

UNIVERSIDAD DE BUENOS AIRES
FACULTAD DE CIENCIAS SOCIALES
CARRERA DE CIENCIAS DE LA COMUNICACIÓN



TESINA DE GRADUACIÓN

**DE BAJTIN AL SMARTPHONE:
INSTAGRAM, ¿UNA NUEVA
TOPOLOGÍA ESPECTACULAR?**

ALUMNO: ALEJANDRO MARTÍN LAVALLE.

TUTORES: PROFESOR CARLOS CAMPOLONGO.

MAGISTER MARÍA JOSÉ BÓRQUEZ.

AÑO 2017

Lavalle, Alejandro Martín

De Bajtin al Smartphone : Instagram ¿una nueva topología espectacular? / Alejandro Martín Lavalle. - 1a ed . - Ciudad Autónoma de Buenos Aires : Universidad de Buenos Aires. Carrera Ciencias de la Comunicación, 2018.

Libro digital, PDF

Archivo Digital: descarga

ISBN 978-950-29-1707-8

1. Redes Sociales. 2. Nuevas Tecnologías. 3. Internet. I. Título.
CDD 004.678

DE BAJTIN AL SMARTPHONE: INSTAGRAM, ¿UNA NUEVA TOPOLOGÍA ESPECTACULAR?

1-	Introducción y fundamentación de la investigación.	4
2-	Estado del arte.	7
3-	Marco teórico.	9
	3.1. Definición del objeto: ¿Qué es <i>Instagram</i> ?	9
	3.2. Arquitectura y funcionamiento.	11
	3.3. Condicionamientos socio-técnicos del surgimiento de <i>Instagram</i> .	16
	a. Las formas tecnológicas de vida y sus características.	18
	b. La sociedad red.	21
	c. Un nuevo espacio: los no lugares.	22
	d. La virtualización del tiempo y el espacio.	24
	e. La extimidad como tecnología de construcción de la subjetividad.	25
	f. La convergencia cultural.	31
	g. El discurso tecnologista: la “potencia de no”.	33
	h. La función protésica de la técnica.	34
	i. La técnica como ficción instituyente.	35
4-	Román Gubern: la cultura exhibicionista como síntoma de la época.	36
5-	Narcisismo y arquitectura del <i>self</i> .	39
6-	Jacques Aumont: determinaciones que atraviesan el consumo de imágenes, el dispositivo y las funciones del marco.	44
7-	Jesús González Requena: la relación espectacular y las topologías del espectáculo.	46
	7.1. Modelo carnavalesco.	49
	7.2. Modelo circense.	49
	7.3. Escena a la italiana.	50
	7.4. Escena fantasma (cine y televisión).	51
8-	Metodología y objetivos de la investigación.	52
	8.1. Objetivo general y objetivos específicos.	53
	8.2. Corpus de análisis.	54
9-	Análisis.	56
	9.1. Eje corporal-temporal.	53
	9.2. Eje socio-técnico.	69
	9.3. Eje psicológico.	81
	9.4. Eje topológico-espectacular.	84
	9.5. Entre lo público, lo privado y lo íntimo: tipología de los vínculos en <i>Instagram</i> .	88
10-	Conclusiones.	91
11-	Bibliografía.	93
12-	Anexo.	95

"El ojo no ve cosas sino figuras de cosas
que significan otras cosas."

-Italo Calvino.

"El cuerpo, a pesar de ser continuamente invocado a
través de las imágenes, se halla cada vez más
intensamente denegado."

-Jesús González Requena.

"La creación de imagen es creación de poder."

-Manuel Castells.

"Nos hemos acostumbrado a los espejos, pero hay
algo de temible en esa duplicación visual
de la realidad".

-Jorge Luis Borges.

"El espectador no encuentra su lugar en ninguna parte,
porque el espectáculo está en todas."

-Guy Debord.

"Decíamos a menudo que una fotografía no miente. A
medida que la manipulación digital se convierte en más
económica y común, ¿quién se creará más una
fotografía?"

-Bill Ostendorf.

1- INTRODUCCIÓN Y FUNDAMENTACIÓN DE LA INVESTIGACIÓN

El fenómeno de compartir nuestras experiencias cotidianas con un gran número de personas desconocidas a través de las redes sociales es un hecho inusitado y de corta data. Partir de una reflexión acerca de esta práctica cotidiana implica un desarrollo a la luz de una mirada teórica que apunte a arrojar algún conocimiento provisional en relación con este fenómeno. Como actores sociales nos encontramos atravesados por estas novedades y las mutaciones que generan en el tejido social. El comunicador, en su rol de analista de las transformaciones que sufren los medios, se enfrenta asimismo a un reto más complejo: intentar separarse de estos imperativos que producen condicionamientos, para intentar enmarcarlos mediante un anclaje en la teoría. En definitiva, el rol del analista oscila permanentemente entre las mutaciones de la sociedad, los cambios, las revoluciones y sus propias consideraciones en torno a todos estos movimientos.

La fotografía ha evolucionado en la miniaturización de los dispositivos y la rapidez en el revelado, y experimentó una modificación fundamental cuando se produjo el cambio de paradigma de lo analógico a lo digital. Las imágenes digitales dieron origen a una nueva categoría de fotógrafo: un encuadre de la realidad favorecido por invenciones técnicas que hicieron mucho más fácil la toma. Ya no se requiere de una pericia refinada o de un conocimiento técnico sólido para tomar fotografías: los artefactos tecnológicos cuentan con herramientas que hacen mucho más sencilla esta tarea. Esto no implica que el captador de imágenes aficionado se equipare al fotógrafo profesional. El primero cuenta con una formación técnica y un bagaje que lo diferencia del segundo en el manejo de habilidades, conocimientos en torno a la luz, el manejo de las lentes y la habilidad para la toma -y probablemente ciertas diferencias estéticas de encuadre-; mientras que el aficionado cuenta, más que con tecnologías y saberes, con las ventajas que le brinda el conjunto de dispositivos cada vez más refinados en materia de opciones para el tratamiento de la imagen y las mejoras en las cámaras digitales. La convergencia de telefonía celular y cámaras fotográficas es funcional a este entramado. Si en décadas anteriores se requería de la captura y el revelado, la aceleración actual ofrece todo al instante: la captura y el producto.

En el marco de estas dinámicas que encierran e integran cuestiones técnicas, sociales, históricas y culturales, que convergen en los modos de producción de la subjetividad, el objetivo de la presente investigación es establecer cuáles son las rupturas,

las continuidades y las emergencias que presenta la red social *Instagram*, en relación con los modelos de espectáculo propuestos por el autor español Jesús González Requena en su libro del año 1988, *El discurso televisivo, espectáculo de la modernidad*, en un intento por determinar si es posible la construcción de una nueva topología del espectáculo o si habría que delinear una tipología de características híbridas. A partir de un análisis que recorrerá las categorías propuestas por dicho autor, se ubicarán las particularidades vinculadas a los espacios, la relación entre los cuerpos, los tiempos y el vínculo entre el sujeto espectador y el cuerpo que se ofrece en exhibición en cada una de los modelos de la relación espectacular.

Para emprender este recorrido será necesario especificar algunas conceptualizaciones vinculadas con los condicionantes socio-técnicos que operaron como el marco de surgimiento de *Instagram*, además de los aportes ofrecidos por el teórico francés Jacques Aumont, referidos al rol del dispositivo y las implicancias psicológicas surgidas a partir de las formulaciones de Jacques Lacan (en particular, las nociones de pulsión e identificación imaginaria). Asimismo, y dentro de este enfoque tomado del psicoanálisis, se puntualizarán las implicancias de lo que Román Gubern (1987) denomina cultura exhibicionista, y las consecuencias del consumo de imágenes en los dispositivos miniaturizados, así como se evaluarán cuáles son los efectos socioculturales que se promueven con el uso de *Instagram*. El abordaje psicoanalítico será importante para trazar los lineamientos que guiarán este recorrido y conducirán a intentar responder la pregunta que regirá todo el trabajo: si esta red social encarna una nueva topología espectacular o se trata de una combinación de los modelos teóricos propuestos por González Requena (1988). Sin embargo, no sólo resulta de interés esta teoría sino además estructurar una articulación entre aportes de la filosofía clásica -como el mito de la caverna propuesto por Platón y el relato de Eróstrato- donde se ponen de manifiesto las implicancias de la imagen en relación con la verdad y el engaño. Las restricciones técnicas que atraviesan las prácticas de producción y consumo de imágenes (como la miniaturización de los dispositivos, la omnipresencia de las pantallas en la vida cotidiana y los imperativos de la conexión constante y los impactos que estos fenómenos acarrear) y cuáles son los discursos que, desde una mirada política¹, conducen a pensar la utilización

¹ La noción de política remite a una utilización del fenómeno de la espectacularización como herramienta para seducir y generar atracción entre el electorado. Asimismo, es autoritaria, porque se establece como un imperativo en el cual mantenerse excluido del paradigma tecnológico pareciera no ser posible.

de esta red social como un fenómeno que no debe ser considerado como un hecho aislado o estudiado sólo desde los mecanismos de la psiquis, sino como un entramado en el que confluyen factores psíquicos, algunos mitos de la filosofía clásica, la evolución de la técnica y los condicionamientos que imponen los procesos de convergencia y miniaturización de los dispositivos, la política -entendida como un poder que necesita espectacularizarse- y las implicancias de los contextos socioculturales que orbitan en torno a estas prácticas.

El interés en la elección de este tema radica en dos aspectos: el lugar de consumidor de esta tecnología y una potencial faceta de analista de los fenómenos sociales. En la intersección en la que confluyen usuario y observador crítico emerge este estudio que busca arrojar luz acerca de un fenómeno que es tan novedoso como estridente, ya que en tan sólo siete años logró alcanzar un índice de adhesión y crecimiento de consideración y su expansión sostiene una curva ascendente que merece ser analizada más allá de las apropiaciones que hacen sus usuarios y los beneficios -simbólicos y económicos- que ofrece. Las tecnologías implican más que lo que se hace con ellas. Antes que una *praxis* representan, sobre todo, un fenómeno social que amerita un análisis.

La hipótesis de la cual parte este trabajo es que *Instagram* propone una nueva modalidad de espectáculo, en relación con los modelos descritos por González Requena (1988). Para ello será necesario ubicar las rupturas y continuidades con respecto a los modelos carnavalesco, circense, teatral (o a la italiana) y la escena fantasma (cine y televisión), y ubicar en esta red social aquellas características que permitan expresar una nueva arquitectura espectral o una articulación que conduzca hacia la especificación de una situación mixta (que conjugue elementos tomados de las diferentes instancias teóricas del espectáculo, sumados a las nuevas cuestiones suscitadas por el avance de la técnica y las redefiniciones en la producción y el consumo de imágenes). De tres materias de la Carrera de Ciencias de la Comunicación de la Universidad de Buenos Aires (UBA) se obtuvieron contenidos y problemáticas para estructurar el marco teórico y el enfoque desde el cual parte esta investigación. En primer lugar, el Seminario de Informática y Sociedad, a cargo de Christian Ferrer, constituye el pilar crítico en términos de lo que la técnica significa en cuanto a sus implicancias políticas: el discurso tecnologista tautológico que impone prácticas y consumos, la lógica productivista capitalista mediante la cual se establecen ritmos y conductas rutinizados y los procesos de violencia simbólica

relacionados con la necesidad de estar conectados, producir, recolectar seguidores, sumar favoritos, entre otras problemáticas.

Por otro lado, la bibliografía del Taller de Datos, a cargo de Alejandro Piscitelli, será de utilidad para trazar las condiciones socio-técnicas del estudio: miniaturización de los dispositivos, deslocalización de los espacios, aceleración de los tiempos e implicancia de los fenómenos de convergencia.

Por último, algunos de los contenidos abordados en Planificación de la Actividad Periodística II, a cargo del profesor Carlos Campolongo, constituyen el basamento que sustenta el eje central de esta tesina de grado. Las implicancias de la construcción de la imagen en su relación con los abordajes psicoanalíticos, además de los modelos de espectáculo propuestos por González Requena (1988) y las nociones de cultura exhibicionista de Gubern (1987) y sus ramificaciones socioculturales y filosóficas, sumado a los conceptos de representación imaginaria, papel del espectador, el rol del dispositivo y las funciones del marco en la pintura y trasladado a la imagen fija (fotografía) y luego imagen en movimiento; propuestas por Aumont (1992), son algunos de los ejes conceptuales que se desprenden de esta materia.

2- ESTADO DEL ARTE

El surgimiento de las redes sociales es un fenómeno reciente, en términos relativos. En la tarea de sondear publicaciones que aborden esta temática, se destaca un trabajo editado en 2008 por la ensayista Paula Sibilia, *La intimidad como espectáculo*. Su libro traza un recorrido por autores que encaran disciplinas tan diversas como la filosofía, la psicología, la sociología, la antropología y la política, en una dinámica que articula las diferentes maneras en las que se fue gestando la exhibición de la vida privada, desplazada y fomentada por la expansión de nuevas prácticas tecnológicas que borran los límites entre lo privado y lo público, haciendo visible lo que antes estaba reservado al ámbito de la interioridad. Con recorridos por géneros como el diario íntimo, los álbumes de fotos, los *weblogs* y los *photoblogs*, hasta arribar al auge de la red social *Facebook*, Sibilia (2008) plasma en sus páginas una mirada más expositiva que crítica y esboza el devenir de estas técnicas y su penetración en la sociedad, aunque, en opinión de este tesista, adolece de una visión que critique estas cotidianidades.

Una publicación argentina estuvo a cargo de las egresadas de la carrera de Ciencias de la Comunicación de la Universidad de Buenos Aires (UBA) y profesoras en la materia Taller de Datos, Guadalupe López y Clara Ciuffoli, quienes publicaron en 2012 el libro *Facebook es el mensaje: oralidad, escritura y después*. Allí analizan las implicancias de la red social en términos de su génesis, y los usos que las personas hacen de ella, además de trazar un arco que conduce hacia prácticas anteriores, vinculadas a la oralidad. Más reciente es la obra de la española Marta Alonso, quien en marzo de 2015 dio origen a *We Instagram*, un libro que repasa el surgimiento y crecimiento de la red social *Instagram* desde una óptica que se limita a relatar los inicios de esta plataforma y exaltar sus virtudes. La abundancia descriptiva gravita en la nimiedad analítica: aquí directamente desaparece cualquier intento por problematizar la utilización y se evidencia - como ocurre con la mayoría de los posts y artículos que circulan por Internet y se publican en medios gráficos- el intento por brindar claves para mejorar su uso, recomendaciones para incrementar el número de seguidores, así como busca causar impacto a partir de la publicación de las cifras que dan cuenta de su crecimiento vertiginoso y señalar cuestiones relativas a los aspectos estadísticos.

Quien escribe esta investigación considera que el material que se encuentra disponible en referencia a *Instagram* redundante en estos tópicos y gira sobre un vórtice centrípeta que intenta convencer acerca de lo positivo que resulta utilizar esta novedad lanzada en 2010. Se vuelve necesario ahondar en los modos en que los usuarios consumen y producen imágenes bajo las gramáticas que imponen estos soportes, además de problematizar una articulación entre los discursos de la técnica que se imponen de manera tautológica, identificar los presupuestos que establecen que estas prácticas son ineludibles, plantear una mirada política subyacente a estas prácticas que, a juzgar por la bibliografía disponible, soslaya la cuestión de la vigilancia y da por sentado que poner la subjetividad a consideración de los demás es un hecho aceptado con una naturalidad incuestionable. Un enfoque integrador -que ponga en relación a la psicología con la filosofía, la evolución de la técnica en la miniaturización de los dispositivos y las turbulencias que agitan las aguas de nuestra existencia como actores sociales implicados en las problemáticas socioculturales y políticas del siglo XXI- conducirá este trabajo hacia una mirada más abarcadora, pero también compleja, que quite el velo a la mera actividad de tomar una foto y subirla a una red social. Detrás del clic se abre un camino que se bifurca por estos senderos. La tarea de este trabajo será colocar balizas en la sinuosidad de esa trayectoria.

3- MARCO TEÓRICO

3.1 DEFINICIÓN DEL OBJETO: ¿QUÉ ES *INSTAGRAM*?

Instagram es una red social para compartir fotos y videos mediante el uso de teléfonos inteligentes, tabletas y computadoras personales. Lanzada el 6 de octubre de 2010 en la ciudad estadounidense de San Francisco, esta plataforma permite a sus usuarios tomar fotografías y filmar videos de hasta 60 segundos, editarlos y publicarlos, con la opción de replicarlos en otras redes sociales. En octubre de 2015 tenía 400 millones de usuarios activos al mes y era el lugar elegido para publicar 80 millones de imágenes y vídeos al día, que recibían 3500 millones de "me gusta". *Instagram* anunció en junio de 2016 que contaba con 500 millones de usuarios activos cada mes, 300 millones de los cuales se conectaban a diario al servicio; cada día se subían a la plataforma 95 millones de fotos y videos, que recibían 4.200 millones de "me gusta". Cada usuario le dedicaba en promedio 21 minutos de navegación al día. Según fuentes de la plataforma, que ha duplicado su audiencia en los últimos dos años, el 80% de sus usuarios reside fuera de Estados Unidos, aunque se continúa sin dar detalles de su distribución por países.²

La creación de *Instagram* surgió de la reunión entre dos jóvenes estudiantes de la Universidad de Stanford: Kevin Systrom y Mikey Krieger. Systrom cursaba sus estudios cuando realizó un viaje a Italia para estudiar fotografía. Durante la cursada, uno de los profesores le hizo un comentario que le dio una nueva perspectiva al indicarle que una buena cámara no hace a un buen fotógrafo, recomendación que lo condujo a decidirse por utilizar la cámara *Polaroid*. Las razones de su elección fueron concretas: este dispositivo permite obtener imágenes instantáneas, de una manera simple. Fue tras experimentar con varias tomas -y mientras crecía su pasión por la fotografía- cuando tuvo la idea de crear una aplicación similar a *Twitter*, pero que le permitiera publicar imágenes digitales. De cara a materializar su empresa, Systrom invitó a su colega brasileño, Krieger, a que se sumara al proyecto. De esa reunión -y luego de pasar varios meses en una

² Información obtenida del portal La Nación, 26 de junio de 2016 <http://www.lanacion.com.ar/1911031-instagram-ya-tiene-500-millones-de-usuarios-activos>

oficina de Palo Alto realizando ajustes, perfeccionando la interfase y mejorando su funcionamiento- surgió el primer “demo” de *Instagram*: una plataforma digital que permitiría compartir imágenes cuadradas -en honor a las cámaras *Kodak Instamatic* y *Polaroid*- con el resto de la comunidad virtual. Fue la novia de Systrom quien le sugirió intervenir en la estética de las fotos mediante la aplicación de filtros. Este hecho fue uno de los aciertos de mayor contundencia de la aplicación, que ostenta el récord de la mayor tasa de crecimiento de la historia de las aplicaciones digitales.

En el éxito de esta novedad tuvo incidencia el hecho de que *Instagram* les permite a los usuarios aplicar efectos sobre sus fotografías, además de retocarles el color, mejorar la luminosidad, modificar los contrastes, el brillo y el color, añadir un halo de sombra, saturar la imagen e incrementar la nitidez entre otras alternativas. También se pueden añadir marcos, aplicar un estilo personalizado y someter las tomas a las preferencias de su autor, antes de subirlas a la red. Lo mismo se puede hacer con los videos, es posible filmar una película continua o con cortes, de hasta 60 segundos de duración, con la posibilidad de aplicarle a la escena una configuración cromática determinada, a partir de la elección entre un puñado de filtros.

Instagram ofrece, asimismo, la posibilidad de reproducir la publicación en otras redes sociales, como *Facebook*, *Twitter*, *Tumblr* y *Flickr*. A las publicaciones se les puede sumar un epígrafe o descripción y direccionar o segmentar la visualización mediante el uso de palabras clave o *hashtags*. También se pueden comentar las publicaciones, creando un entorno de usuarios que no sólo disfrutaban las fotos y los videos, sino que interactúan mediante el uso del lenguaje verbal. En suma, mediante esta plataforma se puede tomar fotografías y grabar videos, armar composiciones o *collage*, modificar las imágenes y compartirlas en redes sociales, insertarles *hashtags*, subir fotos provenientes de otras fuentes, etiquetar a personas, agregarles marcos, añadir y editar epígrafes e incorporar links. En el caso de los dispositivos *iPhone* es posible realizar composiciones tipo “tríptico”, que combinan imágenes fijas y en movimiento.³

³ Información obtenida de un artículo publicado en la revista Forbes <http://www.forbes.com/sites/stevenbertoni/2012/08/01/Instagrams-kevin-systrom-the-stanford-millionaire-machine-strikes-again/#1d118971402d>

3.2 DISEÑO Y FUNCIONAMIENTO⁴

Para comenzar a utilizar *Instagram* se requiere descargar la aplicación en un dispositivo móvil y abrir una cuenta, mediante la creación de un nombre de usuario y una contraseña, o vinculándolo a la cuenta de *Facebook*. También se puede navegar desde la computadora o la tableta. La lógica de desplazamiento en la plataforma se basa en el deslizamiento del dedo sobre la pantalla (o a través del mouse), hacia arriba o hacia abajo. La previsualización de las imágenes en la pantalla del teléfono celular ofrece dos opciones: en una cuadrícula o mediante una tira vertical de imágenes. La mayoría de los teléfonos celulares cuenta en la actualidad con cámaras digitales cada vez más sofisticadas. Una vez capturada la imagen, es posible rotarla o darle una angulación preferencial: es posible orientarla hacia adelante o hacia atrás, generando un efecto como si estuviese recostada o acercarla. También se puede modificar la orientación de izquierda a derecha. Asimismo, se pueden ajustar variables como el brillo, el contraste, la saturación, la calidez del color, la nitidez de la fotografía, la luminosidad y las sombras, así como el agregado de un difuminado sombreado alrededor de la escena y la opción de colorear la foto mediante una gama de alternativas que también se aplican a la luz, con tonos que van desde el amarillo hasta el verde, pasando por el turquesa, el fucsia, el violeta, el rojo, el naranja y el azul. Para ver una imagen de manera individual basta con pulsar con el dedo sobre la pantalla o cliqueando con el mouse en la computadora. El perfil del usuario ofrece dos niveles de privacidad: abierto o cerrado. El primer caso invita a todos los miembros de *Instagram* a que visiten las publicaciones, incluso cuando el titular de la cuenta no lo sepa. Es decir, poder ser visto sin advertir quién visita. La otra opción, de cuenta privada, requiere de la autorización del emisor y permite administrar cuáles son las personas que uno admite o no. Asimismo, las publicaciones pueden ser comentadas, tanto por el propio usuario como por los demás contactos, mediante lenguaje verbal, hipervínculos, la mención de otros usuarios y lenguaje visual mediante *emojis* (íconos que expresan estados de ánimo o aluden a fenómenos meteorológicos, vestimenta, animales, gastronomía, flora y fauna, tránsito, viajes, señalizaciones e íconos vinculados al ámbito tecnológico, entre otros) que complementan el texto, estructurando un modelo de intervención mixto gráfico-textual. Asimismo, los comentarios volcados en

⁴ A partir de una tarea de investigación personal de cada una de las opciones que ofrece la plataforma, que consta de una descripción detallada de cada una de las opciones que la red social brinda, este apartado propone una arquitectura que apunta a detallar el funcionamiento de la aplicación. No se apeló a bibliografía debido a que no existe y, además, se trata de proponer un abordaje que introduzca elementos propuestos por quien escribe este trabajo académico.

las imágenes pueden ser eliminados (incluso se puede bloquear al emisor de ese mensaje, en caso de que el usuario no quiera sentirse invadido o sufrir molestias). Otra de las particularidades de esta red es el panel de selección semántica aleatoria: *Instagram* ofrece al usuario un menú de fotos, distribuidas al azar, agrupadas de acuerdo a los criterios que la red utiliza según la información que obtiene de las interacciones de los usuarios con los demás, a partir de una serie de algoritmos generados a partir de las interacciones de los abonados, como si éstas fuesen huellas informativas indelebles que volcamos sobre la red para que *Instagram* utilice ese registro como un catálogo de nuestras preferencias. Además de epígrafes, en las publicaciones puede consignarse la ubicación geográfica o un lugar específico donde se encuentre el autor de la publicación. Esto puede realizarse en el momento en que se postea o incluso agregarse con posterioridad, una vez publicado el contenido. También quedan plasmados en la imagen datos relacionados con el momento en el que fue publicado el contenido: al visitar una publicación es posible advertir hace cuánto tiempo fue ingresado a la plataforma, aunque no se consigna la hora y el día en que fue realizado. En el panel del perfil del usuario de *Instagram* se detalla la cantidad de fotos publicadas desde su inscripción en la red, así como la cantidad de seguidores y de personas a quienes el usuario sigue. *Instagram* permite la búsqueda de personas. Mediante el símbolo de una lupa, se puede ingresar un nombre o una cuenta determinada, con el objetivo de establecer un contacto o simplemente revisar su cuenta, en caso que sea posible por su accesibilidad. Por otro lado, se puede invitar a otras personas a sumarse a la plataforma. Asimismo, se pueden consignar datos personales y número telefónico (esta información se mantiene en la confidencialidad). En cuanto al flujo de interacciones entre el usuario y sus contactos, *Instagram* ofrece un panel de notificaciones que brinda la posibilidad de ser informado acerca de acciones de *followers*⁵ o de todos los usuarios, comentarios volcados en nuestro sitio, las aceptaciones de solicitudes, cuáles son los amigos de otras redes que utilizan *Instagram*, notificaciones de mensajes directos por el *Instagram Direct* y etiquetados. Otra de las opciones para el usuario de *Instagram* es vincular su cuenta con las de las redes sociales *Facebook*, *Twitter*, *Foursquare*, *Tumblr*, *Flickr*, *VKontakté* y *Ameba*, trazando de esta manera una malla de relaciones mediante la cual una publicación se podría replicar, según lo indique el usuario, en algunas o en todas las plataformas citadas, de manera simultánea. Un mapa de fotos amplía el campo de

⁵ En inglés significa “seguidor”. Se trata de un usuario de *Instagram* que está suscripto a una cuenta o a un grupo de ellas.

informaciones disponible para el usuario. Este dispositivo ubica en una representación cartográfica digital los puntos del mundo donde fueron tomadas las fotos o videos subidos a la plataforma, especificando la cantidad de publicaciones emitidas en cada uno de los puntos geográficos (por ejemplo, 400 publicaciones en Argentina y 50 en Uruguay). Los usuarios pueden verificar en sus publicaciones la cantidad de “me gusta”, expresados mediante la figura de un corazón el gusto por la imagen o video. También queda registrado el número de comentarios. Otra de las posibilidades es mantener contactos de tipo privado, a partir del envío de mensajes directos textuales y con imágenes adjuntas. Asimismo, el usuario accede a controlar las interacciones de los contactos con los demás usuarios: se puede saber a quién le gusta una imagen, cuáles son los nuevos contactos que establecen los usuarios entre sí o qué opiniones se intercambian en ese espacio virtual.

Dentro de las novedades propuestas por esta red social, se lanzó en agosto de 2016 *Instagram Stories*, una publicación que se asemeja a la red social *Snapchat* y que permite subir videos o imágenes (sonoros o mudos), con la posibilidad de intervenirlos con dibujos, trazos, palabras y *emojis*. A diferencia de las publicaciones tradicionales, estas historias son fugaces y permanecen en la red por sólo 24 horas⁶. Antes de continuar, cabe preguntarse el porqué de la elección de *Instagram* como objeto de análisis, en lugar de, por ejemplo, *Facebook* o *Twitter*, sus competidoras directas.

Nos encontramos transitando un momento de apogeo y expansión de las redes sociales, las plataformas actuales se redefinen todo el tiempo, incorporando novedades, agregando funciones, vinculándose entre sí en una dinámica de perfeccionamiento permanente. Un análisis retrospectivo de la última década permite establecer los puntos de emergencia, fusión y expansión de las redes sociales, tomando como un hecho central en esta dinámica la aparición en el mercado de los teléfonos inteligentes. Las redes sociales fueron, en sus comienzos, espacios virtuales de interacción que se operaban desde las computadoras personales y las *notebooks*. Las redes sociales encontraron un espacio de crecimiento favorecido por factores como la sofisticación de los dispositivos de telefonía celular, el surgimiento de las tabletas, el incremento en la velocidad de navegación, la ampliación del ancho de banda, la masificación de los servicios de *wi-fi*, la posibilidad de bajar aplicaciones que hacen extensivo el uso de las redes en esos

⁶ La Nación, 2 de agosto de 2016 <http://www.lanacion.com.ar/1924081-instagram-se-vuelve-efimero-con-la-nueva-funcion-stories>

aparatos que, a su vez, fueron adquiriendo mayor velocidad de procesamiento y un incremento en el tamaño de sus pantallas.

Esta imbricación en el campo de la telefonía móvil fue central en la lógica socio-técnica de estas prácticas y en las implicancias culturales del decenio en curso. *Facebook* y *Twitter* fueron las redes sociales pioneras. Luego de los atentados del 11 de septiembre de 2001, los *weblogs* se erigieron como medios de expresión masiva ante el horror de la caída de las Torres Gemelas. Se trata de lugares orientados a la manifestación de opiniones y el contenido estaba situado en el contenido textual, con opiniones, valoraciones y anécdotas personales. Durante los primeros años del nuevo milenio, los blogs hicieron su aparición en la escena de los medios de comunicación masiva, evidenciaron una curva de crecimiento, de convivencia con los medios televisivos, gráficos y radiales (estableciéndose como canales alternativos de comunicación), y experimentaron un proceso de declive ante la expansión de las redes sociales. Tomando como antecedente el surgimiento de los *weblogs*, podemos citar asimismo la aparición de los *fotologs*, una derivación de los primeros, pero centrados en la publicación de imágenes. Allí se podía publicar una fotografía, describirla con brevedad y compartirla con otros usuarios. Su declive comenzó a evidenciarse ante la emergencia de una red social que transformaría de manera radical la manera de conectarse. Mediante una conexión muy simple, que requería una cuenta de correo electrónico y una contraseña, fue posible comenzar a interactuar con personas -cercanas o distantes- y compartir con ellas fotografías, mensajes, estados de ánimo, opiniones y trivialidades.

