar aquello que atemoriza; cuestión de alguna manera necesaria. Incluso la ciencia así lo determina, eliminar todo aquello que puede resultar peligroso, poco higiénico o desconocido. Pero sabemos que nunca, una mancha se ve más viva y patente, que cuando el resto del mantel esta impecable.

Dicho lo dicho, se puede preguntar ¿Aquel que aparece como natural y que se muestra *sin mediación*, está dado justamente por ese desorden que el ser humano pretende eliminar? ¿Hay una relación entre aquello que aparece como desordenado, imperfecto, azaroso y aquello que tomamos por real?, existen algunos antecedentes teóricos, algunas intuiciones que pueden ayudar a responder esta pregunta.

Lacan (1987, 61), a esta mancha en el mantel⁵⁵, le dará el nombre de *Tyché*; Hal Foster (2001, 136) equiparárá esta categoría con la del *punctum* barthesiano. Aquel “fogonazo que flota” (Barthes 1990, 90), que no adquiere significado, que cancela el orden simbólico y que perturba e irrumpe en todo el cuadro. “Rompe la pantalla-tamiz⁵⁶ de la repetición. Es una ruptura no tanto en el mundo como en el sujeto, entre la percepción y la conciencia de un sujeto *tocado* por una imagen” (Foster 2001, 136).

⁵⁵ Irrupción del caos en el orden [Mi análisis].

⁵⁶ El orden simbólico; el *azar* al no *encontrar* concordancia con la pantalla tamiz, la desgarra. La pantalla tamiz además de dar significado a lo perceptivo protege al sujeto de lo real traumático [Mi análisis].

Más adelante, en nuestro desarrollo teórico, equipararemos los conceptos de ideología y pantalla tamiz con *régimen escópico* [Mi análisis].

Hal Foster (2001), al hacer una lectura lacaniana de la obra de Warhol, nos da algunas pistas y cabos sueltos que espero poder completar. En la serigrafía de Warhol “*Coche en llamas blanco*” (1963), Foster localiza un *punctum* en la indiferencia del transeúnte, es decir en el contenido. Pero el autor, inmediatamente después, desplaza el *punctum* directamente sobre la técnica, sobre los *errores* del proceso de grabado, en la precariedad en el proceso, estableciendo que:

Funcionan menos por el contenido que por la técnica, especialmente por los «destellos flotantes» del proceso Serigráfico, el desprendimiento y el rayado, el blanqueado y el alisamiento, la repetición y la coloración de las imágenes. Para poner otro ejemplo, en *Desastre con ambulancia* (1963) para mí se halla un *punctum* no en la mujer cuyo medio cuerpo superior cuelga de la ventanilla en la imagen de arriba, sino en la obscena lágrima que tapa su cabeza en la imagen de abajo. En ambos ejemplos, [...] el *punctum* radica no tanto en los detalles como en el desleimiento de toda la imagen, en Warhol el *punctum* reside no tanto en los detalles como en esas repetitivas «detonaciones de la imagen. [...]Estas detonaciones, tales como un cambio de registro o un lavado del color, sirven como equivalentes visuales de nuestros encuentros fallidos con lo real”. (Ibid, 137-138)

Hay algo que el autor no alcanza a decir. Para él, en *Desastre con ambulancia* “la lágrima es un agujero (*trou*) de esa clase, aunque no pueda decir a qué pérdida se alude” y más adelante dice “A veces la coloración de las imágenes tiene también este extraño efecto doble” (Ibid, 140). Recordemos que, para Lacan, *el gran Otro*, la sociedad, la cultura, es quien configura el trauma y el síntoma; aquello que es *normal* en una sociedad determinada difícilmente puede instituirse como trauma y por tanto no puede, posteriormente, manifestarse como síntoma. Entonces, ¿en nuestro universo visual cual sería ese *gran Otro*? Para mí lo son las industrias culturales.

Son las industrias culturales las que, en gran medida, configuran el régimen escópico, y como tales, configuran también el universo simbólico y visual de las imágenes que percibimos posteriormente. Configuran la *pantalla tamiz* de Foster que es desgarrada por ese disparador visual, *trou*. Al configurar lo simbólico y lo imaginario, configuran el *consiente* y el *inconsciente óptico*. Y es por esto por lo que, aquello que he definido como *precariedades visuales*, funcionan como detonadores de la *pantalla tamiz*. Si lo *óptimo visual* es lo que las industrias culturales posicionan como el régimen escópico hegemónico, son las precariedades del proceso de representación visual, el *trou* que disparan el síntoma que apunta a lo real. Mancha y mantel se contienen y se condicionan dialécticamente.

Badiou (2015, 41), siguiendo también a Lacan, nos dice que lo real surge justamente sobre las ruinas del semblante; lo real se revela como “*el impasse de la*

formalización”, en su punto de imposible, en un *no lugar*. Si en la *diégesis* propuesta por las industrias culturales esta la eficiencia hipertécnica e hiperplanificada, si su formalización aspira a la perfección, es la irrupción del error lo que denuncia a la misma diégesis. El error, como aquello que aparece como por azar, como aquello que escapa a los esfuerzos técnicos y planificativos, como lo no trabajado, es el que denuncia el estatus ficcional, restituyendo nuestra conciencia crítica en detraimiento de la *fe emocional*.

2.4.1. El caos simulado

El mundo de la fotografía de moda, en líneas generales, ha atravesado tres etapas: lo perfecto, lo natural y lo feo. Si el perfeccionismo de Richard Avedon e Irving Penn fue remplazado por el naturalismo de Helmut Newton, en pos de una apariencia más realista, tanto la perfección y el naturalismo fueron trastornados por lo feo de Terry Richardson. Podemos llamar a este camino, *el desarme de la formalización*. Si el azar daba *efectos de realidad* al naturalismo, el error es la norma para lo feo⁵⁷.

El ansia por lo feo y lo anómico, por lo que carece de formalización, es el factor común de lo actual televisivo. Por ejemplo, los *reality shows* apuntan hacia ese realismo; realismo que ya no es fabricado por la destreza técnica o plástica sino por el error, el azar y lo contradictorio; todo esto en favor de una aparente proximidad. Es como si el espectador anhelara que cayera aquello que lo protege, la representación.

El escalofrío por lo real surge de esa proximidad que lo precario posibilita; proximidad que es también la falta de un tercer elemento, el fotógrafo⁵⁸, quien era el encargado de sublimar la cosa a representar. Con su ausencia, el sujeto es quien capta, pero también es el personaje de aquello que capta. O en las cámaras de vigilancia, ausencia de todo sujeto que pueda dar forma a la representación; *en su informalidad, la representación pierde belleza, pero gana realismo*.

⁵⁷ Es interesante notar que los parámetros estéticos de las campañas publicitarias actuales apuntan en ese sentido. Empresas como Uber Eats, Airbnb, entre otras, prohíben terminantemente el uso de luz artificial para realizar sus fotografías; solicitan fotografías que no se vean tan producidas en favor de aquella creíble naturalidad [Mi análisis].

⁵⁸ Si bien la historia de la fotografía ha desplazado la discusión desde la difícil definición de fotógrafo hacia lo fotográfico, al decir fotógrafo me refiero a aquel sujeto que toma distancia de la cosa a representar, a aquel que está distanciado de la acción y de la escena. Para entender su falta es interesante notar que en las *selfies*, el sujeto representado es el mismo que ejecuta el acto fotográfico. El fotógrafo entendido de esta manera se diferencia del usuario de la cámara del teléfono celular en que el primero busca que digan: “que buena foto”, “excelente composición”, mientras que el segundo busca que digan “lindo lugar en el que estuviste”, “que bien que saliste en la foto”, “que bonita vida que tienes”. Más adelante se definirán algunas características importantes para el análisis [Mi análisis].

Las fotografías de Sebastiao Salgado muestran justamente esta paradoja: las tragedias que capta son demasiado bellas, demasiado mediadas por la forma, demasiado estilizadas como para penetrar en la carne de los representados. Su olor permanece oculto por capas de plasticidad; densidad que no es otra cosa que la presencia del fotógrafo en la representación.

Pero si sus fotos estetizan la pobreza y el dolor humanos, lo contrario no es menos cuestionable. El escalofrío por lo real transforma a la misma muerte en espectáculo, ya no del actor que actúa su propia muerte, sino del sujeto que efectivamente está muriendo. El fotógrafo representa una densidad teórica y práctica, que anuncia su presencia en el espesor estético de la representación, *su estilo*.

