

INMEDIACIONES DE LA COMUNICACIÓN

PUBLICACIÓN SEMESTRAL - VOLUMEN 19/Nº 2 - JULIO - DICIEMBRE 2024

ESPACIOS MEDIATIZADOS, IMÁGENES Y RÉGIMENES VISUALES CONTEMPORÁNEOS

PRESENTACIÓN

**LETICIA RIGAT, MARIANA PATRICIA BUSO & JACOB BAÑUELOS
CAPISTRÁN**, editores invitados / Consejo Nacional de
Investigaciones Científicas y Técnicas, Argentina /
Tecnológico de Monterrey, México. IMÁGENES Y
MEDIATIZACIONES. CULTURA VISUAL,
MEDIOS Y DIGITALIZACIÓN

ARTÍCULOS

DAMIÁN FRATICELLI, Consejo Nacional de Investigaciones
Científicas y Técnicas, Argentina. ¿CÓMO LOS
YOUTUBERS ALCANZAN UNA GRAN DIFUSIÓN?
EL CASO ZEKIEL79

AGUSTINA LAPENDA, Universidad Nacional de San Martín,
Argentina. HIPERVISIBLE. SOBRE CÁMARAS DE RED
Y SOCIEDADES DE CONTROL

CORA GAMARNIK, Consejo Nacional de Investigaciones
Científicas y Técnicas, Argentina. LO QUE PUEDE
UNA FOTOGRAFÍA. IMÁGENES, MEDIOS DE
COMUNICACIÓN, REDES SOCIALES Y ECOLOGÍA

JOSÉ PABLO CONCHA LAGOS, Pontificia Universidad
Católica de Chile, Chile. AUTORRETRATO
FOTOGRAFICO Y CONTEMPORANEIDAD.
LA SELFI COMO NECESIDAD DE ENCONTRAR
LO QUE NO HAY EN EL PROPIO CUERPO

MARIANO ZELCER, Universidad Nacional de las Artes,
Argentina. FOTOGRAFIAR EL PASADO.
EL DISPOSITIVO DE LAS FOTOS EN MOVIMIENTO

MARÍA ELENA BITONTE, Universidad de Buenos Aires,
Argentina. IMEMES. PRODUCCIÓN, CIRCULACIÓN,
RECONOCIMIENTO Y PROPAGACIÓN

DIEGO LIZARAZO ARIAS, Universidad Autónoma
Metropolitana, México. CAPTURA DE LA MIRADA
EN EL CAPITALISMO CIBERNÉTICO

ANA MARISA PEREYRA, Universidad de Buenos Aires,
Argentina. ARCHIVO DE LA MEMORIA TRANS.
IMÁGENES DIGITALES, FOTOGRAFÍAS Y EL ARTE
DE CONSTRUIR MEMORIA

MAURO TRINDADE, Universidade do Estado do Rio
de Janeiro, Brasil. O FOTOTÁTIL. FOTOGRAFIA
EM TRANSFORMAÇÃO

MICHELE PUCARELLI & LUIZ CLAUDIO COSTA LATGÉ,
Universidade Federal Fluminense, Brasil.
A REPRESENTAÇÃO DA REALIDADE
NAS PLATAFORMAS DIGITAIS

LILIANA ELVIRA MOCTEZUMA & ABRAHAM NAHÓN,
Universidad Autónoma Benito Juárez de Oaxaca, México.
IMÁGENES, ARCHIVO Y MEMORIA.
DIGITALIZACIÓN DE LA OBRA DE LA ARTISTA
MARÍA IZQUIERDO

NICOLÁS CANEDO, Universidad de Buenos Aires,
Argentina. MEMES Y FAN ART POLÍTICOS.
IMÁGENES EN LA CONVERSACIÓN ELECTORAL
ARGENTINA DE 2023

ENTREVISTAS

CONTRA UNA CREENCIA CIEGA EN LA IMAGEN.
ENTREVISTA A FRANÇOIS JOST

¿ANTE UNA SEGUNDA FASE DE LA
CONTEMPORANEIDAD? ENTREVISTA A MARIO CARLÓN

INMEDIACIONES DE LA COMUNICACIÓN

PUBLICACIÓN SEMESTRAL - VOLUMEN 19/Nº2 - JULIO-DICIEMBRE 2024

INMEDIACIONES DE LA COMUNICACIÓN
(Inmediac. Comun.)

Escuela de Comunicación
Facultad de Comunicación
Universidad ORT Uruguay
Av. Uruguay 1185- 11100 - Montevideo, Uruguay
Tel. (00598) 2 902 1505
www.ort.edu.uy - https://fc.ort.edu.uy/
Correo electrónico de contacto: inmediaciones@ort.edu.uy
<https://revistas.ort.edu.uy/inmediaciones-de-la-comunicacion>
Año de publicación 2024
ISSN 1510-5091 - ISSN 1688-8626 (en línea)
DOI: <http://doi.org.10.18861/ic.2024.19.2>

Publicación semestral de distribución gratuita.

Licencia Creative Commons 

Las opiniones expresadas en los artículos, entrevistas y reseñas son de responsabilidad exclusiva de sus autores.
La reproducción y/o transcripción total o parcial de los artículos, entrevistas y reseñas publicadas en el volumen, sea realizada con fines académicos o informativos, deben estar siempre acompañadas de la cita de la fuente correspondiente.

AUTORIDADES ACADÉMICAS DE LA ESCUELA DE COMUNICACIÓN

DECANO DE LA FACULTAD DE COMUNICACIÓN
DR. ESTEBAN ZUNINO

SECRETARIO DOCENTE / COORDINADOR ACADÉMICO DE COMUNICACIÓN PUBLICITARIA Y MARKETING, Y DE ANALÍTICA DE DATOS
DR. HÉCTOR BAJAC

COORDINADORA ACADÉMICA DE COMUNICACIÓN EMPRESARIAL Y GLOBAL / CATEDRÁTICA DE COMUNICACIÓN CORPORATIVA Y RELACIONES PÚBLICAS
LIC. VIRGINIA SILVA, MSC.

COORDINADOR ACADÉMICO DE COMUNICACIÓN PERIODÍSTICA, Y CREACIÓN DE CONTENIDOS
LIC. BRIAN MAJLIN

COORDINADOR ACADÉMICO DE COMUNICACIÓN AUDIOVISUAL Y CINEMATOGRAFICA
MAG. GERARDO CASTELLI

COORDINADORA ACADÉMICA ADJUNTA DE COMUNICACIÓN PUBLICITARIA Y MARKETING
LIC. ANTONIA TABOADA

COORDINADOR ACADÉMICO DE SONIDO Y PRODUCCIÓN MUSICAL
TDS GUILLERMO MARCHESE

CATEDRÁTICA ASOCIADA DE METODOLOGÍAS DE LA INVESTIGACIÓN Y PROYECTOS FINALES
LIC. MARÍA FORNI

COORDINADORA DE CURSOS
SANDRA MAROZZI

CONSEJERA ESTUDIANTIL / COORDINADORA DE GRADUADOS
LIC. CAROLINA QUERCIA

TECNÓLOGA EDUCATIVA
VICTORIA SZELAGOWSKI

INMEDIACIONES DE LA COMUNICACIÓN

PUBLICACIÓN SEMESTRAL - VOLUMEN 19/Nº2 - JULIO-DICIEMBRE 2024

DIRECTOR

Lautaro Cossia
Universidad ORT Uruguay, Uruguay

EDITORES INVITADOS

**Leticia Rigat, Mariana Patricia Busso
& Jacob Bañuelos Capistrán**
Consejo Nacional de Investigaciones
Científicas y Técnicas, Argentina /
Tecnológico de Monterrey, México

EQUIPO EDITORIAL

Virginia Silva Pintos
Universidad ORT Uruguay, Uruguay

Antonio Fausto Neto
Universidade de Vale do Rio dos Sinos,
Brasil

César Ricardo Siqueira Bolaño
Universidade Federal de Sergipe, Brasil

Karina Olarte Quiroz
Universidad Católica Boliviana San
Pablo, Bolivia

José Luis Dader
Universidad Complutense de Madrid,
España

Esteban Zunino
Universidad ORT Uruguay, Uruguay

Mariluz Restrepo
Universidad Nacional de Colombia,
Colombia

José Carlos Lozano Rendón
Texas A&M International University,
Estados Unidos

Gregorio Cusihamán Sisa
Universidad Nacional de San Agustín
de Arequipa, Perú.

Ana Regina Rêgo
Universidade Federal do Piauí- Brasil

Claudia Lagos Lira
Universidad de Chile, Chile

Fernando Andacht
Universidad de la República, Uruguay

Fábio Ribeiro
Universidad de Tras-os-Montes e Alto
Douro, Portugal

Andreu Casero-Ripollés
Universidad Jaume I de Castellón,
España

Ricardo Diviani
Universidad Nacional de Entre Ríos,
Argentina

Federico Beltramelli
Universidad de la República, Uruguay

Patricia Bernal
Pontificia Universidad Javeriana,
Colombia

Héctor Bajac
Universidad ORT Uruguay, Uruguay

Mariano Fernández
Universidad Nacional de las Artes,
Argentina

Erick Rolando Torrico Villanueva
Universidad Andina Simón Bolívar,
Bolivia

Perla Chinchilla
Universidad Iberoamericana, México

Martín Becerra
Universidad Nacional de Quilmes,
Argentina

Marco Schneider
Universidade Federal Fluminense, Brasil

Moises Sbardelotto
Universidade do Vale do Rio dos Sinos,
Brasil

EDITORES – ASESORÍA

Ana Moiratias
Universidad de Buenos Aires, Argentina

Soledad Ayala
Universidad Nacional de Rafaela,
Argentina

María Angulo Egea
Universidad de Zaragoza, España

Daniel H. Cabrera Altieri
Universidad de Zaragoza, España

Natalia Aruguete
Universidad Nacional de Quilmes,
Argentina

Eduardo Russo
Universidad Nacional de La Plata,
Argentina

Paul Capriotti
Universitat Rovira i Virgili, España

Jairo Ferreira
Universidade do Vale do Rio dos Sinos,
Brasil.

Gastón Cingolani
Universidad Nacional de las Artes,
Argentina

Pablo Francescutti
Universidad Rey Juan Carlos de Madrid,
España

Natalia Raimondo Anselmino
Consejo Nacional de Investigaciones
Científicas y Técnicas, Argentina

María Cecilia Reviglio
Universidad Nacional de Rosario,
Argentina

Sandra Szir
Universidad Nacional de San Martín,
Argentina

Paula Vera
Consejo Nacional de Investigaciones
Científicas y Técnicas, Argentina

Sandra Valdetarro
Universidad Nacional de Rosario,
Argentina

José Luis Fernández
Universidad de Buenos Aires, Argentina

CORRECTORES DE FORMATO

René Fuentes
Luna Corvalán

RESPONSABLE GRÁFICO

Pablo González

PLATAFORMA WEB

Yael Ferreira
Eugenia Reboiro

COMUNICACIÓN Y REDES SOCIALES

Ayelen Giraudo
Guillermina García

COLABORACIÓN ESPECIAL

Mónica Mato
Rosana Izquierdo
Adriana Fernández
Edilson Teixeira

InMediaciones de la Comunicación (Inmediac. Comun.) es una revista académica arbitrada, de acceso abierto y sin fines de lucro que publica desde 1998 la Universidad ORT Uruguay.

El propósito está centrado en la publicación de artículos originales y la difusión de entrevistas, ensayos y resultados de investigaciones que tienen lugar en el campo de la comunicación y disciplinas afines, con especial atención en los procesos de mediatización social, el impacto de las transformaciones tecnológicas y el estudio de los fenómenos mediáticos contemporáneos. El contenido está dirigido a investigadores, docentes, estudiantes universitarios de grado y de posgrado y personas con interés en las distintas áreas de la comunicación. Los manuscritos publicados son revisados en primera instancia por la dirección de la revista, los Editores Asociados, el Comité Académico –conformado por expertos de distintos países– y el Editor/a Invitado/a de cada número; y posteriormente son evaluados a través del sistema doble ciego con la intervención de árbitros externos.

A partir del segundo semestre del año 2024 la revista *InMediaciones de la Comunicación* adopta el sistema de publicación continua con convocatorias semestrales temáticas. Esta modalidad permite agilizar el proceso editorial de las investigaciones postuladas: es decir, todos los artículos aceptados en el proceso de evaluación por pares son incorporados de manera inmediata al sitio web, con la idea de que sean visibles y citables rápidamente. La revista recibe contribuciones escritas en español, inglés y portugués y el/la autor/a no pagan ningún costo por el procesamiento ni la publicación de los manuscritos. *InMediaciones de la Comunicación* se publica en formato papel y en formato digital y lleva adelante una política editorial que se ajusta a los estándares internacionales de las revistas académicas.

Desde sus inicios, *InMediaciones de la Comunicación* asumió el compromiso de fomentar la publicación abierta de manuscritos derivados de investigaciones de calidad e impulsó el

abordaje de los procesos de mediatización social y las problemáticas que atraviesan el campo de la comunicación. A lo largo de los años ha contado con contribuciones de investigadores y referentes académicos de reconocida trayectoria, quienes aportaron su mirada acerca de los debates suscitados por la permanente renovación de los fenómenos comunicacionales contemporáneos.