Facebook surgió en febrero de 2004 como un proyecto liderado por Mark Zuckerberg para intercambiar álbumes de fotos, mensajes y apuntes en el marco del ámbito de la Universidad de Harvard. En sus orígenes, *TheFacebook* -tal era el nombre por entonces- se limitó al intercambio entre los estudiantes, pero el éxito vertiginoso que la red alcanzó dentro de esa comunidad cerrada llevó a Zuckerberg a abrir la plataforma hacia un uso masivo, fue entonces cuando pasó a llamarse *Facebook*. En sus comienzos, interpelados por la pregunta “¿Qué estás pensando?”, los usuarios volcaban sus estados de ánimo, detallaban actividades, publicaban fotos y compartían mensajes con el resto de la comunidad de usuarios. Con el correr de los años, la idea de Zuckerberg añadió servicios de chateo junto con la posibilidad de publicar artículos personales, compartir contenido, fotografías y videos de otras plataformas -como *YouTube*- y durante el último año agregó la posibilidad de grabar videos desde la plataforma y publicar imágenes

animadas de tipo GIF (*Graphics Interchange Format*)⁷. Pero lo que se evidencia en este ciclo de crecimiento y en el éxito de su aplicación no es sólo la sencillez de la interfase de interacción –que se ve potenciado, por la posibilidad de publicar desde cualquier lugar geográfico a través de los artefactos tecnológicos móviles- sino su articulación con otras redes sociales, como *Twitter* e *Instagram*. Tal es el caso de la operación financiera que la compañía que lidera Zuckerberg realizó en 2012 cuando compró *Instagram*, el 9 de abril de ese año, por una cifra de 1.000 millones de dólares. A partir de ese momento es posible acceder a *Instagram* mediante la cuenta de *Facebook* (no es un hecho menor, ya que marca el inicio de la estrecha relación que las demás redes sociales adoptarían con posterioridad, en un proceso de convergencia de plataformas que no se detendría).

Algo similar ocurrió con *Twitter*, lanzada por Jack Dorsey en julio de 2006, una plataforma basada en un servicio de mensajería de 140 caracteres -extendido en la actualidad a 280-, cuyo centro estaba puesto en la brevedad de la escritura y la destreza enunciativa. A partir de la pregunta “¿Qué está pasando?”, *Twitter* invitaba a sus miembros a volcar allí sus expresiones en torno a los temas más diversos. Diferenciada de su competidor *Facebook*, la red que ostenta un pájaro como isotipo se caracterizaba por el componente verbal. A medida que comenzó a crecer adquirió notoriedad por su utilización política, en particular durante la campaña presidencial de Barack Obama y agregó la posibilidad de incluir imágenes, links, videos de hasta 30 segundos de duración e imágenes animadas de tipo GIF y más recientemente la realización de encuestas de hasta cuatro variables y de 24 horas activas en la red. La plataforma ideada por Dorsey permite la articulación con otras redes sociales, entre ellas *Facebook* e *Instagram*. En el mes de septiembre de 2015, la agencia de noticias Télam dio a conocer el enorme salto cuantitativo que *Instagram* experimentó al superar a *Twitter* tras haber alcanzado los 400 millones de usuarios registrados, superando así las 316 millones de cuentas activas que la red social de 280 caracteres ostentaba en ese momento. En un intento por justificar el secreto del suceso, los responsables de *Instagram* detallaron que en los últimos meses varias celebridades mundiales se unieron a su red. Es un hecho llamativo que una red social, con tan sólo cinco años de vida y que apela a la imagen como principal vía de comunicación, cuente con un índice de crecimiento de tales características, superando incluso a un medio digital que posibilita la comunicación fundamentalmente por medio de

⁷ El GIF (Graphic Interchange Format) es un formato de intercambio de imágenes que consiste en el movimiento de uno o varios fotogramas -al cual se puede estipular la duración y el intervalo de las imágenes en segundos-, y que se reproduce de manera infinita.

la palabra como es *Twitter*. Este hecho sirve como punto de partida para una reflexión acerca de las implicancias de la imagen en el mundo contemporáneo e invita al análisis de la relación entre la exhibición de la intimidad, la seducción por vía de la imagen captada y proyectada, la noción de celebridad y la espectacularización de la vida íntima, en una cultura que hace de la exhibición un gesto cotidiano. Esta investigación tomará un camino que aporte a la comprensión de este fenómeno social.

3.3. CONDICIONAMIENTOS SOCIO-TÉCNICOS DEL SURGIMIENTO DE *INSTAGRAM*

El análisis de la red social *Instagram* propone dos desafíos. El primero es la construcción de un marco teórico que conduzca hacia una mirada analítica de este espacio virtual, desde la complejidad de las dimensiones técnica, política, sociológica y cultural. El uso de una red social no se limita solamente a su consumo: cada acceso encierra un conjunto de prácticas que dan cuenta de nuestra inscripción dentro de un entramado social, con formaciones discursivas que nos atraviesan, una mirada política que vincula la puesta a disposición de aspectos de nuestra intimidad y un abordaje más amplio que se articula con el aspecto sociológico.

En segundo término, *Instagram* es un fenómeno novedoso en términos relativos, dado que esta red social fue creada a mediados de la década actual, el 10 de octubre de 2012. En ese marco, y cuando la bibliografía a disposición, como se sostuvo más arriba, es escasa y se orienta hacia una temática que apunta al pragmatismo de su utilización, es menester trazar lineamientos de la teoría desde una estructura multidisciplinaria cuyo fin es situar este fenómeno en sus aspectos de producción, circulación y reconocimiento. Se intentará, por medio de un conjunto de conceptos teóricos, postular el funcionamiento de la red social *Instagram* a partir de una mirada que la analice en términos de espectáculo, como lo entiende el teórico González Requena (1988), para así poder establecer la emergencia de una topología de características nuevas o de una combinatoria de elementos de los diferentes modelos. Esta empresa requiere de una contextualización, a partir de un grupo de vectores que articulen condicionamientos técnicos, sociales, políticos y psicológicos. La novedad que ofrece esta plataforma, en términos teóricos, radica no sólo en su reciente creación sino en la vertiginosidad de la aparición de novedades en materia tecnológica -abonadas por una velocidad inusitada-, sus

implicancias políticas, sus ribetes psicológicos y las cuestiones que se atienen al funcionamiento dentro de un marco más amplio. El hecho que *Instagram* se encuentre no sólo en constante expansión sino también en permanente mutación requiere de un enfoque abarcativo que retome aportes teóricos de los últimos veinte años, que a su vez puedan anclarse en la contemporaneidad, con el fin de intentar conferirle estabilidad a este objeto de estudio y dotarlo de sentido en la revisión de las razones que dan cuenta de su adhesión masiva por parte de millones de usuarios.

El primer apartado de este trabajo intentará ubicar este análisis dentro de:

- un conjunto de formas tecnológicas de vida, situadas en la incidencia y transformación de los lazos sociales tradicionales, la reconfiguración de la noción de los espacios geográficos, la emergencia de los no-lugares y la razón aplicada al saber-hacer, en detrimento de la reflexión. Y una concepción de la técnica en términos de una ficción que instituye prácticas que ofrecen mundos posibles que se insertan dentro de una comunidad de creencias (aspectos socio-técnicos).
- un discurso tecnocrático que estipula como obligatoria la adhesión a la técnica, resignando la posibilidad de negarse a su suscripción (dimensión política).
- una tecnología de producción de la subjetividad que se denomina *extimidad* -en una paráfrasis que juega, con cierta ironía, con los conceptos y la transformación de las nociones de intimidad y elaboración del yo- y la problemática de la virtualización de los vínculos (abordaje psicosocial).
- un fenómeno de convergencia cultural que da cuenta de que la miniaturización de los artefactos no es tan importante como la confluencia de diferentes medios de comunicación en un mismo soporte o móvil, y una función protésica de la técnica en términos de una noción que aborda el funcionamiento técnico como parte de la corporalidad y la incorporación de los productos tecnológicos móviles a la vida cotidiana como si se tratase de un elemento vital e imprescindible (análisis tecnocultural).
- una concepción de la temporalidad vinculada a la aceleración de los ritmos de vida y la primacía del tiempo real, en relación con la legitimación de la experiencia legitimada a partir de la captura y la publicación de manera instantánea.

a- LAS FORMAS TECNOLÓGICAS DE VIDA Y SUS CARACTERÍSTICAS

El comienzo del recorrido teórico de este trabajo merece tomar en consideración una serie de aspectos socio-técnicos que permitan comprender, en una de sus dimensiones, el funcionamiento de la red social analizada en estas páginas. El autor Scott Lash, en su libro *Crítica de la información* (2005), se refiere a lo que él denomina las *formas tecnológicas de vida* para explicar una manera determinada de comprender el mundo: “En las formas tecnológicas de vida comprendemos el mundo por medio de sistemas tecnológicos (...) y actuamos como interfaces de humanos y máquinas” (Lash, 2005, p. 42). Dentro de este paradigma -modelo que el autor define como cibernético- actuamos no sólo en conjunción con los sistemas tecnológicos, sino que además estamos atravesados por un dominio que instituye la imposibilidad de quedar excluidos de esa lógica: “No puedo funcionar sin mi teléfono móvil inalámbrico. No puedo vivir sin mi laptop, videocámara digital, fax, automóvil” (Lash, 2005, p. 42). A partir de este funcionamiento interfásico, y del discurso que lo sustenta, se genera una naturaleza tecnológica que se despliega dentro de una mediación técnica dominante que reviste características asociadas a los espacios y los cuerpos. En primer lugar, “las formas tecnológicas de vida son a distancia: no sólo cultura sino naturaleza a distancia” (Lash, 2005, p. 43), lo cual da cuenta como primer punto la ruptura espacial que inaugura. Desde esa óptica, que expresa una dinámica hombre-máquina, los lazos son tecnológicos.

En segundo término, el impacto de esta cultura redefine los cuerpos: la apertura es una de las condiciones que permite que los cuerpos-interfaz puedan conectarse entre sí. Estas consideraciones en torno a la manera en que el hombre habita el mundo y se relaciona con los demás tienen su explicación en las denominadas *formas tecnológicas de vida*. Lash (2005) apelando a la teoría empirista de Harold Garfinkel⁸ para explicar que en este paradigma el conocimiento está ligado a la práctica: hacer es, a la vez, conocer. El saber se desplaza hacia el saber-hacer, se trata de un conocimiento práctico,

⁸La fenomenología de Harold Garfinkel propone un quiebre en la dualidad sujeto/objeto a partir de la noción de intencionalidad, que indica que los objetos están en el mundo junto con los sujetos, quienes a través de la experiencia les otorgan sentido. El autor postula que “no hay un sujeto desencarnado ni un observador objetivo” (Lash, 2005, p. 276). El enfoque fenomenológico está orientado a entender que es en la experiencia contingente, encarnada en un mundo real, donde emerge el sentido, y no por fuera de él. “Garfinkel asegura que el cómo y el qué son inseparables. En vez de decirnos algo sobre el objeto, el conocimiento está directamente incorporado a él” (Lash, 2005, p. 284). Este abordaje propone que el sujeto está dado en un mundo determinado y que los objetos existen en un momento determinado. Es decir, el sentido está en el aquí y el ahora de la relación sujeto/objeto. “Consideremos los objetos en el contexto del tiempo. No sólo están ahí, también están ahora. El ahora indica contingencia” (Lash, 2005, p. 293).

donde se fusionan la teoría y la praxis. El sentido se desliga de la reflexión y se orienta hacia el pragmatismo de las actividades cotidianas, con lo cual el pensamiento y la práctica conforman una totalidad desde esta mirada que los fusiona.

Asimismo, Lash (2005) afirma que las *formas tecnológicas de vida* son no lineales. Las narraciones y los discursos se comprimen en unidades de informaciones breves, que sólo adquieren sentido cuando entran en contacto con la interfaz del creador y su ambiente externo, es decir, adquieren sentido dentro de un contexto, del que también forma parte. Está inmerso en él, sin distancia.

En lo que se refiere a una dimensión temporal, las *formas tecnológicas de vida* son veloces y efímeras. En una cultura tecnológica, la linealidad de los relatos y el tiempo de la narración son reemplazados por nuevas gramáticas de reconocimiento, más volátiles y veloces. El tiempo tecnológico se asienta en el progreso, no analiza las causas sino que apunta a los efectos, la velocidad supera esa dualidad. En un artículo publicado en el suplemento Sábado, del diario La Nación, titulado “Mente digital: cuando no alcanza sólo con conocer la última tecnología”⁹, la periodista Sonia Jalfin se refiere al concepto de *mentalidad digital*, del cual se desprenden algunos ejes que se enlazan con las formulaciones de Lash (2005) y que alude a la idea de velocidad: “Es mucho más rápido hacer que pensar (...) La velocidad es un elemento central de la mentalidad digital. No importa tanto lo que sabés sino cuán rápido podés aprender”. En la misma línea se inscribe el titular de la cátedra de Informática y Sociedad de la carrera de Ciencias de la comunicación de la UBA, Cristian Ferrer, quien se refirió a esta problemática en su ponencia “Conectados, insomnes y acelerados: cuerpo, tecnología y poder”, que tuvo lugar en el marco del “Congreso Latinoamericano de Comunicación “30 años de itinerarios intelectuales. Preguntas, abordajes y desafíos del campo comunicacional” (CABA, agosto de 2015) cuando hizo alusión a la expansión de las redes sociales y las situó en un contexto evolutivo, Ferrer mencionó dos hitos que revolucionaron la manera de comunicarse: la invención del telégrafo, en la década de 1850, y la del cable submarino, a comienzos del siglo veinte. “No obstante, la velocidad es algo relativamente nuevo. Hasta el año 1870, en África, los nativos se comunicaban a través del sonido de los tambores,

⁹Jalfin, Sonia (2 de enero de 2016). *Mente digital: cuando no alcanza sólo con conocer la última tecnología*, en suplemento Sábado, diario La Nación <http://www.lanacion.com.ar/1858407-mente-digital-cuando-no-alcanza-solo-con-conocer-la-ultima-tecnologia>

mediante una codificación que les permitía interpretar significados en los sonidos, incluso el continente africano se ubicaba en un lugar de superioridad en relación con Europa, donde las comunicaciones eran mucho más lentas, pues dependían de la tracción a sangre y los caballos a veces eran un incordio”, consignó Ferrer. Ante esa puntualización historiográfica, Ferrer cuestiona si la velocidad debe ser considerada como un valor en sí mismo y apuntó que “no sirve de nada tener a disposición 5 millones de volúmenes si no se tiene claro qué se busca”.

Continuando con el desarrollo del vector espacial, las *formas tecnológicas de vida* “se encuentran expandidas y son discontinuas”. El vínculo espacial y el lazo social se rompen y se reconstituyen en redes no lineales. Si en la Edad Media los vínculos estaban caracterizados por la comunicación orgánica entre las personas -con el espacio público como escenario de las interacciones-, del modelo orgánico se pasó a lo lineal: Lash (2005) apela al concepto de *comunidad imaginada*, donde los vínculos cara a cara desaparecen. Las *formas tecnológicas de vida* le dan surgimiento a la “sociedad red”, cuyas conexiones están dadas ya no por los lazos sociales sino mediante ligazones socio-técnicas; los vínculos son tanto técnicos como sociales y conforman un modelo de tipo orgánico-inorgánico. En la sociedad red el movimiento es multidireccional -no en línea recta- y se da como si fuera un mosaico, favoreciendo un multiculturalismo que repercute en la generación de identidades difusas que impactan en el individualismo y las subjetividades, que sufren mutaciones y se reconfiguran.

La quinta conceptualización se refiere a la constitución del espacio en relación con los contextos y el impacto de estas configuraciones en la conformación de la identidad. Lash (2005) describe a *las formas tecnológicas de vida* como “en el aire”. En esta descripción, las características particulares de cada espacio se diluyen en la conformación de espacios genéricos, elevados, deslocalizados, donde no habitan múltiples identidades sino que se caracterizan por la ausencia de identidad: “Su contexto es ningún contexto. Su diferencia es la indiferencia. A decir verdad, las redes mismas son, por definición, espacios elevados en el aire (...) La interacción social se da en un nivel diferente de las formas corrientes de vida” (Lash, 2005, pp. 51-52).

Este desanclaje geográfico constituye uno de los elementos que caracterizan la práctica de la plataforma digital que es objeto de estudio de esta investigación. Su profusión se ve favorecida, en parte, por la posibilidad de su utilización sin la necesidad de un lugar físico, como ocurre con otros consumos que requieren de las pantallas, como

el cine y la televisión, y la posibilidad de publicar y revisar posts en cualquier parte, gracias a la portabilidad de los dispositivos técnicos y la mejora en la calidad de las conexiones y su accesibilidad. Se trata de una dialéctica entre nuevos emplazamientos/desemplazamientos.

b- LA SOCIEDAD RED

Uno de los aspectos citados en el apartado anterior se refiere al funcionamiento de la sociedad, a partir de una lógica que articula las particularidades del individuo con la complejidad del tejido social en el que se encuentra inserto. Y esta dialéctica encuentra su explicación en la obra del sociólogo catalán Manuel Castells, quien sitúa en su libro *La era de la información. Economía, sociedad y cultura*, de 1990, una revolución basada en las tecnologías de la información a fines del siglo XX, a partir de un nuevo sistema de comunicación, acelerado y caracterizado por un lenguaje digital universal que conjuga palabras, sonidos e imágenes, el cual se ajusta a las preferencias y las identidades creadas en esos entornos: “Es cada vez más habitual que la gente no organice su significado en torno a lo que hace, sino por lo que es o cree ser. Mientras que, por otra parte, las redes globales de intercambios instrumentales conectan o desconectan de forma selectiva individuos, grupos, regiones o incluso países” (Castells, 1990, p. 28). La sociedad no puede ser comprendida sin sus herramientas técnicas y la capacidad -o la falta de ella- de las sociedades para dominar la tecnología define su destino, considera el autor. De este modo, la experiencia está condicionada por el entorno social y se construye a partir de la búsqueda de la satisfacción del deseo. El poder, por ende, está dado por una relación entre los sujetos que impone el deseo de unos sobre otros: deseo y poder atraviesan los modos de vida y la experiencia individual y colectiva. En este marco, la sociedad informacional se organiza dentro de una especificidad histórico-cultural y en relación con un paradigma tecno-económico compartido. La *sociedad red* emplea la tecnología para actuar sobre la información y su capacidad de penetrar la subjetividad y la sociedad a partir de estos datos. Por ejemplo, *Instagram* funciona mediante una serie de algoritmos que recopilan las acciones que desplegamos dentro de la plataforma: qué publicaciones visitamos, a quiénes seguimos, dónde incrustamos los “me gusta” y cuáles son nuestras experiencias de usuario. Estos datos permiten que esta red social “conozca” nuestras preferencias y nos sugiera seguidores o nos ofrezca anuncios publicitarios que se ajustarían a nuestros gustos personales. A pesar de ser conscientes de estos trazos invisibles que vamos dejando en cada experiencia de navegación, continuamos operando

en busca de los *likes*, adherimos a nuevos *followers*, posteamos lo trivial y lo fundamental, y cliqueamos imágenes sin detenernos a examinar demasiado las causas de dichas prácticas. Dentro de la sociedad informacional las identidades individuales son producto “las relaciones sociales se definen frente a los otros, en virtud de aquellos atributos culturales que especifican la identidad” (Castells, 1990, p. 46).

Las sociedades y las identidades deben ser comprendidas a partir de su inserción dentro de un nuevo sistema global. “Cuando la red desconecta al yo, individual o colectivo, construye su significado sin la referencia instrumental global: el proceso de desconexión se vuelve recíproco al negar los excluidos la lógica unilateral del dominio estructural y la exclusión social” (Castells, 1990, p. 49). En suma, sociedad y subjetividad se reconfiguran en función de las novedades del paradigma informacional, inaugurando lógicas de inclusión-exclusión: contar con una cuenta de *Instagram* implica una obligación inobjetable cuyas consecuencias revisten, ni más ni menos, que formar parte del tejido social. ¿Cómo decirle no al vértigo de las novedades y la seducción de sentirse deseado y admirado? La renuencia a estos condicionamientos constituye no sólo un azote a la autoestima, sino la transformación del individuo en *outsider* digital.

c- UN NUEVO ESPACIO: LOS NO LUGARES

Uno de los hechos que forman parte del léxico contemporáneo es la portabilidad y la accesibilidad, es decir, la posibilidad de llevar a todas partes las miniaturas tecnológicas que se ensamblaron a nuestros hábitos culturales, sumado a la ¿necesidad? de disponer de conexiones donde quiera que estemos. La profusión de artefactos tecnológicos cada vez más reducidos permite que podamos llevarlos a cualquier parte y utilizarlos más allá de una configuración espacial específica, lo cual permite que podamos publicar, interactuar *online* con otros usuarios de redes sociales y entablar lazos virtuales más allá del confinamiento de un lugar determinado. El autor español Jordi Sánchez Navarro (2004), en su libro *Realidad virtual, visiones sobre el ciberespacio*, problematiza la constitución del espacio y los vínculos que se entablan dentro del paradigma tecnológico, apelando al concepto del antropólogo francés Marc Augé, para expresar que en la era de Internet habitamos en *no lugares*. Estos espacios ostentan cuatro características: están desligados de un lugar concreto, se encuentran abiertos a la interacción, carecen de una presencia tangible y están desvinculados de un momento preciso. En la era digital, la comunicación se desterritorializa. Lash (2005) también se refiere a las reconfiguraciones geográficas y a los nuevos espacios que las novedades técnicas posibilitan. En este

marco de ámbitos de tipo virtual, los cambios se constatan en lo que el autor denomina “espacios genéricos”:

Son espacios descontextualizados que pueden estar en cualquier parte. El juego implica relaciones cara a cara, pero estas son genéricas, es decir, desarraigadas, elevadas en el aire (Boden y Molotch, 194). Están en el aire, por así decirlo, con respecto a cualquier contexto en particular y podrían presentarse en cualquier otro. Esta intersubjetividad convertida en genérica, esta intersubjetividad a distancia. (Lash, 2005, p. 271)

En este sentido, cabe preguntarse qué es lo que ocurre con estas subjetividades que interactúan en red y si nos referimos a personalidades que se muestran tal como son, o a construcciones parciales modeladas a partir de una decisión que obtura ciertos aspectos de la existencia para exaltar otros. Los autores Alberto Abruzese y Andrea Miconi suman sus aportes a esta discusión en el libro *Zapping: sociología de la experiencia televisiva*, del año 2002. En el capítulo “Auge y decadencia del médium” problematizan la relación entre comunicación y espacialidad al retomar al teórico de la Escuela de Palo Alto Erving Goffman y su modelo situacionista que divide el comportamiento social en escenario y bastidores.

Por escenario se entiende el lugar y la situación en que el grupo social (definido como grupo de “performance”) pone en escena una representación a la que asiste otro grupo. Por bastidores se entiende el espacio privado en que un grupo construye su performance y contradice la representación que muestra en público. (Abruzese y Miconi, 2002, pp. 269-270)

De acuerdo con esta metáfora dramática, el espacio condiciona la conducta e instala la existencia de actores y espectadores al plantear el funcionamiento social en términos de un escenario y un detrás de escena. Los autores apelan al impacto de los medios electrónicos (en particular, la televisión) que condujeron al divorcio entre lugar físico y lugar social. Por ejemplo, el teléfono, la radio y el telégrafo rompieron los límites físicos de la comunicación.: “Ya no es necesario estar físicamente solo con un grupo de individuos para estar socialmente solo con ellos (...) los medios electrónicos remodelan las situaciones y las identidades sociales” (Abruzese y Miconi, 2002, pp. 271-272). En este planteo adquiere relevancia la cuestión de la distancia. Basta citar como ejemplo el fenómeno contemporáneo de la hiperconexión. En la actualidad no es una novedad -más bien, un problema- que las personas estén pendientes de sus pantallas mientras asisten a un encuentro con amigos, disfrutan de un espectáculo o incluso asistan a una reunión de trabajo. La dispersión que suscita la revisión constante de los haces lumínicos genera conflictos inusitados. A partir de estos enfoques teóricos emerge como disruptivo una

clase de interacción analógico-digital, donde el encuentro en persona coexiste con interacciones virtuales realizadas en entornos digitales.

d- LA VIRTUALIZACIÓN DEL TIEMPO Y EL ESPACIO

La ensayista argentina Paula Sibilia problematiza las reconfiguraciones del espacio y el tiempo en su primer libro *El hombre postorgánico: cuerpo, subjetividad y tecnologías digitales*, del año 2005. En el capítulo “Tecnociencia” la autora aborda el concepto de virtualidad para referirse a las rupturas espaciales que suscitan los avances del campo de la técnica y las nuevas configuraciones temporales y relacionales. Sibilia (2005) señala que el imperativo de la conexión -los discursos que establecen que la técnica es necesaria y que no se puede estar por fuera de ella (que veremos más adelante con otro teórico argentino)- inaugura además la necesidad de superar las barreras espaciales gracias a la incesante aparición de novedades en el mercado de la telefonía celular, favorecidas por la miniaturización y sofisticación de los *smartphones*: “Las nuevas soluciones ofrecidas por la teleinformática permiten superar los límites espaciales: anulan las distancias geográficas sin necesidad de desplazar el cuerpo e inauguran fenómenos como la presencia virtual” (Sibilia, 2005, p. 63).

El fenómeno de la virtualización se expande por espacios, cuerpos y tiempo. En torno al espacio, se produce una ruptura de los límites geográficos y se reconfigura la noción de lugar. Este desplazamiento de un lugar concreto hacia un espacio genérico impacta en el cuerpo: “El protagonista de los intercambios comunicacionales es ese otro cuerpo nuevo, virtualizado, capaz de extrapolar sus antiguos confinamientos espaciales: ese organismo conectado y extendido por las redes teleinformáticas” (Sibilia, 2005, p. 51). Además, la virtualización del espacio se articula con un desdoblamiento de la dimensión temporal, abonada por la expansión de las redes de comunicación y el surgimiento de nuevos artefactos tecnológicos que prometen experiencias de tipo virtual: “El tiempo real pasó a nombrar la versión digitalizada del aquí y ahora de la tradición analógica (...) dispensando la organicidad del cuerpo, la materialidad del espacio y la linealidad del tiempo” (Sibilia, 2005, p. 65). El tiempo real es una de las características presentes en las transmisiones en vivo que ofrecen las *Instagram stories*. El profesor Carlos Campolongo suele citar en sus clases la frase “Cuénteme una historia...”, para referirse a la importancia de generar interés tanto en un relato ficcional, un producto audiovisual o la estructuración de la noticia. El usuario de estas historias fugaces parece adherir a esta idea y lo replica de manera permanente, abriendo un telón que no tiene

horario de función, sino que opera como si fuese un cine continuado. La contundencia del momento exacto en que se realiza una actividad cobra relevancia por sobre su importancia y la vida “en vivo” arrasa con la temporalidad e irrumpe sin anunciarse en la pantalla del usuario, invitándolo a pulsar corazones de admiración, dejar comentarios o simplemente reservarse a un *voyeurismo* de características virtuales.

e- LA EXTIMIDAD COMO TECNOLOGÍA DE CONSTRUCCIÓN DE LA SUBJETIVIDAD

Estos cambios en las configuraciones del espacio y el tiempo, las nuevas corporalidades que emergen gracias a las transformaciones sociotécnicas y la articulación de la tecnología con las maneras de modelar las subjetividades conduce a la formulación de la construcción de la identidad y su explicación en referencia al uso de las redes sociales. La autora del libro *La intimidad como espectáculo*, del año 2008, aborda en esta obra los modos de construcción de la subjetividad apelando a la noción de *tecnologías del yo*, para elaborar una hipótesis que apunta a historizar este proceso. Sibilia (2008) traza un arco que va desde el siglo XV hasta fines de la primera década del nuevo milenio cuando tuvo pleno auge la emergencia de las plataformas virtuales y los blogs confesionales¹⁰ y la expansión de las pantallas en la vida cotidiana. Sibilia (2008) utiliza en su segunda obra el concepto de *extimidad* para referirse al modo en el que los individuos construyen su subjetividad en la contemporaneidad. En el capítulo “Yo narrador y la vida como relato” parte de la pregunta de si lo que las personas vuelcan en Internet son vidas u obras, o si habría que plantear esta dicotomía en términos de una conjunción de ambas. La ensayista propone que la subjetividad exhibida en estas plataformas se asemeja al género autobiográfico y señala que en Internet lo que aparece es un “yo triple” en el que convergen el autor, el narrador y el personaje. En las redes sociales el usuario no sólo construye su propia subjetividad sino que elabora una narrativa en torno a su vida, construye un relato del cual es el protagonista. El yo que emerge en esas prácticas es ficcional, el sujeto construye acerca de sí una “ficción gramatical”, a partir de la primera persona del singular. El estatuto de estas narrativas no es puramente textual, ya que al apelar al uso de palabras o imágenes implica una actuación. En estas consideraciones, la subjetividad extimia –en contraposición al proceso de la intimidad y el repliegue sobre sí

¹⁰ Una de los usos de los *weblogs* es la utilización de ese espacio para volcar opiniones, experiencias, sentimientos y anécdotas, como si se tratase de un lugar para confesar lo que ocurre en el ámbito de la privacidad o la intimidad.

mismo- se apoya en imágenes para referirse a sí misma. La fotografía aparece como un medio a partir del cual es posible montar un relato cimentado en una no ficción: la vida propia: “No es raro que la foto termine tragándose al referente, para ganar aún más realidad que aquello que de veras ocurrió y fue fotografiado” (Sibilia, 2008, p. 40). Favorecida por los avances de la técnica, la imagen da cuenta de una “captación mimética del instante” ya que “la cámara permite documentar la propia vida: registra la vida siendo vivida y la experiencia de verse viviendo” (Sibilia, 2008, p. 40). Estos lineamientos conducen a la idea de que las vidas volcadas, publicadas, registradas y proyectadas en las redes sociales son vidas representadas. Como si se tratase de la metáfora que Gregory Bateson emplea para marcar la diferencia entre el mapa y el territorio¹¹, el usuario de las redes sociales plasma en estos espacios virtuales su vida; la presenta, la ofrece al mundo, pero mediada por una representación: imágenes retocadas, transformadas, editadas y proyectadas hacia el afuera. Son alterdirigidas, encuentran en la exotopía de la otredad su razón de ser, lo que se publica está destinado a ser consumido por un espectador de esa producción¹². El fenómeno de la exhibición de la intimidad dice mucho sobre el yo y la vida “estructurada como un relato, ya sea escrito, audiovisual o multimedia”; como lo define la autora, “vidas veneradas y espectacularizadas” (Sibilia, 2008, p. 41). En estas lógicas centrífugas se registra una curiosidad por el ámbito privado: “A medida que los límites de lo que se puede decir y mostrar se van ensanchando, la esfera de la intimidad se exagera bajo la luz de una visibilidad que se desea total” (Sibilia, 2008, p. 41). En esta subjetividad -planteada como si fuese un relato ficcional-, se pone el acento en mostrar un exhibicionismo que, además de desbordar la reticencia a ser vigilado (o acaso la “ilusión” de no serlo, cuando en “secreto” somos más vigilados; debido a la profusión de algoritmos y el espionaje de la vida íntima sexual, entre otros fenómenos contemporáneos que articulan la privacidad y la penetración de la tecnología en cada vez más aspectos de la cotidianidad), activa una expansividad de la subjetividad que no deja casi ningún aspecto sin publicar. Sibilia (2008) problematiza cuál es la frontera que separa los ámbitos público y privado. Cabe formularse la pregunta, grave, de si los límites se desplazan o si, en realidad, se difuminan.