Lo que diferencia al tuitero del periodista es el aparato normativo al que éste debe regirse: ética, código deontológico, línea editorial, canal de transmisión, etc., el fotógrafo también se rige a un aparato normativo. El conocimiento de estas políticas se adquiere con estudio y práctica. Al iniciar su vida laboral, el fotógrafo, se encuentra con normas que le preexisten; y este aparato normativo condiciona su estilo y a la vez se vuelve, junto con su sensibilidad individual, su propio estilo.

La precariedad, el azar y la proximidad se han vuelto recursos narrativos para las industrias del espectáculo, que planificadamente incluyen a lo informe en sus representaciones. Nuevamente, sus productos ceden a la belleza para dar cabida a efectos de realidad dentro de lo ficcional. Películas como “La bruja de Blair” (Myrick y Sánchez 1999), o en un cine más de culto como en “Los idiotas” (Trier 1998) muestra esta paradoja. ¿Acaso todas las fotografías y videos de monstruos del lago Ness, o aparecimientos paranormales, no comparten como característica común a la precariedad? ¿Su indefinición, su lateralidad, su punto ciego no son las trampas que hacen que creamos de ellas, o al menos dudemos de su irreabilidad?

Robert Capa estaba consciente de este asunto cuando en los seminarios que impartía afirmaba que “un ligero desenfoque mejoraba las fotografías en los campos de batalla” (Hispano 2007, 58). Más allá de un recurso pictorialista, la irrupción de la precariedad en la imagen acerca a la realidad como su efecto.

En el terremoto del 2016 en Ecuador lo imprevisible del hecho y la falta de información por medio de los canales gubernamentales, provocaron un vacío comunicativo de varias horas. Los ciudadanos en las zonas afectadas, con sus teléfonos celulares, tomaron la posta comunicativa, inundando las redes sociales de imágenes transparentes; y lo obsceno es justamente aquello que “nace allí donde el signo se hace

diáfano; el signo se muestra en tanto signo, en su brutal evidencia” (Cuadra 2003, 91), *sin mediación estética*, o como diría Hal Foster (2001, 153):

“sin una pantalla – tamiz de protección”.

La proximidad de la muerte en las imágenes aturdía a todos. El fotógrafo como densidad (logos) no existía o se desdibujaba, los ciudadanos en su precariedad técnica y discursiva mostraban al signo sin mediación. El fracaso de la catarsis y el pensamiento por exceso de proximidad quedaba instituido.

La erótica consiste en *vestir* lo desnudo por medio de la forma, la luz y la sombra, es decir, añadir carga ideológica; de la sustracción surge la potencia. Por tanto, se *ficcionaliza* lo real del cuerpo por medio de la técnica. Mientras que lo precario, como su contrapartida, como su impasse, como lo no trabajado, denuncia la misma *ficcionalización* poniéndose de lado de lo real.

2.5. La cámara fotográfica del teléfono celular: ¿dispositivo cultural sin sujeto?

Si bien el simple hecho de fotografiar algo, es ya darle carga estética a ese algo, hay aspectos en *el acto fotográfico* que pueden salirse de nuestro control. Cartier Bresson nos dice que el dibujo es una meditación, mientras que la fotografía es un instante; y por ser un instante, mediado por un aparato tecnológico, es susceptible de caer en el error, en el azar y en la indeterminación.

La mayoría de los dispositivos fotográficos del teléfono celular están regulados por algoritmos y automatismos que dejan poco margen de control para el sujeto. Estos algoritmos y automatismos constituyen en sí una carga estética independiente del sujeto. En cámaras más tradicionales, y especialmente las de uso profesional, los comandos están a disposición del fotógrafo; de hecho, las cámaras denominadas de alta gama poseen, aparte de automatismos híper – técnicos, la posibilidad de controlar la mayoría de las variables en la toma fotográfica, lo que permite alejar lo azaroso e imprevisto. Un mayor margen de control significa mayor margen de trabajo.

Mientras que la cámara del teléfono celular aparece más independiente del sujeto, el sujeto también aparece más independiente de la cámara. Al independizarse la fotografía del sujeto y el sujeto de la fotografía, nunca como ahora, el medio resulta ser el mensaje. El mensaje está dominado por la técnica, por parámetros preestablecidos por los fabricantes. El sujeto es subordinado a ser el ejecutor de ese aparataje tecnológico.

Aunque muchas de las características, tanto técnicas como utilitarias, nacen de los usos y prácticas que hacen los usuarios de los diferentes dispositivos técnicos, las características implementadas por los fabricantes se vuelven pautas que universalizan las formas, los usos y las prácticas.

¿Por qué las fotografías realizadas por los cuatro sujetos de estudio comparten las mismas características formales?⁵⁹

Una primera respuesta sería que los sujetos, al fotografiar, desaparecen como sujetos, dejando al dispositivo técnico actuar por ellos. Contrariamente al dibujo o a la pintura donde el sujeto prevalece por encima de los materiales, lienzo, pinturas, pinceles, etc. El pintor elige la técnica y los recursos, además tiene el tiempo necesario para meditar cada una de sus elecciones; el usuario de la cámara del teléfono celular carece, en gran medida, de elección en favor de una radical simplicidad de uso.



Imagen 16: Imágenes que nos muestran lo común del estilo fotográfico. El tamaño de plano, la perspectiva, la distancia de foco, la composición, se repiten en estas tres fotografías.
Fuente: Imagen de archivo personal.

El dispositivo en si no es el único que condiciona la estética de las fotografías realizadas, mediante el uso de la cámara del teléfono celular. Los canales de distribución y amplificación son también determinantes para esta construcción. Si bien la velocidad en la transmisión de datos ha aumentado vertiginosamente, una mayor calidad de imagen implica también un mayor peso. Las imágenes no escapan de la axiomática posmoderna: viajar más rápido es despojarse de todo lo pesado. Y si al perder materialidad (información) las imágenes ganan en velocidad y ubicuidad, ese es su nuevo valor y no su definición y calidad.

⁵⁹ Al final del primer capítulo se detallan algunas características que unifican el estilo de las fotografías realizadas por los sujetos en estudio a través de la cámara fotográfica del teléfono celular [Mi análisis].

De hecho, la *calidad de imagen* deja de ser un término en sí mismo, para condicionarse a los canales de transmisión. En la actualidad, la calidad de imagen apunta también a esa velocidad de transmisión; así tenga que dejar de lado otros ideales más clásicos, como la definición, la acutancia, la resolución y la profundidad.

La urgencia contemporánea por producir imágenes hace de la misma urgencia una característica estética. Las imágenes que nos llegaban sobre los bombardeos de Estados Unidos a Irak tenían visión nocturna a cambio de una monocromática coloración verde. La condición primera de la imagen es que exista por sobre todo lo demás algo que pueda ser considerado accesorio. El pragmatismo visual prima por sobre la plástica, cualidad de la que se puede prescindir.

Un ejemplo claro de aquello es lo que Joan Fontcuberta (2016, 35) llama *síndrome Hong Kong*. El autor nos relata como un famoso rotativo de la ciudad reemplazo a su planta de fotógrafos por repartidores de pizza. Era más fácil enseñar fotografía a los rápidos repartidores que hacer ir más rápido a los fotógrafos. La conclusión que saca el español es clara “más vale una imagen defectuosa tomada por un aficionado que una imagen tal vez magnífica pero inexistente”.

El teléfono celular como metadispositivo agrupa funciones que le preexisten, pero que revoluciona al unificarlas y volverlas portátiles. La portabilidad y la convergencia fueron posibles por el constante desarrollo técnico y por la optimización del espacio y el tamaño de los dispositivos. Pero esta tendencia hacia lo liviano y pequeño, pese a la tecnología empleada, sacrifica características que pueden ser consideradas positivas. Las cámaras de alta gama sufren también de estas exigencias, pero tienen mayor margen de maniobrabilidad.