InMediaciones de la Comunicación is a refereed, open access and non-profit academic journal published since 1998 by the Universidad ORT Uruguay.

The journal's purpose focuses on the publication of original articles and/or reviews and the dissemination of interviews, essays and research results in the field of communication and related disciplines, with special attention to social mediatization processes and the study of contemporary media phenomena. The content aims at researchers, teachers, undergraduate and graduate university students and everyone with an interest in all areas of communication. The published manuscripts are firstly reviewed by the directors of the journal, the Associate Editors, the Academic Committee –made up of experts from different countries– and the Guest Editor of each issue, and are subsequently evaluated through the double-blind system with the intervention of external referees.

From the second semester of 2024, the journal *InMediaciones de la Comunicación* adopts the continuous publication system with thematic biannual calls. This modality allows the editorial process of the postulated papers to be faster: that is, all articles accepted in the peer evaluation process are immediately published in the website, with the idea that they will be quickly visible and citable. The journal receives contributions written in Spanish, English and Portuguese and the author does not pay any cost for the processing or publication of the papers. *InMediaciones de la Comunicación* is published in print and digital formats and carries out an editorial policy that conforms to the international standards of academic journals.

Since its inception, *InMediaciones de la Comunicación* has committed to the promotion of open publication of papers derived from quality research, fostering an approach to the processes of social mediatization and issues that cross the field of communication. Over the years, it has had contributions from renowned researchers and academic referents, who contributed their views on the debates raised by the permanent renewal of contemporary communicational phenomena.

InMediaciones de la Comunicación (Inmediac. Comun.) é uma revista acadêmica arbitrada, sem fins lucrativos e acesso aberto publicada desde 1998 pela Universidad ORT Uruguay.

O objetivo da revista é a publicação de artigos originais, resenhas e a divulgação de entrevistas, ensaios e resultados de pesquisas que ocorrem no campo da comunicação e disciplinas afins, com especial atenção aos processos de mediatização social, o impacto das transformações tecnológicas e o estudo dos fenômenos da mídia contemporânea. O conteúdo é destinado a pesquisadores, professores, estudantes universitários de graduação e pós-graduação e pessoas com interesse em todas as áreas da comunicação. Os manuscritos publicados são primeiramente revisados pela direção da revista, os Editores Associados, o Comitê Acadêmico –composto por especialistas de diferentes países–, e o Editor/a

Convidado/a de cada número, e depois avaliados através do sistema duplo cego com a intervenção de avaliadores externos.

A partir do segundo semestre do ano 2024, a revista *InMediaciones de la Comunicación* adota o sistema de publicação contínua com convocatórias temáticas semestrais. Esta modalidade permite-nos agilizar o processo editorial das investigações submetidas: todos os artigos aceites no processo de revisão por pares são imediatamente publicados no sítio Web, com a ideia de serem rapidamente visíveis e citáveis. A revista aceita contribuições escritas em inglês, espanhol e português e os autores não pagam qualquer custo pelo processamento e publicação dos manuscritos. A revista *InMediaciones de la Comunicación* é publicada em papel e em formato digital e segue uma política editorial em conformidade com as normas internacionais para revistas acadêmicas.

Desde seu início, a *InMediaciones de la Comunicación* tem se comprometido com a publicação aberta de manuscritos derivados de pesquisas de qualidade e tem promovido os processos de mediatização social e problemas que atravessam o campo da comunicação. Ao longo dos anos, tem recebido contribuições de pesquisadores e referentes acadêmicos de reconhecida trajetória, que forneceram suas opiniões sobre os debates suscitados pela renovação permanente dos fenômenos comunicacionais contemporâneos.



SUMARIO

ESPACIOS MEDIATIZADOS, IMÁGENES Y REGÍMENES VISUALES CONTEMPORÁNEOS

PRESENTACIÓN

LETICIA RIGAT, MARIANA PATRICIA BUSO & JACOB BAÑUELOS CAPISTRÁN, editores invitados / Consejo Nacional de Investigaciones Científicas y Técnicas, Argentina / Tecnológico de Monterrey, México. IMÁGENES Y MEDIATIZACIONES. CULTURA VISUAL, MEDIOS Y DIGITALIZACIÓN..... **17**

ARTÍCULOS

DAMIÁN FRATICELLI, Consejo Nacional de Investigaciones Científicas y Técnicas, Argentina. ¿CÓMO LOS YOUTUBERS ALCANZAN UNA GRAN DIFUSIÓN? EL CASO ZEKIEL79 **29**

AGUSTINA LAPENDA, Universidad Nacional de San Martín, Argentina. HIPERVISIBLE. SOBRE CÁMARAS DE RED Y SOCIEDADES DE CONTROL **53**

CORA GAMARNIK, Consejo Nacional de Investigaciones Científicas y Técnicas, Argentina. LO QUE PUEDE UNA FOTOGRAFÍA. IMÁGENES, MEDIOS DE COMUNICACIÓN, REDES SOCIALES Y ECOLOGÍA **75**

JOSÉ PABLO CONCHA LAGOS, Pontificia Universidad Católica de Chile, Chile. AUTORRETRATO FOTOGRÁFICO Y CONTEMPORANEIDAD. LA SELFÍ COMO NECESIDAD DE ENCONTRAR LO QUE NO HAY EN EL PROPIO CUERPO **101**

MARIANO ZELCER, Universidad Nacional de las Artes, Argentina. FOTOGRAFIAR EL PASADO. EL DISPOSITIVO DE LAS FOTOS EN MOVIMIENTO **117**

MARÍA ELENA BITONTE, Universidad de Buenos Aires, Argentina. IMEMES. PRODUCCIÓN, CIRCULACIÓN, RECONOCIMIENTO Y PROPAGACIÓN..... **135**

DIEGO LIZARAZO ARIAS, Universidad Autónoma Metropolitana, México. CAPTURA DE LA MIRADA EN EL CAPITALISMO CIBERNÉTICO **159**

ANA MARISA PEREYRA, Universidad de Buenos Aires, Argentina. ARCHIVO DE LA MEMORIA TRANS. IMÁGENES DIGITALES, FOTOGRAFÍAS Y EL ARTE DE CONSTRUIR MEMORIA..... **191**

MAURO TRINDADE, Universidade do Estado do Rio de Janeiro, Brasil. EL FOTOTÁCTIL. FOTOGRAFÍA EN TRANSFORMACIÓN **219**

MICHELE PUCARELLI & LUIZ CLAUDIO COSTA LATGÉ, Universidade Federal Fluminense, Brasil. LA REPRESENTACIÓN DE LA REALIDAD EN LAS PLATAFORMAS DIGITALES **245**

LILIANA ELVIRA MOCTEZUMA & ABRAHAM NAHÓN, Universidad Autónoma Benito Juárez de Oaxaca, México. IMÁGENES, ARCHIVO Y MEMORIA. DIGITALIZACIÓN DE LA OBRA DE LA ARTISTA MARÍA IZQUIERDO **271**

NICOLÁS CANEDO, Universidad de Buenos Aires, Argentina. MEMES Y FAN ART POLÍTICOS. IMÁGENES EN LA CONVERSACIÓN ELECTORAL ARGENTINA DE 2023 **291**

ENTREVISTAS

CONTRA UNA CREENCIA CIEGA EN LA IMAGEN. ENTREVISTA A FRANÇOIS JOST **329**

¿ANTE UNA SEGUNDA FASE DE LA CONTEMPORANEIDAD? ENTREVISTA A MARIO CARLÓN **337**

SUMMARY

MEDIATIZED SPACES, IMAGES AND CONTEMPORARY VISUAL REGIMES

PRESENTATION

**LETICIA RIGAT, MARIANA PATRICIA BUSO
& JACOB BAÑUELOS CAPISTRÁN**, Guest Editors / Consejo
Nacional de Investigaciones Científicas y Técnicas,
Argentina / Tecnológico de Monterrey, Mexico. IMAGES
AND MEDIATIZATION.
VISUAL CULTURE, MEDIA AND
DIGITALIZATION..... **17**

ARTICLES

DAMIÁN FRATICELLI, Consejo Nacional de Investigaciones
Científicas y Técnicas, Argentina.
HOW DO YOUTUBERS GET LARGE BROADCAST?
THE ZEKIEL79 CASE **29**

AGUSTINA LAPENDA, Universidad Nacional
de San Martín, Argentina. HYPERVISIBLE.
ABOUT NETWORK CAMERAS AND SOCIETIES
OF CONTROL **53**

CORA GAMARNIK, Consejo Nacional de Investigaciones
Científicas y Técnicas, Argentina. WHAT A
PHOTOGRAPH CAN DO. IMAGES, MEDIA,
SOCIAL NETWORKS AND ECOLOGY **75**

JOSÉ PABLO CONCHA LAGOS, Pontificia Universidad
Católica de Chile, Chile. PHOTOGRAPHIC
SELF-PORTRAIT AND CONTEMPORANEITYTHE
SELFIE AS A NEED TO FIND WHAT IS NOT
IN ONE'S OWN BODY..... **101**

MARIANO ZELCER, Universidad Nacional de las Artes,
Argentina. PHOTOGRAPHING THE PAST.
THE MOVING PHOTO DEVICE..... **117**

MARÍA ELENA BITONTE, Universidad de Buenos Aires,
Argentina. IMEMES. PRODUCTION, CIRCULATION,
RECOGNITION AND PROPAGATIO **135**

DIEGO LIZARAZO ARIAS, Universidad Autónoma
Metropolitana, Mexico. CAPTURING THE GAZE
IN CYBERNETIC CAPITALISM **159**

ANA MARISA PEREYRA, Universidad de Buenos Aires,
Argentina. TRANS MEMORY ARCHIVE.
DIGITAL IMAGES, PHOTOGRAPHS AND
THE ART OF BUILDING MEMORY **191**

MAURO TRINDADE, Universidade do Estado do Rio de
Janeiro, Brazil. THE PHOTOTACTILE. CHANGING
PHOTOGRAPHY **219**

MICHELE PUCARELLI & LUIZ CLAUDIO COSTA LATGÉ,
Universidade Federal Fluminense, Brazil.
THE REPRESENTATION OF REALITY
ON DIGITAL PLATFORMS **245**

LILIANA ELVIRA MOCTEZUMA & ABRAHAM NAHÓN,
Universidad Autónoma Benito Juárez de Oaxaca, Mexico.
IMAGES, ARCHIVE AND MEMORY.
DIGITIZATION OF THE ARTWORK OF ARTIST
MARÍA IZQUIERDO **271**

NICOLÁS CANEDO, Universidad de Buenos Aires,
Argentina. POLITICAL MEMES AND FAN ART.
IMAGES IN THE ARGENTINIAN ELECTORAL
CONVERSATION OF 2023 **291**

INTERVIEWS

AGAINST BLIND BELIEF IN IMAGES.
INTERVIEW WITH FRANÇOIS JOST **329**

FACING A SECOND PHASE
OF CONTEMPORANEITY?
INTERVIEW WITH MARIO CARLÓN..... **337**

SUMÁRIO

ESPAÇOS MEDIATIZADOS, IMAGENS E REGIMES VISUAIS CONTEMPORÂNEOS

APRESENTAÇÃO

**LETICIA RIGAT, MARIANA PATRICIA BUSO & JACOB
BAÑUELOS CAPISTRÁN**, editores convidados / Consejo
Nacional de Investigaciones Científicas y Técnicas,
Argentina / Tecnológico de Monterrey, México.
IMAGENS E MEDIATIZAÇÃO. CULTURA VISUAL,
MÍDIA E DIGITALIZAÇÃO **17**

ARTIGOS

DAMIÁN FRATICELLI, Consejo Nacional de Investigaciones
Científicas y Técnicas, Argentina. COMO OS
YOUTUBERS ATINGEM UM GRANDE PÚBLICO?
O CASO ZEKIEL79 **29**

AGUSTINA LAPENDA, Universidad Nacional de San
Martín, Argentina. HIPERVISÍVEL. SOBRE CÂMERAS
DE REDE E SOCIEDADES DE CONTROLE **53**

CORA GAMARNIK, Consejo Nacional de Investigaciones
Científicas y Técnicas, Argentina. O QUE UMA
FOTOGRAFIA PODE. IMAGENS, MÍDIA,
REDES SOCIAIS E ECOLOGIA **75**

JOSÉ PABLO CONCHA LAGOS, Pontificia Universidad
Católica de Chile, Chile. AUTORRETRATO
FOTOGRAFICO E CONTEMPORANEIDADE.
A SELFIE COMO NECESSIDADE DE ENCONTRAR
O QUE NÃO ESTÁ NO PRÓPRIO CORPO **101**

MARIANO ZELCER, Universidad Nacional de las Artes,
Argentina. FOTOGRAFANDO O PASADO.
O DISPOSITIVO DAS FOTOS EM MOVIMENTO **117**

MARÍA ELENA BITONTE, Universidad de Buenos Aires,
Argentina. IMEMES. PRODUÇÃO, CIRCULAÇÃO,
RECONHECIMENTO E PROPAGAÇÃO **135**

DIEGO LIZARAZO ARIAS, Universidad Autónoma
Metropolitana, México. CAPTURA DO OLHAR
NO CAPITALISMO CIBERNÉTICO **159**

ANA MARISA PEREYRA, Universidad de Buenos Aires,
Argentina. ARCHIVO DA MEMÓRIA TRANS.
IMAGENS DIGITAIS, FOTOGRAFIAS E A ARTE
DE CONSTRUIR A MEMÓRIA **191**