¹¹La metáfora empleada por el autor apunta a establecer una diferencia entre la representación, encarnada por la cartografía, y el territorio, que es aquello que el mapa representa. Se trata de plantear la distancia que guarda toda representación con el registro de lo real.

¹²Las vidas expuestas en las redes sociales mediante imágenes y filmaciones son producciones que se legitiman en la mirada de otra persona, un receptor que consume esas escenas y que expresa lo que les genera mediante la presión sobre la figura de un corazón, que indica que ese contenido le gusta.

A partir de un análisis de los cambios en los modos de lectura, desde la Modernidad hasta la actualidad, la autora marca tres hitos. En primer lugar, el surgimiento de la imprenta -en el siglo XV- que produjo un cambio radical al dejar atrás la oralidad. El segundo momento significativo se sitúa en el siglo XVIII, con el desplazamiento del lector intensivo -que solía dedicarse a un texto, profundizando en él y dedicándole mucho tiempo- al modo de lectura extensiva (con un lector que abarca varios textos a la vez realizando una lectura menos profunda); es la era de la expansión de las comunicaciones. El tercero, y más significativo, está dado por el surgimiento y la expansión de Internet, en las postrimerías de la década de 1990, cuando los textos que se consumen en las pantallas se complementan con imágenes (fijas y en movimiento) que enriquecen estas gramáticas de producción. Se trata de modos de consumo que instalan nuevos hábitos que impactan tanto en el autor como en el lector. Con la introducción de estas novedades surge la creencia de que los acontecimientos ostentan un alto grado de autenticidad (o que instalan una idea de verdad) porque pertenecen a la experiencia íntima del autor real. Esta idea implicaría que lo que el sujeto vuelca allí es verdadero¹³: “Más que un conjunto de imágenes, el espectáculo se transformó en nuestro modo de vida y nuestra visión del mundo, en la forma en la que nos relacionamos los unos con los otros e incluso la manera como se organiza el universo” (Sibilia, 2008, p. 54), “el espectáculo es la transformación del mundo en esas imágenes”, expresa Sibilia (2008), y enfatiza que constituye “un capital¹⁴, en un grado de acumulación que se transforma en imagen” (Sibilia, 2008, p. 54). De esta manera, se enlaza la producción de imágenes con una concepción del mundo, construida, percibida y experimentada a partir de esas fotos (que circulan con una velocidad cada vez mayor). En este punto, cabe puntualizar que esta obra fue escrita dos años antes del surgimiento de *Instagram*, por lo cual quien escribe esta investigación considera novedosos los aportes que puedan realizarse en el análisis de la red social que es objeto de estudio de este trabajo, ya que la única plataforma de publicación de imágenes que existía por entonces eran los *fotologs*.

¹³Cabe plantear, en este sentido, la diferencia que existe entre la verdad y lo verosímil. Platón resaltaba la importancia del conocimiento verdadero, para lo cual las imágenes y los sentidos resultaban engañosos, mientras que Aristóteles defendía la verosimilitud, como diferenciada de la verdad.

¹⁴Se trata de una combinación de capital simbólico, expresado en una idea de éxito que mantiene una relación proporcional al número de seguidores, interacciones y repercusiones de la publicación, el cual redundo, por esta razón, en beneficios económicos (como los contratos comerciales, esponsoreos y canjes comerciales, entre otras actividades mercantiles, que se ejemplificarán en algunos de los casos analizados en el corpus).

Sibilia (2008) cita al teórico de la Escuela de Frankfurt Theodor Adorno -quien, en 1954, escribió *Televisión y cultura de masas*- para referirse al impacto que reviste este fenómeno de máxima visibilidad. Sibilia (2008) menciona que “si la lectura trae consigo cierto tipo de interiorización, similar a un monólogo interior, la visualización de los medios masivos modernos tiende a la exteriorización” (Sibilia, 2008, p. 56). Este fenómeno transforma, como se decía antes, los espacios, los tiempos y los cuerpos en tanto se activan los resortes de la extimidad. Sibilia (2008) recuerda que la televisión y la radio¹⁵, en los albores de su surgimiento, se consumían en la sala de la casa, en una reunión que congregaba a la familia en torno a las innovaciones tecnológicas de entonces. Con posterioridad, y gracias a la masificación y el abaratamiento en los costos de estos aparatos, cada cuarto del hogar contaba con una radio o un televisor, lo que causó una disgregación en el núcleo familiar así como consumos más individualizados.

Pero el solipsismo del encierro hogareño se hizo pedazos, años más tarde, con la llegada al mercado de dispositivos que no requieren de la ubicuidad de un ámbito espacial: las pantallas están por todas partes, en la calle, en el transporte, en cualquier geografía, exentas de conexiones a cables y desligadas del confinamiento de una geografía puntual. (Sibilia, 2008, p. 57)

La mutación central se produjo en el plano simbólico, ya que en lugar de reconocer en la ficción un reflejo de nuestra vida, se evalúa la propia existencia a partir de las expectativas narrativas del cine.

No sorprende que los sujetos contemporáneos adapten los principales eventos de sus vidas a las exigencias de la cámara, sea de video o de fotografía, aun si el aparato concreto no está presente. Incluso porque nunca se sabe si usted está siendo filmado. Así, la espectacularización de la intimidad se ha vuelto habitual, con todo un arsenal de técnicas de estilización de las experiencias vitales y la propia personalidad para salir bien en la foto. (Sibilia, 2008, p. 60)

El individuo se convierte no sólo en el actor de una obra autorreferencial, sino que además monta un personaje dispuesto a exhibirse como si estuviese frente a una cámara, hecho que se ve favorecido y potenciado por los procesos de miniaturización de los productos tecnológicos que permiten la captura de imágenes (cámaras digitales que incluyen conexión *wi-fi*, minifilmadoras *GoPro*, teléfonos inteligentes y tabletas, por nombrar algunos). “El hecho de que las cámaras sean cada vez más pequeñas y ligeras, y la sensibilidad de las lentes y los micrófonos cada vez mayor, reduce la diferencia que separa el contexto público del privado” (Abruzese y Miconi, 2002, p. 281). Estas consideraciones conducen a pensar el concepto de extimidad como la suma de dos

¹⁵ La radio, en la década del 20, y la televisión en los años 40 y 50.

factores: la exhibición de la vida privada e íntima y la espectacularización de la personalidad. Dentro de este paradigma se modifican las condiciones de construcción del yo en términos temporales: se extingue la mirada retrospectiva en la interioridad y se le da prioridad al tiempo real, al cual Sibilia (2008) define como un presente presentificado. La necesidad de actualización es permanente y se alcanza mediante fragmentos de contenido que son subidos constantemente a estas plataformas. El pasado pierde su estatuto de pedestal de la subjetividad. Pero también se abandona la mirada hacia el futuro, ya que el porvenir representa la incertidumbre y genera un temor del cual sólo es posible escapar echando raíces en la contingencia del aquí y el ahora (que redundaría en una equivalencia entre el presente y el futuro). Desde el presente se piensa en el futuro solamente a partir del perfeccionamiento de la técnica. Se trata de un “presente inflado”, como si estuviésemos ante un “tiempo congelado” que actúa como el pilar de la sociedad, según lo define el escritor francés Guy Debord en su libro de 1964, *La sociedad del espectáculo*¹⁶. Desde esta óptica, Sibilia (2008) plantea como un hecho paradójico la obsesión por la memoria, ante el riesgo de que los recuerdos se puedan borrar de nuestra experiencia más inmediata. Por un lado aparece el desdén hacia el pasado y el temor al futuro; por el otro, la necesidad de retener en la memoria los hechos que forman parte de la vida¹⁷. El profesor Carlos Campolongo explica que la destreza del fotógrafo está en captar el instante, en lograr obtener las imágenes pregnantes, la escena que enlaza el pasado con la captura y la sensación de una proyección hacia el futuro. En la fotografía se

¹⁶ Guy Debord postula en esta obra de mediados de la década del sesenta que el espectáculo -un resultado del modo de producción capitalista- es el modelo dominante de la sociedad, el cual se plasma en el discurso informativo, la propaganda, la publicidad y la industria del entretenimiento.

¹⁷ En un intento por resolver esta disyuntiva que se le presenta al individuo, Sibilia (2008) cita a Philippe Dubois, quien se refiere a las dos metáforas que Sigmund Freud empleó para referirse a la inscripción de los recuerdos en la memoria: Roma y Pompeya. La primera representa la ciudad eterna, un paisaje de ruinas y escombros dispersos y desordenados en capas históricas. La metáfora de Roma se aviene para referirse a las implicaciones psicológicas que reviste el conjunto de acontecimientos que le han ocurrido a un individuo y la potencialidad que los sucesos contienen en el hecho de que pueden reaparecer en cualquier momento, volviéndose significativos en su manifestación residual. Pero también da cuenta de la imposibilidad de mantener todas las cosas en su lugar, de conservar una totalidad en el caos de los fragmentos rotos de Roma, en contraste con las imágenes de la ciudad de Pompeya, que quedó sepultada bajo la furia del volcán Vesubio, convirtiéndola en la ciudad petrificada. En el otro extremo de la metáfora se constituye la instantaneidad, el momento único, una unidad de espacio-tiempo detenida. Freud postulaba que la psiquis oscila entre estas dos construcciones metafóricas, pero el péndulo siempre se movía hacia un lugar o hacia el otro: nunca es, a la vez, Roma y Pompeya. Dubois retoma de Freud dos dimensiones, la acumulación fragmentaria de Roma y la captura totalizante de Pompeya. El escritor argentino Jorge Luis Borges, en su libro de 1949 *El Aleph*, también plantea un vínculo entre la mirada totalizante y la temporalidad. Esta obra literaria ubica al personaje de la historia en el sótano de un local del barrio de San Telmo desde donde accede al Aleph, un lugar que permite ver “todo lo que fue y será, desde todos los ángulos posibles” (Borges, 1949, p. 149), La visibilidad absoluta como una posibilidad concreta.

evidencia la temporalidad: hay algo que aparece y que permite articularlo con lo que lo antecedió y con aquello que vendrá. Sibilia (2008) puntualiza que una de las particularidades que arrojan las nuevas tecnologías -abonadas por la profusión de aparatos cada vez más refinados- radica en que “ahora se pueden aplicar *flashbacks*, cortes abruptos en ciertas secuencias y enfoques, así como aplicar *zoom*, obturar, sobreexponer y aplicar filtros” (Sibilia, 2008, p. 138), entre algunas posibilidades que emergen del desarrollo de la técnica. Además de plantear la relación entre la apertura de la esfera personal hacia lo público, el empleo de las imágenes en la construcción de la subjetividad y las formulaciones en torno a la espectacularización de la existencia, Sibilia (2008) retoma a Lash (2005) -aunque omite citarlo- para referirse a las *formas tecnológicas de vida* consignadas por dicho autor. Destaca la comprensión del tiempo al afirmar que “las velocidades que aceleran cuerpos, almas y relojes en la era del tiempo real parecen boicotear las introspecciones profundas y metódicas” (Sibilia, 2008, p. 139), en tanto que “la compresión del espacio y el tiempo descarga sus presiones sobre los cuerpos contemporáneos” (Sibilia, 2008, p. 139). Sibilia (2008) consigna que en la actualidad se privilegian los efectos en vez de indagar en las causas y se pone el foco en el “saber hacer”, centrándose en la búsqueda de la eficacia y la eficiencia: “El tiempo abandonó su linealidad de vocación teleológica, presentificándose fatalmente y petrificando todo en una sucesión de Pompeyas instantáneas” (Sibilia, 2008, p. 142). Los dispositivos y las plataformas digitales constituyen una memoria fotográfica y total, programada a la medida de cada uno, “editable y modelable” (Sibilia, 2008, p. 154). Por su parte, el profesor Cristian Ferrer opina que Internet “se metió de lleno en el campo de la subjetividad. Las redes sociales han colonizado el ocio de los seres humanos y abren un espacio de descarga de las psicopatías personales”, y puntualiza que “así como lo han hecho la fotografía y la huella digital, las redes sociales han generado un cambio cualitativo en términos del control policial”. El profesor titular de la UBA critica que la información se entregue “de manera voluntaria, alentada y fomentada por un narcisismo personal que nos reporta beneficios mucho mayores a los riesgos que supone estar bajo el control y la vigilancia. Es un problema sin solución que se disputa en la pantalla”, asegura. En esta línea, Paula Sibilia (2015) indica que esta problemática cobra la forma de “un fascismo simpático, porque no existe un mecanismo que me fuerce a tomar esos cursos de acción”. Bajo esta perspectiva, la autora de *El hombre postorgánico y La intimidad como espectáculo* formuló un interrogante: “Si nadie me fuerza a hacer lo que no que quiero ¿cómo se puede luchar contra eso?” (CABA, agosto de 2015).

f- LA CONVERGENCIA CULTURAL

Hasta aquí hemos visto los impactos socio-técnicos de la tecnología inserta en la cotidianeidad, las mutaciones espacio-temporales esgrimidas por los autores citados en los párrafos anteriores, así como las nuevas formas de construcción de la subjetividad y la influencia de las novedades ofrecidas por la industria tecnológica. El uso de *Instagram* tiene la particularidad de que se utiliza en un artefacto que hasta no hace mucho tiempo se empleaba sólo para comunicarse y que desde hace alrededor de una década incluye cámaras que capturan imágenes fijas y en movimiento, además de ofrecer la posibilidad de almacenar música, escuchar radio e incluir funciones que eran exclusivas de las computadoras o las *notebooks*, como los sistemas operativos. Los artefactos que se nos presentaban por separado, hoy convergen, se encuentran aglutinados, en un mismo producto tecnológico.

El teórico Henry Jenkins, en su libro de 2006, *Convergence culture, La cultura de la convergencia de los medios de comunicación*, se refiere al concepto de convergencia a partir de un abordaje que recorre:

- la convergencia mediática,
- la cultura participativa y
- la inteligencia colectiva.

El autor define la convergencia como el “flujo de contenido a través de múltiples plataformas mediáticas, la cooperación entre múltiples industrias mediáticas y el comportamiento migratorio de las audiencias mediáticas” (Jenkins, 2006, p. 14). La convergencia describe procesos de transformación cultural, tecnológica, industrial y social y rescata el rol de participación activa de los consumidores. Al referirse a la cultura participativa, Jenkins (2006) tiene por objetivo correrse de la noción de un espectador pasivo para pasar a integrar al productor y al consumidor en una sola persona y en tanto participante que interactúa conforme a un conjunto de reglas no definidas. El proceso de convergencia no se funda sólo en un artefacto tecnológico sino

en el cerebro de los consumidores individuales y mediante sus interacciones sociales con otros. Cada uno de nosotros construye su propia mitología personal a partir de fragmentos de información extraídos del flujo mediático y transformados en recursos mediante los cuales conferimos sentido a nuestra vida cotidiana. (Jenkins, 2006, p. 15)

En tercer lugar, y retomando al autor francés Pierre Levy, Jenkins (2006) aborda el concepto de *inteligencia colectiva* para señalar que el consumo es un proceso que tiene lugar en el seno de las interacciones que transcurren en la cultura de la convergencia. Jenkins (2006) intenta desmitificar las teorías que vaticinaban que la evolución de la técnica se traduciría en un proceso en que los nuevos medios desplazarían a los viejos (como en el caso de Internet, que se suponía que llegaría para reemplazar a la radio y la televisión) y los conducirían a la extinción. Además, puntualiza una distinción entre la confluencia de muchos artefactos en uno solo y el proceso cultural que conlleva estos cambios, más complejo que sólo de índole técnica.

Jenkins (2006) cita la obra de Nicholas Negroponte *Being digital*, del año 1990, para retomar la idea que profetizaba este autor al asegurar que existía una división entre los medios viejos y los nuevos. Mientras el paradigma digital proponía un darwinismo en el que los medios evolucionarían por una lógica de extinción-emergencia, la idea de convergencia postulaba que los medios viejos y los emergentes interactuarían entre sí. Desde este abordaje, un servicio que en el pasado se ofrecía por una vía única -como la radio, la televisión, la prensa o la telefonía-, hoy puede transcurrir por varios medios físicos y diferentes entre sí.

Las nuevas tecnologías mediáticas han hecho posible que el mismo contenido fluya por canales diferentes y asuma formas diversas en el punto de recepción. Mientras que el paradigma digital postula cambios abruptos y cortes diacrónicos, marcados por vectores tecnológico-históricos, el concepto de convergencia cultural, en cambio, admite procesos más transicionales, menos abruptos, en donde en la sincronía pueden describirse momentos de tensión, coexistencia, evolución y fusión tecno-cultural. (Jenkins, 2006, p. 22)

El autor indica que “lo que mueren son simplemente las herramientas que utilizamos para acceder al contenido de los medios” (Jenkins, 2006, p. 24) o lo que él denomina *tecnologías de distribución*. Ésta constituye una de las hipótesis centrales en torno al concepto de convergencia: los medios evolucionan, mientras que las tecnologías de distribución envejecen (o son suplantadas). La dinámica entre los medios y la técnica gravita en que los viejos medios no son desplazados sino que se transforman ante el surgimiento de las novedades tecnológicas, aunque no se reducen a este proceso. Jenkins (2006) remarca que la convergencia implica un cambio tanto en el modo de producción como en el de consumo de los medios.

g- EL DISCURSO TECNOLÓGISTA: LA “POTENCIA DE NO”¹⁸

Un reporte de la empresa *We Are Social* arrojó que dentro de la población mundial, que excede los 7.500 millones de personas, más de 3.800 millones son usuarios de Internet -ni más ni menos que 51% de los habitantes-, de los cuales 3.028 utilizan alguna red social¹⁹. Ante la contundencia de estas cifras, alejarse por un tiempo de las pantallas móviles parece una excentricidad. El sociólogo argentino Héctor Schmucler acuñó el concepto de *tecnologismo* en su artículo “Apuntes sobre el tecnologismo y la voluntad de no querer”, publicado en 1996 en la revista *Artefacto*, para postular que el discurso de la técnica es tautológico porque no es posible pensar por fuera de los discursos en torno a la técnica (a la cual se considera que es una y necesaria). El *tecnologismo* coloca a la técnica como una afirmación acrítica de sí misma, se erige como sentido común y traza un camino único para la definición de lo humano. Schmucler (1996) señala que el *tecnologismo* es una aporía porque supone que aun cuando se piense que se puede estar por fuera de él sólo se puede estar dentro de este paradigma. Pensar al ser humano a partir del *tecnologismo* implica cancelar la idea de futuro: “Para la técnica moderna no hay más futuro que el de su propia multiplicación dominadora; verdaderamente no hay futuro sino una expansión mimética del presente” (Schmucler, 1996, p. 2). La técnica instala el proyecto de un futuro sin devenir: “El tecnologismo insta, triunfalmente, una visión fundamentalista de la existencia: impone su trayecto técnico como mandato indiscutible; niega cualquier posibilidad de decir no al presente” (Schmucler, 1996, p. 3). Desarraigado del tiempo y del espacio, desaparece el momento único del ser humano, aquello que lo distingue del animal: la potencia de negarse. Lo totalitario emerge en el momento en el que se confirma una positividad a la que no se puede renunciar. Desde esta mirada, el hombre se vuelve *homo technicus*, creando entornos de interacción artificiales.

El mundo de las máquinas -dice Hannah Arendt en *La condición humana*- se ha convertido en un sustituto del mundo real (...) los aparatos que manejamos libremente en otro tiempo comienzan a parecer caparazones pertenecientes al cuerpo humano, como el caparazón perteneciente al cuerpo de una tortuga. (Schmucler, 1996, p. 4)

¹⁸ La “potencia de no” es una conceptualización empleada por la profesora Flavia Costa, durante el segundo cuatrimestre del año 2006, en la cátedra del Seminario de Informática y Sociedad de la carrera de Ciencias de la comunicación de la Facultad de Ciencias Sociales de la Universidad de Buenos Aires, para referirse al concepto de *tecnologismo* y la imposibilidad de negarse a situarse por fuera del paradigma de la técnica.

¹⁹ Información obtenida del artículo *El 40% de las personas de todo el mundo están en redes sociales*, publicado el 8 de agosto de 2017 <https://www.minutouno.com/notas/1564835-el-40-las-personas-todo-el-mundo-estan-redes-sociales-cuales-son-las-mas-usadas>

En esta articulación, se vinculan el *tecnologismo* con una noción protésica de la técnica: el cuerpo y la máquina se fusionan a partir de un imperativo que instala esta idea como una necesidad irrefutable, donde la virtualización del mundo puede interpretarse como la objetivación positiva de las imágenes evocadas en la caverna platónica: “La simulación de lo real ha reemplazado lo real mismo y ha suprimido el deseo de una salida” (Schmucler, 1996, p. 4). La consumación idolátrica de la apariencia es consecuencia de legitimar un discurso que se impone como único. Desde esta perspectiva, lucir bien no es sólo un impulso narcisista, sino el resultado del totalitarismo de la técnica, que instala nuevos modos de proyectarse hacia el mundo, mediante la hibridación de lo corporal con los rudimentos técnicos, calcinando las opciones para negarse a otras alternativas de construir la subjetividad.

h- LA FUNCIÓN PROTÉSICA DE LA TÉCNICA

Quien aborda la relación estrecha de los artefactos tecnológicos y la cotidianidad es Tomás Maldonado, en su libro de 1998, *Crítica de la razón informática*, quien dedica, en el capítulo “Cuerpo humano y conocimiento digital”, un apartado que se refiere a la función protésica de la técnica, para explicar la incorporación de las innovaciones técnicas a la vida cotidiana como integrados a la corporalidad. “Por prótesis se entienden estructuras artificiales que sustituyen, completan o potencian, parcial o totalmente, una determinada prestación del organismo” (Maldonado, 1998, p. 157). Maldonado (1998) propone una clasificación de las prótesis:

- Motoras: utilizadas para aumentar la potencia física e incrementar las prestaciones de velocidad.
- Intelectivas: orientadas a asistir al hombre en cuestiones relacionadas con el conocimiento (como las computadoras).
- Sincréticas: brindan un soporte integral y conjugan los beneficios de las anteriores, como los robots.
- Sensorio-perceptivas: involucran técnicas de fijación, registro y documentación de imágenes (la fotografía, la cinematografía y la televisión, entre otras).

A los fines de esta investigación, se pondrá el acento en estas últimas. Esta formulación conduce a la función protésica de la técnica al afirmar que el hombre desarrolla artefactos para sobrevivir, lo que lo convierte en un *homo faber*. Lo que distingue al hombre es su capacidad para abandonar un destino único y explorar los

mundos posibles. La tecnología atraviesa lo cotidiano y fenómenos actuales como la multipantalla -la presencia de múltiples monitores, de diverso tamaño y en distintos dispositivos, utilizados a la vez, dando surgimiento al desarrollo de múltiples funciones en un mismo momento- o patologías como la nomofobia²⁰, que surge como la imposibilidad de vivir sin el teléfono celular, dan cuenta de esta fusión cada vez más íntima entre cuerpo y artefacto.

Sibilia (2008) también puntualizó los alcances de la miniaturización de los dispositivos y su abandono de la confinación del hogar para hacerse presentes en todos los ámbitos de la cotidianidad “enchufados a los cuerpos, oídos y ojos de sus dueños” (Sibilia, 2008, p. 57). La función protésica de la técnica involucra todos los sentidos y constituye una nueva forma de estar en el mundo, donde la artificialización de la naturaleza y la naturalización de lo artificial no son concebidos con extrañeza, sino como dos dimensiones de un mismo fenómeno: somos uno con nuestro *smartphone*, registramos con la cámara lo que ven nuestros ojos y compartimos las experiencias mediante la imprescindible omnipresencia del artefacto móvil.

i- LA TÉCNICA COMO FICCIÓN INSTITUYENTE

El especialista en ciencia política y profesor en la Universidad de La Sorbona Lucien Sfez, en el prólogo de su libro de 2005 *Técnica e ideología: un juego de poder*, apela al concepto de *ficción instituyente* para cuestionar si es posible considerar a la técnica como una ficción de tipo instituyente, dado que las ficciones producen efectos y existe una presencia omnipotente de los tecnodiscursos en la vida cotidiana. Pero no se trata de una ficción abstracta -sin ligazón con formaciones discursivas puntuales-, sino de “cierto modo de existencia de los objetos técnicos y de la técnica tomada en su globalidad” (Sfez, 2005, p. 195) que se hace concreta mediante el uso de palabras y, fundamentalmente, de imágenes con un alto poder de seducción. Sfez (2005) postula que “las imágenes no son más que sus elementos y carecen de poder por sí mismas” (Sfez, 2005, p. 195). Pero para que esta ficción produzca efectos debe ser verosímil: “Las condiciones de credibilidad varían según la época, los públicos y su grado de cultura” (Sfez, 2005, p. 196). Este despliegue ficcional de la técnica debe reunir dos condiciones:

²⁰ El término proviene de la expresión en inglés *no mobile* (sin teléfono) y sirve para explicar el miedo irracional que sienten algunos usuarios cuando no disponen de sus teléfonos celulares. Según un estudio realizado por expertos españoles, el 53% de los usuarios de teléfonos celulares sufre de esta fobia, cuyos síntomas son ansiedad, inestabilidad, agresividad y dificultad para concentrarse. <http://www.lanacion.com.ar/1408061-crece-la-nomofobia-o-el-miedo-a-salir-sin-el-celular>

por un lado, contar con la capacidad de construir mundos posibles y, por el otro, que exista una comunidad de creencias que posibilite su circulación y le confiera un marco de legitimidad. *Instagram* ofrece imágenes que revelan mundos donde el esplendor de viajes soñados, cuerpos sin imperfecciones, relaciones sólidas y vidas maravillosas, se replican en posteos similares que dan cuenta de estas construcciones que son aceptadas por los usuarios, incluso cuando se comprenda que no se cuenta una verdad, sino más bien se propone un relato audiovisual verosímil (cuya raíz es la analogía con una situación de la realidad captada por la lente).

4- ROMÁN GUBERN: LA CULTURA EXHIBICIONISTA COMO SÍNTOMA DE LA ÉPOCA

El hilván entre extimidad, convergencia tecnológica y los cambios socioculturales producidos por los impactos de la innovación técnica nos conduce a introducir otro aspecto central en este análisis: la exhibición permanente de la vida cotidiana mediante el uso de imágenes fijas y en movimiento, la relevancia de la apariencia y la noción de celebridad que implica contar con un importante número de seguidores en dicha red social (que representa un capital simbólico que en algunos casos se traduce asimismo en uno de tipo económico). El autor español Román Gubern realiza un abordaje de las implicancias de la cultura exhibicionista en un análisis de la televisión y problematiza la vinculación entre estas dimensiones y su articulación con el poder. En el libro de 1987 *La mirada opulenta. Exploración de la iconosfera contemporánea* dedica un apartado a los eslabones que existen entre la noción de celebridad, el consumo de imágenes y la ambición por alcanzar notoriedad. En primer lugar, Gubern (1987) sostiene que el surgimiento de la televisión acarrió la aparición de un *star system* audiovisual que superó incluso al que había originado la industria cinematográfica. Este fenómeno tiene sus cimientos en criterios de seducción colectiva y se origina en la industria cultural, que opera como una fábrica de celebridades y estrellas del espectáculo. No obstante, es necesario que se produzca un acuerdo entre el público y la figura: “Si tal acuerdo o sintonía no se produce, la estrella no llega a nacer como tal” (Gubern, 1987, p. 374). Es decir, es necesario que la audiencia acepte la categoría estelar del personaje. Desde esta óptica, seducir al público reviste un interés de tipo político y la telegenia²¹ ocupa el lugar de

²¹ La noción de telegenia expresa la necesidad de presentar un atractivo particular para aparecer ante una cámara de televisión. Combina seducción, carisma y cierto histrionismo, y según el autor apunta a cautivar al espectador.

mayor importancia, superando incluso a las capacidades intelectuales y los valores y destrezas comunicativas. En este sentido, y haciendo referencia a la televisión, Gubern (1987) señala que, más que en los hechos o el contenido de los mensajes, se pone el eje en la cantidad y la frecuencia de las apariciones, lo que él denomina la *telecracia*, que se traduce en la fórmula “más apariciones, más valor” (Gubern, 1987, p. 375).