Si mayor calidad de imagen implica mayor peso y tamaño, restringiendo la velocidad de difusión y aumentando el uso de datos, necesariamente hay que negociar. Si la calidad de imagen queda restringida a la urgencia por existir y a la velocidad de emisión, la precariedad prepondera sobre la imagen. Es paradójico tener que hablar de velocidad de procesadores o peso de archivos en una fecha determinada, cuando se sabe, que, pasado el tiempo, para un lector futuro, esas cifras serán irrisorias⁶⁰.

En la calidad de imagen convergen diferentes factores, no solo cantidad de píxeles, sino principalmente el tamaño de estos píxeles, y, por ende, del tamaño del sensor. No se

⁶⁰ Cámaras fotográficas que rondan los 40000 dólares como la Hasselblad H6D-400c MS proporcionan imágenes de más de 2 GB mientras que el iPhone 8 tira archivos de alrededor de 2 megas [Mi análisis].

puede compactar sensores sin perder algo, y si se posibilita tecnológicamente una reducción, con menor pérdida de calidad, esta mejora influirá no únicamente en las cámaras de los móviles, sino también, en el resto de las cámaras fotográficas. Por tanto, me atrevo a decir, que la precariedad será siempre la impronta de los dispositivos de captura que privilegian la velocidad, la portabilidad y el ver por sobre la calidad de imagen.

Vemos que desde el punto de vista técnico y social se instituye una estética *sociotécnica* que apunta hacia lo precario. Esto da imágenes que carecen de consecuencias estéticas; su estética es, en mayor medida, el resultado de algo que se puede llamar *ontología técnica*.

Pero esa precariedad no es muda, pues perdiendo también ganan, al alejarse de lo óptimo, al prescindir de la densidad ideológica de la narrativa y de lo bello, es decir, del semblante, se ubica a un lado de la verdad; ya no con la profundidad ontológica de los ideales de la ilustración, pero si como su efecto.

Alain Badiou (2005), postula como característica distintiva del siglo a la *pasión por lo real*. Zizek (2005, 16), siguiendo la argumentación del francés, nos dice que el sujeto busca este hechizo de lo real a través de “la televisión – realidad, la pornografía amateur o las películas snuff”. Dejando de lado la argumentación a la que se deben los ejemplos que da el autor, cabe preguntarse ¿Acaso no es la precariedad de la imagen lo que comparten como característica común estos ejemplos?

Si bien la fotografía desplaza la atención de las cualidades formales de la imagen, a *el motivo* a fotografiar, no es tanto el motivo lo que importa para crear estos *efectos de realidad*, sino más bien sus cualidades formales. La posmodernidad ya no hace la pregunta por el qué, sino por el cómo.

En la pintura, a la pregunta por el *cómo* la respondían los mismos realizadores. En tiempos de la fotografía desde el móvil, a esta pregunta la responden los fabricantes, permitiendo al realizador centrarse en el *qué*. Y el *qué*, si bien puede estar en posición de extimidad, como se argumentó en el primer capítulo, es externo al sujeto. El *cómo* es la respuesta del sujeto para determinado problema estético, el *cómo* viene de la mano del estilo y el estilo del sujeto. El sujeto fotográfico, al transformarse en simple ejecutor de determinado dispositivo tecnológico (*logos técnico*), se anula como densidad narrativo-ideológica, el sueño de la ciencia; dejando un *qué* desdramatizado.

Lo precario se ubica en este vacío ideológico, en esta falta de formalización; al ser la contrapartida negativa y relativizada de lo óptimo, es también la desrealización de la

ideología de lo óptimo. Lo precario sería la materia prima que *el sujeto*, a través de la formalización, debería llevar hacia lo óptimo por medio del trabajo. Cuando cae el sujeto como densidad surge lo precario y se ubica como el impasse de lo óptimo. Nadie que mira una imagen observa únicamente aquella imagen, sino que, al mirarla, mira evocativamente el resto de las imágenes que ha visto en su vida. En la imagen vista en determinado momento converge la totalidad de imágenes, que, al relativizarla, le dan sentido.

Si tomamos a la imagen como el lugar donde convergen una totalidad de imágenes, o a un espectáculo como la convergencia de una totalidad de espectáculos, y no, como a una unidad restringida de significado, en la que el sentido se deba buscar únicamente en la unicidad de los límites de la misma imagen, tenemos que el síntoma no solamente puede aparecer como determinado elemento detonador en los límites de la misma imagen, como con el *punctum* barthesiano, sino que, la totalidad de determinada imagen puede aparecer como el *punctum* de determinado universo visual. Es decir que la unicidad de una imagen puede ser la ruina de la formalización de determinado régimen escópico.

Así se explicaría que un desequilibrio a nivel de la técnica, es decir, en el cómo, constituiría un *trou* lacaniano (aquel que intuía Foster (2001) y que no alcanza a explicar). Pues lo óptimo y lo precario no se diferencian en el motivo que representan, en el ¿Qué?, sino en el ¿Cómo? Si ya no hay nada que anteriormente no haya sido representado, no es el contenido propiamente dicho lo que desgarra la pantalla tamiz, sino la formalización del motivo.

En los embajadores de Hans Holbein (1533), es cierto que los personajes y el fondo ayudan a que la anamorfosis cobre sentido, pero la anamorfosis no es tal por el fondo o los personajes, sino por un universo visual que le prexiste y le condiciona. Una imagen precaria es un *trou* porque denuncia ese universo visual instituido por la industria de masas, porque señala la imposibilidad de su ideal, la perfección⁶¹.

⁶¹ Cabe recalcar que, en una sociedad de consumo, el potencial revolucionario que podría contener lo periférico es desentramado a golpes de espectáculo; la indignación, el asco y lo real se vuelven material de consumo. En una sociedad de mercado, ideología y utopía son igualmente mercancías. Si lo real y la verdad eran entidades liberadoras que se ofrecían a la razón; lo verosímil, como efecto, se ofrece a lo pulsional del sujeto para su deleite [Mi análisis].

2.6. Las fotografías de la cámara fotográfica del teléfono celular como imágenes precarias

Por las razones detalladas a lo largo de esta investigación se puede categorizar a las fotografías realizadas por los cuatro sujetos de estudio como *imágenes precarias*, es decir imágenes que se salen de los estatutos, tanto técnicos, como plásticos y estilísticos de los canones representacionales de las industrias culturales. Y que al ser categorizadas como precarias se ubican cerca de lo real como efecto. Es decir que, por sus características, son *vividas sin fe*, como verdaderas.

La precariedad de las imágenes analizadas surge tanto del dispositivo como del sujeto, pero sobre todo del sujeto. Pues lo que diferencia a lo precario como recurso diegético⁶² de lo precario propiamente dicho está en la intencionalidad de su uso. Para el usuario de la cámara fotográfica del teléfono celular hay variables que se le escapan pues “la consecuencia de este proceso emotivo [La fe emocional producto de la efectividad de la diegesis] de orden inconsciente permite al director imponer su verdad, y la fuerza convictiva no se mide con la realidad intrínseca del mensaje sino con el arte o la forma en los cuales está transmitido” (Fossey 1980, 15).

Los sujetos de estudio al no tener dominio sobre el arte y sobre la forma para instituir lo óptimo de la formalización, instituyen la ruina del semblante ya que “la única prueba que tenemos de que la pintura que estamos viendo esta subjetivada radica, no en los signos significativos de la misma sino, más bien, en la presencia de alguna mancha carente de sentido que perturba su armonía” (Žižek 1994, 22). El talento consiste en no dejar manchas, la práctica que hacía y hace al maestro, permite el dominio, siempre técnico, de mantener la ilusión; es decir, la capacidad que tiene el obrero para realizar determinado trabajo.

Las fotografías estudiadas se muestran casi directamente, sin la densidad del arte y de la forma que son quienes instituyen el semblante. Son imágenes peligrosamente transparentes, fáciles de consumir, no requieren mayor interpretación; son puntuales, siempre muestran el aquí y el ahora, muestran directamente el motivo fotográfico.

Si el fotógrafo busca reconocimiento para con su fotografía, que el que observa diga ¡qué bonita foto! El usuario de la cámara fotográfica busca que digan ¡qué bonita vida! Este desplazamiento en la gratificación hace que el dominio técnico sea subsidiario

⁶² La diégesis es el mundo ficticio instituido a través de los recursos narratológicos y técnico-estéticos; la eficiencia del artificio es relativa a lo eficaz que sean los recursos empleados para instituir la diégesis [Mi análisis].

de esa necesidad. Lo técnico es controlado por el aparato tecnológico y determinado por los motivos y necesidades del sujeto, más el sujeto aparece casi únicamente como el ejecutor del acto fotográfico. Incluso el encuadre es resultado del motivo u objeto a fotografiar, conjuntamente con lo técnico, y no de una inquietud estética particular.