MAURO TRINDADE, Universidade do Estado do
Rio de Janeiro, Brasil. O FOTOTÁTIL. FOTOGRAFIA
EM TRANSFORMAÇÃO **219**

**MICHELE PUCARELLI & LUIZ CLAUDIO COSTA
LATGÉ**, Universidade Federal Fluminense, Brasil.
A REPRESENTAÇÃO DA REALIDADE NAS
PLATAFORMAS DIGITAIS **245**

LILIANA ELVIRA MOCTEZUMA & ABRAHAM NAHÓN,
Universidad Autónoma Benito Juárez de Oaxaca, México.
IMAGENS, ARQUIVO E MEMÓRIA. DIGITALIZAÇÃO
DA OBRA DA ARTISTA
MARÍA IZQUIERDO **271**

NICOLÁS CANEDO, Universidad de Buenos Aires,
Argentina. MEMES E FAN ART POLÍTICOS.
IMAGENS NA CONVERSA ELEITORAL
ARGENTINA DE 2023 **291**

ENTREVISTAS

CONTRA UMA CRENÇA CEGA NA IMAGEN.
ENTREVISTA A FRANÇOIS JOST **329**

DIANTE DE UMA SEGUNDA FASE
DA CONTEMPORANEIDADE?
ENTREVISTA A MARIO CARLÓN **337**

ESPACIOS MEDIATIZADOS, IMÁGENES Y REGÍMENES VISUALES CONTEMPORÁNEOS

MEDIATIZED SPACES, IMAGES AND
CONTEMPORARY VISUAL REGIMES

ESPAÇOS MEDIATIZADOS, IMAGENS E
REGIMES VISUAIS CONTEMPORÂNEOS

PRESENTACIÓN

PRESENTATION

APRESENTAÇÃO

Imágenes y mediatizaciones

Cultura visual, medios y digitalización

Images and mediatization

Visual culture, media and digitalization

Imagens e mediatização

Cultura visual, mídia e digitalização

DOI: <https://doi.org/10.18861/ic.2024.19.2.3855>

► LETICIA RIGAT

rigat@iech-conicet.gob.ar - Rosario - Editora invitada / Consejo Nacional de Investigaciones Científicas y Técnicas / Universidad Nacional de Rosario, Argentina.

ORCID: <https://orcid.org/0000-0002-4761-7142>

► MARIANA PATRICIA BUSO

mbusso@conicet.gov.ar - Rosario - Editora invitada / Consejo Nacional de Investigaciones Científicas y Técnicas / Universidad Nacional de Rosario, Argentina.

ORCID: <https://orcid.org/0000-0001-5931-4360>

► JACOB BAÑUELOS CAPISTRÁN

jcapis@tec.mx - Monterrey - Editor Invitado / Tecnológico de Monterrey, México.

ORCID: <http://orcid.org/0000-0003-1919-7088>

CÓMO CITAR: Rigat, L., Busso, M. P. & Bañuelos Capistrán, J. (2024). Imágenes y mediatizaciones. Cultura visual, medios y digitalización. *In Mediaciones de la Comunicación*, 19(2). DOI: <https://doi.org/10.18861/ic.2024.19.2.3855>

1. LAS IMÁGENES EN LA MEDIATIZACIÓN

La problemática de la relación entre imágenes y mediatización es un campo de investigación que ha ido tomando relevancia en las últimas décadas a partir, principalmente, del avance de la digitalización y de la omnipresencia de Internet, con los cambios que esto produce en las comunicaciones y en la circulación del sentido, así como en los vínculos interpersonales y colectivos, los medios masivos y demás instituciones de la sociedad. Sociedad de configuración compleja que ha sido pensada –desde una mirada comunicacional– a partir de distintos andamiajes teóricos: entre otros, se la ha definido como sociedad *hipermediatizada* (Carlón, 2016) y se la ha caracterizado también en base a las plataformas digitales y los sistemas de comunicación *postbroadcasting* (Fernández, 2021).

Así, la progresiva consolidación de una modalidad de mediatización asociada con la expansión de dispositivos y plataformas digitales transforma los lenguajes, las prácticas asociadas a los medios masivos de comunicación y los distintos ámbitos de la vida social. Esto produce fenómenos transversales a las esferas de lo social, de la cultura, de la política, de la economía, del mundo del arte; y abre paso a nuevos interrogantes en torno a las representaciones, los regímenes de lo real y lo ficcional, las experiencias de lo público y lo privado, entre otras cuestiones, generando nuevos desafíos teórico-metodológicos en las diversas áreas disciplinares de las ciencias sociales y las humanidades.

En este marco, se torna importante auspiciar espacios de discusión en torno a objetos de estudio que requieren, en muchos casos, abordajes novedosos e interdisciplinarios, tanto en lo conceptual como en las estrategias metodológicas. De allí que en este número de *InMediaciones de la Comunicación* se haya buscado propiciar la reflexión en torno a la formulación de análisis y de propuestas que indaguen las redes del sentido en que se delimitan –de forma un tanto esquiva– esas nuevas configuraciones y, en particular, que trabajen sobre las modalidades de producción, circulación y recepción de distintos tipos de imágenes y las formas que adquiere su presencia en el marco de distintos regímenes mediáticos.

En las últimas décadas del siglo XX y, principalmente, en el tiempo transcurrido de este milenio, vivimos una etapa de cambios profundos en materia comunicacional. Las tecnologías digitales y los medios de comunicación con base en Internet prometían una transformación rotunda en los medios masivos y, por ende, en las características de las mediatizaciones –véase, entre otros, Verón (2013)–. En dicho proceso surgieron discursos que anunciaban la muerte de los medios de masas (en particular, de la prensa gráfica, el cine, la radio y la televisión) y la entrada a una era de las comunicaciones marcada por el prefijo *post* (post-cine, post-fotografía, post-televisión, etcétera). Sin embargo, los medios mencionados no han desaparecido, sino que han entrado

en una suerte de *convergencia mediática* (Carlón & Scolari, 2009) donde coexisten y se interrelacionan modalidades centralizadas y de tipo *broadcasting*, con otras formas de mediatizaciones no centralizadas y de tipo horizontal o interconectado (Fernández, 2021). Esta peculiar configuración ha permitido, a su vez, establecer nuevas formas de relacionarse con el espacio y el tiempo, así como la presencia central de sujetos interconectados, también productores de mensajes.

En este contexto, las imágenes emergentes en dicho proceso de mediatización han sido objeto de interpelaciones y debates. El eje puesto fundamentalmente en las implicancias de las transformaciones en los dispositivos de producción de imágenes tras su digitalización. El funcionamiento de los nuevos dispositivos mediáticos es condición ineludible para desentrañar las formas de generación de sentido y los efectos socioculturales ligados a las imágenes que producen, las formas de circulación que se promueven y los tipos o las modalidades de visionados que habilitan.

En cuanto a los debates sobre los cambios tecnológicos en los modos de producir imágenes, algunos autores (Mitchell, 1992; Mirzoeff, 2003; Ritchin, 2010; Robins, 1997; Fontcuberta, 2012; Brea, 2002, entre otros) señalan que las transformaciones pueden observarse a partir de dos grandes posturas o puntos de interés: un enfoque más particular, que se preocupa por los cambios en las prácticas tradicionales de representación visual; y otro más general, que interroga la emergencia de una nueva cultura visual asociada a los medios de comunicación y a las nuevas tecnologías que abren paso a distintas formas de producción, circulación y recepción de imágenes. En ese marco, se ha planteado que el contexto de hipermediatización contemporánea, basada en la digitalización creciente, acorta la distancia temporal entre los *flujos perceptivos* (Schaeffer, 1990), transformando de ese modo el tiempo de producción, circulación y recepción que caracterizó a la modernidad. Al mismo tiempo que se cuestiona el estatuto de ciertas imágenes: los cambios, por ejemplo, han puesto en discusión a la imagen fotográfica, la cual empieza a ser vista como fundada en una *indicialidad* débil (Carlón, 2016) y, por lo tanto, ya no promueve la certidumbre de existencia del *real* fotografiado en función de la facilidad con la que pueden alterarse las imágenes.

Desde esta perspectiva, se abre un campo de reflexión profuso en torno a los regímenes de ficción-realidad y la distinción entre lo imaginario y lo real. Joan Fontcuberta (2012), refiriéndose al caso de la imagen fotográfica, advierte que la fotografía digital se inscribe en una *segunda realidad* o *realidad de ficción* que supone un proceso progresivo de desmaterialización a partir de lo cual la imagen física ya no es un requisito de existencia, y con ello se diluye la creencia en la fotografía fundada en la génesis técnica del dispositivo fotográfico analógico. En un sentido similar, Philippe Dubois (2017) advierte que desde el momento en que no podemos definir a la fotografía

como una *captación de lo real*, es necesario centrar la reflexión sobre la fotografía digital contemporánea como la posibilidad de una representación que puede no corresponder a una cosa *real*, sino a un *mundo posible* que lleva a pensar la imagen como ficción.

En cualquier caso, la centralidad de las discusiones en torno a la pérdida de credibilidad de las imágenes está en estrecha relación al cambio de naturaleza de los dispositivos técnicos de producción de las imágenes que caracterizaron a la modernidad, momento en el que los valores de registro se asociaban a la cualidad de la imagen de ser *huella* de lo que representa en tanto producto de un proceso fotoquímico con la mediación de un dispositivo técnico-indicial. Con la digitalización de dichos dispositivos técnicos, la imagen pasa a su desmaterialización, es decir, de produce el pasaje de una imagen analógica basada en materiales fotosensibles y procesos fotoquímicos a una imagen constituida a partir de un sensor digital foto sensitivo que registra en clave numérica.

Sumado a lo anterior, en el centro de estos debates entra en juego el incremento de las técnicas de edición y la creación de imágenes por inteligencia artificial (IA), a partir de lo cual la nueva naturaleza de las imágenes (basadas en el lenguaje numérico-binario) permite, por un lado, ver y retocar en el mismo momento las imágenes y hacerlas circular; y, por el otro, crear imágenes nuevas a partir de todo un caudal de información contenido en la propia red.

A partir de esto podemos observar la emergencia de constructos visuales novedosos que ponen en diálogo distintos saberes contextuales y otros propios de un acervo cultural compartido en los que la producción y circulación *desde abajo* es central. En este sentido, y por citar sólo un objeto de estudio incluido en este número de *InMediaciones de la Comunicación*, encontramos el caso de los memes, que se han convertido en una expresión relevante de la cultura visual en la era de las redes y plataformas digitales –véase, entre otros, Jost (2023)–. Su naturaleza hipermediática, intertextual y transmedia le permiten transitar fluidamente a través de diversos medios y contextos, adaptándose y resignificándose en el proceso. Los memes son un reflejo de la cultura visual contemporánea, una forma de comunicación social, política y estética que surge desde la inteligencia colectiva y se nutre de la participación ciudadana anónima mediante prácticas de apropiación y resignificación. De este modo, el estudio de los memes como novedosa forma de expresión permite comprender las dinámicas sociales, políticas y comunicacionales que se tejen en el entorno digital: pueden ser tanto un termómetro de la opinión pública y un espacio de debate y confrontación discursiva, como una herramienta de participación ciudadana que desafía los discursos dominantes y el *statu quo*. Su análisis, al igual que el de otros materiales, desde diversas perspectivas y marcos disciplinares –comunicación, semiótica, arte, cultura visual–, resulta fundamental para entender las complejas relaciones entre tecnología, cultura y sociedad en el mundo contemporáneo.

2. HACIA UNA NUEVA CULTURA VISUAL

En la hipermediatizada sociedad contemporánea, el presente se constituye como la categoría temporal por excelencia, y a partir de allí se organizan distintas prácticas sociales y comunicativas. Las imágenes, entonces, ya no se producen específicamente en torno al registro que busca *hacer perdurar* lo que desaparece, sino que conforman una instancia presente de participación: se crean para ser compartidas instantáneamente en los sitios de redes sociales de Internet. Aquí nos referimos no sólo a las imágenes creadas con fines periodísticos o de actualidad pública (imágenes que antaño hacían circular sólo los medios masivos), sino que nos ubicamos también en un plano de imágenes creadas por los propios sujetos/usuarios de plataformas a partir de las nuevas modalidades de participación que ellas mismas habilitan. Con ello, la distancia temporal entre el tiempo de producción de las imágenes, su posible edición y su puesta en circulación se acorta y, por lo tanto, puede plantearse que cambia también la intencionalidad del acto de producción y de recepción de dichas imágenes. Se trata de imágenes producidas y puestas a circular constantemente *en y para* las redes sociales, las que le dan a su vez un contexto de lectura: comentarios, likes, fechas, horarios, ubicación.