Para explicar mejor este fenómeno del egocentrismo exacerbado y de la puesta en relieve de la figura, el autor apela a uno de los mitos de la filosofía griega: el relato de Eróstrato²². Gubern (1987) denomina síndrome de Eróstrato al rasgo narcisista que caracteriza a la sociedad actual: “La necesidad compulsiva de esta notoriedad pública a cualquier precio es un síndrome generado por la iconocracia que rige nuestra cultura en la era electrónica, principal definidora de nuestra sociedad televisual, que proporciona el tejido comunicativo que hace también posible el Estado-espectáculo” (Gubern, 1987, p. 376). El concepto de iconocracia despliega dos aspectos centrales. El primero de ellos establece una “primacía del *look*”, la apariencia como un valor en sí mismo. En segundo término, vivimos en una sociedad en la cual estamos “gobernados por imágenes (...) no nos gobierna el líder político al que casi nadie ha visto en carne y hueso sino su representación pública tecnificada” (Gubern, 1987, p. 376). Siguiendo este recorrido teórico, el gobierno de las imágenes reemplaza la experiencia directa, y esa situación de

²² Eróstrato fue un pastor de la ciudad turca de Efeso. Al nacer tuvo una marca de nacimiento en forma de medialuna debajo del pezón. Quienes asistieron su nacimiento asociaron esta característica a un vaticinio: había sido consagrado a la diosa Artemisa. Eróstrato creció con la esperanza de ser uno de los elegidos de Artemisa, por lo que puso todo su esfuerzo en convertirse en sacerdote e incluso esperaba poder ofrendarle su virginidad a la Diosa. El joven se creía superior al resto y quiso unirse a los discípulos de Heráclito, esperando que le revelaran los secretos ocultos del Templo. Sin embargo, nunca logró su objetivo, debido a su falta de aptitud y su egocentrismo. Indignado, se fue a vivir a la ladera del Koressos y vivió encerrado en cuevas, como un ermitaño, desde donde podía observar el Templo. Con el correr de los años, se llenó de rencor, y la pasión por ser uno de los elegidos de Artemisa se convirtió en odio. Fue así que la noche del 21 de junio del año 365 a.C. se dirigió al Templo. Aquella noche, Artemisa estuvo más atenta al nacimiento de Alejandro Magno que a su propia guardia, que dormía en la entrada. Eróstrato aprovechó la distracción, encendió su antorcha con el fuego sagrado y entró al Templo. Se acercó a la cámara donde se encontraba el cuerpo sagrado de la Diosa, esculpido en mármol blanco, corrió el velo púrpura que la separaba de los mortales y le besó los pies. Tomó el manuscrito de Heráclito y, violando las leyes, lo leyó y conoció los secretos de los iniciados. A continuación, prendió fuego el cortinado y el fuego comenzó a extenderse por las figuras de ébano y los capiteles. Eróstrato alzaba las manos con desenfreno, mientras gritaba “¡Fuego! ¡Fuego!, ¡Eróstrato!, ¡Eróstrato!”. Los guardias corrieron a sujetarlo y lo encerraron. Bajo las órdenes de Artajerjes, el pirómano fue torturado para que confesara la razón de su crimen, pero no dejaba de gritar su nombre. Esa misma noche fue ejecutado. Desde entonces, las 12 ciudades jónicas prohibieron llamar Eróstrato a cualquier niño, por la *Damnatio memoriae* (condena de la memoria). Desde entonces, su nombre fue repudiado por haber destruido una de las siete maravillas del mundo antiguo y representa el egocentrismo y la megalomanía. <http://www.historiayarqueologia.net/el-pastor-que-quiso-ser-famoso/>

imagen compartida inaugura una comunión social. El impacto de este fenómeno adquiere tal contundencia que el autor afirma que lo que no aparece en la pantalla del televisor no existe para la vida pública ni para la historia.

El autor vincula la conformación de una cultura exhibicionista con la noción de pulsión, que se retomará más adelante: “El síndrome de Eróstrato ha pasado a ser, tanto para las personas públicas como para las que aspiran a serlo (es decir, para la mayoría), una seña de identidad de nuestra cultura exhibicionista” (Gubern, 1987, p. 377). Las implicancias del reinado de la imagen alcanzan una densidad que sobrepasa la acción comunicativa. Pero acaso lo disruptivo de este proceso es que ya no se trata de la transmisión de un acontecimiento, sino que el acontecimiento adquiere legitimidad a partir de su transmisión. La imagen realiza el acto, construye al sujeto, le otorga sentido y le confiere autoridad:

La densa y omnipresente iconosfera contemporánea tiende a reemplazar nuestra experiencia directa de la realidad por una experiencia vicarial e indirecta de la misma, intensamente mediada (y por lo tanto interpretada), en forma de mensajes manufacturados por expertos de las industrias culturales (...) Es decir, la imagen sustituye la experiencia sensorial directa de la realidad por la información fabricada que aliena a su observador de tal realidad. (Gubern, 1987, p. 401)

La expansión de las tecnologías audiovisuales materializó la posibilidad del ojo omnividente -el autor retoma el mito de *Argos Panoptes*²³- que habilita la ilusión de una visibilidad total, pero además la transformación de lo audiovisual en un espacio “central y hegemónico” de la cultura actual, lo que se manifiesta en “la pantallización de la sociedad posindustrial” (Gubern, 1987, p. 401).

En segundo término, el autor subraya la densificación icónica de la sociedad en tanto que, en presencia de las pantallas, el mundo se convierte en “un teatro para aplacar nuestra sed de imágenes” (Gubern, 1987, p. 402). La tercera consecuencia es la transformación del pueblo -en términos de sujeto político activo- en público, es decir, sujeto massmediático pasivo, debido a que las imágenes llegan procesadas y la única

²³Argos Panoptes (Argos de todos los ojos) era un gigante con cien ojos y un guardián eficaz, debido a que siempre estaba vigilante, incluso cuando dormía, ya que algunos de sus ojos permanecían abiertos. La leyenda cuenta que era un fiel servidor de Hera, quien le encargó guardar de Zeus una ternera blanca. Hera sabía que la ternera era, en realidad, una de las muchas ninfas con las que Zeus se apareaba para establecer el nuevo orden. Zeus quiso liberarla y para ello mandó a Hermes a matar a Argos. Hermes, disfrazado de pastor, se acercó a Argos para contarle historias aburridas, de modo que sus párpados cayesen dormidos y luego lo asesinó. Para conmemorar a su fiel guardián, Hera hizo que los cien ojos de Argos fuesen eternizados en las colas de los pavos reales (Ovidio I, 625). [http://mitosgriegoymas.wikia.com/wiki/Argos_\(mitolog%C3%ADa\)](http://mitosgriegoymas.wikia.com/wiki/Argos_(mitolog%C3%ADa))

tarea de los espectadores es situarse como receptores. Ante semejante profusión, se pierde el atractivo dado que “ya no vemos las imágenes, porque su hiperabundancia las ha trivializado y despojado en gran medida de su capacidad de atracción de la mirada. Paradójicamente, su exceso las ha convertido en invisibles” (Gubern, 1987, p. 403). Cabe destacar que la imagen icónica constituye una forma de espectáculo -su etimología combina los verbos mirar y observar- que neutraliza la capacidad crítica al generar una forma de hipnosis, instalando un punto de vista arbitrario sobre el mundo: al señalar que “el carácter engañoso del espectáculo estaba ya presente en el mito de la caverna de Platón²⁴” (Gubern, 1987, p. 404). Las imágenes, más que representar al mundo, lo deforman, “porque con su profusión pretenden enmascarar con frecuencia las carencias sociales que nos rodean. La opulencia de la sonrisa publicitaria y la belleza de las *stars* funcionan como eficaces bombos de las frustraciones colectivas y los déficit sociales” (Gubern, 1987, p. 405).

5- EL NARCISISMO Y LA ARQUITECTURA DEL *SELF*

En *Instagram* se revela -como seña de identidad- el surgimiento de un renovado *star system*, esta vez de índole virtual, cuyo vínculo con los *followers* se da mediante la plataforma *online*. Las figuras que registran cientos de miles, e incluso millones, de seguidores se erigen como verdaderas megaestrellas de la red (a algunos de ellos hasta se los cataloga de *influencers* -influenciador, en inglés-, debido al impacto que causan entre sus fanáticos). A pesar de las procedencias disímiles, las particularidades culturales, las singularidades ideológicas o las profesiones de los usuarios, el narcisismo irrumpe

²⁴En el capítulo VII de la República, Platón describe a un grupo de prisioneros de pie, ubicados uno al lado del otro, con cadenas que les impedían moverse y que los mantenían inmóviles frente a la pared del fondo de una caverna en la cual se proyectaban las sombras de sus cuerpos, producto de las llamas que ardían en un nivel superior, cerca del ingreso, y cuya luz reflejaba imágenes de personas y animales que se desplazaban sobre una tarima. Los hombres apresados en el interior de esa caverna, de espaldas a las llamas, estaban acostumbrados a ver la representación de las cosas como si fuesen las cosas en sí mismas. El primer punto de conflicto se produce cuando se plantea la posibilidad de que los esclavos fuesen liberados y tuvieran la posibilidad de ascender hacia el exterior. Allí se problematiza lo que ocurriría si los hombres, quienes estaban acostumbrados a las apariencias de las proyecciones, tomaran contacto con la luz del sol (una metáfora que el filósofo griego emplea para aludir a la idea de Verdad). Platón señala que el fulgor de la luz natural les causaría un daño a los ojos que probablemente produciría que los hombres allí atrapados quisieran regresar a la cotidianidad de las sombras proyectadas. Los esclavos liberados, en un intento por rescatar a sus compañeros, descenderían a las profundidades de la cavidad para romper las cadenas de los cautivos y conducirlos hacia la luz del sol, que en este capítulo representa la idea del Bien. No obstante, señala que aquéllos preferirían mantenerse en cautiverio, en lugar de tener que afrontar el pasaje hacia la realidad. De esta manera, Platón metaforiza el problema del conocimiento, critica las imágenes sensibles y postula que los sentidos son engañosos para acceder a la verdad de las cosas. Se trata de un relato que refiere al problema de la representación y posibilita una articulación con el consumo de imágenes.

como un denominador común en la mayoría de las cuentas e instala la abolición absoluta de la privacidad.

Gilles Lipovetsky aborda la emergencia del neonarcisismo en su libro de 1983, *La era del vacío*, donde se refiere al surgimiento de una nueva etapa en la historia del individualismo de Occidente, un modo de socialización diferente del que caracterizaba los siglos XVII y XVIII, basado en el abandono de las ideologías, la erosión de la identidad individual y una exacerbación del ámbito privado. Esta transformación se concreta en el hedonismo basado en la filosofía del “aquí y el ahora”, inserto en una cultura donde se exalta la personalidad y se colocan en primer plano los deseos personales antes que los intereses de clase; donde se imponen la esfera privada y la sobrevaloración de la subjetividad. El narcisismo se basa en la hipertrofia del ego y resalta los intereses personales, abriendo el camino hacia la exaltación del discurso en primera persona, la expansión del ego, el contacto y “el deseo de expresarse, sea cual fuere la naturaleza del mensaje, el derecho y el placer narcisista a expresarse para nada, para sí mismo, pero con un registro amplificado por un médium (...) sin otro objetivo que ser grabado por un micropúblico” (Lipovetsky, 1983, p. 15). La seducción condiciona las formas de socialización, ya que se ha convertido en un regulador de las costumbres. Este abordaje señala no sólo una manera de construir la subjetividad sino además de articularse dentro del tejido social, donde el papel de los medios masivos es fundamental: “Cada cual se observa, se vuelca sobre sí mismo en busca de la verdad y de su bienestar, cada uno se hace responsable de su propia vida, debe gestionar de la mejor manera su capital estético, afectivo, psíquico, libidinal, etc. Socialización y desocialización se identifican” (Lipovetsky, 1983, p. 24). Esta expansión de la interioridad se ve favorecida por el proceso de aceleración de las técnicas, el crecimiento de los medios y la ideología individualista. En este sentido, cabe preguntarse si es un yo hipertrofiado pero al mismo tiempo débil en sus competencias sociales que vayan más allá del *self* que se afirma a sí mismo en cada publicación, con insistencia megalómana.

La organización narcisista se expande por todos los ámbitos del tejido social, alcanzando incluso a la política, la cual no se mantiene apartada de la seducción y se encuentra más cerca del individualismo inflado que del maquiavelismo: “El hombre político reconoce humildemente sus límites y debilidades, exhibe su familia, sus partes médicos, su juventud” (Lipovetsky, 1983, p. 25). Estos mecanismos conducen a la generación de un *star-system* al cual todos los líderes políticos se someten y en donde la necesidad de

exposición “funciona con la información, con el *feed-back*, con la iluminación de lo social a la manera de un *strip-tease* integral y generalizado” (Lipovetsky, 1983, p. 27). La búsqueda del placer personal, el egocentrismo y la obsesión por el cuerpo intentan remediar la apatía que se desparrama por todo el sistema de creencias de la sociedad.

Lipovetsky (1983) vincula dos dimensiones de relevancia para este trabajo de investigación: el cuerpo y la temporalidad. “Cuando el futuro se presenta amenazador e incierto queda la retirada sobre el presente, al que no cesamos de proteger, arreglar y reciclar en una juventud infinita (...) con esa indiferencia hacia el tiempo histórico emerge el ‘narcisismo colectivo’” (Lipovetsky, 1983, p. 51). El narcisismo no implica una falta de personalidad, ni egoísmo, sino una nueva forma de constitución de la subjetividad. La corporalidad también se ve atravesada por estos vectores: la preocupación por la edad, el paso del tiempo, la obsesión por la salud, el culto al cuerpo, la belleza y la muerte. Se trata de temáticas que conducen a un nuevo imaginario social respecto del cuerpo que “ha perdido su estatuto de alteridad, de *res extensa*, de materialidad muda, en beneficio de su identificación con el ser-sujeto, con la persona” (...) Este proceso “engendra una existencia puramente actual, una subjetividad total, sin finalidad ni sentido, abandonada al vértigo de su autosedución” (Lipovetsky, 1983, p. 61). El cuerpo se convierte en una finalidad en sí misma y la apariencia se homologa con el ser. La exhibición desmedida impacta, asimismo, la preservación de la intimidad: “Al exigir constantemente mayor inmediatez y proximidad, abrumando al otro con el peso de las confidencias personales, ya no respetamos la distancia necesaria para el respeto de la vida privada de los demás” (Lipovetsky, 1983, p. 65).

El autor aborda otro punto que se relaciona con el funcionamiento de *Instagram* al referirse a la noción de compartir, ligado a operaciones de exclusión o inclusión: “La fraternidad no es más que la unión de un grupo selectivo que rechaza a todos aquellos que no forman parte de él” (Lipovetsky, 1983, p. 65). Esta dinámica de exaltación de la personalidad, apatía e indiferencia en la sociedad implican “la multiplicación y la aceleración en la rotación de los ‘famosos’ (...) Así, cada vez hay más estrellas y menos inversión emocional en ellas” (Lipovetsky, 1983, p. 74). El ídolo se convierte en una figura fugaz y permutable.

En su libro de 1979, *La cultura del narcisismo*, Christopher Lasch describe a la cultura que surgió en la década del 60, originada en una ruptura con el pasado y una despreocupación ante el futuro que conducen al hombre a situarse sólo en el presente.

Este proceso se traduce en un engrandecimiento de la personalidad, una exacerbación de la megalomanía y un antropocentrismo anclado en la egotopía. Ante la erosión de la confianza en las instituciones, el declive de la figura de la autoridad, la pérdida de credibilidad, el aburrimiento y el eclipse o pérdida del deseo, la filosofía que rige este cambio cultural es la de centrarse en la individualidad, a partir de la premisa de que sólo se vive una vez. Este fenómeno favorece la construcción del *self*²⁵.

Pese a sus ocasionales ilusiones de omnipotencia, la autoestima del narcisista depende de otros. No puede vivir sin una audiencia que lo admire. Su liberación aparente de nexos familiares y constreñimientos institucionales no lo es al punto que le permita sostenerse solo ni gozarse en su individualidad. Por el contrario, ella contribuye a su inseguridad, que sólo consigue superar si ve su grandioso *self* reflejado en la atención que los demás le brindan o adhiriendo a quienes irradian celebridad, poder y carisma. (Lasch, 1979, p. 28)

Este engrandecimiento de la personalidad va aparejado de un debilitamiento de los vínculos interpersonales y el temor al envejecimiento. El narcisismo tiene por objetivo la gratificación inmediata, pero además una construcción de la subjetividad que va de la mano con la seducción. La existencia se construye de cara a concitar la atención del público: el otro se transforma en audiencia. Lasch (1989) señala que “muchos escritores, en lugar de explorar en sus memorias, descansan en la revelación de sí mismos para mantener el interés del lector, apelando a la curiosidad por la vida privada de la gente famosa” (Lasch, 1979, p. 37). Lo que importa no es tanto la distinción entre realidad e ilusión, sino que el receptor crea en la historia, que ésta sea verosímil. Seguir la vida de las celebridades, convertirse en *fan*, permite llenar el vacío existencial. En este punto señala el quiebre entre las esferas de lo público y lo privado y efectúa una distinción entre los siglos XVIII -caracterizado por el límite entre la exhibición de los sentimientos y las interacciones cotidianas- y XIX, cuando los ciudadanos asumieron que los actos públicos daban cuenta de la personalidad íntima: “El culto romántico de la sinceridad y la autenticidad desechó las máscaras que la gente utilizaba en público y erosionó el límite entre vida pública y privada” (Lasch, 1979, p. 49). Se derriba, de este modo, la frontera entre el *self* y el resto del mundo. Más que el amor a uno mismo, el narcisismo señala la devaluación del ámbito personal. En este sentido, la proliferación de lo visual y lo auditivo se vuelven constitutivos de la subjetividad y la experiencia individual y colectiva:

²⁵ Esta noción permite consignar de qué se trata la famosa *selfie*. Se trata de un autorretrato que el usuario de *Instagram* efectúa solo o en grupo, con el objetivo de compartirlo con sus seguidores. Para tomarla, se coloca la pantalla del teléfono como si fuese un espejo, de modo que la toma pueda ser ajustada antes de la captura.

La vida moderna está tan mediatizada por imágenes electrónicas que no podemos evitar reaccionar ante los demás como si sus actos -y los nuestros- estuvieran siendo grabados y simultáneamente transmitidos a un auditorio invisible (...) La proliferación de imágenes grabadas socava nuestro sentido de la realidad. (Lasch, 1979, p. 71)

Las imágenes dan prueba de la existencia y permiten reconstruir la historia personal, pero además ofrecen “la vigilancia de uno mismo, no sólo porque la cámara brinda los medios técnicos para un escrutinio incesante, sino porque hace que el propio sentido de la mismidad dependa del consumo de imágenes del *self*, poniendo al mismo tiempo la realidad el mundo exterior” (Lasch, 1979, p. 71). En esta cultura narcisista se persigue la admiración y la fascinación de la celebridad. Esta gloria es efímera y quien la alcanza vive obsesionado por mantener la atención de su público (acaso una preocupación similar a la que abrumba a los gerentes de los canales de televisión, que persiguen el rating, o los empresarios teatrales y cinematográficos que viven pendientes de las cifras de convocatoria de sus filmes y obras, respectivamente).

Lasch (1979) avanza en los alcances de la espectacularización de la vida cotidiana y los articula con la política: ella misma se ha transformado en una forma de espectáculo. “Al príncipe moderno le importa, sobre todo, engatusar, ganar, seducir, según el lenguaje de los ‘documentos del Pentágono’, a la ‘audiencia relevante’. Confunde la realización exitosa de la tarea con la impresión que crea o espera crear” (Lasch, 1979, p. 86). En este marco, la relación entre imagen y política tiene por objetivo seducir al pueblo/audiencia. Esta fusión entre política y espectáculo busca exaltar la capacidad de liderazgo y reafirmar las cualidades personales, en lugar de definir metas de gestión o trazar metas orientadas al bien común. La vida cotidiana también adquiere características teatrales: la personalidad se forja en una dinámica social en la que somos, a la vez, actores y espectadores. Esta reversibilidad implica que la vida constituye una puesta en escena: se espera que adoptemos roles determinados, y nuestro *self* debe amoldarse a esas expectativas. Imagen, atractivo y desempeño conforman un conglomerado indispensable en la cultura narcisista. La apariencia refleja la interioridad y las destrezas sociales están orientadas a producir efectos, no a la autenticidad. Apariencia y seducción impactan de manera directa en el modo en que somos considerados por los demás.

6- JACQUES AUMONT: DETERMINACIONES QUE ATRAVIESAN EL CONSUMO DE IMÁGENES, EL DISPOSITIVO Y LAS FUNCIONES DEL MARCO

El autor Jacques Aumont, en su libro *La imagen*, de 1992, define al espectador como el sujeto que utiliza el ojo para ver la imagen. Aumont (1992) sostiene que el órgano de la visión no es neutro, es decir, que no se contenta con transmitir lo que ve lo más fielmente posible, sino que está atravesado por determinaciones asociadas a saberes previos, afectos y creencias históricas, sociales y culturales (en la relación del espectador con la imagen intervienen condicionantes fisiológicos, pero también psicológicos y sociales) y propone un estudio del espectador a partir de un abordaje psicológico, aunque este análisis no se agota necesariamente en ella. Aumont (1992) retoma a Ernst Gombrich, quien propuso la expresión “papel del espectador” para designar al “conjunto de actos perceptivos y psíquicos por los cuales el espectador al percibirla y comprenderla hace existir a la imagen” (Aumont, 1992, p. 90). Esta formulación plantea una arquitectura de la imagen en la cual intervienen la percepción, pero también un proceso de construcción. Desde esta mirada, la imagen no es algo dado, sino que existe una participación activa de quien la consume. La posición constructivista de Gombrich manifiesta que en la percepción de la imagen intervienen el sistema visual, así como las expectativas y elaboración de hipótesis y la verificación o refutación en torno a supuestos que esbozamos en torno a lo que vemos. El espectador “hace” la imagen, ostenta un rol activo. “El poder de convicción de la fotografía, considerada a menudo como portadora en sí misma de algo de realidad misma, depende del saber, implícito o no, que tiene el espectador sobre la génesis de esta imagen, sobre lo que Schaeffer llama su *arché*” (Aumont, 1992, p. 119).

Además del proceso racional-cognitivo, en el espectador se ponen en juego procesos pulsionales (una noción que proviene del campo del psicoanálisis) y afectivos que intervienen en la relación con la imagen. El concepto de pulsión escópica es central en el abordaje psicoanalítico del consumo de imágenes ya que se refiere a la necesidad de ver, ése es su fin, empleando como fuente el sistema visual y un objeto deseado. El objeto es el medio por el cual se alcanza el objetivo, Lacan lo denominó la “mirada”. En la pulsión se conjugan la necesidad de ver y el deseo de mirar. Lacan afirmó que “el cuadro es lo que, al dar algo como alimento para el ojo, al ser objeto de la mirada, satisface parcialmente la pulsión escópica” (Aumont, 1992, 131).

La foto satisface así particularmente la pulsión escópica puesto que hace ver (una realidad escenificada) pero también mirar (algo fotográfico, en estado puro, que provoca al espectador -el *punctum*, dice Barthes, es también lo que me pincha- y lo incita a gozar de la foto). (Aumont, 1992, p. 134)

El autor introduce en su análisis el concepto de dispositivo. En la relación entre el espectador y la imagen intervienen, además de las ya citadas, determinaciones fisiológicas y psicológicas y condicionamientos sociales, que se relacionan con el modo de producción y reproducción de imágenes, las condiciones de circulación y los soportes y los lugares por donde circulan. Para comprender su funcionamiento hay que distinguir dos dimensiones: la espacial y la temporal. En cuanto a la primera, el dispositivo gestiona el contacto entre el espacio del espectador y el espacio de la imagen, actuando como un regulador, un “naturalizador”, entre el sujeto espectador y la imagen, tomando en consideración que ambos no pertenecen al mismo espacio. El espectador percibe el espacio representado sumado al espacio plástico, dado que la imagen cuenta con una superficie, una organización de los objetos y sujetos, luz y contraste, colores, una materia de la expresión y elementos gráficos. Esta imagen es un objeto perceptible y con características determinadas, entre las que se destaca el tamaño, el cual “está entre los elementos fundamentales que determinan y precisan la relación que el espectador va a poder establecer entre su propio espacio y el espacio plástico de la imagen (...) El pequeño tamaño de ciertas imágenes permite entablar relaciones de proximidad y de posesión” (Aumont, 1992, p. 148). Las imágenes de gran tamaño parecen invadir al espectador, como ocurre con el cine. Por el contrario, las escenas de escala reducida ofrecen la ilusión de poder apropiarse de ellas, como sucede con los teléfonos inteligentes, las tabletas y las escenas plasmadas en pantallas de dimensiones acotadas. Además de las dimensiones de la imagen, entra en foco otro aspecto en este recorrido por el rol del dispositivo: el marco. Las imágenes no son ilimitadas, sino aislables perceptiva y/o materialmente. El marco constituye el borde de la imagen y puede ser material -un marco objeto tangible cuyos componentes pueden variar-, el marco actúa fundamentalmente delimitándola: “El marco límite es lo que detiene la imagen, define su campo separándolo de lo que no es la imagen, es lo que instituye un fuera-de-marco (...) Marco objeto y marco límite van juntos la mayoría de las veces, pero es importante notar que eso no es obligatorio” (Aumont, 1992, p. 153). Asimismo, el marco posee una serie de funciones: visuales, económicas, simbólicas, representativo-narrativas y retóricas.

En primer lugar, señala que el marco tiene funciones visuales, en tanto actúa separando perceptivamente la imagen de su exterior, aísla el campo perceptivo, realza la nitidez de la imagen y posibilita una transición no brusca entre el adentro y el afuera.

En segundo término, postula que el marco posee funciones económicas, allí cobra fuerza el concepto de marco objeto, y su importancia está dada no tanto por la función de acotar la imagen sino por la de adquirir un valor intrínseco en términos mercantilistas, un valor comercial que incluso puede revestir un valor todavía superior al de la imagen en sí.

La tercera es la simbólica, una función indiciaria que le dice al espectador que se encuentra en presencia de una imagen que se ajusta a determinadas convenciones y que posee un determinado valor, le confiere un estatus particular.

La cuarta función del marco es representativa y narrativa, su rol es la apertura hacia un mundo imaginario, a una diégesis, donde el marco encarna la idea de la metáfora de una ventana abierta al mundo (propuesta por el pintor y matemático León Battista Alberti).

La quinta, y última, es la función retórica, donde el marco se puede entender como portador de un discurso casi autónomo, poniendo de manifiesto la expresividad del marco en relación con su contenido representativo.

7- JESÚS GONZÁLEZ REQUENA: LA RELACIÓN ESPECTACULAR Y LAS TOPOLOGÍAS DEL ESPECTÁCULO

El autor español Jesús González Requena (1988) postula que el espectáculo consiste en la relación entre una actividad que se ofrece y un sujeto que la contempla, allí se funda la relación espectacular: "Interacción que surge de la puesta en relación de un espectador y una exhibición que se le ofrece" (González Requena, 1988, p. 55). Para darle una mayor precisión al análisis, González Requena (1988) menciona cuáles son los sentidos interpelados por el espectáculo. Descarta el gusto, el olfato y el tacto, todos ellos vinculados a la intimidad. "El espectáculo -la relación espectacular- en cambio parece constituirse en la distancia en una relación distanciada que excluye la intimidad en beneficio de un determinado extrañamiento" (González Requena, 1988, p. 56). El oído, si bien participa en el espectáculo, queda en un segundo plano por su excesivo alejamiento. La vista es, entonces, el sentido rey, donde el sujeto se constituye en espectador "nada

mejor que la mirada para sustentar una relación con otro cuerpo del que se carece” (González Requena, 1988, p. 57).

En este análisis entra en juego un factor fundamental: el cuerpo vital, que se ofrece y hacia dónde se dirige la mirada del espectador. Se trata de un cuerpo en acción, en la inmediatez de su actuar, distinto al de los ya citados fotografía, pintura o escultura, donde el cuerpo aparece “a través de unas huellas que remiten a una actividad -y a una presencia- alejada en el tiempo” (González Requena, 1988, p. 57). No obstante, no es condición necesaria que sea un cuerpo humano, ni que el cuerpo esté a la vista “siempre que los resultados inmediatos de una actividad resulten lo suficientemente visibles” (González Requena, 1988, p. 57). González Requena (1988) se pregunta qué ocurre con los casos del cine y la televisión, y sostiene que “poco importa que los cuerpos no estén presentes realmente si la mirada del espectador los acepta como tales” (González Requena, 1988, p. 57). Lo único que podría quebrar esa ilusión es el sentido del tacto, que está excluido del espectáculo. El autor insiste con que la distancia es un elemento constitutivo del espectáculo, que es la huella de una carencia: la ausencia del cuerpo afirmado del espectador “que se entrega a la contemplación de otro cuerpo, esta vez afirmado -en su exhibición- y que por ello se manifiesta necesariamente fascinante” (González Requena, 1988, p. 58).

- Un cuerpo que se ofrece afirmado como imagen que fascina.
- Una mirada, proveniente de un cuerpo negado.
- Una distancia infranqueable entre ambos.

Estos son los tres elementos para la seducción, que apuntan a atrapar la mirada deseante del otro. El ojo es el órgano deseante, que sustenta un vínculo escópico, visual, con el otro, y además está involucrado en la relación de mirar y ser mirado. Es mediante la seducción que el cuerpo adquiere su dimensión económica. Por un lado está el deseo de ver, la pulsión escópica; y, por el otro, el cuerpo mercancía, allí se encuentra el dinero como valor de cambio: “El ojo desea y se apropia de la imagen de su deseo, el cuerpo se apropia del deseo del que mira y la transacción es mediada por el dinero que paga el que sustenta la mirada” (González Requena, 1988, p. 60). Pero además de la dimensión económica, la seducción reviste otro aspecto que se vincula con el poder dado que ejerce poder sobre el deseo del otro. Por esta razón, generar deseo es la condición del poder. El poder adquiere características espectaculares para atraer el deseo de los demás. Es así como se produce la articulación entre dos políticas, la del deseo y la del poder. El autor

explica cuál es la energía, el deseo que sustenta la relación espectacular. Para dar cuenta de ello incursiona en el campo del psicoanálisis, apelando al concepto lacaniano de la identificación imaginaria²⁶, la fase del espejo para explicar nuestra fascinación por mirar imágenes. “El ser humano sólo ve su forma realizada, total, el espejismo de sí mismo, fuera de sí mismo” (Jacques Lacan, El Seminario I, 1953-54, p. 213). “Su imagen especular. Esta imagen es funcionalmente esencial en el hombre, en tanto le brinda el complemento ortopédico de la insuficiencia nativa”. Una vez más, Requena (1988) cita el rol central del órgano de la vista, mediante el cual va en busca de aquello de lo que carece, es el ojo el órgano que desea. La mirada entabla un vínculo escópico y satisfactorio con el otro. La relación entre cuerpo afirmado que se exhibe, la mirada de un cuerpo negado y la distancia infranqueable que existe entre ambos es abordada mediante la explicación de diferentes topologías donde se desarrollan estas actividades. González Requena (1988) elabora esta matriz y propone una serie de modelos teóricos del espectáculo a partir de la distinción que se sitúa en el lugar de la mirada del espectador en relación con el espectáculo exhibido. Requena (1988) se pregunta cuál es el lugar de la mirada. Partiendo de esa formulación, el autor elabora cuatro modelos topológicos que recorren, a través de una línea histórica, las particularidades, las diferencias y las implicancias que tienen en la relación espectacular. Estos modelos topológicos son el modelo carnavalesco, el modelo circense, la escena a la italiana y el modelo de la escena fantasma. Detallar estos modelos topológicos será el punto de inicio para articularlos con el funcionamiento de la red social *Instagram*.