Pero es del lado del observador donde se comprueba más claramente que las imágenes suministradas por nuestros participantes en el estudio surgen como reales.

En esta parte de la investigación, analicé algunas *selfies* realizados por los usuarios observados en esta investigación y se las mostré a un grupo de diez personas; conjuntamente con otras fotografías realizadas por un fotógrafo profesional. El fotógrafo realizó fotos de los mismos sujetos y siguió la misma línea de trabajo que usaría para su publicación en revistas. Las preguntas a los participantes, acerca de estas imágenes, fueron: ¿cuál de las fotografías cree que miente y por qué?

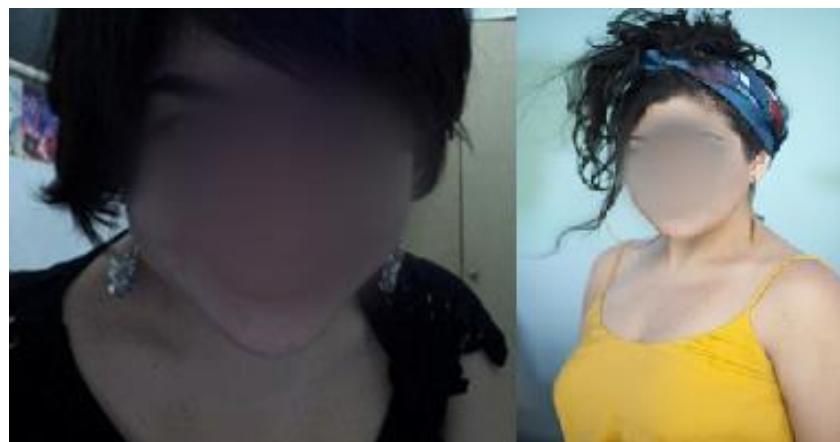


Figura 17: Comparación de imágenes. A la izquierda selfie personal, a la derecha fotografía realizada por un profesional de la fotografía.

Fuente: Imagen de archivo personal.

La mayoría de los entrevistados apuntó a decir que las fotografías realizadas por el fotógrafo son las que mienten. Y la razón, expresaron, fue la falta de *naturalidad* y la desconfianza por las capacidades que tiene el fotógrafo de embellecer. De alguna manera se intuye que embellecer es mentir, maquillar la verdad.

En ninguna de las fotografías comparadas hay naturalidad en la pose, en ambas los ojos están puestos en la cámara. En ambas se nota la intencionalidad de embellecer, no únicamente en el fotógrafo. Por tanto, en este punto, me pregunte ¿a qué creen que se deba la naturalidad en las *selfies*? La respuesta fue clara “en la fotografía hecha por el fotógrafo se nota el profesionalismo, la iluminación y la calidad de la cámara”.

En defensa de la capacidad de los espectadores para categorizar imágenes basta con recordar el conocido fenómeno del *zapping*. En esta práctica el sujeto discrimina instintivamente, muchas veces en fracciones de segundo, el tipo de programa que se proyecta; sin detenerse siquiera a escuchar una línea de dialogo. Por la puesta en escena, por la impronta visual, es capaz de saber si se trata de un informativo, un documental, una telenovela, una película o una serie.

El flujo ininterrumpido de imágenes que fluyen hacia el sujeto constituye un régimen escópico que es conformado en parte por lo que Benjamín (2011, 43) llamo *inconsciente óptico*. El inconsciente, es como aquello a lo que no accedemos voluntariamente pero que se manifiesta, permite categorizar más rápido que el consiente; aunque no nos permita dar razones claras del porqué. Se tiene entonces, que los recursos estilísticos, plásticos y formales están a disposición del espectador, de su capacidad crítica; así no sepa muy bien de que se trata.

La efectividad de la diégesis está estrechamente relacionada a la capacidad que tiene el observador de sensibilizarse a través de los recursos aplicados en la misma. Que los sujetos a los que se les hizo estas preguntas sean capaces de determinar que fotografía aparece como precaria y que fotografía se acerca hacia lo óptimo⁶³, esto abre el camino a una respuesta a la pregunta del ¿Por qué, en la actualidad, los sujetos prefieren imágenes precarias a imágenes con alto contenido estético?

Como se argumentó en este capítulo, la precariedad acerca la imagen a lo real. Incluso cuando se quiere sostener una diégesis ficcional, como en los falsos documentales, si los recursos puestos en tal empeño no alcanzan para sostener la fe emocional, aquello es visto como una puesta en escena que fracasa. En la precariedad ficcional, la ficción es vista como tal, como una puesta en escena.

En otras palabras, cuando se ven los entretelones y la utilería, se derrumba la diégesis; cuando el sujeto ve la carta marcada en la manga del mago, cae la ilusión dejando expuesto al mago.

Cuando los recursos no logran crear la ilusión necesaria para que surja la *fe emocional*, el acto ilusionista se parece más a un acto objetivo, más cerca de la ciencia que del arte, o quizás del ridículo. En este punto lo precario se mueve entre el arte y la ciencia, entre lo subjetivo y lo objetivo. Lo precario, por su naturaleza bastarda de lo

⁶³ Un estudio realizado por la NPPA concluye que: “Can people differentiate between professional and amateur photographs? Yes, quite definitely. Study participants were able to tell whether a photograph was made by a professional or an amateur 90 percent of the time” (NPPA 2015).

óptimo, lo óptimo estético del arte y lo óptimo veraz de la aproximación científica, muchas veces hace que la imagen fugue hacia lo ridículo, provocando risa en el espectador.

La precariedad, como aspecto puntual de una imagen, o la precariedad de la imagen como contrapartida del universo visual de la industria de masas, hienden a lo bello para que de sus ruinas surja lo real como efecto.

Estas son imágenes en las que no hay nada que ver, de las que no se aprende, que son del orden de lo puntual y lo efímero, de lo banal y de lo insignificante. Son imágenes que únicamente denuncian la presencia de quien las emite y cuyo sentido es manifestar esa presencia; son disfrutadas por su modo de representación, porque confunden a lo real con el *médium*. Imágenes puntuales, sin mediación estética; imágenes construidas técnicamente por motivaciones personales e instauradas por contagio masivo.

Nuevamente ¿por qué el *hambre* por estas imágenes? ¿Por qué no registrar lo bello y significativo?

En tiempos de los medios masivos, cuando la comunicación era unidireccional, la queja era que los ciudadanos no tenían voz; ahora la queja es contraria, de que los ciudadanos se espectacularizan a sí mismos con la materia prima de su propia cotidianidad. Con la posibilidad de que los individuos se manifiesten se masifico, lo singular, lo cotidiano y lo trivial. Lo bello al ser llevado a imagen (mediatización), requiere que la mediatización trabaje en favor de proteger y conservar aquello bello, caso contrario se perderá en el acto fotográfico.

Otrora, en tiempos de la alta cultura y del arte como institución, únicamente tenían acceso a la representación aquellos que dominaban alguna técnica. Con la reproductibilidad técnica la posibilidad de representar se masifico, en detraimiento de la técnica y de la estética. La llamada democratización de la fotografía allano el camino para un *continuum* de imágenes que no dejan huellas, pero que preferimos ver.

La búsqueda de lo real como aquello que se ubica en el punto de imposible del semblante se queda en el efecto de realidad del mismo semblante. En este contexto de encubrimiento, del punto de imposible por otro semblante, se inscribe la profusión de imágenes, en las que la imagen reemplaza a lo real como su efecto. La ficción desplaza la temporalidad y la posibilidad a un futuro, mientras que lo real se inscribe en el presente. De este tipo son las imágenes que capturan y ven los sujetos de estudio.

La ficción crea una densidad entre el objeto y el sujeto, barrera que el que mira quiere que caiga, que quiere traer al presente, que quiere volver posible. En las imágenes

precarias, el objeto aparece inmediato y accesible al espectador. Si el arte, al sublimar nuestras pulsiones contradictorias, las alejaba a la vez que las dominaba, las imágenes precarias las ofrece en proximidad.