Las imágenes producidas de ese modo circulan en las distintas plataformas digitales, que les brindan un marco interpretativo insoslayable centrado en la posibilidad de la intervención de otros usuarios conectados. Se trata, como afirma Fontcuberta (2016), de imágenes fundamentalmente conversacionales. De este modo, esta particular cultura visual impulsa a su vez un acrecentamiento de las prácticas visuales *amateurs*, donde se intensifica la *autorrepresentación del propio cuerpo* (Prada, 2012; Sibilia, 2008) y donde suele aparecer estetizada la posibilidad misma del error o de la imprecisión en el registro, dando lugar así a nuevas modalidades de subjetivización: lo que cuenta es la mostración de sí ante la mirada de los otros que se despliega en la pantalla. Así, las imágenes se han convertido en una parte imprescindible en las comunicaciones cotidianas, y aún más, se han transformado en una parte constituyente de nuestras experiencias vitales y de las formas de socialización. Es allí donde encontramos también un rasgo crucial para la reflexión sobre las imágenes *entre y con* las que (con)vivimos: la posibilidad de que producir las y difundirlas no está necesariamente asociada a un determinado saber o habilidad, ya que todos podemos hacer imágenes, y también convertirnos en ellas (Santos, Guindi & Mazzuchini, 2024).

Otro aspecto a considerar en la contemporaneidad es la transformación de los modos de producción, distribución y recepción de la experiencia artística (Brea, 2002) y los cambios en la relación entre arte y medios de comunicación social. A partir de Internet y los medios de comunicación digitales,

ciertas prácticas del arte se extienden a este nuevo universo, principalmente a través de tres operaciones: la intervención, la apropiación y el montaje (en gran medida todas nacidas en el arte durante la modernidad; Carlón, 2014), extendiendo así la función crítica y metadiscursiva a los usuarios, y estableciendo un complejo cambio de escala en las comunicaciones que antes regulaba los grandes medios masivos e incluso las instituciones del mundo del arte (Danto, 2009).

Sumado a esto, podemos observar una nueva y compleja relación entre arte, medios y vida social: se trata de transformaciones que habilitan incluso manifestaciones que toman a Internet como un campo específico de aparición y tema de reflexión (Prada, 2012) y que se plasman en producciones que prestan atención a las potencialidades de los distintos medios materiales, a las redes de comunicación en línea y a los modos abiertos de conectividad tangible, buscando aprehender lo inmediato, captar la naturaleza cambiante del tiempo, el lugar, y los medios, a las que Terry Smith (2012) ubica como una corriente específica dentro del vasto flujo del arte contemporáneo. Estas nuevas prácticas no sólo van cambiando la lógica de producción y distribución del arte, sino que su injerencia en el mundo digital se expande a la experiencia de los usuarios de las redes.

El material publicado en este número de la revista *InMediaciones de la Comunicación* busca brindar un panorama amplio y diverso sobre las problemáticas planteadas, reuniendo el aporte de investigadores formados en distintos ámbitos disciplinares. Los temas y fenómenos analizados responden a la siempre inconclusa relación entre las imágenes y las mediatizaciones contemporáneas. Distintas aristas de esta configuración tensional se exponen en artículos y entrevistas que reflexionan sobre el amplio y complejo universo de la cultura visual, al tiempo que se ponen en juego propuestas y perspectivas teórico-metodológicas que sirven para la construcción y el abordaje de distinto tipo de soportes y objetos de estudio.

Los artículos que conforman este número de *InMediaciones de la Comunicación* representan un estado de situación sobre la presencia de las imágenes en el marco de las sociedades actuales, sin descuidar la preocupación por distintos materiales del pasado, ni la problematización lúcida de las transformaciones que se abren de cara al futuro de las imágenes. Las temáticas trabajadas, tanto en artículos de corte ensayístico como en abordajes empíricos que hacen hincapié en la vida de las imágenes y el análisis de objetos específicos, le dan voz a múltiples entradas y reflexiones acerca de la cultura visual y el creciente marco de digitalización, además de hablarnos de la complejidad que encierran los mecanismos de producción del sentido.

En tanto editores, confiamos en que los artículos y las entrevistas publicadas, con su inherente vocación de apertura y de debate, sean una contribución relevante para seguir conversando acerca de las imágenes en el marco de la mediatización contemporánea, tramada por desafíos e innovaciones que exigen abrir nuevas posibilidades de abordaje y reflexión.

Quedaremos atentos a los ecos de la conversación.

REFERENCIAS

- Brea, J. L. (2002). *La era postmedia. Acción comunicativa, prácticas (post)artísticas y dispositivos neomediales*. Salamanca: Editorial CASA.
- Carlón, M. & Scolari, C. (2009). *El fin de los medios masivos*. Ciudad Autónoma de Buenos Aires: La Crujía.
- Carlón, M. (2014). ¿Del arte contemporáneo a una era contemporánea? En Rovetto, F. & Reviglio, M. C. (eds.), *Estado actual de las investigaciones sobre mediatizaciones* (pp. 24-42). Rosario: UNR Editora. Recuperado de: <https://cim.unr.edu.ar/publicaciones/1/libros/76/estado-actual-de-las-investigaciones-sobre-mediatizaciones>
- Carlón, M. (2016). Registrar, subir, comentar, compartir: prácticas fotográficas en la era contemporánea. En Pablo Corro & Constanza Robles (eds.), *Estética, medios y subjetividades* (pp. 31-54). Santiago de Chile: Universidad Pontificia Católica de Chile.
- Danto, A. (2009). *Después del fin del arte*. Barcelona: Paidós.
- Dawkins, R. (1976). *The selfish gene*. Oxford: Oxford Landmark Science.
- Dubois, P. (2017). Da imagem-traço à imagem-ficção: o movimento das teorias da fotografia de 1980 aos nossos dias. *Revista Discursos Fotográficos*, 13(22), pp.31-51. Recuperado de: <http://www.uel.br/revistas/uel/index.php/discursosfotograficos/article/view/30295>
- Fernández, J. L. (2021). *Vidas mediáticas. Entre lo masivo y lo individual*. Ciudad Autónoma de Buenos Aires: La Crujía.
- Fontcuberta, J. (2012). *La cámara de pandora. La fotografía después de la fotografía*. Barcelona: Gustavo Gili.
- Fontcuberta, J. (2016). *La furia de las imágenes. Notas sobre la postfotografía*. Barcelona: Galaxia Gutenberg.
- Jost, F. (2022). *Est-ce que tu mèmes? De la parodie à la pandémie numérique*. Paris: CNRS éditions.
- Mirzoeff, N. (2003). *Una introducción a la cultura visual*. Barcelona: Paidós.

- Mitchell, W. (1992). *Thereconfiguredeyes: visual truth in the post-photographic era*. Cambridge: MassMitPress.
- Prada, J.M. (2012). *Prácticas artísticas en Internet en la época de las redes sociales*. Madrid: Akal.
- Ritchin, F. (2010). *AfterPhotography*. New York: WW Norton & Co.
- Robins, K. (1997). ¿Nos seguirá conmoviendo una fotografía? En Lister, Martin (ed.). *La imagen fotográfica en la cultura digital* (pp. 49-75). Barcelona: Paidós.
- Santos, F., Guindi, B. & Mazzuchini, S. (2024). Imagen. En de Charras, D., Kejval, L. & Hernández, S. (coords.), *Vocabulario crítico de las Ciencias de la Comunicación* (pp. 193-196). Ciudad Autónoma de Buenos Aires: Taurus.
- Schaeffer, J.-M. (1990). *La imagen precaria. Del dispositivo fotográfico*. Cátedra: Madrid.
- Sibilia, P. (2008). *La intimidad como espectáculo*. Ciudad Autónoma de Buenos Aires: Fondo de Cultura Económica.
- Smith, T. (2012). ¿Qué es el arte contemporáneo? Ciudad Autónoma de Buenos Aires: Siglo XXI.
- Verón, E. (2013). *La semiosis social, 2. Ideas, momentos, interpretantes*. Ciudad Autónoma de Buenos Aires: Paidós.



Artículo publicado en acceso abierto bajo la Licencia Creative Commons - Attribution 4.0 International (CC BY 4.0).

IDENTIFICACION DE LOS EDITORES INVITADOS

Leticia Rigat. Doctora en Ciencias Sociales, Universidad de Buenos Aires (Argentina). Magíster en Estudios Culturales, Centro de Estudios Interdisciplinarios, Universidad Nacional de Rosario (Argentina). Licenciada en Comunicación Social, Universidad Nacional de Rosario. Investigadora Asistente, Consejo Nacional de Investigaciones Científicas y Técnicas (Argentina). Actualmente, realiza el Programa de Postdoctorado en la Universidad Nacional de Rosario. Docente titular, “Taller: imagen, diseño y comunicación”, Licenciatura en Gestión Cultural, Universidad Nacional de Rosario. Coordinadora, Grupo de Estudios en Fotografía Latinoamericana Contemporánea, Universidad Nacional de Rosario. Integrante del Centro de Estudios en Teoría Poscolonial, Instituto de Estudios Críticos en Humanidades, y del Centro de Estudios en Mediatizaciones, Universidad Nacional de Rosario. Autora del libro *La representación de los pueblos originarios en la fotografía latinoamericana contemporánea* (2018, CDF Montevideo), trabajo seleccionado en el Concurso de Libros de Investigación Latinoamericanos del Centro de Fotografía de Montevideo (Uruguay). Ha publicado numerosos artículos en revistas académicas sobre cultura y arte. Sus actividades de investigación se articulan con su producción artística, la curaduría y la gestión cultural.

Mariana Patricia Busso. Doctora en Comunicación Social, Universidad Nacional de Rosario (Argentina), título obtenido en cotutela con la Universidad de Urbino (Italia). Master Europeo en Estudios Latinoamericanos, Universidad Autónoma de Madrid (España). Investigadora Asistente, Consejo Nacional de Investigaciones Científicas y Técnicas (Argentina). Docente en la Licenciatura en Comunicación Social y en el posgrado del Centro de Estudios Interdisciplinarios, Universidad Nacional de Rosario. Miembro del Comité Académico del Centro de Investigaciones en Mediatizaciones y de la Comisión Académica del Doctorado en Comunicación Social, Universidad Nacional de Rosario. Integra el Consejo Editorial de distintas revistas académicas. Participa en proyectos de investigación centrados en el estudio de las mediatizaciones contemporáneas. Sus áreas de indagación son principalmente las migraciones, los estudios sobre identidades, la semiótica de los medios y el análisis del discurso, temas sobre los que ha publicado numerosos artículos en distintas revistas académicas.

Jacob Bañuelos Capistrán. Doctor en Ciencias de la Información (Apto Cum Laude 1991- 1995), Universidad Complutense de Madrid (España). Investigador SNI-1, Sistema Nacional de Investigadores (México). Profesor Investigador, Departamento de Medios y Cultura Digital, Tecnológico de Monterrey (México). Autor de los libros *Fotomontaje* (2008, Editorial Cátedra), *Fotografía y dispositivos móviles* –junto con Francisco Mata Rosas– (2014, Editorial Tecnológico de Monterrey-Porrúa Print), *Visualidad totalizante* –junto con Armín Gómez– (2020, Abismos Casa Editorial) y *Memes virales. Narrativas de la pandemia desde la inteligencia colectiva* –libro colectivo coordinado junto con Saldaña Ramírez, Carlos– (2023, Universidad Autónoma Metropolitana). En 2019 coordinó –junto con Vicente Castellanos– el número de la revista *DeSignis* titulado “Fotografía: entre lo analógico y lo digital” (<https://www.designisfsls.net/publicaciones/>). Ha publicado artículos en diversas revistas académicas. Sus temas de investigación cruzan los fenómenos emergentes ligados a la imagen fotográfica, los memes, el cine y los gráficos computacionales en el marco de una incesante evolución tecnológica, experimentados en comunidades participativas de usuarios en redes digitales.

ARTÍCULOS

ARTICLES

ARTIGOS

¿Cómo los *youtubers* alcanzan una gran difusión?

El caso Zekiel79

How do *youtubers* get large broadcast?

The Zekiel79 case

Como os *youtubers* atingem um grande público?

O caso Zekiel79

DOI: <https://doi.org/10.18861/ic.2024.19.2.3710>

► DAMIÁN FRATICELLI

d.fraticelli@una.edu.ar - Ciudad Autónoma de Buenos Aires - Consejo Nacional de Investigaciones Científicas y Técnicas, Argentina.

ORCID: <https://orcid.org/0000-0001-7360-5287>

CÓMO CITAR: Fraticelli, D. (2024). ¿Cómo los *youtubers* alcanzan una gran difusión? El caso Zekiel79. *InMediaciones de la Comunicación*, 19(2). DOI: <https://doi.org/10.18861/ic.2024.19.2.3710>

Fecha de recepción: 1 de marzo de 2024

Fecha de aceptación: 10 de junio de 2024

RESUMEN

El artículo indaga y reflexiona acerca del proceso que hace que los *youtubers* logren gran difusión, cuestión que lleva a concentrarnos en su dimensión mediática y significativa. A partir de dicho propósito, analizamos la producción de Zekiel79 siguiendo el modelo de la circulación hipermediática elaborado por Carlón (2020), el cual permite comprender que el crecimiento de los *youtubers* no alcanza con estudiar las poéticas de sus videos, sino que deben atenderse al menos a tres niveles de circulación de sentido: 1) la circulación que se da en el sistema que conforma las interacciones entre el *youtuber* y el colectivo de comunicación hipermediática que conforma; 2) la circulación que se da en las relaciones de interpenetración entre dicho sistema y su entorno; y 3) la circulación que se da en las relaciones intersistémicas

entre los medios de comunicación masiva y los medios soportados por Internet y la telefonía.