²⁶ “En el comienzo de la vida humana, la figura de la madre desempeña un papel capital: es objeto pleno de amor (de alimento, de confort, de seguridad, de placer). Pero esta madre, de quien hasta hace bien poco el bebé se creía indistinto, se convierte pronto en algo inconstante. En el contexto de esa absoluta dependencia de la madre y, por tanto, bajo la presión angustiosa de la amenaza de su pérdida (de la carencia absoluta), el niño empieza sobre los seis meses a elaborar la diferencia entre el dentro y el fuera, entre el yo y el no yo, a percibir los límites de sí. Pero el niño no sabe todavía qué o quién es: la percepción de su ser separado empieza a aparecer con este descubrimiento del afuera que es a la vez descubrimiento del otro y experiencia nuclear de la carencia: el otro es, antes que nada, aquello de lo que se carece. Y, por ello mismo, objeto de deseo. Y así el sujeto construye, prematuramente, su imagen de sí, su yo, sobre el modelo del otro (...) El yo del sujeto nace sobre el modelo de esta imagen del otro que es, a la vez, aquello que desea. Tal es lo que Lacan ha llamado la identificación imaginaria: identificación con la imagen especular del otro”. (González Requena, 1988, pp. 61-62)

7.1- MODELO CARNAVALESCO

El carnaval y las ferias se ubican dentro del primer modelo propuesto por González Requena (1988), cuyas características son la escena abierta, indefinida e ilimitada, la reversibilidad de los actores involucrados -situada en la ausencia de jerarquía, lo cual posibilita que cualquiera adquiera los lugares de observador y de observado- y la ausencia de mediación del dinero, impidiendo que el cuerpo se fetichice para revestir el carácter de mercancía. En este espectáculo gratuito, el espacio público configura el escenario donde se producen las interacciones sociales. La acción comunicativa transcurre en un marco en el cual nadie ostenta la propiedad de la mirada ni del espacio.

Su tratamiento del espacio define al carnaval como una manifestación ejemplar de la cultura popular: la ausencia de toda clausura de la escena, la reivindicación total de la calle como lugar de interacción y el sistemático intercambio de papeles entre espectadores y celebrantes en un juego abiertamente promiscuo y permanentemente móvil que niega toda propiedad (de la mirada, del deseo, del cuerpo de la palabra o del espacio), y que por ello impide toda fetichización. (González Requena, 1988, p. 68)

El trayecto de la mirada es azaroso, la visión es parcial y fragmentaria, y la configuración excéntrica²⁷ del espacio espectacular propicia la libertad para elegir un trayecto dentro de la multiplicidad de los puntos de visión posibles en el modelo carnavalesco.

7.2- MODELO CIRCENSE

El circo, las carreras de animales y los eventos deportivos se ubican dentro de esta topología, en la que se produce un cambio central en relación con el modelo carnavalesco: “Los rasgos esenciales que caracterizan al modelo circense: la clausura del escenario, la asimetría e irreversibilidad de los dos papeles de la relación espectacular y la excentricidad y arbitrariedad relativa de la posición del espectador” (González Requena, 1988, p. 70). En este modelo, la escena se clausura, el espectáculo se organiza de manera circular o elíptica en torno a un centro nuclear y los espectadores se ubican de

²⁷ La configuración excéntrica implica una cierta indiferencia hacia la mirada y el lugar del espectador. Lo contrario ocurre con la concéntrica, dispuesta para el espectador. La organización espectacular en el caso del teatro, el cine y la televisión apunta a la mirada del espectador. Articulado bajo criterios perspectivistas, la configuración de la topología espectacular está diseñada en función exclusivamente del espectador: se piensa en él como el destinatario de ese espectáculo. Escenarios, cámaras y escenografías se estructuran tomando en cuenta que quien disfruta el espectáculo acceda al mejor punto de visión desde donde se encuentre.

manera arbitraria, estando imposibilitados de franquear la frontera dispuesta entre quien observa y quien protagoniza el evento. Si el carnaval proponía una escena abierta y reversible, el modelo circense acota el trayecto de la mirada, con una angulación y una perspectiva particulares, manteniendo la configuración excéntrica. “Queda así rota, con el modelo circense, tanto la simetría como la reversibilidad de los dos lugares de la relación espectacular que caracterizaba al carnaval (...) Es ésta, pues, una configuración espacial plenamente protagonizada, dominada, por el evento-espectáculo” (González Requena, 1988, p. 69).

7.3- ESCENA A LA ITALIANA

En la escena a la italiana se producen y diferencian dos cuestiones centrales: la reconfiguración del espacio y la introducción del pago de la entrada como condición de acceso al espectáculo. Por un lado, se abandonan el círculo y la elipse y, por el otro, se produce una transformación en la relación posicional entre el espectador y la escena, en la cual el espectador comienza a ocupar un lugar de privilegio, a diferencia de las topologías anteriores. La escenografía y los actores se organizan de modo que todo gira en torno a un centro óptico exterior en el cual el espectador obtiene un dominio visual pleno de la escena, a partir de una organización según los criterios de la pintura perspectivista:

Un espacio (pictórico) que lejos de estar sometido a un único centro interior (...), se modela en función de un centro exterior al propio lienzo y en el que convergen las líneas de perspectiva; emerge así un sistema topológico que realiza en el ámbito pictórico la consagración de un sujeto trascendental, aquel que desde el único lugar privilegiado mira un universo razonablemente ordenado o, más exactamente, ordenado en función de su propia razón. (González Requena, 1988, p. 70)

El sujeto adquiere preponderancia en toda la organización del evento-espectáculo. Se trata de “una nueva configuración del espacio espectacular en función del lugar ocupado por el espectador, al que se reconoce por primera vez, el derecho a un pleno dominio visual del espectáculo” (González Requena, 1988, p. 71). En la escena a la italiana se produce una ruptura definitiva en relación con el espectáculo y la calle. A diferencia del carnaval, donde la calle era el espacio de la interacción, de la reversibilidad y de la ausencia de límites, en esta topología la calle se limita a un lugar de tránsito.

Un divorcio que se descubrirá a medio plazo como plenamente congruente con la ordenación burguesa de la ciudad: negación de todo desorden carnavalesco, apresamiento del espectáculo en lugares cerrados y fácilmente controlables, conversión de la calle en mero espacio de tránsito y no en lugar de interacción. (González Requena, 1988, p. 71)

Además de la mutación en las relaciones visuales entre el espectador y la escena - que proponen una configuración concéntrica-, González Requena (1988) destaca un hecho central: la introducción de la restricción de pagar la entrada para acceder al espectáculo. De este modo, se democratiza el acceso a la configuración concéntrica de la escena -que anteriormente estaba reservado a las clases dominantes-, así como el deseo se mercantiliza y el espectáculo se fetichiza.

7.4- ESCENA FANTASMA (CINE Y TELEVISIÓN)

El cine y la televisión representan la cuarta topología espectacular. En este modelo se mantiene el reinado de la configuración concéntrica del espacio del espectáculo, encontrándose éste ordenado bajo criterios perspectivistas (a partir del proceso de producción de imágenes). Es la posición de la cámara la que prefigura el lugar virtual que ocupará el espectador, quien goza del mejor lugar de la visión, ya que tiene la posibilidad de acceder a todos los ángulos y obtiene una visión absoluta, accediendo a toda la información, en todo momento.

Esta paradoja espacial -multiplicidad del punto de vista y, a la vez, unicidad del lugar concéntrico de la mirada- explica, por otra parte, la potencia espectacular de estos nuevos medios: el espectador se halla siempre en el mejor lugar de la visión, pero no ya -como sucedía en la escena italiana- porque se encuentre en el mejor ángulo de la visión, sino porque tiene acceso, al menos potencial, a todos los ángulos de visión. (González Requena, 1988, p. 72)

La escena fantasma fagocita a los demás espectáculos, con lo cual el modelo concéntrico se impone de manera definitiva, lo cual conduce a un fenómeno de banalización, debido a que todo tiene cabida en la televisión. No obstante, el autor señala que su contrapartida es la descorporeización del espectáculo, ya que el cuerpo es reemplazado por haces lumínicos y cede su lugar a imágenes que sustituyen cuerpos denegados. Además, la televisión se convierte en el único espectáculo, ya que devora a todos los demás, que se ven monopolizados por el espectáculo electrónico. En este marco, no sólo el cuerpo se ve afectado sino también los espacios y los tiempos.

En otros tiempos, en casi todos, el espectáculo era algo excepcional. Tenía lugar en las efemérides, en los momentos de celebración (...) Todo se ha transformado con la cultura electrónica que, modelada por el discurso televisivo,

bien podría ser definida como la cultura de la absoluta accesibilidad. (González Requena, 1988, p. 81)

Así, el espectáculo se torna cotidiano y omnipresente, pero además produce la emergencia de un mundo mediatizado y descorporeizado en el que la experiencia perceptiva directa es reemplazada por las imágenes que surgen de los haces de luz de las pantallas.

8- METODOLOGÍA Y OBJETIVOS DE LA INVESTIGACIÓN

Encarar una investigación académica como la de esta tesina de graduación reviste características particulares. Se trata de un objeto de estudio que se encuentra en crecimiento y transformación permanentes: se agregan modificaciones estéticas, se amplían las posibilidades técnicas y surgen nuevas prestaciones funcionales, que confluyen en el propósito de posicionar a *Instagram* como una red social cada vez más competitiva y “seductora”. Emergen modificaciones en la interfase y se amplía la duración de los videos. En este sentido, el análisis intenta estabilizar algunas cuestiones con el objetivo de dotar de sentido a esta plataforma, en relación con las topologías espectaculares. Allí se plantea el desafío académico de analizar un objeto mientras se acompaña su evolución. Además, debido a que no existe bibliografía relacionada con la emergencia y la expansión de esta red social, es pertinente realizar un abordaje teórico que pueda contribuir a una comprensión no sólo desde su funcionamiento o las estadísticas sobre su expansión y evolución, sino mediante un relevamiento académico.

La metodología que se utilizará en este trabajo es un análisis de caso cualitativo, a partir de un enfoque psicosocial, aunque con el aporte de otras disciplinas del campo de las ciencias sociales (o humanísticas). Se realizará un análisis comparativo de la red social *Instagram*, tomando como muestra un período determinado por el segundo semestre del año 2016 y un conjunto de diez usuarios (que serán detallados en el corpus de este trabajo) los cuales serán el punto de partida para rastrear las coincidencias y las diferencias con los diferentes modelos de espectáculo esgrimidos por Jesús González Requena (1988). La articulación de los enfoques psicoanalítico, filosófico, técnico y político permitirá determinar si es posible conceptualizar un nuevo modelo de espectáculo o si, en cambio, es pertinente referirnos a una tipología híbrida.

8.1. OBJETIVO GENERAL Y OBJETIVOS ESPECÍFICOS

Objetivo general: determinar si es posible definir a la red social *Instagram* como un nuevo modelo de espectáculo, en relación con las topologías que el autor español Jesús González Requena (1988) propone al realizar una historiografía de los diferentes modelos espectaculares (carnavalesco, circense, escena a la italiana y escena fantasma) o si habría que hablar de una topología híbrida.

Por otro lado, los objetivos específicos de esta investigación son:

1. Enumerar los condicionamientos socio-técnicos de la emergencia de *Instagram*, a partir del surgimiento de las formas tecnológicas de vida y sus características.
2. Articular relatos de la filosofía clásica, en relación con la noción de espectáculo, la relación espectacular, la cultura exhibicionista, la constitución del espectador y la representación, con los usos y funciones de *Instagram*.
3. Estudiar la constitución del espectador y el rol del dispositivo en *Instagram*.
4. Definir -o redefinir- las nociones de espacio, tiempo y cuerpo, en el funcionamiento de la red social *Instagram*.

8.2. CORPUS DE ANÁLISIS

El análisis de este relevamiento tomará como corpus un conjunto de usuarios de *Instagram* de diversas procedencias: la política, el deporte, el espectáculo, la gastronomía y la religión. El criterio de selección de las cuentas está basado en que se trata de personalidades que se caracterizan por ostentar sus vidas privadas e íntimas en la red, con un flujo de publicación frecuente. Los ejes serán el cuerpo, la relación entre lo público, lo privado y lo íntimo, las formas tecnológicas de vida, la construcción de la subjetividad, el discurso tecnologista y las topologías espectaculares. En primer lugar, se tomarán en consideración aquellas cuentas donde se ponga de manifiesto una exhibición deliberada de la corporalidad y la vida cotidiana. Es decir, aquellas personas que muestren facetas de su vida, de manera regular y asidua, como una práctica habitual. Se apelará al uso de cuentas donde se combinen fotografías e imágenes en movimiento (videos y *GIF*). Se tomará a estos usuarios y se realizará un análisis de sus cuentas de *Instagram*, con el objetivo de proponer particularidades distintivas. El tercer paso será proponer un compendio de coincidencias detectadas entre las cuentas seleccionadas. Es decir, las

generalidades que se activan en la dinámica general, los usos y sus singularidades en esta plataforma.

- 1) La primera cuenta elegida es la del Papa Francisco, Jorge Bergoglio <https://www.instagram.com/franciscus/>. El Sumo Pontífice ostenta 4.486.747 seguidores, mientras que él no sigue a nadie. Con un total de 442 posteos, @franciscus se inauguró el 19 de marzo de 2016.
- 2) El jugador de fútbol argentino Lionel Messi <https://www.instagram.com/leomessi/> es la segunda cuenta tomada como objeto de análisis. Con 78.905.423 seguidores, la estrella deportiva sigue a tan sólo 177 usuarios y cuenta con 233 publicaciones, la primera de ellas fue subida el 14 de agosto de 2013.
- 3) La tercera cuenta seleccionada para la revisión es la de la modelo, actriz y DJ argentina Carla “Calu” Rivero <https://www.instagram.com/lacalurivero/>. La siguen 874.629 personas y ella hace lo propio con 1.072 usuarios. Con 3.539 publicaciones, está presente en la red desde el 4 de julio de 2014.
- 4) El Presidente de la República Argentina, Mauricio Macri, <https://www.instagram.com/mauriciomacri/> es otra de las cuentas escogidas para el análisis. El primer mandatario posee 725.235 seguidores y sigue a 135 personas. Ostenta 1.078 publicaciones y la primera de ellas fue subida a *Instagram* el 21 de abril de 2012.
- 5) El cocinero argentino Fernando Trocca cuenta con 109.404 seguidores y es atento a 1.043 perfiles de la red social. Su usuario es <https://www.instagram.com/ftrocca/> y ostenta 1.324 publicaciones. El empresario de la gastronomía está presente en dicha plataforma digital desde el 28 de marzo de 2013.
- 6) Candelaria Tinelli es la hija del conductor de televisión que porta el mismo apellido, dirige la marca de ropa Madness Clothing, se dedica a la pintura y canta. Con un total de 2.670.856 seguidores, registra 1.440 publicaciones y sigue a 496 cuentas. Está presente en *Instagram* desde el 25 de julio de 2013.
- 7) La periodista Agustina D’Andraia escribe para la revista Para Ti y es la autora del libro *Diario de una chica fit*. Su cuenta de *Instagram* <https://www.instagram.com/agusdandri> está *online* desde el 13 de febrero de 2013, ostenta 168.130 seguidores, revela 854 preferencias de seguimiento y ha subido 4.814 publicaciones.

- 8) La cantante de pop Selena Gómez es la usuaria con mayor cantidad de seguidores de la red social. Con 125.650.829 suscriptos a su cuenta, la figura de la música integra este corpus de análisis precisamente por el furor que crea en esta plataforma. La cuenta <https://www.instagram.com/selenagomez> registra 1.356 publicaciones y se inició el 13 de julio de 2013.
- 9) El Presidente de los Estados Unidos, Donald Trump, tiene 7.405.875 *followers*²⁸ en su cuenta. Con 2.269 publicaciones y siguiendo a tan sólo siete cuentas, está presente en la red desde el 9 de abril de 2013. Su plataforma <https://www.instagram.com/realdonaldtrump/> se suma a este análisis.
- 10) La cantante y actriz argentina Mariana “Lali” Espósito es la décima cuenta elegida para el análisis. Con 4.049.190 seguidores, la cuenta <https://www.instagram.com/laliespositoo/> es una de las que registra más cantidad de seguidores en Argentina e inició sus actividades el 5 de octubre de 2012.²⁹

²⁸*Follower* significa “seguidor” en inglés, y se refiere a la categoría de usuario de *Instagram* que está suscripto a las publicaciones de una o varias cuentas.

²⁹ Estos datos se encuentran actualizados al mes de septiembre del año 2017.

9- ANÁLISIS

Con el objetivo de articular los conceptos teóricos volcados en los apartados precedentes, el siguiente paso de esta investigación será la construcción de una serie de variables metodológicas que permitan operacionalizar el recorrido conceptual de los autores citados y articular las temáticas planteadas en relación con las cuentas de *Instagram* tomadas para integrar el corpus de este trabajo. Nos referiremos, para ello, a cuatro ejes de análisis:

- Eje corporal-temporal:

Tipos de cuerpos y temporalidad exhibidos por los titulares de las cuentas analizadas. Este ítem propone una descripción de las anatomías que se revelan en las cuentas analizadas y de qué modo se (re)presentan hacia los usuarios de la red social (cuerpos enteros, parciales, naturales o artificiales), así como la forma en que están exhibidos (poses, actividades, acciones y gestualidades) y las formaciones discursivas que subyacen en esas publicaciones. En tanto, se detallará si predominan el tiempo real –plasmado en la inmediatez de la publicación-, si persiste el pasado -en tanto archivo de instantes- o si se revela una combinatoria de ambas temporalidades.

- Eje sociotécnico:

Las formas tecnológicas de vida y sus características. Un nuevo espacio: los no lugares. La virtualización del tiempo y el espacio. La extimidad como tecnología de construcción de la subjetividad. La convergencia cultural. El discurso tecnologista: la potencia de no. La función protésica de la técnica. La técnica como ficción instituyente.

- Eje psicosocial:

La cultura exhibicionista como síntoma de la época, el narcisismo y la exaltación del *self*. Determinaciones que atraviesan el consumo de imágenes y cómo se articula el dispositivo y las funciones del marco en referencia a las cuentas analizadas.

- Eje topológico-espectacular:

La relación espectacular y las topologías del espectáculo. Se trata de mostrar si existe un predominio de un modelo espectacular por sobre los demás, si se produce una hibridación de las diferentes topologías o si emerge una nueva modalidad que aglutine elementos de los modelos citados junto con las novedades que propone la contemporaneidad, en términos de las transformaciones tecnológicas y los cambios culturales.

9.1- EJE CORPORAL-TEMPORAL

La corporalidad en *Instagram* permite un abordaje desde tres aproximaciones: el cuerpo exhibido, el cuerpo fragmentado y el cuerpo como portador de discursos. Por lo general, se da una coincidencia entre las tres dimensiones, de manera articulada y con predominio de una dimensión por sobre las demás.

La exhibición del cuerpo está planteada como una propuesta que se enlaza con su par, el *voyeurismo*. Son anatomías alterdirigidas, destinadas a la mirada de un seguidor que ocupa el lugar de espectador ávido de esas proyecciones que se producen desde el espacio en el cual fueron tomados la foto o el video, y enviados para ser consumidos a través de la pantalla. Son cuerpos que actúan para la cámara, destinados a una mirada que consume esas producciones icónicas. A veces están en acción; otras veces posan, o reposan, pero en ellos se manifiesta una acción centrífuga, que exterioriza un propósito manifiesto, es el cuerpo que está en un lugar determinado, en un momento concreto, ofreciendo una disposición deliberada y ofreciéndose como un fin en sí mismo. Las cuentas analizadas coinciden en una corporalidad que se muestra en acción. Son cuerpos captados en el instante de una acción, en la campaña política, en el gimnasio, en un viaje, en una cocina, sobre un escenario, en el reposo de una cama o en la laxitud de un momento de intimidad. La exhibición apela al espectador y llama su atención para concitar una reacción. El impulso básico desde el cual se concita al seguidor es la seducción. El cuerpo se exhibe de diversas maneras y los modos de mostrarse inciden en el tipo de vínculo que se construye en esas interacciones, en torno a lo que se muestra y lo que se oculta.

En este punto emerge el segundo abordaje: el cuerpo mostrado de manera parcial. Las cuentas analizadas oscilan entre anatomías completas y e imágenes en las que sólo se permite una aproximación a una parte del cuerpo: las manos, una barba, los pies, un tatuaje, superficies corporales tatuadas, curvas anatómicas o una mirada condensan la totalidad de una publicación: en la singularidad de un detalle se expresa la acción del retratado. Más allá de que se trate de una captura al azar o de una pose para la cámara, la acción se manifiesta en el hecho de la publicación. Ese cuerpo se torna vital en la acción de la publicación. Cuando el titular de la cuenta toma la decisión de exhibir esa imagen, que se puede tipificar como “momentos reveladores” (representar y presentar) más allá de que la toma de la fotografía pueda haberse situado en una situación azarosa. Son cuerpos vitales no sólo porque actúan para la cámara, sino porque existe una

decisión que conduce a la acción de subir las imágenes a la plataforma. El cuerpo actúa para la cámara pero también lo hace cuando toma la decisión de exhibirse, incluso cuando manipula la publicación al editar sus epígrafes o modificar variables como la geolocalización o el etiquetado de una persona. Existe una acción cuando se actúa para la cámara, pero también en la manipulación de las publicaciones: no se trata de publicaciones cuyo sentido se clausura una vez que se realiza el *upload*. El titular de la cuenta puede intervenir ese producto editándolo, eliminándolo o al hacer una reedición desde otra angulación o aplicando nuevas modificaciones estéticas, valores lumínicos, filtros y configuraciones. Es un cuerpo editable, abierto a recortes, modelable y dinámico. No queda relegado a la fijeza de lo mostrado, sino que permite obturaciones, aperturas, transformaciones, y allí se expresa una voluntad: la intención de hacer visible el contacto.

La tercera aproximación a la corporalidad es aquella en la que el cuerpo vehiculiza formaciones discursivas puntuales en las que la anatomía es portadora de significantes diversos. Son cuerpos que exceden el consumo escópico y ofrecen un mensaje, proponen valores, persiguen objetivos, construyen arquetipos relacionados con un momento histórico determinado. En las maneras de actuar ante la cámara subyacen instancias discursivas que apelan al espectador no sólo desde el disfrute *voyeurista*, sino desde la expresión de un mensaje concreto. Se trata de cuerpos abiertos, que rompen con las limitaciones topológicas de su espacio concreto y se abren no sólo a la mirada de los seguidores, sino a las opiniones, los comentarios y el vínculo con otras personas, más allá del lugar desde donde fue registrada la escena. Los lazos mediante los cuales se establece el vínculo entre una mirada que consume esas imágenes y los cuerpos que son objeto de deseo se caracterizan por la virtualidad: la mirada que desea y la corporalidad deseada pueden estar ubicados en lugares no definidos y a su vez cambiantes. Mediante el uso de dispositivos tecnológicos portables y la masificación de las conexiones *wi-fi* es posible que los usuarios puedan conectarse exentos de la confinación a ciertas coordenadas geográficas pero además con la posibilidad de que tanto uno como el otro no sepan específicamente desde donde emerge o fue producida esa publicación. El encuentro se da fundamentalmente de manera escópica, donde la vista es el sentido principal, pero se agregan asimismo los sonidos o la música que emergen de las publicaciones e incluso un conjunto de destrezas en torno al consumo de esas imágenes, a partir de la proliferación de aplicaciones que posibilitan videos creados con *loops*³⁰, con

³⁰ El *loop* es un recurso de reproducción audiovisual infinita.

efectos o con insertos que se relacionan con recursos tomados de la televisión, el videoclip o el cine, por ejemplo.

Acaso quien encarne mejor la omnipresencia virtual es el Papa Francisco, a través de su cuenta de *Instagram*. Desde esa plataforma alcanza a todo el mundo con su mensaje religioso. El cuerpo de Jorge Bergoglio es la cabeza visible de la Iglesia. Carente de sensualidad y ataviado con su sotana blanca, encarna lo immaculado. A través de las imágenes se muestra un cuerpo en acción, en la misión encomendada por su llamado sagrado. Es el cuerpo que se extiende a la necesidad, saluda a sus fieles, eleva la hostia durante la misa, camina con otros sacerdotes, reza y se mantiene activo, en pos de su llamado. Los primeros planos se limitan a mostrar sus manos, que aparecen en un gesto de oración, elevándose al cielo, señalando con el dedo índice, abrazando al afligido o imponiéndolas ante la necesidad del enfermo. Es el gesto que evoca a la pintura renacentista, al recorrer sus fotografías se encuentra cierta semejanza con la pintura de Da Vinci, al emular *La Creación*. También se lo muestra hincando una pala en la tierra, en una huerta, mirando a través de un telescopio o sosteniendo en su brazo una paloma blanca, acariciando a un niño y besando los pies de una persona con hematomas. Ligado a su propósito ascético y siempre en acción, el Papa se detiene solo para la introspección, para la conexión con Dios y de ese repliegue quedan registros icónicos y audiovisuales. La negación es doble: renuncia a sus pasiones pero también aparece negado como hombre. En los videos publicados se aprecia al Papa rezando el Ave María, se lo muestra en una ceremonia que refleja la pesadumbre tras los atentados en Bélgica, se acerca a una niña y le habla (el epígrafe de este video reza: “Quiero estar lo más cerca posible de ustedes, pero de modo especial de todos aquellos que sufren”) realizando, de alguna manera, el versículo bíblico “Dejad que los niños vengan a mí”³¹. Es el cuerpo que está en movimiento para todos los asistentes a las ceremonias, a veces en la elipse o el tumulto de una peregrinación, otras veces ante el balcón de la Plaza San Pedro o entre la gente, tomándose una *selfie* con otros jóvenes o compartiendo tiempo con los necesitados. Lo que puede resultar llamativo es, en uno de los videos de la cuenta, una publicación que ensambla imágenes animadas, con música incidental que enfatiza el dramatismo de las imágenes y refuerza el mensaje con un epígrafe *ad hoc*: “El amor por una persona, y también por el Señor, se demuestra no con las palabras, sino con los hechos”. La misión del Papa muestra algunas características de la cultura exhibicionista y la telegenia.

³¹ Versículo del Nuevo Testamento, en el libro de Mateo, capítulo 19, versículo 14.