El espectador se vuelve un voyerista únicamente siguiendo el camino de lo real. Sin mediación estética, lo único que queda, entre el sujeto y el objeto, es la misma representación, al igual que la puerta entre el objeto y el mirón. Cuando el acto de ver sin ser visto es el que importa, siempre se debe establecer un mínimo de mediación, la representación. Cuando cae la representación el sujeto deja de ser voyerista para ser un actante y el sujeto contemporáneo prefiere el espectáculo a la acción. Prefiere creer que actúa a través de comentar o calificar aquello que toma por real; no hay acción en la ficción. La ficción funciona como un sueño que hace que el sujeto se desplace, que se mueva en favor del ideal; justifica la acción, más la acción se ejerce siempre sobre la materialidad del presente.

Si aceptamos que en las redes sociales se espectaculariza la intimidad, como se ha comentado en muchas publicaciones, se debe acordar que aquello que tomamos por íntimo primero debe ser tomado por real para luego aparecer como íntimo. Sin la fuerza de lo real lo que se espectaculizaria no sería lo íntimo sino otra cosa. No es lo íntimo en sí mismo lo que seduce, sino el encuentro con aquello que tomamos por real. Lo íntimo, no es otra cosa, que un recurso para sostener el efecto de realidad.

Todos estos elementos, la intimidad, la violencia, la cotidianidad, la precariedad son recursos diegeticos que ayudan a que el espectador viva estas imágenes sin fe, sin conciencia de lo real, sin distancia crítica. Sin fe solo queda la certeza de que aquello que se ve es real o una trampa. Son imágenes que no crean ilusión en el sujeto, que, por su precariedad, pueden denunciar la artificialidad de la diégesis, y al exponer lo real del semblante, hacen que el semblante se eleve a la apariencia de real desbaratando la *fe emocional*.

Con el desmoronamiento de la *fe emocional*, el sujeto vive el espejismo de la representación como si pudiese tocar los objetos, como si estuviese en presencia de esa intimidad o de esa violencia; y protegido de la misma representación puede observar con libertad. Los objetos se vuelven más aprehensibles que en la publicidad o en el cine; sin mediación estética, se vuelven táctiles y olfativos.

2.7. Pasión por lo real⁶⁴

Con el flujo ininterrumpido de imágenes, que parten y van hacia todo lugar, la repetición del contenido es inevitable; esto hace que cada imagen que veamos no nos muestre nada nuevo. Nos comunicamos, pero aquel que recibe lo que hemos emitido ya conoce, cada vez, el contenido del mensaje, no nos decimos nada nuevo. Pero se recibe cada imagen como una novedad, así ya la hayamos visto mil veces, incluso en la misma persona. La repetición de lo mismo hace que cada imagen sea vista tan efímeramente que no da tiempo para obtener una satisfacción mínima. La satisfacción del espectador está en observar la totalidad de imágenes, de la que obtiene una pequeña dosis química de satisfacción de cada una; si no, por lo menos de aturdimiento.



Figura 18: Diferentes selfies publicadas bajo las mismas características.
Fuente: Imagen de archivo personal.

Las redes sociales son una red de intercambios químicos de satisfacción y autosatisfacción. La naturaleza premia el éxito con descargas químicas y el tamaño de la descarga es proporcional a la cantidad de *likes* y comentarios. Para el que mira, la satisfacción voyerista marca la omnipresencia de su mirada y el anulamiento de su capacidad de discernimiento bajo el continuo fluir de imágenes. Intercambio de manifestaciones sin mensaje, toques de ida y de vuelta que anuncian únicamente la presencia de un emisor y un receptor.

⁶⁴ Tomado de Alain Badiou (2005)

Al igual que el emisor, el receptor se angustia con la nada, con los tiempos vacíos de la dinámica de la ciudad. El tiempo en el ascensor, el viaje en el colectivo, una sala de espera, todos estos son momentos en los que el sujeto se encuentra con un vacío, y ante el vacío el sujeto piensa. Piensa en sus problemas, en sus angustias, en sus felicidades o simplemente piensa en las cosas del mundo. Pero el sujeto que otrora podría buscar ese vacío no está preparado para esa angustia, por lo que prefiere llenarlo con lo que Igarza (2009) ha llamado *burbujas de ocio*. Los objetos cumplen una función ontológica, si el cigarrillo llevaba al sujeto al retraimiento, el celular lo lleva a la dispersión.

Ahora, cada persona es un productor y su propia cotidianidad es la materia prima con la que nutre su obra. Los espectadores recorren el mismo espectáculo una y otra vez, creyendo que siempre es nuevo, pero es siempre el mismo, las mismas fotos son repetidas una y otra vez, en todos los integrantes de la red. El zumbido constante, siempre nuevo, pero con la misma forma, el flujo ininterrumpido de imágenes es perturbado únicamente por el escándalo.

El escándalo es aquello a lo que la cotidianidad puede elevarse a través de golpear contra el semblante. Al igual que la corrupción, como impasse de la vida política, el escándalo es un impasse en la cotidianidad de las redes sociales. Para el que ve, nada más delicioso y real que un escándalo. Y de escándalos a escándalos nada más viral que un escándalo en la cotidianidad. Con la posibilidad de que cada sujeto sea un nodo de emisión y amplificación, el escándalo mediático ya no es asunto exclusivo de políticos o actores. Si el escándalo hace que los políticos y actores bajen hacia el terreno de la gente común, mostrando que no son tan diferentes, el escándalo de la gente común rompe con la cotidianidad general, ofreciéndose a la moralidad⁶⁵.

Es cierto que las fotografías son todavía *objetos melancólicos*, que en su precariedad guardan la sombra de aquello que es importante para cada uno. Que acudimos a ellas para recordar cuando acecha la nostalgia de lo que ha sido. Que muchas veces son el pretexto para ir a lugares a los que nunca hubiésemos ido y de hacer cosas que no haríamos. Que al perder la vanidad del espejo del presente se transforman en el *eidolon* de lo que ya no existe. Y que la fotografía ha sacado a la luz un sin número de injusticias que, de no ser por su intermedio y por las redes sociales, jamás se sabrían.

Al preguntar a una de las participantes de esta investigación ¿Qué es para usted la fotografía?, esta fue su respuesta:

⁶⁵ La moralidad se puede tomar como parte de la pantalla tamiz; y aquello que se sale de la pantalla de protección, es justamente lo que aparece como inmoral [Mi análisis].

Comencé a olvidarme para no pensar y no sentirme mal. Y si yo siempre le digo Grettel [su madre que había fallecido] es porque como que tengo un poco de enojo con ella, porque se fue y entonces borre que existió. Lo malo fue que la negación me jugó una mala pasada porque olvide su pelo, su cara y hasta su voz, y veo las fotos y me acuerdo; pero si no la veo retratada no sé nada, no recuerdo⁶⁶.

Otro participante expresaba que las fotos son:

[...]máquinas del tiempo que te transportan a lugares felices, después de todo nadie se saca una foto cuando está triste, al menos en mi caso no. Para mí las fotos son formas de retratar el pasado para que las personas que son importantes para mí puedan contar con ellas y utilizarlas como yo he hecho. La memoria es frágil y a veces esa persona, que era la más importante en tu vida, ya no está y no la recuerdas tal como era, sino que se vuelve borrosa, pero en la imagen puedes contar hasta las pecas de su nariz, de redondear con el dedo el contorno de su rostro, de recordar el color exacto de su cabello⁶⁷.

La fotografía tiene la fuerza de traer al presente aquello que se fue. Ante los caprichos de la memoria y sus olvidos, la fotografía se hace presente para que en su superficie se forma y resplandezca el brillo, no solo de los sujetos que en ella aparecen, sino también los objetos, lugares y momentos vividos. Es testimonio de nuestra vida, de nuestra cotidianidad, de nuestras sutilezas y trivialidades; para nosotros son el archivo de nuestras experiencias. La fotografía incluso puede ser el legado que dejas para que te recuerden tal y como quieres que te recuerden.

Pero, contemporáneamente, la mayor tragedia de la fotografía es instituir una especie de amnesia y adormecimiento hacia aquello que cada vez tiene que ser novedoso. La fotografía pega fuerte contra el olvido, pero ante el flujo incesante de imágenes, cada fotografía es reemplazada una y otra vez por imágenes nuevas pero similares en forma y en contenido.