PALABRAS CLAVE: *youtuber, YouTube, hipermediatización, humor, mediatización.*

ABSTRACT

This article investigates and reflects on the process that makes youtubers achieve great diffusion, which leads us to focus on their media and significant dimension. With this purpose in mind, we analyse Zekiel79's production following the model of hypermedia circulation developed by Carlón (2020), which allows us to understand that the growth of youtubers is not enough to study the poetics of their videos, but at least three levels of circulation of meaning must be addressed: 1) the circulation that occurs in the system that shapes the interactions between the youtuber and the hypermedia communication collective that he or she makes up; 2) the circulation that occurs in the interpenetration relations between this system and its environment; and 3) the circulation that occurs in the intersystemic relations between the mass media and the media supported by the Internet and telephony.

KEYWORDS: *youtuber, YouTube, hypermediatisation, humor, mediatisation.*

RESUMO

O artigo indaga e reflete sobre o processo que faz com que os *youtubers* consigam uma grande divulgação, questão que nos leva a focar na sua dimensão comunicativa e significativa. Com base nesse propósito, analisamos a produção de Zekiel79 seguindo o modelo de circulação hipermediática desenvolvido por Carlón (2020), para compreender que o crescimento dos *youtubers* não basta com estudar as poéticas de seus vídeos, mas sim entender pelo menos três níveis de circulação de sentido: 1) a circulação que ocorre no sistema que compõe as interações entre o *youtuber* e o coletivo de comunicação hipermediática que integra; 2) a circulação que ocorre nas relações de interpenetração entre esse sistema e seu ambiente; e 3) a circulação que ocorre nas relações intersistêmicas entre os meios de comunicação de massa e os meios de comunicação apoiados na Internet e na telefonia.

PALAVRAS-CHAVE: *youtuber, YouTube, hipermediatização, humor, midiatização.*

1. YOUTUBERS: LA CONSOLIDACIÓN DE SU RELEVANCIA EN LA RED

A pesar de la competencia que le ha significado TikTok, YouTube sigue siendo la red social mediática con mayor participación. Durante el 2023, ha sido el segundo sitio web más visitado en el mundo¹, después de Google. Entre los canales de *youtubers* más vistos se encuentran PewPiePie y Mr-Beast con 111 y 91.9 millones de suscriptores, respectivamente. También existen muchos *youtubers* en Latinoamérica, que alcanzan más de 30 millones de suscripciones como Fernanfloo o SoyGermán. Con tal éxito, es comprensible que su aparición haya llamado la atención de los medios de comunicación, la industria del entretenimiento (el *marketing*, por ejemplo) y las ciencias sociales. Estas últimas suelen considerar que los *youtubers* producen valores morales y socioculturales que son apropiados especialmente por niños, adolescentes y jóvenes, y, en consecuencia, su aparición incide en la constitución de modelos identitarios (Aznar Díaz et al., 2017; Montes-Vozmediano, García-Jiménez & Menor-Sendra, 2018; Pérez Torres, Pastor-Ruiz & Abarrou-Ben-Boubaker, 2018).

¿Qué son los *youtubers* para las ciencias sociales? Habitualmente son definidos como jóvenes que suben videos periódicamente a YouTube y obtienen una retribución monetaria por las visualizaciones y el número de seguidores con los que, a lo largo del tiempo, interactúan y conforman una comunidad a la que influyen (Berzosa, 2017; Hidalgo Marí & Segarra Saavedra, 2017; Hott Corrêa et al., 2019; Rego & Romero Rodríguez, 2016; Regueira, Alonso-Ferreiro & Da-Vila, 2020; Vizcaíno-Verdú, De Casas-Moreno & Aguaded, 2019). Siguiendo la clasificación de usuarios propuesta por Marsé (2012), los *youtubers* se diferenciarían de los usuarios aficionados que no generan contenido o lo destinan a familiares y amigos, y de los usuarios no profesionales que hacen tutoriales o graban eventos particulares. También se distinguirían de las *celebrities* externas a YouTube que usan la red para contactarse con sus seguidores (Ardevol & Márquez, 2017; Díaz, 2017).

Enunciada explícitamente o no, la mayoría de los estudios parten de esta concepción y analizan a los *youtubers* que cuentan con mayor cantidad seguidores y visualizaciones. Sobre ellos, se estudian una amplia variedad de temas: géneros y estilos discursivos (Chen, Li & Sun, 2018; Montes-Vozmediano, García-Jiménez & Menor-Sendra, 2022), modelos de negocios (López, 2016; Sánchez Labella-Martín, 2020), influencia en distintos segmentos poblacionales (Aznar Díaz et al. 2019; Conde, Forteza-Martínez & Andrade-Martínez, 2020; Korres-Alonso & Elexpuru-Albizuri, 2022; Gómez Pereda, 2014), roles en la educación y divulgación científica (Del Pilar, Baptista & Nicolas-Gavilán, 2020; Welbourne & Grant 2015). Sin embargo, existe una cuestión aún poco

1 Según el ranking de Alexa, un sistema global de posicionamiento. Para conocer cómo opera, véase: <https://kinsta.com/es/blog/ranking-alexa/#what-is-alexa-rank>

atendida: ¿cómo un *amateur* pasa a ser un *youtuber*? Es decir, ¿cómo su canal alcanza una cantidad de seguidores y visionados que puede llegar a superar al de los medios de comunicación masiva?

Nuestro trabajo tiene por objetivo hacer un aporte al conocimiento de esta cuestión desde una perspectiva que atiende a la dimensión semiótica de la *hipermediatización*². Para ello, en el siguiente apartado sintetizaremos los resultados de las investigaciones que refieren al problema que nos proponemos abordar. Luego expondremos el marco teórico desde el que realizaremos nuestro estudio. En las siguientes secciones, analizaremos el caso de Zekiel79, el canal de un *youtuber* argentino que siendo *amateur* se profesionalizó y alcanzó reconocimiento internacional. A partir de su análisis podremos generar hipótesis sobre las dinámicas de sentido que se dan en la conformación de los *youtubers* y cómo operan sus colectivos de seguidores, portales de noticias y medios de comunicación masiva a medida que crecen en la red.

2. DE AMATEUR A YOUTUBER PROFESIONAL: ¿QUÉ SE SABE SOBRE ESTE PASAJE?

Los estudios ocupados en la constitución de los *youtubers* reconocen dos procesos fundamentales: el pasaje de *amateur* a *youtuber* y el crecimiento de seguidores y visualizaciones que los terminan conformando en actores mediáticos relevantes. Comenzaremos por el segundo, por ser el más investigado. Welbourne y Grant (2015) discriminan tres factores en la popularidad de los videos de YouTube que sirven para ordenar las razones que se sostienen sobre el aumento de vistas y seguidores de los *youtubers*. Esos factores son: el contenido de los videos, el sistema de recomendación y los elementos independientes a los dos primeros.

Uno de los presupuestos del que parten los estudios es que la razón fundamental por la que un *youtuber* crece en la red es porque sus videos gustan. Por ello, las cualidades discursivas de los videos pasan a ser un objeto de estudio privilegiado. Así, por ejemplo, Chen, Li y Sun (2018) analizan los actos de habla de videos de *marketing* que tienen más visionados y recomiendan a los *youtubers* utilizar actos de habla directivos, compartir experiencias personales y fomentar la participación de los seguidores para tener éxito. En esa línea, se analizan procedimientos discursivos, géneros y estilos (Wellbourne & Grant, 2015).

La lógica del sistema de recomendación de YouTube es otra condición del crecimiento de los *youtubers*. El sistema opera por *machine learning* aprendiendo de las elecciones del usuario y, a su vez, ofreciéndole lo que posee mayores

² Por hipermediatización comprendemos al último estadio de la mediatización. En él, la mediatización resulta de la constante interacción entre el sistema de medios de comunicación masiva y los sistemas mediáticos soportados por Internet y la telefonía (Carlón, 2020).

visualizaciones (Zelcer, 2023). Como ocurre en otras plataformas, se trata de un sistema que premia a los premiados (Van Dijk, 2016) y factible de ser manipulado. Existen sitios web que venden visionados, comentarios, me gusta y suscripciones falsas (Pfiffenberger, 2014). Aunque YouTube busca detectar constantemente la inflación artificial de las métricas de popularidad, su sistema sigue siendo falible.

En el tercer factor de popularidad se agrupan, en realidad, distintos condicionantes que hacen al crecimiento como lo son la frecuencia y los horarios de publicación, el país de residencia, el género, la lengua, etc. Dentro de ellos, dos son los más resaltados: el establecimiento de una comunidad de seguidores y el despliegue de una red mediática. Para que un *youtuber* crezca no basta con que aumente el número de seguidores, sino que conforme una comunidad que comparta gustos, intereses y valores, y que sus integrantes participen del intercambio en los espacios de comentarios que brinda el medio (Enke & Borchers, 2018; Welbourne, 2015).

A su vez, ese crecimiento se verá inhibido o fomentado según las redes mediáticas que establezca el *youtuber*, la cual se desarrolla dentro y fuera de YouTube. Por un lado, la interfaz de la plataforma permite que los canales recomienden otros canales bajo el nombre “canales destacados”. Por otro, los *youtubers* suelen ser transmediáticos. Se expanden desde YouTube hacia diferentes redes donde tienen otras cuentas y también hacia los medios tradicionales (Redmond, 2014; Galán-Montesdeoca & Hinojosa-Becerra, 2020). Con respecto a esto último, el vínculo entre los *youtubers* y los medios de comunicación masiva suele plantearse como virtuoso (Bonete Vizcano, 2015). Ambos se benefician de la relación creciente entre audiencia y seguidores, algo que nuestra investigación demostrará que no es una regla general.

Ahora bien, a pesar del reconocimiento de estos condicionamientos, su atención es muy dispar. El análisis del contenido de los videos es el que prima en las investigaciones. En los últimos años, fueron ganando terreno los estudios sobre los seguidores, intentando medir los grados de influencia que tienen los *youtubers* sobre ellos, pero el contenido sigue siendo lo privilegiado. Por su parte, la indagación de la red mediática queda fuera del alcance de las investigaciones que hemos leído por las metodologías que utilizan, un límite que nos planteamos superar con nuestra propuesta analítica.

Ocupémonos ahora del otro proceso que los estudios reconocen como fundamental en la constitución de los *youtubers*: el pasaje del *amateur* al *youtuber* profesional. Elorriaga Illera y Monge Benito (2018) estudiaron cómo Verdeliss, una madre de seis hijos, comenzó haciendo videos confesionales hasta transformarse en una *youtuber* auspiciada por importantes marcas. Su análisis identifica cuatro fases en esta transformación determinadas por los cambios que se dan en los videos y la cantidad de visualizaciones. Los autores observan que en la primera fase los videos son registros de recuerdos

dirigidos a sus familiares; en la segunda se instala un estilo confesional y los videos se dirigen a una comunidad de seguidores que excede la familia; en la tercera aparecen encuentros con sus seguidores transmitidos en directo; y en la cuarta se estabiliza la incorporación de marcas pagas en los videos que hasta ese momento habían aparecido eventualmente y sin un acuerdo propiamente económico.

Más allá de los interesantes resultados que aporta el estudio de Elorriaga Illera y Monge Benito (2018), podemos ver nuevamente que el contenido de los videos es lo que predomina en el análisis. ¿Alcanza ese enfoque para describir la constitución de los *youtubers*? ¿Qué ocurre con los *youtubers* que mantienen un contenido similar a lo largo de su crecimiento como ocurre con muchos *gamers*? ¿Cómo capturar la red mediática a la que nos referíamos, si es un factor relevante del crecimiento? En lo que sigue, plantearemos una perspectiva de análisis que puede atender a estos problemas.

3. UNA PERSPECTIVA ENFOCADA EN LA CIRCULACIÓN HIPERMEDIÁTICA DEL SENTIDO

Del tema que estamos tratando, nuestro trabajo se ocupará de su dimensión significativa, es decir, la dimensión por la que se genera el sentido que habilita, por ejemplo, el reconocimiento de un fenómeno como un *youtuber*. A diferencia de la concepción dominante en los estudios referidos, para nosotros los *youtubers* no son personas que producen videos en un canal de YouTube, sino que se trata de sistemas de intercambios discursivos³ entre el enunciador hipermediático *youtuber* y su colectivo hipermediático de comunicación. Sistemas que no están aislados, sino que, a su vez, intercambian discursos con su entorno.

¿A qué llamamos enunciador hipermediático? Tomamos aquí la definición de Carlón (2020), quien lo comprende en la articulación de tres niveles epistémicos –y nos permite dar cuenta del primer polo del sistema antes mencionado–:

- Un *nivel enunciativo* correspondiente al análisis tradicional de la enunciación en el que el enunciador surge como efecto de sentido de las escenas comunicacionales construidas en los discursos intercambiados. En nuestro caso, el *youtuber* será el efecto de las tensiones que se dan entre las regularidades y diversidades enunciativas de sus publicaciones⁴.

³ Verón ha sido uno de los fundadores de la concepción de los fenómenos mediáticos como sistemas de intercambio discursivo (1987). Fernández (2023) los propone como “la unidad de análisis conectora (...) para todos los estudios sobre mediatizaciones” (p. 48). En Fraticelli (2019 y 2023) hemos descripto las cualidades de los sistemas de intercambios de las cuentas de las redes sociales mediáticas.