Francisco despliega un catálogo de gestos y actitudes fotogénicas: eleva su mano para sostener a la paloma blanca mientras sonrío, cierra sus ojos en señal de recogimiento, sonrío en un primer plano, camina entre la multitud en una peregrinación, y se mezcla entre la gente al igual que se sume en la majestuosidad de una ceremonia religiosa. Es el mensaje de un clérigo que encarna la humildad al despojarse de los bienes suntuosos, que sonrío con los chicos, los afligidos y los necesitados. Su cuerpo se abraza con los demás, se coloca el casco y recorre una obra, cumple su labor confesional sentado en una silla plástica, dialoga con algunas monjas y camina entre el pueblo. Un hecho para resaltar es que cuando se lo ve de espaldas es porque se encuentra ante una imagen sagrada o ingresando a un salón presidido por un fresco de dimensiones impresionantes. En cuanto al cuerpo del Presidente de la Nación, éste se divide en dos etapas: la campaña electoral y la gestión presidencial. Antes de la victoria alcanzada en octubre de 2015 se lo ve casi siempre en camisa y con un estilo informal. Con la misma corporalidad en acción, y ya con el cetro presidencial en la mano y la banda presidencial cruzando su pecho, suele aparecer vestido de traje -mayormente azul-, casi siempre en actividad, poniendo en marcha su gestión. Es una corporalidad asentada en el trabajo de su función como primer mandatario, por lo general acompañado de su mujer, Juliana Awada, o sus colaboradores. No mira a la cámara, sino que se lo muestra captado de una manera testimonial, es la imagen retratada para la difusión, la propaganda, la publicación en los medios masivos. La sonrisa, el cuerpo caminando o elevando la mano mientras profiere un discurso dan cuenta de un Presidente que siempre está haciendo cosas. El cuerpo está retratado por una cámara que lo capta en el instante de la labor. No es un cuerpo que posa, sino que encarna la potencia de quien debe poner en marcha un país. Cuando mira a cámara lo hace para dirigirse al pueblo: es un gesto apelativo, persuasivo, es la mirada de quien apunta a convencer y a unirse a una misión, la voz que se dirige a los ciudadanos para informar lo que se está haciendo, para realizar un anuncio y para convocar a la unidad. La cara denota una actitud positiva, la sonrisa genera confiabilidad y la marcha revela la voluntad de ir hacia adelante. Es el cuerpo de un Presidente. Uno de los hechos recurrentes en el registro fotográfico y en los videos que integran esta cuenta es que la alegría atraviesa casi la totalidad de las publicaciones, cuando asiste a un acto de campaña se lo ve sonriendo, al igual que cuando estrecha su mano con los mandatarios de otras latitudes, en un gesto de confraternidad e incluso de diversión. No se muestra con una actitud sumisa sino con la comodidad de manejarse entre pares. Estrecha la mano con Presidentes, con obreros, con las personas que se encuentran en

condiciones de bajos recursos; abraza a los niños, estrecha el puño con los trabajadores. Su cuerpo es el que se erige para hablarle a la comunidad, pero también el que vincula con los políticos, el que se involucra en los asuntos que les importan a los sectores desfavorecidos, que camina, que se hace uno con la causa ajena. No está a la distancia, no ostenta la circunspección que le confiere su investidura. Queda claro quién es el Presidente, y es precisamente esa seguridad la que le permite abrirse de una manera desestructurada: los niños juegan con su cara y le hacen muecas, se saca *selfies* con personal de las Fuerzas Armadas, se anima a tomar mate con el Presidente de Estados Unidos, le da besos en la frente a una mujer de edad y juega a las cartas con los ancianos. Todo ello, más allá de una espontaneidad poco casual -prevista y programada- no se desdibuja su función. Sus manos apuntan hacia arriba, se apoyan en el corazón, estrechan lazos, abrazan; sus pies caminan, avanzan. Incluso ante el atril, su gesto nunca es adusto, sino confiado. Sus videos lo exhiben hablando de manera breve, coloquial, y cuentan lo que se hace o se va a hacer. Y su familia ocupa un lugar importante: con ella arma el árbol de Navidad, besa a su mujer con pasión, acompaña a su hija Antonia a soplar las velas o dibuja con crayones, a pesar de la tensión de los momentos definitorios de la campaña y la jornada electoral, y se recuesta en una poltrona con su mujer (en un claro gesto de serenidad: “Yo estoy confiado, disfruto con mi familia y aguardo los resultados”). Otra filmación registra a su perro mientras corre por los jardines de la residencia de Olivos, baila y celebra. Y es un Presidente que reserva momentos de esparcimiento incluso durante la gestión: danza con las cholitas del norte argentino, revuelve un guiso en una olla gigante, experimenta nuevas tecnologías, muestra los pasajes de un viaje oficial a Francia por una línea aérea comercial (como lo haría cualquier turista, sin emplear el avión presidencial), prescindiendo de las ventajas de ser quien lidera a la Argentina. Se viste de traje cuando la ocasión lo requiere, casi siempre en azul y celeste, pero se arremanga y se coloca las zapatillas cuando debe caminar donde la necesidad lo convoque. Aunque atraviese tensiones, nunca deja de sonreír, mira a los ojos cuando promete, se lleva la mano al corazón para garantizar confiabilidad, apunta al cielo y hacia adelante, acaso indicando adónde llevará los destinos del país. El Presidente de los Estados Unidos, Donald Trump, encarna en su cuenta de *Instagram* una corporalidad caracterizada por la gestualidad y la imagen construida de sí mismo. El mandatario le habla a su audiencia a través de videos que registran fragmentos de sus discursos, con tonos de voz enfáticos y el gesto de su dedo índice apuntando hacia arriba, como marcas distintivas, y la escenificación de una postura que revela el histrionismo

característico de los líderes carismáticos. A diferencia de Macri, Trump casi no aparece mirando a cámara y hablándole al espectador, sino a los asistentes a los actos de campaña. Apoyado con sus dos brazos en el atril, remarcando con tonalidades de voz algunos aspectos de su exposición, vestido con un traje oscuro y corbata roja, encarna una corporalidad que se autoparodia en el gesto, la actitud y el aspecto. Es el cuerpo decidido, enfático, que exhorta en la utilización del dedo que señala y la seña particular de su peinado, que en el conjunto de esa corporalidad espectacularizada construye un prototipo que los medios supieron capitalizar en la construcción de una imagen determinada. Es un cuerpo que vehiculiza al personaje-candidato y se estructura con un objetivo orientado a la captura de la atención, tanto desde lo llamativo de su color de pelo como de la profusión de gestos que realiza con sus manos: las extiende, respalda sus dichos y utiliza un cuerpo profuso en lo gestual.

La corporalidad puesta de manifiesto en la cuenta de Lionel Messi es la del astro que se exhibe ante la lente. La mayoría de las capturas de su plataforma lo muestran de frente, mirando la cámara y vestido casi siempre con la camiseta de alguna selección de fútbol. Es el cuerpo que se exhibe a sus admiradores, similar al del poster del ídolo o la imagen del fondo de pantalla de un dispositivo. Es un cuerpo fetiche, que se toma como figura de idolatría. Es un cuerpo que no se muestra en la acción de un partido de fútbol, sino en la calma de un mate, en un viaje en avión, en el abrazo con amigos, en la celebración familiar. El jugador de fútbol posa de frente, mirando a su espectador, hablándole, mostrando sus trofeos. Si bien existen publicaciones del cuerpo que corre en una práctica deportiva, que saluda al Papa Francisco o que recibe una distinción, abundan escenas que apelan al espectador, hablándole a su público, entablando un lazo de cercanía, agradeciendo su fidelidad, mostrándose cercano, como los amigos que comparten sus vivencias con sus afectos. Allí emerge la explosión del ámbito privado y su apertura hacia lo público. Es el cuerpo que se presta no sólo para la exhibición sino también para causas solidarias, como cuando se sumó al desafío *#IceBucketChallenge* o sujetando un cartel que reza "Fuerza, Lucas". En otras oportunidades ofrece cierta sensualidad, como cuando exhibe su cuerpo en el vestuario o arrojado en una alfombra, aunque también es un cuerpo mercantilizado, como cuando luce un par de botines Adidas, posa recostado con el sobreimpreso de la marca de telefonía Samsung o muestra su camiseta con las firmas comerciales que lo respaldan. Es una corporalidad aprehensible: Messi le habla al espectador, se dirige a él, con sólo presionar en la pantalla el astro del fútbol habilita un vínculo de cercanía. En otra publicación aparece cocinando

un plato con carne (tras haber perdido una apuesta) para sus compañeros. Para ello apela a la utilización de un tríptico que combina imágenes fijas y en movimiento que permiten verlo en la cotidianidad de la cocina e incluso escuchar el crepitar de las burbujas del aceite de la cacerola. El cuerpo de la periodista Agustina D'Andraia es un cuerpo vital no sólo desde el punto de vista de la acción en sí misma, sino en sentido literal. Encarna la disciplina que implica un cuerpo que se ejercita y que trabaja con tesón para estar en forma, gracias a una férrea voluntad para concurrir casi a diario al gimnasio. La corporalidad presente en su cuenta de *Instagram* apunta a la seducción y a la ejemplificación: un abdomen plano, los bíceps rígidos, las piernas torneadas y una expresión que denota la satisfacción del deber cumplido es una constante que se multiplica en las imágenes de su plataforma virtual. El cuerpo aparece exhibido con el orgullo que ostenta aquello que se obtiene luego de un arduo proceso de disciplinamiento. Y ese cuerpo es metonímico: allí se condensan la belleza, una vida exenta de desbordes alimentarios y una experiencia del cuerpo sacrificado que deriva en el placer de verse bien. Esa apariencia forjada con tanta dedicación merece ser exhibida. Pero es, asimismo, una anatomía pedagógica. A través de los videos publicados en la red, la periodista de Para Ti y autora del libro *Diario de una chica fit* les enseña a sus seguidores rutinas, ejercicios y costumbres alimentarias para nutrirse de manera certera. Se trata de minipelículas en las que en una pantalla dividida en cuatro cuartos se la ve levantando pesas, realizando abdominales y siguiendo un conjunto de ejercicios que confirman que ese cuerpo vital y en forma se alcanza siguiendo sus pasos. Además de una corporalidad casi ascética, la periodista utiliza su cuenta de *Instagram* para mostrar dos tipos de cuerpos. Entre rutinas de gimnasio, despliegue de indumentaria deportiva que la muestran orgullosa de un cuerpo que merece ser vestido con ropa de moda, y recomendaciones nutricionales, el hecho más significativo es la comparación que se plasma entre la mujer que era hasta 2013 y la chica en la que se convirtió a partir de un lema que se multiplica en sus posteos: el mensaje de que con voluntad es posible alcanzar cualquier cosa. En varias imágenes, Agustina publica un díptico comparativo donde revela su cuerpo de tres años atrás y el actual. No se trata de una persona que haya sido obesa, sino de alguien con sobrepeso moderado. La imagen muestra una expresión apesadumbrada, algo melancólica, en contraposición con la alegría que expresa su cambio de vida y su rutina saludable. Es un cuerpo bello, orientado a la perfección, pero sobre todo portador de un doble discurso: el imperativo de la corporalidad estandarizada como condición de bienestar anímico y la obligatoriedad de un estilo de vida. La belleza también emerge en

el cuerpo de Candelaria Tinelli, aunque cobra un valor secundario ya que su anatomía es el espacio donde adquiere protagonismo su pasión por los tatuajes. Aquí se pone de manifiesto la citada articulación entre cuerpo exhibido y cuerpo exhibido en forma parcial, donde en ese juego de *zoom* entre una corporalidad que se asemeja al lienzo de un artista y la mirada puntual se accede a una figura que acaso sea la excusa para mostrar el arte milenario de pintar la piel. No obstante, también exuda sensualidad al ostentar capturas frente al espejo, en ropa interior o fumando, es un cuerpo que encarna la belleza sexuada y además propone una forma de rebeldía a la moda, una manera de mostrarse ante el mundo, acaso trazando su propio camino, desligado del de “ser la hija de”. Es un cuerpo a la moda, regido por las tendencias, en forma, que muestra tatuajes de sí misma y se replica en diferentes poses, lo cual da cuenta de un egocentrismo exacerbado. Además, su cuerpo vehiculiza fines comerciales, ya que promociona la marca de ropa de su hermana Micaela, Ginebra. En suma, ella misma lo sintetiza en una imagen: mi cuerpo, mi arte. Un cuerpo museo. Pero se trata también de un cuerpo que propone una hibridación con el mundo animal y géneros fantasiosos como el animé: en algunas publicaciones aparece una mezcla de su cuerpo con las partes de un perro o con ojos similares a los de los comics nipones. Candelaria puede mostrarse pestañeando como si fuera una historieta, o sacando la lengua imitando a un can. En este punto de la investigación cabe añadir al análisis la noción de cuerpo artificial: una unidad entre anatomía humana y alteraciones o suplementos tomados del campo de la técnica. Se trata de cuerpos mixtos: algunos se ven transformados con partes de un animal o dotados de ojos de personajes de historieta o convertidos en un personaje de fantasía, cercanos a los del cine de ciencia ficción, en ocasiones con las voces modificadas. Pero también corporalidades que se mueven de una manera diferente a la del humano: más rápido o aletargados, exhiben movimientos que no son naturales. Se trata de la incorporación de elementos técnicos que, pese a la alteración que ocasionan en las anatomías propuestas ante el espectador, son asumidas con naturalidad precisamente debido a, por un lado, el dispositivo: existe un acuerdo en torno a lo que se muestra en esos cuerpos, no son vistos como algo excéntrico sino incorporados dentro del paradigma tecnológico que se impone como un hecho que permite comprender estas novedades. La cuenta de Lali Espósito, con sus más de tres millones de seguidores, exalta la noción de *star system* expresada a partir de la exhibición de la figura, su telegenia y el culto a la personalidad. Allí abundan imágenes de la artista en primer plano y planos medios. En esa alternancia de imágenes fijas con videos de sus actuaciones se plasma la idea de un

egocentrismo que se refuerza por la cantidad de “me gusta” que expresan sus fanáticos y que simulan de alguna manera los aplausos que puede generar un espectáculo presencial, como un concierto en vivo. En relación con la corporalidad, Lali exhibe su belleza al mostrar su rostro en una serialización que repite el gesto, la pose y un cuidado estético que no deja espacio a lo casual. Se repiten las *selfies*, los gestos sensuales y la mirada que insinúa, pero siempre con el propósito de una producción editorial, con luces, maquillaje y vestuarios diseñados con esmero. El cuerpo en acción aparece cuando despliega su talento en conciertos en los que baila y se muestra su público, seduce desde la atracción que ejerce el ídolo musical y ella lo replica en su plataforma digital. También se deja ver en situaciones más cotidianas, como un vuelo en el que mientras mira por la ventanilla infla un globo con su chicle, y lo replica al infinito mediante la técnica de *loop* que facilita la aplicación *Boomerang* (que registra un fragmento corto en video y permite su reproducción sin pausa). Esta misma técnica la usa para mostrarse bailando ante la cámara mientras juega con su capucha. Ese cuerpo también apela a la artificialidad de los insertos con partes de animales -como el agregado de un hocico y bigotes-, y transforma la anatomía en una combinación entre organicidad y técnica. Asimismo, intercala máscaras que modifican el color de los ojos, agregan efectos a su cara y permiten subir videos donde se la ve como si encarnase diferentes personajes a partir de estas modificaciones. El cuerpo fragmentado aparece en algunos videos donde muestra sólo su boca, mientras entona alguno de sus hits en una versión *acapella*. En la cuenta de Lali Espósito también se evidencia la combinación entre cuerpo fragmentado, cuerpo artificializado y cuerpo portador de un discurso: en este caso, el de la figura de éxito.

El tiempo que prima en *Instagram* es el tiempo real, la captura del momento, la captación mimética del instante, la legitimidad del acontecimiento a partir de su publicación, la urgencia de la exhibición con un margen muy breve entre la ocurrencia del hecho privado y su divulgación. La velocidad en la difusión integra también la activación del cuerpo que se ofrece. El cuerpo actúa para la cámara, el retratado revisa la toma, corrige los aspectos que puede mejorar, desecha los aspectos que no lo favorecen, -empleando los filtros y los editores ofrecidos por la plataforma para mejorar la forma en que se luce- y se apresura a publicar la escena. Es un cuerpo vital que se apresura a publicarlo todo. El tiempo real se relaciona con la inmediatez, con el lapso breve que existe entre la captura de las imágenes y su publicación. Esta temporalidad legitima el acontecimiento: pareciera que el hecho se consumara una vez que se encuentra

publicado. Son anatomías que seducen a un espectador, a partir de la premura de mostrar ese instante.

Existe una segunda dimensión temporal: la del reservorio de imágenes. El usuario realiza la toma, documenta un instante en el momento y lo ofrece a su público de espectadores-seguidores que están allí para asistir a ese espectáculo. Sin embargo, la ilusión de que el hecho captado sea visto en el instante no siempre se concreta. Es entonces cuando la publicación reviste una temporalidad doble: se ofrece como testimonio de la instantaneidad pero también como archivo, como registro de un momento vivido. Lo novedoso irrumpe en la inmediatez del consumo en la pantalla y emerge ante los ojos del seguidor, aunque la coincidencia no siempre se realiza y es entonces cuando la publicación pasa a integrar el conjunto de publicaciones del usuario. En ese caso, el seguidor puede acceder a lo que ocurre “en ese momento” o acaso revise la publicación con posterioridad a que haya sucedido. El espectador vive y revive el espectáculo ofrecido en la pantalla y tiene la potestad de decidir cuántas veces quiere reactualizar el acontecimiento ofrecido. La publicación es vivida en el *hic et nunc* del instante, de la contingencia de la novedad, pero está abierta a la repetición, incluso para revisar aspectos, reparar en detalles, encontrar alguna significación nueva o disfrutar del placer escópico de esa producción montada para su mirada. Fragmentos de contenido, un pasado que permite una reconstrucción en el presente: Pompeya y Roma.

Inserto en una temporalidad casi detenida, donde no importa tanto el tiempo real, sino la fijación de las instantáneas de su labor, el Papa registra el quehacer de su acción en un pretérito que se fija y queda plasmado como si se tratase de las estampas. Es el tiempo detenido, la captación de la imagen pregnante, de los momentos únicos, del gesto irreplicable. Es una fotografía o un video que condensa una significación fundamental. El tiempo que se evidencia en la cuenta de Macri combina el tiempo real y la cronología. Es una temporalidad que registra y se ubica en el acontecimiento cuando sucede pero tiende a dejar un registro de las actividades que integran la agenda. Es el testimonio de lo que se hizo y registra el quehacer oficial, muestra su presencia junto a los funcionarios y mandatarios durante los viajes, los actos oficiales, aunque también capta lo cotidiano del tiempo en familia. Un Presidente que hace, que actúa y que, como tal, debe dejarlo asentado. El acontecimiento se fija en la imagen y las promesas de campaña no se desvanecen en el pretérito sino que quedan asentadas como una reafirmación de que lo que se dijo en el pasado debe ser cumplido en el presente y el futuro. La temporalidad

presente es similar a la de los medios gráficos: el hecho ocurre, alguien se encarga de registrarlo y un epígrafe relata de forma sucinta de qué se trata la imagen o el video. Es un tiempo real que ostenta la categoría de inmediatez pero que da paso al registro cronológico. Ocurre ahora pero queda registrado como un álbum de la gestión. Y entre los hechos registrados, se intercalan fragmentos de vida en familia, de afectos, de humanidad; un poder que se muestra activo pero que no resigna por esa labor el valor de los hijos, de la familia, de la cercanía con el pueblo. Ese retrato encarna la noción de tiempo real esgrimida por Sibilia (2008).

La cuenta de Agustina D'Andraia exhibe imágenes y filmaciones repetidas, donde se la ve en posturas similares, siempre sonriente, exhibiendo una plenitud exagerada. Un análisis en diacronía revela un circuito repetitivo en torno a la temporalidad de las imágenes: se retrata en el gimnasio, cuando sale con sus amigas y publica consejos alimentarios. Hoy, una clase aeróbica; mañana, una sesión con las novedades que le propone su entrenador personal; después, imágenes de alimentos con sus valores nutricionales y algunas polaroids de sus viajes o de su vida en pareja. La captación del instante y la inmediatez de la publicación rigen el *Instagram* de D'Andraia. A pesar de que en su *Instagram* se revelan los itinerarios y la actividad del cocinero, Trocca abre el mundo de su familia y propone en sus instantáneas homenajes permanentes a ese mundo que atesora. Es el tiempo petrificado, la captación del instante irrepitible. Aunque no se revele una compulsión a publicar todo "al instante", sí se evidencia la voluntad de captarlo todo y publicarlo. Al igual que ocurre con el álbum de fotos familiar, allí se exhiben los viajes, los platos preparados por él o degustados en los tantos viajes que lo convocan. Apelando a esos fragmentos de vida laboral, afectiva y hedonista es posible reconstruir un sello personal, una marca de identidad. Una pregunta que puede formularse antes de adentrarse en el análisis de la cuenta de la modelo y actriz Calu Rivero es intentar si existe algún aspecto de su vida que no esté publicado en su plataforma de *Instagram*. Casi todos los aspectos de su cotidianeidad están volcados en ese espacio virtual. En términos temporales, allí se expresa la presencia del tiempo real como una necesidad imperiosa para establecer un lazo permanente con sus seguidores. No se trata de un espacio de colección de postales o videos que registran un momento particular. Por el contrario, las publicaciones emergen a diario, incluso varias veces al día. Los eventos a los que asiste, las reuniones familiares, la intimidad de la pareja, los viajes que realiza por latitudes de lo más diversas, las notas que realiza en medios gráficos y las producciones editoriales, hasta la nimiedad del consumo de un helado, una pausa en una

caminata, la portada de una revista que la tiene como protagonista, entre otras actividades. Otro caso de un egocentrismo exacerbado que con la aceleración que caracteriza a las formas tecnológicas de vida se plasma en la vertiginosidad de la sucesión de publicaciones. El seguidor de Calu Rivero no tiene la necesidad de aguardar con cierta expectativa la próxima novedad de la chica oriunda de Tucumán, sino que sabe que el próximo episodio de esta joven aparecerá con una exactitud previsible. El ejercicio es sencillo: basta con abrir la aplicación o entrar en la cuenta para advertir que allí habrá alguna novedad. Acaso asombre con una nueva geografía, un nuevo espacio o una situación de las tantas que integran su agenda sin descanso, pero lo que se revela allí es, sobre todo, una necesidad imperiosa de estar presente ante los ojos de su audiencia numerosa. El caso de Candelaria Tinelli es la del tiempo congelado, allí no se expresa la aceleración del tiempo real sino la captura de un instante que queda petrificado, en alusión a la metáfora de Pompeya. Se suceden instantáneas de un presente que recorre los tatuajes que se van sumando en el fanatismo por esta práctica, y se intercalan algunas escenas de su infancia junto con imágenes en movimiento donde juega con filtros e insertos de animales, como el hocico de un perro, por ejemplo. Pero la temporalidad en *Instagram* puede conjugar el pasado con intervenciones de recursos del presente. Es decir, reavivar el pasado y actualizarlo con la inclusión de artificios online, como por ejemplo una boca artificial que infla un chicle globo, que se incluyó en una foto de su infancia, proponiendo una mezcla de pasado y presente que resulta en una cronología oscilante entre dos situaciones temporales. En línea con la aplicación de recursos de la técnica, es posible un presente acelerado. En otro video, Candelaria aparece bailando frente al espejo, mientras sacude los volados de su vestido, en cámara rápida. En la cuenta del magnate y Presidente electo de Estados Unidos se revela la temporalidad de la carrera por la presidencia. Las publicaciones condensan lo más relevante de sus mensajes. Es el tiempo que permite compartir con los seguidores los actos de campaña y los avances de su trayectoria política. Esos videos e imágenes actuaron como actualización de la evolución de la campaña, registrando los porcentajes, contrastando con su competidora directa, Hillary Clinton, para sellar su avance pero también para dejar registro de ese pretérito que al revisarlo en la actualidad permite comprender cómo evolucionó su campaña hasta alcanzar el resultado obtenido. Pero además, Trump apeló al *flashback* para poner en evidencia dichos de sus oponentes: trayendo al presente los dichos del pasado, utilizando la controversia como una táctica, busca producir efectos para manipular la elección: el uso de la plataforma tiene que ver, en este caso, con

desenmascarar al oponente y poner en evidencia sus contradicciones o mentiras. La temporalidad que prima en la cuenta de Lali Espósito es la de la compilación de instantáneas que registran momentos de su carrera, conciertos, fragmentos de su intimidad. Es similar a la que expresa la cuenta de Candelaria Tinelli o Messi, figuras que multiplican escenas que bien podrían ser prescindibles, pero que se van agregando a la cuenta en una lógica abonada por la necesidad de un consumo de imágenes por parte de su público. Se suceden videos e imágenes que en su mayoría no revisten una trascendencia puntual, salvo algunos encuentros con figuras como el artista Ricky Martin, por lo cual se pone de relieve un tiempo efímero, una escena suple a la anterior, y así se van sucediendo. La temporalidad que se expresa en la cuenta del jugador de fútbol es la de la inmediatez del instante, la captura de momentos cotidianos con sus colegas, con su familia, aunque no reviste la excitación del tiempo real, sino la de atesorar los recuerdos en un compendio de secuencias y videos que registran situaciones valiosas para Messi. Podría compararse a la temporalidad presente en un álbum de figuritas, donde las imágenes se coleccionan, se agrupan y reconstruyen la trayectoria del astro deportivo, a partir de fragmentos de su pasado, pero empleando los recursos técnicos que combinan imágenes fijas y en movimiento. Se trata de un tiempo pasado, pero que se actualiza en la reconstrucción de la vida del astro del fútbol. Lejos de la aceleración del tiempo real, apela a la combinación de fragmentos que se enlazan y permiten ir hacia el pasado pero construir una historia nueva en cada consulta: cada fragmento añade nuevos sentidos a una historia que se encuentra en construcción permanente. Aquí se revela empleo de los recursos *de flashback* y *fastforward*, empleados en los géneros cinematográfico y televisivo. No obstante, se repiten las posturas, las imágenes en los vuelos, los trofeos obtenidos y la idea estelar de la figura deportiva. Se plantea una diacronía pero también una circularidad en la idea de proponer postales del personaje que se exhibe, de la vida familiar y de fragmentos que rodean a su profesión de futbolista, combinando la diacronía con la circularidad.

9.2- EJE SOCIO-TÉCNICO

A partir de un análisis del corpus de las cuentas seleccionadas para este trabajo académico, se ponen de manifiesto un conjunto de coincidencias vinculadas a las *formas tecnológicas de vida*. En primer lugar, la profusión de los *no lugares* como escenario donde se realizan las publicaciones. Los protagonistas de las cuentas se toman fotografías, realizan videos y muestran aspectos de sus viajes o rutinas cotidianas en

lugares que podrían resultar permutables. Son aquellos espacios genéricos que se desvinculan de un contexto puntual, que están deslocalizados. En las producciones de *Instagram* cobra protagonismo el personaje construido en esas imágenes y los espacios adquieren las características de un lugar que bien podría ser otro. El cuerpo no se encuentra anclado a una serie de coordenadas geográficas, sino abierto a la interacción con los seguidores, dejando en un segundo plano el espacio físico. Si la vida es publicable y está abierta a los usuarios de estos espacios, la lejanía geográfica adquiere un significado secundario, ya que lo que separa al espectador del cuerpo afirmado en el espectáculo es una distancia psíquica, de acuerdo a las formulaciones de González Requena (1988).

Los intercambios digitales se producen en un espacio no geográfico sino digital, entre usuarios que se encuentran mediados por una pantalla y ante un conjunto de haces lumínicos, caracteres y codificaciones particulares de estos modos de interacción con nuevos códigos como los *emojis*³², los *hashtag*³³ y los *arroba*³⁴. Ante este escenario, desaparece lo particular de una geografía y ese sentido se ve reemplazado por el actuar del personaje que se muestra para su público. La primacía está dada por la aparición y la velocidad de la puesta en circulación. La vida pública, la vida privada y la vida íntima³⁵, a veces coinciden, se yuxtaponen y entablan una unidad que se le ofrece al seguidor como un producto cerrado. Esta difuminación de los límites entre dichas esferas se ve favorecida por la miniaturización de los dispositivos y su portabilidad, además de la simpleza en el manejo de los controles de toma y proyección de imágenes, así como las opciones en materia de edición. Hay que mencionar también que esta mutación permanente en la evolución de los equipos de telefonía celular, tabletas y cámaras

³² El *emojies* un término japonés utilizado para definir los ideogramas o caracteres usados en mensajes electrónicos. El término es una palabra compuesta que agrupa las palabras “imagen” y “letra”. Los *emojis* son utilizados en conversaciones de texto a través de teléfonos inteligentes y en las redes sociales.

³³ El *hashtag* consiste en un conjunto de una o varias palabras o frases, antecedido por el símbolo numeral (#), que funciona como una etiqueta para situar la publicación de una red social dentro de un grupo temático o una consigna específica. El *hashtag* permite la delimitación y la agrupación de los contenidos publicados.

³⁴ El símbolo arroba se representa con el carácter @ y antecede el nombre de un usuario en *Instagram* y *Twitter*. Dentro del código ASCII, se representa tipeando, de manera simultánea, la tecla Alt y el número 64.

³⁵ La vida pública es aquella que aglutina el conjunto de actividades personales o laborales que no presentan reparos ni aspectos reservados ante el resto de la sociedad (función gubernamental, gestión empresarial, compromisos sociales, entre otros). En tanto, lo privado está reservado a las interacciones dentro de un círculo laboral, afectivo o familiar más acotado (amigos, pareja, hijos, colegas y parientes, por ejemplo). Y la vida íntima es aquella que incumbe sólo al individuo en soledad o su vida en pareja (como la desnudez o las acciones por su naturaleza no suelen exhibirse en otros espacios).

digitales favorece una simbiosis que permite moverse con estos dispositivos a todas partes a un grado tal que los asemeja a una parte más del cuerpo: la realidad se mira a través de la cámara, el hecho religioso se disfruta a escala planetaria gracias a las bondades de una red social como *Instagram*, que permite su llegada a todas partes. Desde la campaña política, la asunción presidencial, el momento de intimidad con amigos y la trivialidad de una *selfie* ante el espejo, todo es captado por esa lente desde donde se captura todo y se exhibe todo. Frente a la posibilidad de captar todo lo que se desee, la memoria encuentra en esta destreza la ilusión de eternizarse y resignar su finitud analógica para expandirse de manera digital hacia el infinito y transformar el instante en un hecho que podrá ser consultado cuantas veces se lo requiera. Esta unidad entre sujeto y dispositivo se pone de manifiesto en una conformación interfásica entre quien actúa para la cámara y quienes lo siguen. Tanto los titulares de las cuentas analizadas como los seguidores portan consigo las pantallas y entablan una relación permanente de publicación-consulta que se enriquece con los “me gusta” o los comentarios. Esta dinámica ostenta no sólo la dependencia con respecto a estos equipos, cada vez más fáciles de usar, sino también una necesidad constante de la presencia en esos espacios artificiales. Y la evolución de la técnica, la aceleración del mercado en presentar nuevos modelos, enriquecidos con aportes vinculados a la nitidez de la imagen, las prestaciones en cuanto a memoria de almacenamiento y pixeles, las pantallas con mayor definición y la sencillez en la operatividad y la posibilidad de compartir las imágenes en articulación con las redes sociales propone una sencillez que está orientada al conocimiento de un puñado de comandos que facilitan que cualquiera pueda lanzarse a esta tarea. Se trata de un conocimiento desligado de las particularidades de cada cultura, edad, raza, nacionalidad, creencias o educación. Es una destreza que atraviesa al ser humano, convirtiéndolo en un sujeto tecnologizado, condicionado por el imperativo de no poder abstenerse de las novedades del mercado ni de estar presentes en la red social *Instagram*. Es la ruptura de los lazos orgánicos y la desaparición de los límites geográficos. Esta ruptura topográfica tiene alcance mundial: el niño que sufre una enfermedad y está allí, bajo la mano intercesora del Papa, encarna a todos los niños. Francisco lo bendice, y al hacerlo lo ofrece también a todos los enfermos. “Una mano tuya bastará para salvarme”, señala la Biblia. Quien siga al Papa encuentra en esta plataforma digital un nuevo lugar, un “no lugar”, donde poder confirmar que las promesas divinas están vigentes, mediante esa plataforma. El tipo de subjetividad que se expresa en la cuenta analizada unifica las nociones de autor, narrador y personaje: Bergoglio es Francisco, pero no un personaje de

ficción que narra su vida. Lejos de una narración literaria, se replica la misión de Cristo en un nuevo formato. La novedad de esta espiritualidad mediatizada y expandida a todos los confines del mundo encuentra una similaridad con el formato televisivo: los ritos transmitidos a todo el mundo, la fijación de las acciones en esos videos, el Ave María en diferido -y repetido por el efecto *loop* de los videos- que, de alguna, manera rememora el rezo del Rosario. Pero también propone la emocionalidad del instante vivencial del teatro o el cine: el primer plano del Papa acercándose a la niña, o el reflejo de la conmoción por los hechos terroristas en Bélgica³⁶, los cuerpos se escrutan en una distancia planetaria y allí también está presente el anhelo de estrechar la mano del Papa, de ser ungido por el sumo sacerdote, de recibir sus palabras. En ocasiones, la imagen brinda una pantalla partida en dos o tres partes, un recurso tomado de la televisión o el videoclip. Lo televisivo se revela en el tratamiento documental del registro de los acontecimientos y plasman como lo hace el noticiero el quehacer del Papa. Las publicaciones, asimismo, apelan a la emotividad: pocas personas pueden permanecer impávidas ante la ceguera de una niña, la parálisis motriz o la pobreza extrema. A nivel retórico, se confirma el concepto guía de Jenkins (2006) y la convergencia cultural. En @franciscus se entremezclan elementos cinematográficos como la música incidental, tomada también de la novela televisiva, al igual que la edición no lineal o la multiplicación al infinito del rezo. La cuenta del Papa remite a veces al carnaval -"Todos somos el cuerpo de Cristo"- por las trayectorias desestructuradas y a veces caóticas del recorrido del Papamóvil, que a veces se detiene para que Francisco se entremezcle en la multitud o se tome una foto; elementos del circo emergen por la configuración giratoria del Papa, que a veces le da la espalda a sus fieles pero para elevarse; y a recursos del cine y la televisión, como la variedad de planos, usos precisos del primer plano y manipulación de la imagen a partir de la música y la edición. Es un mensaje preciso, como si se tratase de un guión. Allí se reconstruye la historia del hombre que encarna a Dios, es un relato de negación y esperanza. Un cuerpo afirmado que se brinda a sus seguidores en *Instagram*, localizados en los puntos más inusitados del planeta pero unidos por un lazo que es la fe y aunque el cuerpo no esté presente existe una idea de ritual, de momento compartido, de encontrarnos amalgamados en una creencia y en la idea de aquel que asumió la responsabilidad de materializar la obra divina

³⁶ Se trató de dos ataques terroristas perpetrados por seguidores del Estado Islámico, el martes 22 de marzo de 2016 en el aeropuerto y el metro de Bruselas. El hecho dejó un saldo de 35 personas muertas y 340 heridas.

y de negarse a sí mismo, pero exhibirse en la actividad de su llamado³⁷. Y sus fieles lo siguen con devoción, como a un artista a quien se admira o al ídolo de la televisión o el cine, su cuerpo está allí en San Pedro, en un viaje oficial, hincado ante la necesidad o elevando sus plegarias al cielo. Y la pulsión escópica se plasma en la devoción de sus misiones. Son las viñetas que concitan la emoción de los seguidores, y ellos mismos comprenden que los primeros planos de la mano elevada al cielo, o apoyada sobre una cabeza, o estrechadas con otras manos, por citar algunos casos que se exhiben en el anexo, dan cuenta de que el espectador completa la imagen, comprenden las nociones metafóricas que rodean esas postales y participan activamente de esas ceremonias, con la ilusión de ser bendecidos por esas escenas.