Es difícil saber el futuro del universo visual creado por cada sujeto en estudio. Saber a dónde irán a parar las imágenes que capturamos día a día y qué efecto producirán en nosotros mismos y en los demás. Pero la fotografía siempre inquietará, porque es la propia humanidad del sujeto la que resplandece o se oscurece en ella.

Como hemos visto la forma en la que hacemos y vemos fotografía ha venido cambiando desde su invención. Con cada innovación dentro de su propio campo y con la incorporación de la técnica fotográfica dentro de dinámicas comunicacionales más amplias, los usos y las prácticas sociales que hacemos con ella también han ido cambiando. Como se ha mostrado a lo largo de este escrito, las posibilidades que ofrece

⁶⁶ Conversación personal 4

⁶⁷ Conversación personal 3

la tecnología, conjuntamente con los usos y prácticas que hacen los usuarios de esta, se ubican en el reordenamiento social, político – perceptivo y psicológico inserto dentro de las dinámicas culturales y económicas de un mundo globalizado.

Por otra parte, difiero de muchos escritos que postulan que en la actualidad hay una necesidad por espectacularizar la intimidad; la intimidad siempre ha estado expuesta, proyectada sobre el otro que me constituye. A mí criterio, lo que ha cambiado es la forma en la que se proyecta esa intimidad, en la falta de densidad estética de aquello que se muestra. Si existe una necesidad que impera el día de hoy es una necesidad por experimentar *mediáticamente* lo que se muestra como real. El contenido (que da el sujeto) conjuntamente con la forma (en su mayoría resultado de la técnica) apuntan a ese realismo. Las imágenes, producto de los usos y prácticas analizados en los participantes en estudio apuntan en ese sentido.

Conclusiones

Una estética sociotécnica de la cámara fotográfica del teléfono celular parte de la convergencia entre un sujeto determinado con determinado sistema tecnológico. Esto quiere decir que la tecnología condiciona al sujeto y el sujeto a la tecnología. Las nuevas herramientas, surgidas de las nuevas o antiguas necesidades, posibilitan determinados usos y prácticas sociales; y los sujetos a su vez, encuentran en los nuevos instrumentos posibilidades quizás impensadas al momento de su invención. Esto también quiere decir que las herramientas creadas son posibilitadas ideadas en determinado momento social, y que, a su vez, estos equipos pueden cambiar el momento social en el que se inscriben.

La posibilidad de que masivamente los usuarios puedan acceder a la esfera pública para difundir mensajes o demandas no ha posibilitado, en sí, una nueva forma de construir a la identidad o al surgimiento de personalidades alter dirigidas, como se ha dicho en muchos estudios. La necesidad de construirme a mí mismo siempre ha sido posibilitado por la proyección de mí mismo, sobre el otro; únicamente *soy* a través del espejo del otro. Las nuevas tecnologías han creado identidades más evanescentes y formas de percibir el mundo más efímeras; la velocidad y la recepción de las demandas han cambiado más no la demanda en sí.

El cambio perceptivo e identitario se inscribe en un momento anterior, contemporáneo a la invención de la fotografía y la incorporación de objetos mercancías⁶⁸, aspectos que empiezan a constituir una suerte de fenomenologismo externo. Momento en el cual, la identidad se empieza a construir principalmente por objetos externos, de apariencias; más la necesidad de construirnos a través del otro ha permanecido constante.

Si hay un cambio en la sociedad actual es en la forma en la que aparece esa alteridad. Con la posibilidad de que los sujetos, en su intimidad, se posicionen en nodos comunicativos que permiten la emisión y la recepción de mensajes, no ha desaparecido la comunidad, sino que la comunidad aparece digitalizada; por tanto, las demandas identitarias se encuentran igualmente virtualizadas. En forma de representación, el sujeto puede llegar a un número muchísimo mayor de receptores y de emisores, por lo que nunca se encontró más acompañado que ahora. Quizás la razón por la que muchas veces, en una reunión, el usuario preste atención a su celular, y momentáneamente deje de lado al que

⁶⁸ Martin Jay y Jonathan Crary, desde visiones complementarias, describen y sitúan este cambio perceptivo a principios del 1800 [Mi análisis].

se encuentra frente a él, sea porque el que aparece virtualizado no está menos presente que sus acompañantes.

Por tanto, si hay un cambio sustantivo en el sujeto contemporáneo, es a través de la forma, más no del contenido, de lo que emite y recibe. Cabe preguntarse ¿un poema es más íntimo que un diario personal? No es la exposición de la intimidad lo que alborota a la contemporaneidad, sino la forma en la que se muestra esa intimidad. Con la posibilidad de que un sujeto corriente acceda a la esfera pública, no se posibilitó la difusión de temas considerados innobles para el canon representacional, sino que se incluyeron formas de representar consideradas innobles.

Es la falta de densidad estética en lo que se representa lo que perturba. Lo que vincula al pintor, al poeta, al periodista, al dramaturgo y al escultor, es la capacidad de llevar lo desordenado de la realidad, a lo ordenado – meditado de la pieza artística. Es decir, lo capacitado que se encuentra el sujeto para ejercer determinado trabajo. En el caso de la cámara fotográfica del teléfono celular, se tiene que, el trabajo representacional es ejercido por un *logos* técnico (es decir por el aparataje tecnológico) y no por una densidad teórico – práctica en el sujeto.

Esto da como resultado imágenes estilísticamente unificadas y sin la suficiente mediación estética. Es decir, que muestran al signo en proximidad; la distancia que hay entre el objeto a representar y el observador están despojadas de carga ideológica, por lo que son percibidas sin más mediación que la misma representación.

Por esta falta de mediación estética, a las imágenes producidas por los cuatro participantes en estudio, a través de la cámara fotográfica del teléfono celular, las he categorizado como *imágenes precarias*. Es decir, imágenes que se salen del canon representacional instituido por la cultura de masas, de un canon que apunta a una óptima visual a través de un alto nivel de plasticidad y tecnicidad.

Las industrias culturales, al instituirse como hegemónicas dentro de las demás formas culturales, marcan la pauta visual para la producción y recepción de los productos visuales realizados por todas las demás formas culturales. Por esto, interpretamos el universo visual a través del régimen escópico instituido desde este sector de la sociedad. Pronunciándolo de otra forma, este régimen visual se instituye como el marco de intelección de lo visual.

Siguiendo a Lacan y a Barthes, Hal Foster, estos describen al *punctum*⁶⁹ como una detonación en la imagen que abre camino hacia lo real. Y desplaza, efectivamente, el *punctum* del contenido hacia la técnica, “aunque no pueda decir a qué pérdida se alude” (Foster 2001, 140). Para mí, está perdida en el proceso simbólico (fractura de la pantalla tamiz) a nivel de la técnica, es la detonación del régimen escópico instituido por la cultura de masas; es lo precario visual golpeando contra lo óptimo hegemónicamente instituido. No es una particularidad en la imagen, es la totalidad de la imagen, que, en su precariedad, se instituye como un *punctum* de dicho universo visual. La técnica desbarata el semblante en su punto de imposible, la perfección.

Las imágenes producidas por los cuatro colaboradores en análisis, a través de la cámara fotográfica del teléfono celular, al posicionarse como precarias, se levantan como imágenes que son vividas como reales, es decir *sin fe*. La *fe emocional*⁷⁰, definida como aquella capacidad que tiene el ser humano de conmoverse ante lo ficcional, no es necesaria para lo que es vivido como real.

Si acordamos que aquello que muestran estas imágenes es: la intimidad del sujeto, su cotidianidad, sus experiencias, los objetos y lugares que lo constituyen, y en general, representaciones a través de las cuales busca construir su identidad en un universo virtualmente mediatizado. Todo aquello representado, tiene que ser, primeramente, percibido como real, para después ser íntimo o cotidiano. Lo íntimo del sujeto, sin lo real, es únicamente una puesta en escena, donde no hablaríamos de exhibición, sino, de una obra de teatro, poema u obra cinematográfica. Más, lo percibido por el receptor en estas imágenes, no es una puesta en escena, sino lo íntimo en sí mismo.