⁴ En Fraticelli (2021 y 2023) desarrollamos un modelo analítico para estudiar las distintas capas que conforman la enunciación de las cuentas de las redes sociales.

- Un *nivel sociosemiótico* que permite considerar al enunciador como un tipo específico de “actor social”: un medio, una institución, un individuo, un colectivo, siempre conceptualizado como un signo peirciano situado⁵, es decir, ocupando cada vez un lugar específico en la red semiótica hipermediatizada. En el caso de los youtubers, se trata del actor social/signo individuo. Aunque su crecimiento como enunciador hipermediático pueda otorgarle rasgos propios de las instituciones (recursos económicos, reglas, participación de otros individuos en la producción de videos, etc.), la enunciación del *youtuber* se ancla en el carácter de individuo.
- Un *nivel no antropocéntrico* en el que el enunciador es abordado como un “ser” con determinados atributos vivientes (o no). Así puede distinguirse entre enunciadores orgánicos, biológicos, como los enunciadores socio-individuales, y enunciadores no orgánicos, como las instituciones y los medios de comunicación. Este nivel no solamente permite introducir como condición constitutiva de los *youtubers* el algoritmo de YouTube sino también a los llamados *youtubers virtuales* o *Vtubers* que suelen usar captores de movimiento e inteligencia artificial (IA) para animar avatares que asumen la enunciación del canal.

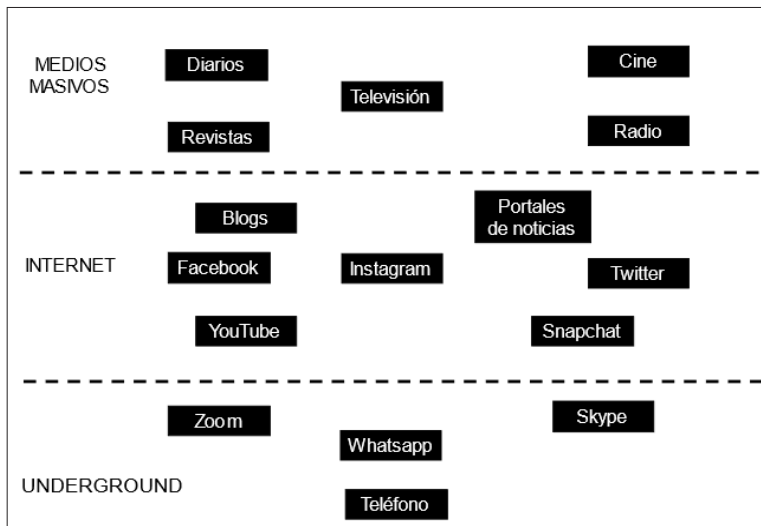
El otro polo que constituye el sistema es el colectivo de comunicación hipermediático conformado por los enunciadores hipermediáticos que se encuentran, en primera instancia, en posición de reconocimiento, aunque tanto ellos como el enunciador hipermediático *youtuber* intercambian posiciones de producción y reconocimiento porque YouTube habilita la retroalimentación o *feedback*. Estos intercambios siempre generan circulaciones de sentido (Verón, 1987)⁶.

A este nivel de observación del sistema de cuenta del *youtuber* sumamos otro nivel que es el de la circulación hipermediática. Es decir, de la circulación que se da en los intercambios entre los sistemas de medios. Para su estudio, utilizaremos el Modelo de análisis de la circulación hipermediática de Carlón (2020). En él, el autor distingue tres sistemas de medios principales: el sistema de medios de comunicación masiva, el sistema de medios basados en Internet y la telefonía, y el sistema de medios *underground*, cuya principal característica es que su circulación de sentido no es pública (Gráfico 1).

⁵ Carlón sigue aquí la definición de signo de Peirce (1974) quien lo comprende como algo que está en lugar de otra cosa para alguien según un fundamento, siendo “alguien” un nuevo signo.

⁶ A lo largo del artículo, comprenderemos a las instancias de producción, reconocimiento y circulación tal como son definidas por Verón en su teoría de los discursos sociales (1987 y 2013). Las instancias incluyen los condicionamientos y gramáticas que hacen a la producción y los reconocimientos de los discursos, mientras la circulación son los desfases que se dan entre ellas.

Gráfico 1. Los tres sistemas mediáticos



Fuente: Carlón (2020).

Entre esos sistemas se da el flujo de la circulación hipermediática. Su estudio nos permitirá establecer giros en el sentido y transformaciones en el estatuto del *youtuber*, como también reconstruir la red mediática que operó en su crecimiento, algo que, tal como señalamos, las investigaciones referidas no han logrado analizar.

Para sintetizar, nuestra indagación articuló tres niveles de observación: el de las regularidades enunciativas que se dan en la producción de los videos, el de los intercambios del sistema de cuenta del *youtuber* y el de la circulación hipermediática. Combinando estos niveles, analizamos los 200 videos que Zekiel79 subió a YouTube entre el 13 de mayo de 2013 y el 12 de julio de 2015, las publicaciones contemporáneas que hizo en Facebook y Twitter y los comentarios que generó en su comunidad dicha producción. Además, se estudiaron sus repercusiones en los medios de comunicación masiva y los portales de noticias, y se le realizó una entrevista al propietario de la cuenta.

4. ZEKIEL79: EL CASO DE ANÁLISIS

Los videos de Zekiel79 son parodias de transmisiones de partidos de fútbol. Mediante la edición, el *collage* y el pastiche, los encuentros deportivos rebalsan en incongruencias risibles. Así, un pelotazo errado da la vuelta al mundo como un cometa y un arquero ataja montado a un tiranosaurio de *Jurassic Park* (Imagen 1)⁷.

7 Recuperado de: <https://www.youtube.com/watch?v=03rhFNNhFYI>

Imagen 1. Posibilidades para que Orión evite el gol de Lucas Gamba

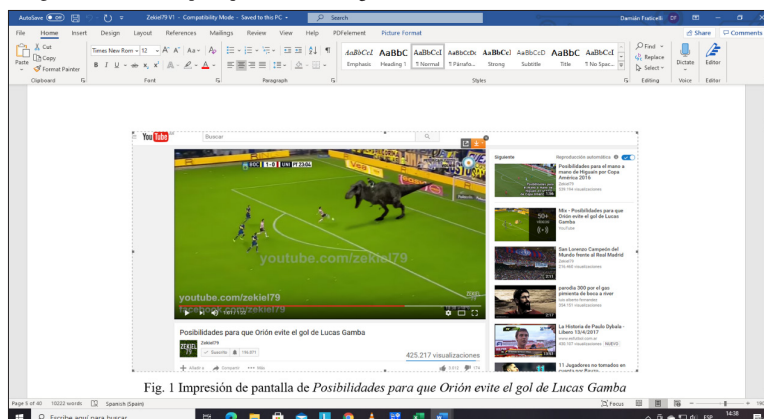


Fig. 1 Impresión de pantalla de Posibilidades para que Orión evite el gol de Lucas Gamba

Fuente: Zekiel79.

Desde hace tiempo, es común encontrar en la red apropiaciones de textos de los medios masivos, como lo hace Zekiel79. Lo que lo distingue es su enfoque temático en los partidos de fútbol. Entre los *youtubers*, Zekiel79 pertenece a una de las corrientes menos transitadas: la de la escasa o nula presencia del emisor en los videos. A pesar de su baja adopción, este tipo de *youtuber* es el que mejor permite observar los conflictos y las alianzas que se establecen con las instituciones mediáticas.

Las cualidades que hemos detallado de los videos de Zekiel79 se mantuvieron a lo largo del período estudiado, salvo por algunas modificaciones –especialmente las modificaciones en las placas de apertura y de cierre que iremos señalando a medida que describamos su circulación hipermediática–. El modo de presentar su circulación hipermediática será distinguiendo sus diferentes fases. Cada una de ellas estará delimitada por los saltos hipermediáticos que se dan en la circulación, es decir, por los cambios de sistemas mediáticos que se producen en su flujo.

4.1. Primera fase: la instalación de la parodia

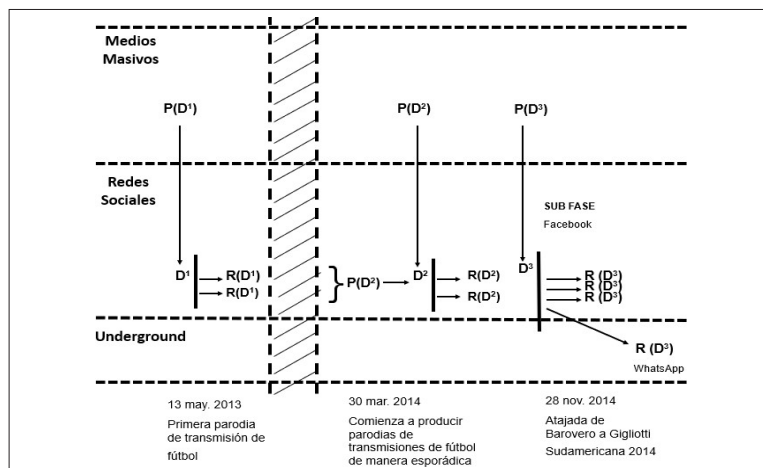
La primera fase de la circulación de Zekiel79 se extiende desde el 13 de mayo de 2013, fecha en la que aparece la primera parodia de una transmisión de un partido de fútbol, hasta el 14 de noviembre de 2014, cuando uno de sus videos comienza a compartirse por WhatsApp. Previamente, el canal, abierto a fines del 2006, no almacenaba parodias futbolísticas sino grabaciones de la vida privada del productor y algunos otros videos cómicos que compartía con familiares y amigos⁸. Siete años después, aparece *Penal errado por Silva*

⁸ Entre otros, véase: <https://www.youtube.com/watch?v=SYg07hsOLIE>

contra San Lorenzo⁹. El video hiperboliza el penal errado por el jugador de Boca Juniors Santiago Silva contra San Lorenzo de Almagro, ambos clubes de Argentina, transformando la pelota desviada en un meteorito que vuela alrededor de la Tierra. Al día siguiente, un nuevo video se refiere al mismo penal errado, pero haciendo que los jugadores de Boca lo festejen como un gol. Durante un año no hay nuevas producciones, hasta que en marzo y junio de 2014 se suben dos videos¹⁰ en los que el enunciador se declara explícitamente fanático de River Plate, otro club de Argentina, y ubica a Boca como el blanco privilegiado de sus burlas. Al finalizar los videos, muestra una placa con la frase: “River el más grande” y, en la descripción, “Bostero, te querés matar! LTA”¹¹. Su enunciación se inscribe así en una rivalidad de larga tradición en el folclore de ambos equipos argentinos.

Hasta ese momento, la circulación de los videos no traspasa el reducido colectivo de amigos y familiares. Pero el 14 de noviembre, el video *Atajada de Barovero a Gigliotti Sudamericana 2014*¹² se propaga por Facebook y WhatsApp, lo que implica un salto hipermediático, porque de las redes sociales pasa al sistema de medios *underground*. Esta primera fase de la circulación de Zekiel79 puede graficarse de la siguiente manera (Gráfico 2)¹³:

Gráfico 2. Primera fase de la circulación de Zekiel79



Fuente: elaboración propia.

⁹ Recuperado de: <https://www.youtube.com/watch?v=x9hV7hLasEM>

¹⁰ Recuperado de: <https://www.youtube.com/watch?v=9OstXRcn14s&t=1s> y <https://www.youtube.com/watch?v=dSHo9meRqJ0&t=58s>

¹¹ La palabra “bostero” es un apodo que reciben los hinchas de Boca y “LTA” una abreviación de “La Tenés Adentro”, insulto homofóbico que alude a tener un pene en el ano.

¹² Recuperado de: <https://www.youtube.com/watch?v=8KhdptEIXBE>

¹³ En los gráficos, seguimos la propuesta de representación planteada por Carlón en su Modelo de análisis de la circulación hipermediática (2020).

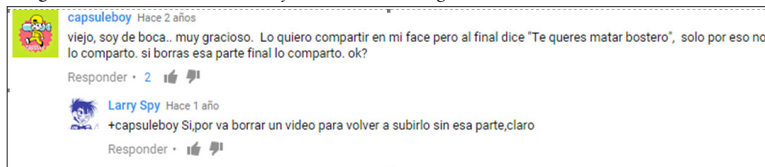
El discurso D^1 es la primera parodia de una transmisión de fútbol subida el 13 de mayo del 2013, $P(D^1)$ son sus condiciones de producción y $R(D^1)$ sus reconocimientos. Existe luego un hiato temporal cercano a un año en el que muy esporádicamente aparecen parodias futbolísticas, las que son representadas como D^2 con sus condiciones de producción $P(D^2)$ y de reconocimiento $R(D^2)$. D^3 es el video *Atajada de Barovero a Gigliotti Sudamericana 2014* que provoca un aumento en la escala de distribución porque asciende a otra plataforma (Facebook) y produce su primer salto hipermediático al aparecer en WhatsApp.

4.2. Segunda fase: la ampliación del colectivo

La segunda fase se inicia el 14 de noviembre de 2014 con el video compartido por Facebook y WhatsApp y llega hasta el 7 de mayo de 2015, cuando otro video da un salto hipermediático hacia los medios masivos.