Un hecho para señalar es que en las imágenes del *Instagram* de Francisco no aparece el empleo de filtros. Es decir, la naturalidad y el realismo del mensaje atraviesan el tratamiento de las publicaciones. La ausencia de manipulación de los valores tonales da cuenta de lo puro, de lo despojado: se limita al registro del hecho, diferente de lo que ocurre con otras cuentas de *Instagram*, donde la megalomanía y el egocentrismo se refuerzan con la edición de las imágenes y el realce de la belleza para así mejorar la toma. En la cuenta del Papa, Bergoglio abandona su categoría de hombre, sin riquezas ni ornamentos, y renuncia a sí para testificar que desde que fue ungido fue, es y será el enviado de Dios: “Ya no vivo yo, mas Cristo vive en mí”. El carácter universal de su mensaje se plasma en sus publicaciones, cuyos epígrafes se replican en diferentes idiomas. Las imágenes legitiman lo fundamental de su misión, desplegada en todas partes. Son registro pero también espectáculo: un cuerpo Divino, una distancia que separa su presencia celestial de la de los fieles (presentes en la cercanía o en la lejanía de los mensajes que circulan por internet), allí hay un marco que enlaza dos espacios. El lugar sagrado se expande hacia el hospital, el hogar, el teléfono celular o un lugar alejado de la ciudad. Donde quiera que sea, esas ventanas se abren para mostrarle al mundo que la mano de Dios se extiende hasta el último rincón y que la necesidad no presenta limitaciones para que el milagro alcance la aflicción y la transforme en esperanza.

En términos políticos, esta ruptura de los anclajes geográficos de un espacio determinado facilita que una campaña electoral como la que llevó adelante Donald Trump

³⁷ En el cine y la televisión, por ejemplo, el cuerpo está afirmado, en términos de Requena (1988). Si bien lo que el espectador encuentra son haces de luz, lo negado es el cuerpo del espectador y no el del espectáculo.

alcanzara a todos los seguidores del mundo, mediante sus discursos publicados en fragmentos, que trascendieron los espacios donde se realizaron los actos y posibilitaron un seguimiento de los resultados parciales y de la evolución de su campaña. Esta expansión de los límites espaciales permite la apertura de estas exposiciones y conduce a que los seguidores funcionen como una extensión de las audiencias presenciales del millonario que asumirá como primer mandatario estadounidense. Y aquí se pone de manifiesto con contundencia la búsqueda de los efectos en detrimento de las causas: con un enfoque pragmático, las publicaciones revelan la intención de afectar a la audiencia con propósitos políticos, con una aceleración exacerbada por la premura de los resultados finales, cada posteo de Trump es en sí una herramienta política. Y en la construcción del personaje político orientada a fines concretos, no repara en utilizar elementos como un dibujo animado para ridiculizar a su rival política, con artilugios humorísticos que apuntan a la denostación de Clinton, o una publicación similar al tráiler de una película, que avanza en el mismo sentido. Una convergencia entre los dibujos animados, la captura de fragmentos de noticieros televisivos como CNN, el empleo de gráficos comparativos, la destreza política y la utilización de nuevas plataformas digitales para perseguir objetivos concretos. En la cuenta de Trump convergen la creatividad con la hibridación entre formatos: no se trata de que se reemplace un modelo por otro, sino que se articulan elementos de la televisión y cinematográficos como las animaciones o la diversidad de planos. Pero lo que sí se manifiesta con contundencia es la noción de extimidad: la vida de la chica *fit* es una vida venerada y espectacularizada. Ella misma es la autora, la narradora y el personaje de esa ficción propuesta en su cuenta. Es una historia de conducta y de batalla. Hoy ostenta desde su actitud corporal de bíceps trabados y risa decidida a la presa que yace bajo sus pies (aunque solo sea imaginaria). Ella se venció a sí misma y hoy es una aguerrida defensora del cuerpo sano. Con un culto a la personalidad exacerbado por las curvas turgentes y la figura armónica se confirma lo que sostiene Schmucler (1996) al afirmar que allí se revela una “expansión mimética del presente”. Allí se multiplican, se entrecruzan, se confunden las poses, los colores y la postura hilarante. La técnica es el vehículo mediante el cual se permite catalizar todo ese esfuerzo que no basta con ser gozado en la privacidad del espejo o la intimidad del círculo de afectos. Agustina se sube al escenario, abandona los bastidores y hace gala de todos sus logros en el gimnasio (que bien puede ubicarse en la ciudad donde vive, en un hotel o en cualquier ciudad del mundo). En cada posteo parece levantarse el telón de su propia vida ficcionalizada y convertida en historia, un relato que revela sus miserias del pasado y

las medallas del presente. Y el espectador-seguidor está allí para aplaudir cada escena. La obra es previsible, pero los aplausos no dejan de aclamarla. Y Sibilia (2008) da en la tecla cuando esgrime que lo importante es salir bien en cámara. Exhibirse es lo que cuenta y en esa cultura, abordada por Gubern (1987), la chica se ufana de su anatomía. En esa cuenta es posible encontrar un disfrute de ribetes eróticos (aunque la cuenta no apunte a ese fin, al menos de manera explícita). Agustina confirma todo el tiempo que alcanzar un cuerpo en forma es posible y lo reafirma al comparar lo que fue con aquello que llegó a ser. Es político en el sentido de una idea totalitaria en torno al cuerpo y la felicidad asentada en la perfección del físico ajustado a los cánones estéticos contemporáneos. Y en el caso de Agustina se evidencia también la compañía constante de su teléfono celular, desde donde se autorretrata o incluso le encarga a otra persona que la fotografíe, a veces de manera deliberada, mirando a cámara desplegando su simpatía, y en ocasiones captada como al descuido, como si no se hubiera dado cuenta de la instantánea o de que estaba siendo filmada en plena rutina deportiva. Como si fuese la caparazón de una tortuga o una prótesis, la cámara registra qué come, cómo se alimenta, qué entrenamiento le fue indicado, cómo deben realizarse los ejercicios y, por supuesto, cómo hay que verse o cuál es su noción de bienestar. Al autoafirmarse de manera permanente a través de su cuerpo y de la exacerbación de la vida sana, se evidencia la noción de aplanamiento propuesta por Lash (2005): no importa demasiado el porqué de la publicación, sino los efectos que produce. En cada posteo se establecen parámetros de lo debido, de lo correcto, de lo saludable y se dan indicaciones precisas al respecto, pero dada la aceleración y la cotidianeidad de la publicación carece de una reflexión en torno a ese discurso único, casi tautológico (se es feliz sólo con un cuerpo perfecto). Y la boletería de esa obra de teatro pareciese exhibir el cartel de localidades agotadas ya que la cantidad de corazones (“me gusta”) se multiplica y los comentarios celebratorios se acumulan debajo de cada imagen, lo cual indica que no habría razón por la cual bajar de cartel esa obra. No se paga una entrada pero la organización de la escena está orientada plenamente a ese espectador que aguarda con avidez la figura novedosa que la chica de la vida sana ofrece en cada aparición. En ocasión de un reciente viaje a Miami, Agustina se encargó de mostrar su determinación. Rodeada de palmeras y aguas azules, las fotos y los videos recorridos por la temática recurrente no dejaron de aparecer. Allí entrenó, consumió alimentos saludables y se mostró feliz junto a su novio. Agustina es la actriz de su propio relato, una vida dividida en actos, en cierto punto comparable a las antiguas funciones de cine continuado, donde el espectador

disfrutaba y abandonaba la sala luego de que el telón cayera. Se trata de una ficción que reviste un vestuario preciso, una postura definida, movimientos preestablecidos y organizados según el rigor de las rutinas y los sacrificios que impone la cultura del cuerpo perfecto. Lo teatral se amalgama con lo fílmico y lo televisivo: la vida de Agustina exhibida ante un auditorio vasto apela a la puesta en escena y recurre también a la filmación y a recursos tomados de la industria cinematográfica o de la televisión, como la pantalla partida o dividida en tres, cuatro, cinco o seis partes. En términos del espectador, es pertinente señalar que en el consumo de imágenes se ponen en juego saberes previos, condicionamientos sociales y formaciones discursivas que, en este caso, se activan al ingresar a la cuenta de *Instagram* analizada. En primer lugar, los imperativos de la belleza y el verse bien están extendidos a nivel social y entre hombres y mujeres, y estos saberes se activan con potencia. Pero también hay un placer escópico: la figura de la belleza conduce al éxito y al bienestar, y esa promesa es de por sí cautivante. En la cuenta de Selena Gómez se entremezclan imágenes en color y en blanco y negro. Allí se suscita una combinación de escenario y bastidores, dado que registra escenas de sus actuaciones, así como momentos en los que se la ve con amigos, en situaciones posteriores a las actuaciones o en situaciones como las que podría atravesar una adolescente. También se produce una comunión con los convenios comerciales: publicita para Coca Cola, protagoniza tapas de revistas y se muestra junto a celebridades corporativas (como por ejemplo, el titular de *Facebook*, Mark Zuckerberg). Asimismo, en otras publicaciones, replica el modelo del ídolo y se la ve en actuaciones y recitales, con una enorme cantidad de “me gusta”, lo cual podría compararse con los aplausos que recibe una figura en un recital o los puntos de rating de un concierto televisado. Pese a estar ajeno a roles artísticos, el cocinero Fernando Trocca encarna un personaje. Es capaz de montar una ficción de su propia vida a partir de la manipulación de las imágenes mediante filtros, intervenciones en blanco y negro, la aplicación de marcos y la adopción de tintes que a veces pueden remitir a las fotografías de los actores de la era dorada del cine hollywoodense o a la estética de las publicaciones editoriales de moda en otros rincones del planeta. Su teléfono celular viaja con él y este hecho excede la ya mencionada función protésica de los dispositivos técnicos. El aparato cobra un rol central, ya que hace explícita la marca, lo cual revela un convenio comercial con la marca finlandesa Nokia. Desde su teléfono Nokia Lumia capta platos, paisajes, personas y a sí mismo. Esta portabilidad le permite acercarse a sus seguidores los puntos más salientes

de sus viajes transoceánicos, los platos que prepara y la intimidad de su círculo de afectos.

La comunión entre corporalidad y mercado se expresa también en las cuentas de “Calu” Rivero, Candelaria Tinelli, Lionel Messi y Agustina D’Andraia. Rivero se muestra desfilando o protagonizado campañas para firmas como Stella Mc Cartney, Nike y Buquebus; así como Tinelli lo hace para Ginebra, o Messi para sus patrocinadores deportivos y marcas de renombre. El cuerpo vehiculiza los flujos de la oferta y la demanda y cobra una esfera comercial. El marco cumple funciones fundamentalmente expresivas y opera a veces como un elemento decorativo manifiesto que rodea las imágenes.

En cuanto a los videos, la cuenta de Trocca muestra un posteo que muestra a su hija, Joaquina, zambulléndose en cámara lenta. Otra publicación en video funciona a modo de publicidad del lanzamiento de su libro, *Trocca cocinero*. No obstante, esas imágenes en movimiento carecen de sonido. La manipulación de los valores tonales, el uso del blanco y negro, la aplicación de filtros, la cámara lenta, una postura que evoca a los galanes de cine mudo de los inicios de la cinematografía, y una propuesta estética que ofrece un halo de misterio y lejanía, hacen de Trocca un personaje que atesora a quienes lo acompañaron en sus comienzos, resalta el papel de los afectos, comparte los viajes y utiliza su cuenta para promocionar sus emprendimientos, alianzas comerciales y lanzamientos. Trocca intercala fragmentos de su vida estetizada y a la moda, con menciones comerciales. Encarna los valores de un hombre que se construyó a sí mismo mediante una arquitectura que se exhibe al recorrer los cuadros de su cuenta de *Instagram*. Autor y mentor de su propia historia, narrador de los acontecimientos de una vida poco rutinaria y personaje ofrecido en la pantalla, donde relata cómo es (y cómo debe ser vivida) la vida. Existe, asimismo, una similaridad con el modo de construir la imagen. En sus instantáneas se recortan -como si se tratase de una relación de figura y fondo- sus señas particulares: su barba, el corte de pelo que cumple los cánones de estilo actuales y sus lentes. Los seguidores de su cuenta elogian el marco de esas gafas, y el empresario gastronómico los exhibe sin descanso.

La cuenta de Mauricio Macri da cuenta de la ruptura con los lazos orgánicos ya que para evidenciar el accionar de su gestión no es necesaria la presencia física. La acción comunicativa trasciende el espacio geográfico. Más allá de que se encuentre en Europa, en los Estados Unidos, en su casa con su familia o en medio de la clase obrera,

ese momento registrado apunta a mostrar que así como está con ellos también se extiende hacia los mismos sectores que presencian el acto. Un discurso registrado y aplaudido por los concurrentes se extiende a la amplia audiencia de usuarios de *Instagram* que, si bien no pueden aplaudirlo *in situ*, son capaces de expresar apoyo o rechazo mediante los comentarios en las publicaciones. Con cierta celeridad, los actos deben ser registrados y publicados. Esta aceleración no implica que sean fotos tomadas de casualidad, sin planificación. Es, precisamente, la captación del instante la que no debe perderse, porque forma parte de un plan comunicacional donde el registro y la exhibición de lo que se hace juegan un rol central para el mandatario y su función. La estrategia de la toma casual, como si no se diese cuenta de que está siendo captado, está preestablecida, organizada, armada dentro de un plan de acción de prensa. Acaso uno de los conceptos que se ponen de manifiesto con intensidad en el análisis de la cuenta del ex Presidente de Boca es la necesidad de espectacularizar los actos oficiales y de campaña, y aun aspectos certeros y puntuales de la vida privada. Tal como lo expresa Gubern (1987), se pone de relieve el histrionismo al mostrarse en plena gestión: el Presidente es el primer mandatario y debe generar deseo, debe construir o consolidar su imagen política. En esta cuenta las palabras y las imágenes cuentan, estas últimas condensan mucho de lo que se articula en el discurso verbal y ofrecen un acceso inmediato a los actos de gestión: “Hoy estoy con estos obreros, pero estoy con todos”, “Me reúno y hablo con jubilados, pero estoy con todos”.

Otro video muestra a Macri saliendo de la Casa Rosada, con un grupo de estudiantes que lo aguardan con expectativa. Ese video está intervenido por emoticones que expresan asombro, allí el ingeniero electo Presidente sale de la Casa de Gobierno y, como de casualidad, se encuentra con la muchedumbre escolar. Se involucra en el medio de los jubilados, los trabajadores, habla por teléfono con ciudadanos, se involucra con la producción fabril: en el registro de su accionar se activa un procedimiento metonímico del estilo “estoy con ellos, estoy con todos, estoy con vos”. La extimidad aparece no en la trilogía autor, narrador y personaje, sino en la faceta de personaje, el narrador pareciera ser otro que relata la historia de un Presidente que llegó a encabezar los destinos de un país, gracias a una campaña con promesas de cambio. Es el héroe que creó un partido político, desafió a la Presidenta que lo precedió, se presentó a elecciones y logró la victoria: numerosos elementos presentes en una ficción (cabe preguntarse si la ficción supera a la realidad, pero aquí parecen equipararse). Y la tecnología utilizada instituye un discurso. Basta con visitar el *Instagram* de Macri para revelar estas hazañas, las

dificultades que enfrentó y el logro de torcer el destino político del país. En el relevamiento de las cuentas se plasma una identificación entre el *follower* y su personaje: allí hay un niño, un obrero, un anciano, un desvalido, un trabajador, alguien que pone sus esperanzas en un cambio. El retratado que abraza a Macri o quien se toma una *selfie* podría ser esa persona u otra. En cuanto al marco, éste aparece como el de ventana abierta al mundo, lo que hace el Presidente es un asunto público y se me permite ser testigo, no quedo excluido. Lo político espectacularizado conduce al deseo, me seduce, alimenta la esperanza de que ese Macri que está presente allí, alguna vez me estreche la mano y tome un mate conmigo. Esa imagen prolija, positiva, confiada es la de quien brinda un mensaje que connota desde lo gestual, lo corporal y lo discursivo. Cuerpo, mensaje y política estetizada con la que se identifica el usuario (y acaso quisiera formar parte de ese mundo, sacarse una foto con la banda inglesa *Rolling Stones*, correr con la hija y su perro por el parque, besar a una mujer bella, ser escuchado y recibir contención). Allí hay un cuerpo en acción, una distancia virtual, accesible desde cualquier dispositivo, que ofrece hasta la posibilidad de opinar, de plasmar mensajes, de obtener visibilidad en la masividad de una nación de millones de personas. El Presidente no pierde solemnidad por retratar, por ejemplo, a su mascota sentada en el sillón de Rivadavia. Se muestra como un personaje divertido, cercano a la gente. Sin embargo, este despliegue de tipo testimonial, casi actoral, no apunta a engañar al espectador: el usuario de esta red social cuenta con conocimientos en torno al funcionamiento de *Instagram*, se sabe que lo que se exhibe en esa plataforma condensa valores, imágenes favorecedoras, una selección de fotos y videos que se editan antes de ser publicados, lo cual confluye en un pacto de lectura en el que se intersectan saberes previos, modos de leer las imágenes y una construcción ficcional que subraya la exacerbación más que situarse en el engaño. Es puro escenario, incluso cuando se muestran los bastidores. Situar, en términos de Requena (1988), la topografía espectacular presente en esta cuenta implica tomar en consideración más de un modelo. En primer lugar, los elementos del carnaval emergen en las imágenes que dan cuenta de un Presidente apegado a los sectores populares, a los niños, a integrantes de los pueblos originarios, en la fábrica, en la Puna, en la plaza donde los ancianos juegan a las cartas. Allí entran en suspenso las jerarquías y el Presidente se hace uno con los demás, dialoga, baila y esgrime un mensaje que afirma “estoy con ustedes, sé lo que están atravesando, hagámoslo juntos”. Sin embargo, no es una indefinición permanente. El mandatario también se sube al escenario circular (elemento presente en el modelo circense) y habla para la población, dirigiéndose a todos, pero

separado de ellos. Desde allí promete y persuade. Asimismo, están presentes elementos de la cinematografía, como el video donde su mascota corre en cámara lenta por los jardines de Olivos, además de ingredientes de la televisión, como cuando los jubilados cuentan su situación, con insertos gráficos que indican su nombre, como ocurre en los noticieros. Cabe remarcar la utilización de juegos de planos: en las imágenes se apela al uso de planos contrapicados, primeros planos, planos americanos y medios³⁸, recursos obtenidos del género cinematográfico y televisivo. Esta variedad de topologías espectaculares también aparece en la cuenta de Trump. En ocasiones, se asemeja a la escena fantasma por la profusión de elementos de la cinematografía y la televisión, que registra todos los ángulos de los actos. En algunas publicaciones, la cámara se sitúa en medio de la gente, como una cámara subjetiva, en lugares de roles intercambiados, como ocurre con el carnaval. Otros posteos muestran a Trump de espaldas, como si se tratase del modelo circense. Pero la mayoría de los cuadros se asemejan a la escena fantasma, dado que la mirada del espectador accede a diversos ángulos y desde la mejor ubicación para no perderse los detalles. En los posteos se ofrecen datos textuales y cifras estadísticas, como ocurre con el noticiero de televisión, donde se combinan datos, zócalos con frases textuales y registros testimoniales. La temporalidad que se expresa en la cuenta de Lionel Messi es la de la inmediatez del instante, la captura de momentos cotidianos con sus colegas, con su familia, aunque no reviste las características del tiempo real, sino la de atesorar los recuerdos en un compendio de secuencias y videos que registran situaciones valiosas para el jugador de fútbol. Podría compararse a la temporalidad de un álbum de figuritas, donde las imágenes se coleccionan, se agrupan y reconstruyen la trayectoria del astro deportivo, a partir de fragmentos de su pasado, aunque también se emplean recursos técnicos que combinan imágenes fijas y en

³⁸ Gerald Millerson, en el libro *Técnicas de realización y producción en televisión*, de 1990, explica que los planos cortos ponen énfasis, dramatizan, revelan acciones y muestran detalles, aunque podrían ser restrictivos. El plano muy largo ofrece una vista general y brinda una localización amplia con relación al espacio. El plano general se usa para localizar el ambiente y aporta pistas para que el espectador pueda interpretar correctamente tiempo, lugar y acción. El plano medio comprende desde los de tamaño natural hasta los de tamaño medio, y su valor se sitúa entre la fuerza ambiental del plano distante y el examen cuidadoso de los planos de cerca. El primer plano es una toma de mucha fuerza, que concentra el interés del espectador y pueden revelar información que, de otro modo, podría pasar desapercibida. En cuanto al ángulo desde el cual se hace la toma de un sujeto, éste tiene influencia en la actitud del espectador hacia el personaje. Las tomas de ángulo contrapicado (desde abajo) hacen que los sujetos parezcan poderosos, extraños o siniestros. En tanto, las de ángulo picado (desde arriba) le dan al espectador un sentido de fuerza, superioridad, tolerancia o condescendencia. Las tomas desde ángulos muy picados transmiten el sentido de mirar hacia abajo y escudriñar. Las tomas sobre la cabeza acentúan la forma y el movimiento grupales, y revelan aislamiento o aglomeraciones.

movimiento en una misma publicación. Se trata de un tiempo pasado, pero que se actualiza en la reconstrucción de la vida del astro del fútbol. Apela a la combinación de fragmentos que se enlazan y permiten ir hacia el pasado pero construir una historia nueva en cada consulta: cada fragmento añade nuevos sentidos a una historia que se encuentra en construcción permanente. No obstante, se repiten las posturas, las imágenes en los vuelos, los trofeos obtenidos y la idea estelar de la figura deportiva. Se plantea una diacronía pero también una circularidad en la idea de proponer postales del personaje que se exhibe, de la vida familiar y de su actividad deportiva. Es un tiempo que combina diacronía y circularidad.

9.3- EJE PSICOLÓGICO

En las cuentas analizadas se pone de manifiesto la incidencia de una cultura preminentemente exhibicionista: las cuentas revelan la constitución de una nueva categoría de *star system*. En algunos casos se trata de cuentas validadas³⁹ y con muchos seguidores. Son figuras admiradas e idolatradas. De esa manera responden las personalidades. Asimismo, se muestran imágenes foto/telegénicas, donde se revela la predisposición de sus titulares para salir bien en cámara. Son conscientes de la presencia de una otredad que valora no sólo el contenido sino también la manera de publicarlo. Y allí se revela el síndrome de Eróstrato: se destruye el espacio de lo íntimo y se resigna esa interioridad para darla a conocer a través de las publicaciones. Lo paradójico radica en que en lugar de quemarse un templo -como lo relata el mito citado-, se incinera el espacio de lo privado o íntimo para darlo a conocer en una extimidad compulsiva, dándole a cada usuario aquello que espera contemplar.

El dispositivo posibilita la gestión de un vínculo entre el espacio plástico y el ámbito desde donde se consumen dichas imágenes. La profusión de filtros mediante los cuales se pueden editar, transformar, alterar y mejorar los valores de las imágenes requiere, por parte del espectador, de un conjunto de saberes y percepciones mediante los cuales se naturalizan las intervenciones sobre los videos y las fotografías o las composiciones. El espectador accede no sólo al registro visual o audiovisual de las producciones de las cuentas analizadas. En el acto de mirar las producciones compartidas en la red están

³⁹ Una cuenta validada es aquella en la que *Instagram* garantiza que la identidad de la persona coincida con la del titular de la cuenta. Se caracteriza por ostentar un círculo celeste con una tilde blanca, situada al lado del nombre de usuario.

involucrados los saberes en torno a la distancia entre la “realidad” de la toma y la ficcionalización o manipulación mediante la aplicación de filtros, efectos e insertos. El seguidor de *Instagram* ubica en esas capturas que existe algo de artificialidad que se vuelve natural en el marco del contexto de producción que rige la dinámica de esa plataforma. En el conjunto de restricciones que condicionan el consumo de las imágenes presentadas en ese espacio digital, se involucra no sólo el placer por el consumo escópico sino el valor afectivo que se plasma en los “me gusta” y los comentarios, pero también saberes y un determinado conocimiento que permite que se comprenda que un gesto, una parte del cuerpo o un objeto sean asumidos por el usuario con naturalidad, como aditamentos inherentes a dicha red social. Publicaciones que combinan cuatro cuadros -algunos de ellos en movimiento y otros fijos- o imágenes que combinan movimiento e inserciones gráficas, no son asumidas como un hecho artificial: en estos entornos se comprende y se naturaliza que la multiplicidad de ofertas en materia de técnica permita estas combinaciones. Esto es tomado con naturalidad y responde no sólo a factores afectivos y pulsionales, allí se pone de manifiesto una destreza cognitiva que radica en conocer estas introducciones como constitutivas de esas redes sociales.