De esta característica esencial es de donde nace la potencia de estas imágenes. De ese plus de goce que da lo real como espectáculo. Donde lo íntimo, lo cotidiano, lo desordenado y lo precario no son más que características que ayudan a apuntalar la diégesis realista, a crear ese *efecto de realidad*. De ahí el auge e interés de toda “televisión verdad”, del porno amateur, de imágenes desenfocadas o mal expuestas. El sujeto no desea más lo bello o significativo (lo absoluto), sino lo puntual y presente de lo real, de lo posible. Las ficciones siempre necesitan de un condicional “si yo hubiese ido”, “si las

⁶⁹ Equivalente barthesiano del *trou* lacaniano [Mi análisis].

⁷⁰ Definida por Yuri Lotman como la emoción doble que surge al experimentar determinada ficción. El sujeto sabe que aquello que ve en la pantalla es una ficción, pero a la vez lo olvida, por tanto, se involucra emocionalmente con aquello que mira [Mi análisis]. “El arte requiere una emoción doble: olvidar que se trata de una ficción y, al mismo tiempo, no olvidarlo. Solo en el arte nos puede horrorizar un crimen y deleitar el actor en el papel del criminal” (Lotman 1979, 26-27). Pero la realidad no precisa de *fe*, ni tampoco algún tipo de representaciones visuales, como de las que hablamos en este estudio.

cosas flotaran”, “yo voy a ser” donde el goce se encuentra postergado; en lo real el goce es próximo y alcanzable.

El sujeto ya no tiene afinidad por lo absoluto o duradero. Al cambiar el estatuto de sujeto, del interior al exterior, el individuo se constituye con exterioridades, con cosas que puede fotografiar; es más fácil cambiar de camisa que de aptitud. Al constituirse de cosas representables, envía sus imágenes a través de plataformas comunicativas en pos de aceptación y reconocimiento; que como toda exterioridad es cambiante, efímera y puntual. Eso se demuestra en la vida útil de las imágenes que captura, que, al ser imágenes sin ideales absolutos, como la belleza o la trascendencia, sino que, al mostrarse efímeramente, se desdibujan y se olvidan.

Los usos y prácticas sociales de la cámara fotográfica del teléfono celular apuntan en ese sentido, a crear imágenes puntuales y evanescentes; imágenes que sitúan y posicionan al sujeto a través del otro que se encuentra igualmente mediatizado. Imágenes de ida y de vuelta, que, a pesar de ser siempre nuevas, tienen una y otra vez las mismas consecuencias estéticas; imágenes que de tanto verlas se vuelven pura manifestación.

Como he podido mostrar a lo largo de la investigación, la forma en que nos situamos y emitimos nuestras demandas ha cambiado, más no la necesidad de fijarnos en el otro. El sujeto siempre exteriorizo aquello que le fue importante; pero quizás ahora, lo más importante se encuentra ya afuera, en el territorio de lo fotografiable, mostrable y compatible. Si la *epimeleia heautou* llamaba al recogimiento para buscar *adentro*, la fotografía busca *afuera* para encontrar *adentro*, un adentro epidérmico y evanescente. Aunque quizás siempre fue así, pues los objetos siempre nos han determinado, las coronas, los castillos, los tronos; en todas partes, el ser humano nunca se contentó con lo que le dio la naturaleza. Siempre busco adornarse y franquear su cuerpo para trascender, como parte de la vanidad humana.

Bibliografía

- Acosta-de-Arriba, Rafael. «Mirar por la cerradura: fotografía del cuerpo y erotismo.» *Sexología y Sociedad*, 2009: 3-11.
- Adorno, Theodor W. y Horkheimer, Max. *Dialéctica de la Ilustración*. Madrid: Trotta, 1998.
- Agamben, Giorgio. *Estancias: La palabra y el fantasma en la cultura occidental*. Valencia: Pre-textos, 2006.
- Arnheim, Rudolf. *Arte y percepción visual*. Madrid: Alianza Forma, 2006.
- Badiou, Alain. *El siglo*. Buenos Aires: Manantial, 2005.
- . *En busca de lo real perdido*. Buenos Aires: Amorrortu, 2015.
- Balandier, Georges. *El poder en escenas: de la representación del poder al poder de la representación*. Barcelona: Paidós, 1994.
- Barthes, Roland. *La cámara lucida*. Buenos Aires: Paidós, 1990.
- . *Mitologías*. México: Siglo XXI, 1999.
- Bataille, Georges. *La conjuración sagrada: ensayos 1929-1939*. Buenos Aires: Adriana Hidalgo Editora, 2003.
- Baudrillard, Jean. *Cultura y simulacro*. Barcelona: Kairós, 1978.
- . *El complot del arte: ilusión y desilusión estéticas*. Buenos Aires: Amorrortu, 2006.
- . *El sistema de los objetos*. México: Siglo XXI, 2004.
- Bauman , Zygmunt. *Modernidad líquida*. Buenos Aires: Fondo de Cultura Económica, 2002.
- Benjamin , Walter. *La obra de arte en la era de su reproducción técnica*. Buenos Aires: El Cuenco de Plata, 2011.
- Benjamin, Walter. *Escritos*. Madrid: Editorial Pre-Textos, 2005.
- . *La obra de arte en la época de su reproductibilidad técnica*. México: Itaca, 2003.
- . *Obras completas*. Vol. I. Madrid: Abada, 2008.
- Benjamin,, Walter,. *Escritos*. Madrid: Pre-Textos, 2005.
- Bijker, Wiebe. *Of Bicycles, Bakelites, and Bulbs: Toward a theory of sociotechnical change*. Cambridge: MIT press, 1995.
- Bois, Yve-Alain. «Dialectic.» En *Formless: A users guide*, de Yve-Alain Bois y Rosalind Krauss, 67-73. Nueva York: Zone Books, 1997.

- Bourdieu, Pierre. «La ilusión biográfica.» Editado por Acta Sociológica. 1, nº 56 (2011): 121-128.
- Brea, José Luis. «Cambio de régimen escópico: del inconsciente óptico a la e-image.» *Ensayo, teoría y crítica de la cultura visual y el arte contemporáneo*, 2007: 146-163.
- Bresson , Cartier. *Fotografiar del natural*. Barcelona: Gustavo Gili, 2003.
- Castells, Manuel. *La sociedad red*. Madrid: Alianza Editorial, 1998.
- Sicarios manabitas*. Dirigido por Fernando Cedeño. 2004.
- Chartier, Roger. *Entre poder y placer: Cultura escrita y literatura en la edad moderna*. Madrid: Catedra, 2000.
- Chul-Han, Byung. *En el enjambre*. Barcelona: Herder, 2014.
- Crary, Jonathan. *Las técnicas del observador: visión y modernidad en el siglo XIX*. Murcia: Cendeac, 2008.
- Cuadra, Álvaro. *De la ciudad letrada a la ciudad virtual*. Santiago de Chile: LOM Ediciones, 2003.
- de Hipona, San Agustín. *Confesiones*. Madrid: Espasa Calpe, 1983.
- Debord , Guy. *La sociedad del espectáculo*. Santiago de Chile: Naufragio, 1995.
- Debray, Regis. *Vida y muerte de la imagen: historia de la mirada en occidente*. Barcelona: Ediciones Paidos, 1994.
- Deleuze, Gilles. *Foucault*. Barcelona: Paidós, 2010.
- Descartes, René. *Meditaciones Metafísicas*. Madrid: Alfaguara, 1977.
- Didi-Huberman, Georges. *Cuando las imágenes tocan lo real*. Madrid: Círculo de Bellas Artes, 2013.
- Eco, Umberto. *Historia de la belleza*. Barcelona: Debolsillo, 2004.
- . *Historia de la fealdad*. Barcelona: Lumen, 2007.
- Ferrariz, Maurizio , entrevista de Thomás Vásquez. *Una filosofía del celular o los avatares que este medio de comunicación está introduciendo en nuestras vidas* Editado por Pedagogía y Saberes. (2007): 123-129.
- Fontcuberta, Joan. *La furia de las imágenes: notas sobre postfotografía*. Barcelona: Galaxia Gutenberg, 2016.
- Forbes Centroamérica,. «"Huawei Trolea a Apple por Usar su Diseño de Cámara: Le Marcamos Tendencia Presume."» septiembre 2019.
- Fossey, Patrick. «El expreso de medianoche.» *Extensión*, 1980: 15.
- Foster, Hal. *El retorno de lo real: la vanguardia a finales de siglo*. Madrid: Akal, 2001.