La propagación de *Atajada de Barovero a Gigliotti Sudamericana 2014* desde YouTube hacia Facebook y WhatsApp produjo un aumento de suscriptores y visualizaciones que implicó el ingreso de nuevos integrantes al colectivo de comunicación hipermediático de Zekiel79. Ese colectivo se instituyó plenamente mediático, en el sentido de que ya no postuló ningún tipo de relación con el enunciador Zekiel79 por fuera del medio, como sí ocurría previamente cuando estaba compuesto principalmente por amigos y familiares.

Las enunciaciones de los comentarios de este nuevo colectivo pueden sintetizarse en dos posiciones. La primera, atenta al referente, reconoce el video como una burla a Boca. En ella se despliega el género de la conversación entre hinchas de fútbol donde el fanático de River festeja lo cómico y el de Boca se ofende, insulta y ataca a Zekiel79. La segunda posición repara en la poética del video valorando positivamente la labor de producción. Los enunciadores que la adoptan y se identifican hinchas de Boca no se ofenden, sino que desarrollan la distancia afectiva del humor que los habilita a obtener placer, aunque el propio equipo sea ridiculizado. Ellos son los primeros en establecer una relación demandante con Zekiel79 de acuerdo con sus gustos y necesidades. En este caso, le piden que borre las marcas que anclan la enunciación del video al fanático de River porque les impide apropiárselo y compartirlo (Imagen 2). Demanda que es atendida: luego de dos videos ya no aparecen placas hirientes para los hinchas de Boca.

Imagen 2. Comentarios del video *Atajada de Barovero a Gigliotti Sudamericana 2014*

Fuente: Zekiel79.

Atajada de Barovero a Gigliotti Sudamericana 2014 es un video significativo en la circulación de Zekiel79 porque inaugura posiciones enunciativas que perdurarán en el período estudiado y anuncia el conflicto de intereses que se desarrollará entre el *youtuber* y las instituciones mediáticas en relación con la propiedad de derechos de autor. Aunque el video alcanza un elevado número de vistas¹⁴, no pudo ser monetizado debido a que utiliza imágenes de *Shaolin Soccer (Siu lam juk kau)*, filme cuyo *copyright* es protegido por el sistema automático de YouTube. Por otra parte, a partir de este video se adjunta, a los siguientes, una marca de agua con la dirección web del canal. Esa adición genera un cambio de estatuto del enunciadador al operar como “firma de autor”, lo que le posibilita ser identificado cuando el producto se comparte por fuera de YouTube. Luego de *Atajada de Barovero a Gigliotti Sudamericana 2014*, tres videos más son subidos de forma esporádica sin mayor repercusión en las redes hasta mayo de 2015, cuando aparece el que provoca el salto a los medios masivos, tema del que nos ocuparemos en el apartado siguiente.

4.3. Tercera fase: el salto a los medios nacionales

La tercera fase de la circulación de Zekiel79 se inicia el 8 de mayo de 2015: ese día el video *Entrenamiento de River previo al superclásico cope*¹⁵ aparece en TyC Sports, canal argentino de deportes. La parodia convierte el entrenamiento de River en una práctica de artes marciales. A diferencia de los anteriores, el video que inaugura la tercera fase cumple las demandas de los simpatizantes de Boca: ya no aparecen las placas de cierre que anclan la enunciación en el hincha de River ni las burlas exclusivamente a Boca sino a ambos equipos. Tales características posibilitan que cualquiera pueda compartirlo sin contradecir su identidad de hincha. Durante el día, el video se expande en diferentes redes sociales y se convierte en el primero que asciende al sistema de medios masivos¹⁶. El programa *Tocala* de TyC Sports lo transmite presentándolo como una grabación hecha por un usuario, sin nombrar a Zekiel79, pero mostrando la marca de agua con la dirección del canal. Pocos días después, el 17 de mayo,

¹⁴ Al momento de la recolección del corpus, 26 de febrero de 2016, contaba con 276.810 vistas.

¹⁵ Recuperado de: <https://www.youtube.com/watch?v=uM4SdjFygwk>

¹⁶ La cronología que presentamos sobre los saltos de escala de Zekiel79 se elaboró a partir del corpus recolectado, lo que implica que pueda haber ajustes en próximos trabajos si aparecen nuevos datos.

TyC Sports vuelve a mostrar otro video de Zekiel79, esta vez una parodia que burla a Boca por la sanción recibida debido a que su barra brava arrojó gas pimienta a los jugadores de River¹⁷, generando la suspensión de un partido. Con ambas apariciones en el programa deportivo de TyC Sports, el video llega rápidamente al millón de visitas. A partir de entonces los videos de Zekiel79 aparecen en portales de noticias y programas televisivos nacionales. De esta apropiación, el productor de Zekiel79 no recibe ninguna remuneración ni es reconocido autor de los videos, sino que lo denominan genéricamente “hincha” y “usuario”¹⁸. Sin embargo, las apariciones en los medios alimentan a Zekiel79 de nuevos suscriptores y más visualizaciones gracias a la marca de agua con el nombre de su canal.

Entre mayo y julio de 2015, Zekiel79 adquiere el estatuto enunciativo de *youtuber* “profesional”. Aumenta la frecuencia con la que sube videos al canal, inscribe su logotipo en ellos y agrega una placa al final con enlaces al resto de su producción. Por otra parte, se hace transmediático abriendo cuentas en Facebook y Twitter. En ambas, sube los videos de YouTube e incrementa la interacción con sus seguidores a una regularidad cotidiana. No obstante, la comunicación que domina en una y otra es distinta. En Twitter lo referencial gana la escena: en breves enunciados presenta los videos subidos al canal y retuitea memes y *gifs* de otros realizadores. En Facebook, en cambio, los enunciados más extensos exponen la emotividad del enunciador y una mayor interacción con el colectivo. Un ejemplo de lo último es la invitación del enunciador a que le envíen ideas para hacer nuevos videos. Aunque en YouTube el colectivo siempre demandó modificaciones en las gramáticas productivas, es con este tipo de invitaciones que Zekiel79 los asume explícitamente como condicionantes de su producción¹⁹.

Con respecto a la emotividad, su aparición incorpora un rasgo compartido por la mayoría de los *youtubers*: la enunciación centrada en el individuo. Como expusimos, en YouTube Zekiel79 no aparece en sus videos, sino que sus parodias imitan la enunciación de las transmisiones televisivas de fútbol. En Facebook, por su parte, tematiza su labor de *youtuber* como individuo productor. En estos primeros meses de apertura de sus nuevas cuentas, les relata a sus seguidores lo trabajoso que es producir videos en sus escasos tiempos libres, los problemas que tiene para monetizarlos por las restricciones de *copyright* de YouTube y el maltrato que recibe por parte de los medios masivos y portales de noticias que usan su material sin reconocerlo como autor. El colectivo responde

¹⁷ Recuperado de: <https://www.youtube.com/watch?v=rZdnmMsXOB0>

¹⁸ Recuperado de: <http://deportes.infonews.com/nota/202427/de-river-a-orion>

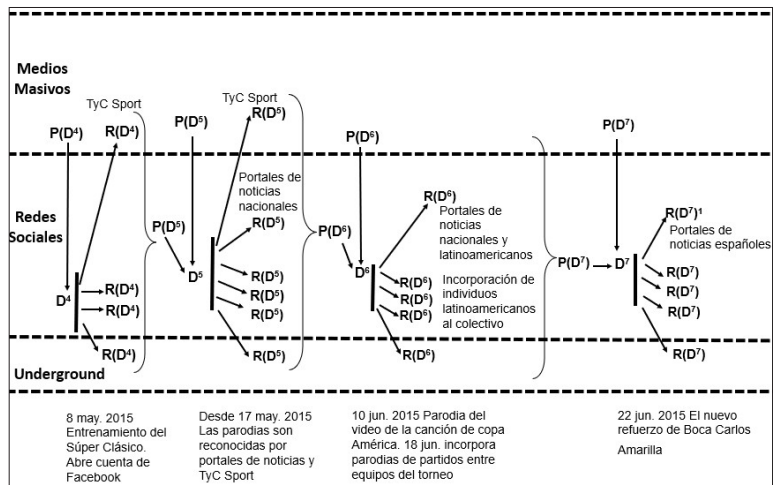
¹⁹ Por razones de espacio no nos detendremos aquí en los modos diferentes en que se construye el enunciador Zekiel79 en cada cuenta, pero debe considerarse que aunque puedan aparecer bajo un mismo nombre, las construcciones enunciativas son distintas dado que las cualidades de los dispositivos técnicos, las interfaces y los intercambios también lo son. Por tanto, en los enunciadores transmediáticos podrían postularse construcciones enunciativas en dos niveles: uno que surge como efecto enunciativo del conjunto de intercambios que se dan en cada cuenta y otro que como resultado del conjunto de efectos de las cuentas.

reivindicándolo como creador de contenidos y deseando su contratación por algún canal de televisión. Con el correr del tiempo, Zekiel79 enriquece su figura de productor con rasgos socioestilísticos al mostrar su vida privada (hogar, familia, consumos). Se inaugura así una nueva escena enunciativa con eje en el autorretrato y la autobiografía.

Durante mayo y junio de 2015, Zekiel79 parodia los encuentros de la Copa América de fútbol disputada en Chile, lo que amplía su colectivo introduciendo nuevos enunciadores latinoamericanos. El video *Escándalo en la final de Brasil vs Colombia*²⁰, por ejemplo, suma integrantes de ambas nacionalidades, lo que provoca un ascenso del enunciador al compartir el video en las redes sociales de distintos países. El 23 de junio, Zekiel79 da un nuevo salto dentro de la red con *El nuevo refuerzo de Boca Carlos Amarilla*²¹, un video que trata cómicamente el escándalo protagonizado por el árbitro paraguayo, denunciado por favorecer a Boca. El portal español *Mundo deportivo*²² sube el video, lo que demuestra el alcance internacional que comienza a adquirir Zekiel79. El canal sigue ganando suscriptores: a principios de julio alcanza los siete mil, número que aumentará poco tiempo después con el video que inicia la etapa siguiente.

Sintéticamente, esta tercera fase puede graficarse de la siguiente manera (Gráfico 3):

Gráfico 3. Esquema de la tercera fase de la circulación de Zekiel79



Fuente: elaboración propia.

²⁰ Recuperado de: <https://www.youtube.com/watch?v=kdj5wMUBo6o>

²¹ Recuperado de: <https://www.youtube.com/watch?v=GFUzhU5pd7w>

²² Recuperado de: <http://www.mundodeportivo.com/videos/20150623/20578487479/en-una-falsa-presentacion-gordon-ficha-al-arbitro-carlos-amarilla-nuevo-jugador.html>

D⁴ es el video *Entrenamiento de River previo al superclásico cope* con sus condiciones de producción P (D⁴) y sus reconocimientos R (D⁴). En ellas, se distinguen tres tipos de direcciones comunicacionales: la horizontal con los comentarios de los internautas de YouTube, la descendente con la propagación por WhatsApp y la ascendente en el reconocimiento de *Tocala* de TyC Sport. D⁵ es el conjunto de videos que se producen posteriormente, en donde el enunciador Zekiel79 adquiere una posición asimétrica con respecto al resto de los internautas al tener reconocimientos de portales de noticias y la televisión. D⁶ es el conjunto de videos que parodian las transmisiones de los partidos de la Copa América. Sus reconocimientos R (D⁶) son una ampliación y diversificación de nacionalidades del colectivo y un ascenso del enunciador por su alcance a redes sociales y portales de noticias de otros países latinoamericanos. D⁷ es el video de *El nuevo refuerzo de Boca Carlos Amarilla* con su reconocimiento en portales de noticias europeos R (D⁷)¹, lo que involucra un nuevo ascenso en la red.

4.4. Cuarta fase: el ascenso internacional

La cuarta y última fase de la circulación de Zekiel79 implica un salto dentro del sistema de medios masivos. El 6 de julio de 2015, Zekiel79 sube un video que hiperboliza el penal errado por el jugador argentino Gonzalo Higuaín en el partido que Argentina pierde ante Chile por la Copa América²³. Ese mismo día llega a portales nacionales, latinoamericanos y europeos. Alcanza los noticieros argentinos del *prime time* y traspasa las fronteras apareciendo en diversos canales latinoamericanos. El video suma treinta mil visitas por hora durante ese día, alcanzando en poco tiempo el millón de visualizaciones. Al día siguiente, al cumplirse un año de la estrepitosa derrota por 7 a 1 de Brasil ante Alemania en el Mundial 2014, Zekiel79 sube un video donde revierte el resultado²⁴. Otra vez se propaga durante esa misma jornada en la red: el video asciende a portales y canales de televisión nacionales y extranjeros, no únicamente europeos sino también estadounidenses, asiáticos y africanos. Las visitas se multiplican en cada uno de esos medios llegando al millón en el canal de YouTube.