La cultura exhibicionista y la telegenia son dos características salientes en las cuentas analizadas. Con diferentes grados de megalomanía, lo que redundará en las publicaciones es el hecho de mostrar la vida de un modo grandilocuente, como si cada imagen portara un sentido que merece ser publicado. Al tomar en consideración la gran cantidad de seguidores de las cuentas analizadas es posible esbozar una analogía con el *star system*, las personalidades idolatradas, seguidas por millones de personas. Incluso cuando el decálogo del corpus para esta investigación ostente un eclecticismo que, en primera instancia, pareciera aleatorio, al indagar en las singularidades de cada cuenta es posible encontrar elementos comunes a los personajes involucrados: son autores, narradores y personajes que se exhiben para un público numeroso que está dispuesto a consumir esas representaciones, potenciados por un narcisismo que se confirma en cada instantánea, microfilmación o *selfie* repetida hasta el hartazgo. La asiduidad de las publicaciones se engarza a la perfección con la pulsión escópica: se establece una alianza entre los seguidores ávidos de imágenes y las personalidades que satisfacen el deseo de mirar. Se dinamiza el circuito del *voyeurismo* a partir de una exhibición que se actualiza con una periodicidad que puede variar, pero que cumple con el imperativo de la producción de imágenes y su consumo. El narcisismo y la puesta de relieve de la personalidad se manifiestan e insisten en cada una de las publicaciones analizadas. No

obstante, se evidencia un anclaje en la primacía de la apariencia que se reitera a lo largo de las cuentas, tanto desde una perspectiva diacrónica como en la sincronía. Al interior de las plataformas relevadas y entre las cuentas se muestra una elaboración de la subjetividad exhibida que no es producto de la casualidad. Figuras de extracciones diversas (como el deporte, la religión, el arte, la política y la gastronomía, entre otros) comparten la tendencia de plasmar una imagen que revela una intencionalidad. En tanto, esos cuerpos exhibidos se articulan con un entramado -a veces económico y en ocasiones propagandístico- que persigue fines concretos, además de exaltar el egocentrismo. Trump encarna esta dimensión con contundencia: las publicaciones enlazan la primacía de la figura, ponen de relieve sus señas particulares -casi prototípicas y autoparódicas- y confirman la idea de que el poder necesita espectacularizarse, la idea de generar deseo mediante la apelación al atractivo de la imagen. En la cuenta de la estrella pop Selena Gómez, la figura con mayor cantidad de seguidores en *Instagram*, se ponen de manifiesto el culto a la personalidad y la exaltación del egocentrismo, a través de sus imágenes y videos que la retratan en situaciones de admiración de sus fans, recitales, *backstage* y tapas de revistas. El cuerpo que se ofrece actúa para sus admiradores y muestra su talento como bailarina y cantante. A pesar de su juventud, su atractivo físico y su simpatía, lo que subraya en su cuenta es el vínculo entre Selena y su público: en muchas publicaciones resalta su cercanía con él y demuestra lo importante que es el afecto que le brinda. Incluso luego de haber atravesado un alejamiento de la red durante unas semanas, debido a un tratamiento por lupus y ataques de pánico, la cantante reapareció con una imagen en la que se la ve tomándose una foto junto a sus fanáticos. En cuanto a la función protésica de la técnica, las cuentas analizadas revelan el vínculo estrecho que existe entre el teléfono celular y la personalidad retratada. En las cuentas de Calu Rivero, Candelaria Tinelli, Agustina D'Andraia y Lionel Messi, por ejemplo, se repiten los autorretratos, las tomas frente al espejo o la exhibición explícita del artefacto móvil incluido dentro de las actividades cotidianas. Una de las publicaciones de Rivero la muestra caminando en cámara lenta en un navío de Buquebus mientras toma fotos del amanecer con su teléfono. El *smartphone* se integra a la vida de las personalidades como si formara parte de su anatomía. Las imágenes dan cuenta de que la cámara está presente en la cotidianeidad del mundo de la política, la religión, la moda y el espectáculo, y su protagonismo es notorio dado que permite que la vida pueda ser captada tanto en la intimidad como en el quehacer público. El artefacto técnico se inmiscuye en el escenario y en los bastidores, pero siempre está ahí, como si se tratase

de una extensión de la corporalidad. La cámara acompaña tanto al Sumo Pontífice, como al Presidente Macri, a Donald Trump, a Calu Rivero y a Selena Gómez. La presencia del dispositivo es casi total y se extiende a todos los aspectos de la vida de la persona-personaje.

9.4- EJE TOPOLÓGICO-ESPECTACULAR

En la cuenta de Selena Gómez se revela, por un lado, una similaridad con la escena fantasma, donde se evidencia una lógica cercana al documental televisivo, que realiza una recorrida por los diferentes aspectos de la vida de la cantante, registra sus actuaciones y el detrás de escena. También se muestra una implicación con sus fans, cercan al modelo del carnaval: es la estrella pop idolatrada y admirada, se entremezcla con sus seguidores, se retrata con ellos y los suma como parte de su vida, como si ella fuese “una más”, y en esa lógica hace partícipes también a los usuarios que la siguen en *Instagram*. Y en esa relación está siempre presente el artefacto que registra esas escenas, una función protésica de la técnica que se manifiesta en el protagonismo de la cámara que la acompaña en todo momento para volcar sus experiencias en la red social. Más allá de donde se encuentre Selena, sus imágenes se replican y crean vínculos imaginarios en espacios virtuales con sus seguidores, que prescinden de la ubicación geográfica y trascienden el lugar específico en donde se produce la captura. Este flujo de publicaciones fomenta una extimidad mediante contenidos que la exhiben tanto en situaciones de intimidad como en su rol profesional. La sucesión de posteos da cuenta de una temporalidad que instala la recolección de instantáneas del ídolo, recoge los momentos y permite reconstruir su vida como en un documental, pero también dinamiza el circuito de relación con los seguidores, que están pendientes de sus detalles y su vida, y se identifican con Gómez.

Una lógica similar se revela en las cuentas de Lali Espósito, Mauricio Macri, el Papa Francisco y Lionel Messi. Son personajes venerados, quienes entablan vínculos imaginarios en espacios virtuales con sus seguidores mediante *Instagram*. En realidad, la relación espectacular abordada en términos de González Requena (1988) se pone de manifiesto en las diez cuentas relevadas: se trata de diferentes corporalidades, que se ofrecen ante una cantidad importante de *followers*, y entre ambos una distancia psíquica, que tiene que ver con la ausencia del cuerpo del espectador. Esta distancia es la huella de una carencia, la del cuerpo del sujeto espectador. Se trata de un vínculo donde el usuario está realizando una acción destinada a alguien que está pendiente del otro lado

de la pantalla del dispositivo. Hay otro para quien se monta esa ficcionalización de la vida. No obstante, y tomando en cuenta la disolución de las presencias físicas visibles en un mismo espacio y tiempo, se entablan diferentes analogías con los modelos topológicos conceptualizados por González Requena (1988). Algunas cuentas reúnen características que las acercan al carnaval, y lo mismo ocurre con el circo, el teatro, el cine y la televisión. Se puede postular que, en términos de los modelos espectaculares, así como la televisión canibalizó a sus esquemas predecesores, en la red social *Instagram* se produce una confluencia de los modelos.

Una de las singularidades de esta red es que, por un lado, puede consumirse en cualquier espacio, a diferencia del cine y la televisión, que requieren de la situacionalidad de un espacio determinado: se mira la televisión (en un acto deliberado de situarse frente a la pantalla) o se concurre a la sala cinematográfica. *Instagram* puede ser consultado o usado para publicar incluso mientras se mira televisión, en la sala del cine o realizando casi cualquier actividad. El televisor debe estar conectado a una antena o a un servicio de cable, y el cine requiere de una pantalla emplazada en un lugar específico. Para ver televisión hay que encender el aparato, requiere de un acto deliberado como “decido ahora ver televisión”. El celular, en cambio, interpela al usuario, irrumpen notificaciones, comentarios, etiquetas, nuevos amigos, mensajes directos, fotos o videos, chats no esperados. El aparato de televisión puede situarse en el living, en la habitación y, por lo general, –salvo los viejos televisores portátiles- está situado en un lugar en torno al cual se organiza la actividad de mirar televisión. El celular o la tableta pueden llevarse a casi todas partes. Incluso mientras se consume un programa televisivo, mirando una película de cine o concurrendo al teatro, un recital, un evento deportivo, entre otros, se puede consultar la pantalla. Los programas de televisión habilitan el comentario a través de las redes sociales. Y los *hashtag* permiten situar de manera temática una publicación. Es decir, una imagen, un video o una publicación que combine imagen fija y en movimiento permiten que el receptor participe de manera activa, construyendo el contenido a la vez que se emite el programa. En el caso de *Instagram*, es posible su utilización de manera simultánea con la emisión o la producción de otro espectáculo (por ejemplo, capturando el fragmento de una película para subirlo a la red, o hacer lo mismo con la televisión o una obra de teatro). Más allá de la presencia de casi todos los modelos topológicos, en las cuentas analizadas predomina el modelo televisivo, dado que las publicaciones le ofrecen al espectador no sólo todos los puntos de vista de una misma escena, sino todos los aspectos de la vida: si en la escena fantasma una misma escena se puede disfrutar a

partir de la multiplicidad de planos y ubicaciones de las cámaras, en *Instagram* ocurre que se proponen todas las facetas visuales de la existencia de la persona y el personaje. Y la organización del espacio espectacular está destinada al espectador. Ante la cámara del cine o la televisión, el grito de acción o corte, por ejemplo, sitúa un comienzo, una duración y un final. Pero el espectáculo de la red social *Instagram* no tiene culminación, como si se quebraran las fronteras entre la intimidad, la privacidad y lo público. Pero no solamente se produce una hibridación entre *backstage*, actuación y vida real. Uno de los puntos fuertes de esta revisión de los modelos topológicos de Requena (1988) intenta introducir una noción que en sí es novedosa: la deslocalización de la situación de espectáculo-cuerpo-mirada-distancia. El espectador que aparece en los modelos ofrecidos en el texto del autor español está siempre situado en una localización geográfica determinada. En el carnaval, el circo, el teatro, el cine y la televisión, es posible situar al espectador en un punto localizable. En la actualidad, se produce un cambio radical: el espectador no descansa y consume esos espectáculos incluso en situaciones que antes estaban restringidas al momento de esparcimiento. El seguidor de *Instagram* puede satisfacer sus pulsiones escópicas en casi todos los ámbitos. La oficina, el transporte público, la institución educativa, la agitación de la ciudad o la soledad de un bosque son espacios donde es posible acceder a estas cuentas. Se produce un par indivisible y necesario para que esta conjunción se concrete: existen un cuerpo, potencialmente listo para ofrecer un nuevo espectáculo en cualquier momento, y un espectador que mantiene una conexión permanente y está pendiente de las novedades de las personas a las que “sigue”. Si la televisión, el cine, el teatro, el circo y el carnaval están configurados dentro de un horario y un espacio determinados, *Instagram* no cumple con estos parámetros y en cualquier momento puede irrumpir una nueva escena. La película de cine tiene una fecha de estreno, un conjunto de salas donde se proyecta y un menú de horarios que regulan dicha práctica. El noticiero, la telenovela, el magazine de actualidad o el programa de cocina se emiten en un momento determinado y el espectador acude a ese rito dentro del espacio destinado a ese fin. En *Instagram* no existe un horario de emisión, el espectador elige cuándo consultar la cuenta, puede acceder desde cualquier localización geográfica y en situaciones que puede realizar mientras despliega otras tareas. Además, no requiere de la oscuridad de la sala de cine o del momento de sentarse a ver televisión: de manera intermitente consulta *Instagram* mientras chequea otras redes sociales o comparte momentos con otras personas: un usuario que cuenta con la capacidad de realizar varias funciones a la vez. La miniaturización de los dispositivos, la velocidad de conexión a

internet y la proliferación de anchos de banda más generosos permite que el consumo de imágenes se concrete por todas partes y que el tiempo real acelere la sensación de cercanía entre la persona-personaje y su seguidor. Tomando en comparación los modelos anteriores, en el carnaval existe un cuerpo que se encuentra en movimiento, abierto a trayectorias de miradas múltiples, desjerarquizado y unido a los demás en un vínculo indiferenciado, donde se hace patente la reversibilidad de la mirada y el deseo. En la red social analizada en este trabajo ocurre algo similar en el sentido de que, de manera parcial, se produce esta reversibilidad de mirar-ser mirado. De alguna manera, la categoría usuario de *Instagram*, estipula cierta igualdad en términos de adoptar una práctica y ajustarse a ciertas normas y reglas que rigen la práctica. Acaso no se evidencien tantas similitudes con el circo, donde el espectador realiza una única actividad que es la de disfrutar del espectáculo. En el caso del cine, el espectador puede estar sentado o parado, realizando una única actividad que es la de mirar la película y hoy estar pendiente de la pantalla del teléfono celular. Puede comentar después de la proyección filmica, hacer comentarios en voz baja o después de la proyección. No obstante, en *Instagram* se pueden dejar registros escritos de las apreciaciones, se pueden expresar emociones mediante los “me gusta” o con frases más extensas. Algo similar le ocurre al espectador de teatro: accede a la obra teatral, puede comentarla después, puede aplaudir o retirarse de la sala. El usuario de *Instagram* puede recoger -a veces, de modo clandestino- imágenes de la obra teatral, de la película en el cine o de fragmentos televisivos. Es decir, puede desplegar varias tareas a la vez. Y en este aspecto también se revela la aceleración que señalan las formas tecnológicas de vida. No se trata de la exclusividad de un espectáculo determinado, sino la posibilidad de consultar la pantalla de manera al espectáculo situacional: el espectador puede estar en dos espacios a la vez, el que tiene ante su mirada en un lugar puntual, con un cuerpo que se ofrece a la distancia, y el que ocurre tras la pantalla de su artefacto tecnológico portátil, a distancias variables situadas en un lazo de índole tecnológica. Se combinan el lazo geográfico orgánico de lo presencial, con el virtual tecnológico, sin que se obstruyan entre sí. En materia de espacios se produce una exhibición de los no lugares, que aquí se revela con contundencia. Al sucederse escenas, cuerpos exhibidos de manera parciales, escenarios y público, baile y juego, más allá de los estadios o los aviones en los que se registran los fragmentos, bien podría ser esos u otros. La localización geográfica queda relegada ante la incidencia de la autoexhibición, de la exacerbación de la subjetividad en detrimento del acontecimiento en sí. Y en esta cuenta, también se verifica una manifiesta similitud con

el género televisivo y cinematográfico: aplicación de efectos en las imágenes, alteración de la temporalidad con recursos de *loop*, manipulación de los colores, variedad de planos y fagocitación de espectáculos en vivo que se registran para la cámara, permitiendo que el espectador acceda a una multiplicidad de puntos de vista. Cuando Lali Espósito está en escena se la ve desde el lugar del público, pero también se registran escenas como si se estuviese en el detrás de escena (como cuando se muestra de espaldas a la lente). Y en la articulación de videos con imágenes fijas se produce una hibridación entre espacio público y privado, dado que en esta cuenta se revelan actuaciones y participaciones en TV, al igual que momentos de intimidad, como los instantes lúdicos en un vuelo, la exhibición de su biblioteca y una cajita musical, el ocio ocupado por autofilmaciones donde canta o balbucea para sus seguidores o intercala los efectos que le ofrece su dispositivo celular. Y son espacios en los que también hay lugar para los intereses comerciales, como cuando publica piezas publicitarias de sus auspiciantes, difunde un estreno cinematográfico en el cual es protagonista o revela la tapa de su último lanzamiento discográfico: se convierte en un espacio que alterna el egocentrismo de la estrella musical con el aprovechamiento de este espacio digital para abonar la dinámica comercial, una lógica que también replica el modelo televisivo: contar con muchos seguidores no solamente ensancha la autoestima sino que posibilita la llegada de contratos publicitarios y materializa convenios que producen un rédito económico.

9.5- ENTRE LO PÚBLICO, LO PRIVADO Y LO ÍNTIMO: TIPOLOGÍA DE LOS VÍNCULOS EN *INSTAGRAM*

El contacto no se entabla, se acumula: tener contactos confiere poder y dota al poseedor de la cuenta de un valor simbólico que se traduce en admiración y genera mayor cantidad de seguidores. Y esa posesión se enlaza con la dimensión política, como propone González Requena. En la red social *Instagram* es posible mantener vínculos de privados o públicos. El tipo de privacidad que se mantenga en la exposición es también un factor condicionante en la relación que se establece entre el espectador y el espectáculo ofrecido. Los perfiles públicos son aquellos que se encuentran abiertos a todos los usuarios de la red y no requieren aprobación del responsable de la cuenta. En este sentido, quien posea una cuenta con estas características está dispuesto a que cualquier persona pueda ver sus publicaciones, así como dejar comentarios en sus fotos o videos. Es el tipo de perfil que no presenta restricciones en cuanto a los demás usuarios y encuentra en esta configuración un modo de apertura libre hacia los demás, aunque

también presenta riesgos, ya que no puede controlar quién consume sus publicaciones. Es probable que un usuario visite su perfil, sin que sea necesariamente un contacto o *follower*. De este modo, una persona puede acceder a estas publicaciones sin que el titular de la cuenta lo advierta. Los perfiles privados, por el contrario, presentan el requerimiento de una aprobación para que los demás puedan visitarlo. Para que el material subido a la plataforma pueda ser accesible es imprescindible la pre aprobación de su titular y no existe manera de ver estos contenidos sin que el usuario controle quién lo mira (y quién no). No obstante, dentro de estas configuraciones existen entrecruzamientos, articulaciones que combinan los modos de acceso. Un perfil público puede interactuar con un perfil privado: es el caso de aquellas cuentas que están abiertas a todos los usuarios de la red pero que interactúan con amigos que previamente han aprobado el contacto con este contacto. Del mismo modo, un perfil privado puede interactuar con usuarios públicos, aunque con la ventaja que no requieren una aprobación previa. Así, un perfil privado puede pasar las veces que quiera por la cuenta de un usuario público, sin que éste lo note. En tanto, un usuario público también puede visitar las veces que quiera a un usuario privado, una vez que ha sido aceptado, con la diferencia que el privado puede volver a cerrar su cuenta para un usuario determinado, en el momento en que lo desee. Un vínculo de mayor clausura es el que se establece entre dos cuentas privadas. En esta situación, la relación requiere de un mutuo consentimiento, una apertura de la cuenta hacia el otro perfil que lo solicita. No obstante, la relación establecida entre estos perfiles está sujeta no solo a la restricción de ser vista solamente por los usuarios admitidos, sino también a la súbita o no clausura de la cuenta: un perfil privado puede cerrarse y abrirse ante los demás tantas veces como se quiera. Existe otra categoría de relación que es la que propone el *Instagram Direct*, que permite el intercambio de imágenes, mensajes y videos entre dos usuarios, de manera privada, sin que el resto de los usuarios lo advierta. Consiste en el modo de interacción que reviste la mayor intimidad: una persona puede contactar a otra e intercambiar mensajes donde lo que prima es el vínculo de privacidad. La dinámica se asemeja a los servicios de mensajería directa de redes sociales como *Facebook* y *Twitter*. Este tipo de relación virtual es la más cerrada de todas. Es el caso de personas que envían mensajes y contenidos puntuales para usuarios determinados, con objetivos diversos, dentro de un marco de confidencialidad que priva al resto de los miembros de esa comunidad de las particularidades de esa acción comunicativa. De este modo, es posible establecer, al menos, cinco modos de construir vínculos virtuales dentro de esta red social.

Tipología vincular en *Instagram*:

- público-público: apertura simétrica.
- público-privado: apertura asimétrica.
- privado-público: restricción asimétrica.
- privado-privado: restricción simétrica.
- mensaje directo: confidencialidad.

Los niveles de acceso y privacidad entre los usuarios de *Instagram* permiten establecer una analogía con algunos de los elementos de las topologías espectaculares detalladas por González Requena (1988). La libertad de acceso y la falta de restricción para acceder a una cuenta podría vincularse con el contacto irrestricto que mantienen los participantes del carnaval: allí se abre un espacio en el que la ausencia de jerarquías favorece esta indiferenciación y los individuos se vinculan sin barreras y en un contexto de libertad. Algo similar ocurre con el modelo circense: allí la configuración es diferente, pero el acceso del público no presenta limitaciones, más allá del modo topológico que reviste este espacio elíptico. Es interesante la similitud que presentan el modelo de escena a la italiana y la tipología vincular en la que se restringe el acceso mediante un permiso otorgado por uno de los usuarios o por ambos. En este sentido, cuando una cuenta de *Instagram* se encuentra bajo la aprobación de su titular y alguien solicita seguirlo, se presenta una condición, una limitación: el *follower* debe “pagar una entrada”, no en un sentido económico, sino que tiene que sortear una barrera que se presenta para consumir las publicaciones. Por otro lado, la intimidad que reviste esta validación también mantiene esta analogía con la escena fantasma. El cine también requiere el pago de la entrada, una condición estipulada, así como el acceso a servicios de televisión por cable, que exigen un desembolso económico. Si bien *Instagram* no “cobra” por acceder a las cuentas, algunas de ellas están cerradas y requieren que se cuente con ciertas características que permitan que el titular de ese espacio semiprivado considere adecuadas para darle vía libre a esa solicitud. Por otro lado, el factor económico está presente tanto en los planes que cobran las compañías de telefonía móvil como en las empresas que ofrecen *wi-fi*, lo cual constituye en sí una operación económica que constituye la condición básica para sostener esta práctica.

10-CONCLUSIONES

El análisis de las cuentas investigadas para esta tesina conduce a la conclusión que de la pantalla -y sus relaciones- emerge un escenario en el cual se desarrolla una topología “espectacular” que presenta características similares a las de los modelos cinematográfico y televisivo, aunque con una serie de innovaciones que se relacionan de manera directa con los modos de vida, prácticas y hábitos actuales: los ritmos acelerados, la portabilidad de los instrumentos tecnológicos (técnicas protésicas, integradas a la anatomía), la conectividad permanente, la necesidad de adherir a las novedades del mercado y la construcción de la identidad a partir de tecnologías de organización de la subjetividad que se vinculan, por un lado, con la mirada del Otro, y en segundo término, con un narcisismo exacerbado que se registra en la escenificación de la existencia, a partir de un espectáculo que no tiene fin y cuyo presupuesto es que los aspectos públicos, privados e íntimos merecen ser exhibidos de manera permanente mediante una corporalidad que se ofrece como fascinante. Estas nociones funcionan como imperativos que revelan la imposibilidad de negarse a los mandatos de la técnica: instalan una idea autoritaria y tautológica, en términos de Roland Barthes, de la apelación a la imagen como recurso necesario utilizado con finalidades heterogéneas.

Los perfiles investigados presentan similitudes con el modelo espectacular de la escena fantasma, a partir de una hibridación con las dinámicas del cine y la televisión - como la conformación de un renovado *star system* alimentado por los comentarios celebratorios y la multiplicación de los *likes*, la telegenia como principio rector estético y la manipulación de la imagen- para proyectarse con una seducción que apunta a cautivar a un auditorio *follower* que se encuentra ávido de la novedad que emergerá de la plataforma digital. *Instagram* funciona como una emisión incesante, desprogramada y sorpresiva: lo inusitado de la publicación le añade atractivo y dicha irrupción se diferencia de las pautas estipuladas por los gerentes de programación de las empresas televisivas o las compañías cinematográficas cuyas decisiones están organizadas en función de horarios de emisión estipulados, con grillas previstas y pautas publicitarias que condicionan la emisión y el éxito -y el fracaso- de sus iniciativas. Asimismo, con una tendencia cada vez más pronunciada a la mercantilización de dichos productos.

El tiempo real rige con contundencia las gramáticas de producción y se instala como una norma que se destaca como sello distintivo de esta red social: el registro y la publicación legitiman la experiencia. Se trata de una temporalidad que rige sólo en este sentido y no se relaciona con la de la narratividad de esas construcciones ficcionalizadas a partir de vidas guionadas como historias que sustentan discursos sobre el hedonismo, el disciplinamiento del cuerpo, la vida saludable, el éxito, la figura del ídolo deportivo y la transgresión, así como a la difusión de la prédica religiosa y la persuasión del mensaje político. Las procedencias eclécticas del compendio de cuentas relevadas confluyen en un la tríada autor-narrador-personaje, en vidas veneradas por millones y exacerbadas en corporalidades que se ponen al servicio de vínculos de seducción, de la rigurosidad de salir bien en cámara y proyectarlo al universo *social media*. En tanto, la portabilidad, la miniaturización de los equipos y la convergencia facilitan asimismo que los contenidos puedan ser producidos de manera sencilla y sin contar con destrezas técnicas más que con un *smartphone* o una cámara digital con *wi-fi* que permita capturar imágenes, editarlas y publicarlas, de manera rápida y sin mayores condicionamientos que la facilidad de operar dichos artefactos.

La erupción de Pompeya petrificó para siempre los cuerpos de las víctimas de la explosión volcánica, así como Hiroshima calcinó los cuerpos y los plasmó en la sombra del cemento, a partir del fulgor del hongo atómico. Los haces lumínicos de *Instagram* eternizan -en el destello de la toma- las vidas de estas personalidades y congelan un instante. El espectador consume con fruición la estelaridad de esas vidas y se regocija con los reflejos que irradia la pantalla, al igual que lo hacían los esclavos de la caverna de Platón, atenazados a los grillos, convencidos de que las figuras que apreciaban en la superficie calcárea eran imágenes que representaban con fidelidad una realidad que asumían como tal, aunque, por cierto, les daban la espalda. Cabe preguntarse si asistimos al apogeo de las redes sociales como un momento histórico fugaz que estipula ciertas reglas de construcción identitaria, que acaso dentro de algunos años resultará una anécdota socio-técnica, arrasada por parámetros inusitados de vincularnos con el cuerpo, el tiempo y la identidad. Cierta tendencia a la desconexión -esgrimida por la escritora holandesa José Van Dijck- parece sostener ese interrogante. Habilitar la duda como fisura hacia horizontes más analógicos, menos conectados y más comunicados, inaugura una reflexión sobre las prácticas que nos darán la bienvenida en el futuro.

11- BIBLIOGRAFÍA

- ARNHEIM, R. (1980). *Arte y percepción visual*. Madrid: Alianza Editorial.
- ABRUZESE, A. y MICONI, A. (2002). *Zapping: sociología de la experiencia televisiva*. Madrid: Ediciones Cátedra.
- AUMONT, J. (1992). *La imagen*. Barcelona: Paidós.
- BORGES, J. (1949). *El Aleph*. Buenos Aires, Argentina. Alianza Editorial.
- CASTELLS, M. (1990). *La era de la información. Economía, sociedad y cultura Vol. I*. México: Siglo XXI editores.
- FERRER, C. y SIBILIA, P. (2015, agosto). *Conectados, insomnes y acelerados: cuerpo, tecnología y poder*. Congreso Latinoamericano de Comunicación “30 años de itinerarios intelectuales. Preguntas, abordajes y desafíos del campo comunicacional”. Buenos Aires, Argentina.
- GONZÁLEZ REQUENA, J. (1988). *El discurso televisivo: espectáculo de la posmodernidad*. Madrid: Ediciones Cátedra.
- GUBERN, .R. (1987). *La mirada opulenta*. Barcelona: Editorial Gustavo Gili.
- JALFIN, Sonia (2 de enero de 2016). *Mente digital: cuando no alcanza sólo con conocer la última tecnología*, en suplemento Sábado, diario La Nación <http://www.lanacion.com.ar/1858407-mente-digital-cuando-no-alcanza-solo-conocer-la-ultima-tecnologia>
- JENKINS, H. (2006). *Convergence culture, La cultura de la convergencia de los medios de comunicación*. Barcelona: Paidós.
- LASH, S. (2005). *Crítica de la información*. Buenos Aires: Amorrortu.
- LASCH, C. (1979). *La cultura del narcisismo*. Madrid: Editorial Andrés Bello.
- LIPOVETSKY, G. (1983). *La era del vacío*. Barcelona: Anagrama.
- MALDONADO, T. (1998). *Crítica de la razón informática*. Barcelona: Paidós.
- MILLERSON, G. (1990). "El poder persuasivo de la cámara", en *Técnicas de realización y producción en televisión*. Madrid: Instituto Oficial de Radio y Televisión España.
- PLATÓN. (1992). *República*, Libro VII (Traducción de C. Eggers Lan). Madrid: Editorial Gredos.
- PRIETO, A. "Una escena partida de lobos y corderos", en Revista Ñ, 30 de junio de 2015. http://www.revistaenie.clarin.com/ideas/Luigi-Zoja-escena-partida-lobos-corderos_0_1383461652.html

- SÁNCHEZ NAVARRO, J. (2004). *Realidad virtual: visiones sobre el ciberespacio*. Barcelona: Devir Contenidos.
- SCHMUCLER, H. (1996). "Apuntes sobre el tecnologismo o la voluntad de no querer", en *Revista Artefacto. Pensamientos sobre la técnica*. Facultad de Ciencias Sociales. Universidad de Buenos Aires.
- SFEZ, L. (2005). *Técnica e ideología: un juego de poder*. Barcelona: Paidós.

TROCCA



ftrocca

Follow

1,704 posts 94k followers 859 following

TROK Cocinero/ Argentina www.fernandotrocca.com



MACRI



mauriciomacri

Follow

910 posts 673k followers 134 following

Mauricio Macri Presidente de la República Argentina. Casado. 4 hijos. Hinchta de Boca.
www.mauriciomacri.com.ar



TRUMP



realdonaldtrump • [Seguir](#)

1,458 publicaciones 5,6mm seguidores 15 seguidos

Donald J. Trump 45th President of the United States



MESSI



leomessi

Seguir

publicaciones 64,1mm seguidores 169 seguidos

Leo Messi Bienvenidos a la cuenta oficial de Instagram de Leo Messi / Welcome to the official Leo Messi Instagram account www.messi.com



FRANCISCO



franciscus

Seguir

1 publicación · 3,5mm seguidores · 0 seguidos

Pope Francis "I want to walk with you along the way of God's mercy and tenderness." (Official Account, Copyright L'Osservatore Romano.)



CALU RIVERO

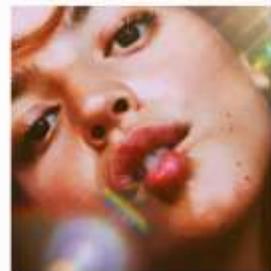
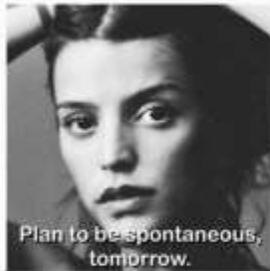


lacalurivero

Follow

3,136 posts 766k followers 864 following

Calu Rivero Actriz @thesocietynyc c.ngai@thesocietymanagement.com www.calurivero.com
vogue.cm/WlrqE2c



D'ANDRAIA



agusdandri

Seguir

3.883 publicaciones · 150k seguidores · 698 seguidos

Agustina D'Andraia · Autora del libro "Diario de una chica fit". Periodista de la revista "Para Ti". Fit girl.
En Snapchat/Twitter/Fan Page de FB: Agus Dandri



TRES SIMPLES REGLAS EN LA VIDA

1. Si no vas tras lo que quieres, jamás lo tendrás.
2. Si nunca pides, la respuesta siempre será no.
3. Si no das un paso Adelante, Siempre Estarás en el Mismo lugar.



ENTRENA CON NOSOTROS



A la gente que te ataca por la espalda le ganaste el mismo día que supieron que no podían ponerse de frente.

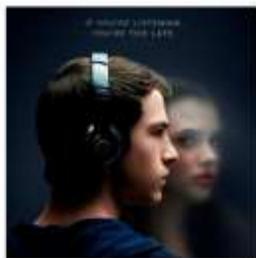
SELENA



selenagomez [Seguir](#)

1.256 publicaciones 109mm seguidores 261 seguidos

Selena Gomez By grace through faith selenagomez.com



TINELLI



candelariatinelli

Follow

1,933 posts 1.9m followers 434 following

Lele Remember you will die. www.instagram.com/madness_clothing



LALI



laliespositoo

Seguir

3.874 publicaciones 3,3mm seguidores 574 seguidos

Lali Actriz y cantante Argentina #EGO #NewVideo bit.ly/Lali_Ego