- Foucault, Michel. «¿Qué es un Autor?» En *Textos de teorías y crítica literarias: del formalismo a los estudios poscoloniales*, de Nara Araújo y Teresa Delgado, 351-383. Madrid: Anthropos, 2010.
- . *La vida de los hombres infames*. La Plata: Altamira, 1996.
- Foucault, Michel. *La hermenéutica del sujeto*. Buenos Aires: Fondo de cultura económica, 2001.
- Freud , Sigmund. *Obras Completas*. Vol. XXI. Buenos Aires: Amorrortu, 1992.
- Freud, Sigmund. *la cabeza de medusa*. Vol. XVIII, de *Obras completas*, 270-272. Buenos Aires: Amorrortu, 1992.
- . *Obras Completas*. Vol. XVIII. Buenos Aires: Amorrortu, 1992.
- . *Tres ensayos sobre teoría sexual y otros escritos*. Madrid: Alianza Editorial, 2006.
- Friedrich Hegel, Georg Wilhelm. *Fenomenología del espíritu*. México: Fondo de Cultura Económica, 1966.
- Friedrich, Georg. *Lecciones de estética*. Traducido por Raúl Gabás. Barcelona: Edicions 62, 1989.
- Ganim, Betina. «El diario íntimo, un diario éxtimo.» *Mujeres*, 28 de junio de 2016.
- Girard, René. *La violencia y lo sagrado*. Barcelona: Anagrama, 1995.
- Gombrich, Ernst. *Arte e ilusión*. Londres: Phaidón, 2008.
- Gómez Cruz, Edgar,. «La fotografía digital como una estética sociotécnica: el caso de la Iphoneografía.» n° 52. Editado por Aisthesis. 2012. 396-406.
- Gramsci, Antonio. *para la reforma moral e intelectual*. Madrid: Catarata, 1998.
- Gubern, Román. *El eros electrónico*. México: Grupo Samillana de Ediciones, S.A., 2000.
- Habermas, Jürgen. «La modernidad, un proyecto incompleto.» En *La Posmodernidad*, de Hal Foster, 19-36. Barcelona: Kairós, 1985.
- Heidegger, Martin. *Ser y tiempo*. Santiago de Chile: Editorial Universitaria, 1997.
- Hernández-Navarro , Miguel. *Archivo escotómico de la modernidad: pequeños pasos para una cartografía de la visión*. Murcia: Ayuntamiento de Alcobendas, 2009.
- Herzog, Maurice. *Annapurna, primer ochomil*. Madrid: Desnivel, 2013.
- Hispano, Andrés. «Guerra a la vista.» En *Política y (po)ética de las imágenes de guerra*, de Antonio Monegal, 55-67. Barcelona: Paidós, 2007.
- Igarza, Roberto. *Burbujas de ocio*. Buenos Aires: La Crujía, 2009.
- Imbert, Gérard. *El zoo visual: de la televisión espectacular a la televisión especular*. Barcelona: Gedisa, 2003.
- Jameson, Fredric. *Teoría de la postmodernidad*. Madrid: Trotta, 1996.

- Kierkegaard, Søren. *El concepto de la angustia*. Madrid: Espasa-Calpe, 1982.
- Kripke, Saúl. *El nombrar y la necesidad*. México: Instituto de investigaciones filosóficas UNAM, 1985.
- Lacan, Jacques. «El sueño de la inyección de Irma.» En *Seminario II*, 223-259. Buenos Aires: Paidós, 1983.
- Lacan, Jacques. «La ética del psicoanálisis.» En *El seminario VII*, de Jacques Lacan. Buenos Aires: Paidós, 1988.
- . «Le symbolique, l'imaginaire et le réel.» *Le symbolique, l'imaginaire et le réel*. Paris: Société Française de Psychanalyse, 1953.
- Lacan, Jacques. «Tyche y automaton.» En *Seminario XI*, 61-75. Barcelona: Paidós, 1987.
- Levinas, Emmanuel. *Descubriendo la existencia con Husserl y Heidegger*. Madrid: Síntesis, 2005.
- Lisotto, Pablo. «Argentina campeón. Cómo quedó la tabla de los seleccionados nacionales más ganadores de todos los tiempos.» La nación, 29 de diciembre de 2022.
- Lotman, Yuti. *Estética y semiótica del cine*. Barcelona: Gustavo Gili, 1979.
- Lukács, Georg. *Estética*. Barcelona: Ediciones Grijalbo, 1966.
- Martin, Jay. *Ojos abatidos: La denigración de la visión en el pensamiento francés del siglo XX*. Madrid: Akal, 2007.
- Marx, Karl. *El capital: El proceso de producción del capital*. Vol. I. VIII vols. Madrid: Siglo XXI, 2010.
- Mauss, Marcel. *Ensayo sobre el don: forma un función del intercambio en las sociedades arcaicas*. Buenos Aires: Katz, 2009.
- McLuhan, Marshall. *Comprender los medios de comunicación*. Barcelona: Ediciones Paidós, 1996.
- Mena, María. «El lugar del fetiche en el discurso de Freud y de Marx a la luz de la época actual; "posmoderna".» Vol. XVIII. Editado por Anuario de Investigaciones. 2011. 95-99.
- Millan-Puelles, Antonio. *Obras completas*. Vol. VIII. Madrid: Ediciones RIALP, 2015.
- Miller, Jacques-Alain. *Extimidad*. Buenos Aires: Paidós, 2010.
- La bruja de Blair*. Dirigido por Myrick Daniel y Sánchez Eduardo. Producido por Haxan Films. 1999.
- Nadar , Félix. «Historia mundial del arte.» En *Historia mundial del arte*, de Hugh honour y John Fleming. Madrid: Akal, 2002.

- NPPA. *National Press Photographers Association.* 27 de Enero de 2015.
<https://nppa.org/node/69402> (último acceso: 15 de Junio de 2018).
- Pávlov, Iván. *Obras compleas.* Ciudad de México: Editorial Grijalbo, 1951.
- Platón. *Obras completas.* Vol. VI. Madrid: Patricio de Azcárate, 1872.
- Pombo, Álvaro. «"Discurso de ingreso en la Real Academia Española".» *Verosimilitud y Verdad.* Editado por Real Academia Española. Madrid, 20 de junio de 2004.
- Pommier, Gérard. *Los cuerpos angélicos de la posmodernidad.* Buenos Aires: Nueva Visión, 2002.
- Puig, Xavier. *La crisis de la representación en la era postmoderna: El caso de jean Baudrillard.* Quito: Abya Yala, 2000.
- Ricoeur, Paul. *Del texto a la acción: ensayos de hermenéutica II.* México: Fondo de Cultura Económica, 2002.
- Rosenkranz, Karl. *Estética de lo feo.* Madrid: Julio Ollero, 1992.
- Sontag, Susan. *Sobre la fotografía.* Barcelona: Penguin Random House, 2015.
- Suaya, Urko. «Cuando alguien se abre, la belleza sale por los poros.» *La Nación*, 3 de Agosto de 2013: 13-14.
- Sujeto-2, entrevista de César Pasaca. *Usos y prácticas sociales de la cámara del teléfono celular* (16 de enero de 2017).
- Los idiotas.* Dirigido por Lars Von Trier. Producido por Zentropa Entertainments, Nordisk Film, ZDF, etc. 1998.
- Virilio, Paul. *La máquina de visión.* Madrid: Catedra, 1998.
- The room.* Dirigido por Tommy Wiseau. 2003.
- Wittgenstein, Ludwig. *Investigaciones filosóficas.* Barcelona: Altaya, 1999.
- . *Tractatus: logico-philosophicus.* Londres: Routledge, 2001.
- Woolf, Virginia. *Un cuarto propio.* México: UNAM, 2007.
- YK Huang,. «¿Qué es un dispositivo inteligente? Los dispositivos conectados que transforman nuestras vidas.» *MOKOSmart.* 18 de agosto de 2017.
<https://www.mokosmart.com/es/what-is-a-smart-device/>.
- Žižek, Slavoj. *!Goza tu síntoma!: Jacques Lacan dentro y fuera de Hollywood.* Buenos Aires: Nueva Visión, 1994.
- . *Bienvenidos al desierto de lo real.* Madrid: Akal, 2005.