Luego de estos videos, Zekiel79 gana tres mil suscriptores, pasando los diez mil en total. Con este éxito aparece una nueva enunciación de las instituciones mediáticas con respecto a Zekiel79. Hasta ese momento, dos posiciones son predominantes. En una se lo denomina de manera genérica “usuario” e “hincha”, pero se mantiene la marca de agua con el nombre del canal en los videos. En la otra, se borra esa marca y se elimina cualquier tipo de enlace a su fuente de origen. Sobre ésta recaen las denuncias y repudios del *youtuber* y su colectivo. La nueva posición enunciativa que se incorpora ahora es la que reconoce al productor Zekiel79 como *autor*. Dicha figura aparece en algunos portales de

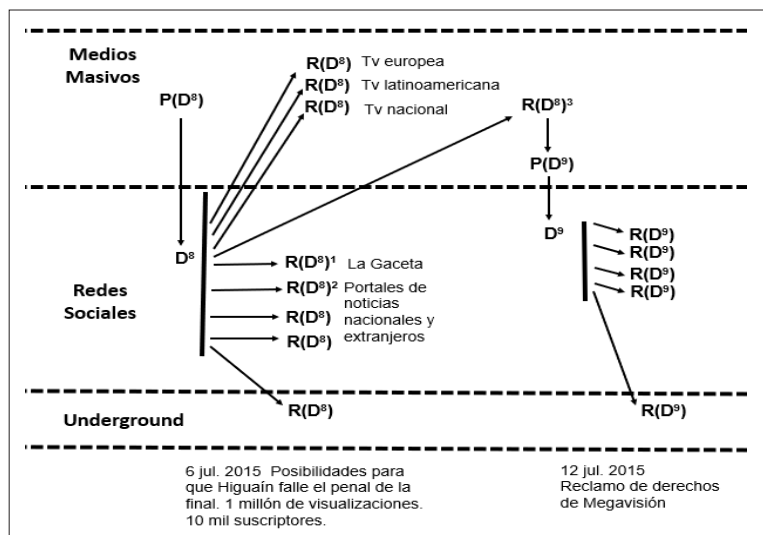
²³ Recuperado de: <https://www.youtube.com/watch?v=jOJwJEN-VFg>

²⁴ El video lleva el título *Brasil gana a Alemania y pasa a la final de la Copa del Mundo 2014 (PARODIA)*. Recuperado de: <https://www.youtube.com/watch?v=FKImB3r8xsQ>

noticias como *Infobae*²⁵, que lo nombra realizador de los videos, y *La Gaceta*²⁶ que publica una nota sobre el conjunto de su producción.

Pero este reconocimiento, motivado por el salto de escala internacional, trae la contrapartida de que se suman nuevas instituciones mediáticas a los reclamos por los derechos de autor. *Megavisión* de Chile, por ejemplo, reclama los derechos de autor del video sobre el penal de Higuaín con su consiguiente monetización. Ante estos conflictos de intereses, un grupo dentro del colectivo opera de manera similar a como Jenkins (2009) describe la generación de conocimientos de los *fans* y Pierre Lévy (2004) habla de *inteligencia colectiva*. Sus integrantes avisan al productor y a la comunidad sobre los medios masivos y sitios web que se apropian de los videos y en qué condiciones. Y frente a las demandas de derechos de autor, aconsejan la manera de sortearlas. En conjunto, generan conocimientos sobre la distribución de los videos, el uso de programas y estrategias de vinculación con YouTube que ningún integrante individualmente, ni aún el propio productor, posee. La circulación de esta cuarta fase puede graficarse como proponemos en el Gráfico 4.

Gráfico 4. Cuarta fase de la circulación de Zekiel79



Fuente: elaboración propia.

D^8 es el video paródico del penal que erra Higuaín con la transmisión televisiva del partido como condición de producción $P(D^8)$. Sus reconocimientos $R(D^8)$ son las del colectivo en YouTube, Facebook, Twitter y propagaciones en WhatsApp, ubicadas en una asimetría inferior debido al estatuto enunciativo que ya había alcanzado Zekiel79 por haber ascendido a los medios masivos nacionales. Por otra parte, están los reconocimientos $R(D^8)^2$ de los

portales de noticias, los reconocimientos de canales de televisión nacionales y extranjeros R (D⁸), y el reconocimiento de *La Gaceta*, R (D⁸)¹, haciendo una nota de Zekiel79 en calidad de autor. A su vez, uno de los reconocimientos del video de Higuaín es el reclamo por derechos de *Megavisión*, R (D⁸)³, que se constituye en condición de producción P (D⁹) de la queja de Zekiel79 en Facebook, D⁹, y el reconocimiento del colectivo R (D⁹) proponiendo maneras de sortear la acusación.

4.5. Los reconocimientos institucionales

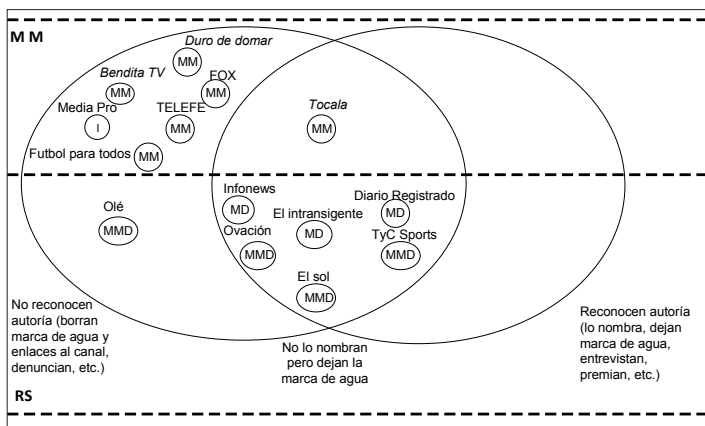
Como última instancia de análisis del caso nos enfocaremos en un conflicto entre Zekiel79 y las instituciones mediáticas que se agudizó a medida que el *youtuber* creció como medio de comunicación: su reconocimiento autoral.

Desde el inicio de la producción de parodias, Zekiel79 asumió la autoría de los videos y su colectivo de comunicación hipermediático no solamente hizo lo mismo, sino que colaboró con él para eludir las censuras y reclamos que YouTube le fue imponiendo. Las instituciones mediáticas, en cambio, actuaron con otras lógicas que fueron variando a lo largo del tiempo. Para describirlas, utilizaremos el modelo de análisis espacial propuesto por Carlón (2017 y 2020). Por medio de su análisis se puede visibilizar los cambios en las posturas enunciativas que se adoptan con respecto a un tema. Aquí haremos una apropiación atendiendo a la naturaleza del caso. En lugar de representar valoraciones positivas y negativas como hace el modelo, distinguiremos tres campos de emplazamientos enunciativos: las instituciones que no reconocen la autoría (borran las marcas de agua y enlaces al canal, denuncian, etc.), las que no lo nombran, pero dejan la marca de agua, y las que reconocen su autoría (lo nombran, dejan la marca de agua, entrevistan, premian).

Durante la fase 2, iniciada por la primera aparición de Zekiel79 en televisión, las instituciones mediáticas no reconocieron su autoría y lo denominaron de modo genérico como “usuario” e “hinch”. No obstante, hubo dos matices en esa postura, una fue borrar la marca de agua en los videos impidiendo cualquier tipo de enlace al canal de Zekiel79 en YouTube. La otra fue dejar la marca de agua con la dirección del canal fomentando de esa manera el aumento de sus visionados y suscripciones. En el Gráfico 5 figuran los portales de noticias –medios digitales (MD) y medios masivos digitales (MMD)–, canales y programas televisivos (MM), donde con mayor frecuencia aparecieron los videos del *youtuber*, y las ligas y federaciones de fútbol (I)²⁷.

²⁷ Los escritos en cursiva son los programas de televisión, y a las ligas y federaciones de fútbol (I) las ubicamos con los medios masivos por estar vinculados a ellos por sus contratos de exclusividad en las transmisiones.

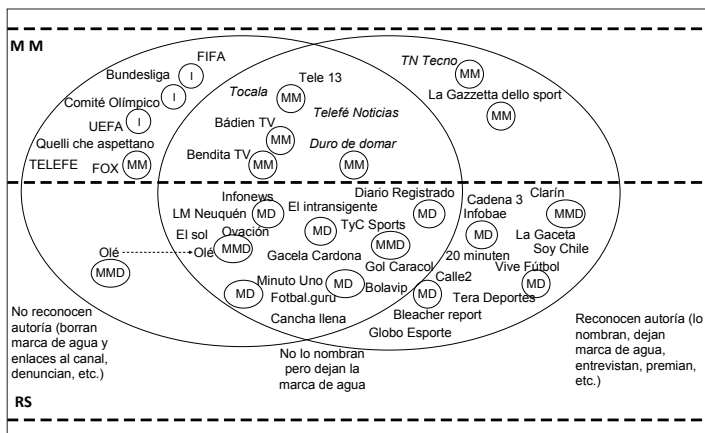
Gráfico 5. Distribución de las instituciones según su postura ante los derechos de autor en la segunda fase de la circulación de Zekiel79



Fuente: elaboración propia.

Como puede observarse, los medios masivos y las instituciones se diferenciaron de la mayoría de los portales de noticias y deportivos en su toma de posición. Mientras los canales de televisión se negaron a posibilitar que su audiencia pudiera contactarse con Zekiel79, los MD y los MMD sí lo hicieron al dejar la marca de agua –salvo el portal de noticias deportivas argentino Olé, que actuó como un medio masivo–. En el transcurso de la tercera y cuarta fase, la escala de distribución de los videos de Zekiel79 crece y con ello se modifica la reacción de las instituciones mediáticas y no mediáticas (Gráfico 6).

Gráfico 6. Distribución de las instituciones según su postura ante los derechos de autor en la tercera fase de la circulación de Zekiel79



Fuente: elaboración propia.

Si se compara este gráfico con el anterior, puede observarse que con el crecimiento de Zekiel79 aumentaron las instituciones que no reconocían su autoría y realizaban reclamos a YouTube para que bloqueara los videos o les otorgara la debida monetización. En contraposición, surgieron instituciones mediáticas que lo figuraron como autor y aumentaron las que dejaron los enlaces a su canal, aún sin nombrarlo. Hasta el portal de noticias *Olé*, resistente a tal afirmación, dejó de borrar la marca de agua en los videos hacia el final del período estudiado. No obstante, debe observarse que tales reconocimientos no implicaron una modificación del carácter asimétrico en que se desarrollaron los conflictos por los derechos de autor. Las instituciones detentaron el poder de reclamo de derechos sobre el *youtuber*. El programa *Bendita TV*, por ejemplo, utilizó frecuentemente en sus informes los videos de Zekiel79 ocultando su marca de agua, pero cuando Zekiel79 subió un fragmento del programa el video fue bloqueado por YouTube debido a un reclamo realizado por el canal.

6. ALGUNOS APORTES AL CONOCIMIENTO DE LA CONSTITUCIÓN Y CRECIMIENTO DE LOS YOUTUBERS

Para concluir, sintetizaremos los aportes y las discusiones que resultan de nuestro estudio con respecto al conocimiento relevado sobre la constitución de los *youtubers* y su ascenso mediático.

En primer lugar, debemos resaltar la importancia de articular los tres niveles de observación presentados en el apartado 3 para estudiar el fenómeno. Como lo han demostrado otros estudios, atender al contenido es imprescindible para conocer la naturaleza del *youtuber* (su estilo, género, etc.), pero no es suficiente para comprender su constitución ni crecimiento. En el período estudiado no hubo grandes cambios en los videos de Zekiel79. Si únicamente nos hubiésemos quedado con su análisis, no hubiésemos distinguido los videos previos a los saltos de escala de los posteriores, porque en ellos siempre dominó la parodia. En cambio, al aplicar el modelo analítico propuesto, apreciamos que la responsable de los saltos de escala fue la sinergia producida entre la instancia de producción y reconocimiento, y entre los sistemas mediáticos. Ella actuó como su condición de posibilidad.

Podemos decir, entonces, que coincidimos con los estudios que postulan la red mediática como un factor primordial en el crecimiento de los *youtubers*. Pero mientras esos estudios se limitan a señalarlo sin alcanzar a analizar su dinámica, el modelo de la circulación hipermediática permite conocerla de manera sistemática. A partir de su implementación, pudimos observar que la hipermediatización de Zekiel79 implicó ciclos de circulación ascendente-descendente constantes. Ascensos que van desde el canal de YouTube y las cuentas en Twitter y Facebook hacia los portales de noticias y la televisión. Y descensos que se dan cuando Zekiel79 y su colectivo retoman los reconocimientos de las instituciones mediáticas incorporándolos nuevamente a la red. En cada uno de esos ciclos, Zekiel79 crece ganando suscriptores y visionados.

Ahora bien, el análisis de las fases demuestra que esos saltos hipermediáticos no provocan únicamente cambios cuantitativos, sino que conllevan transformaciones cualitativas. El estatuto enunciativo de Zekiel79, por ejemplo, fue cambiando a medida que se producía su crecimiento. A su vez, su colectivo fue reconociéndolo como un enunciador relevante, a lo que Zekiel79 contestaba reforzando su simetría con él y convocaba a una mayor colaboración.

Finalmente, la investigación también nos permitió corroborar el rol fundamental que otros estudios le otorgan al colectivo y poder discutir con ellos el postulado de que las instituciones mediáticas potencian el crecimiento de los *youtubers*.

Con respecto al colectivo, pudimos observar cómo este condicionó la producción de los videos de Zekiel79 con sus comentarios y los propagó en la red, lo que confirma nuestra proposición de partida: los *youtubers* son sistemas de intercambios mediáticos. En ellos los integrantes del colectivo no operan bajo una única lógica, como se los suele pensar cuando se los concibe como *fans*. Los enunciadores que increparon al *youtuber*, por ejemplo, consolidaron el grupo de seguidores y sus críticas colaboraron en el diseño de los videos.

Asimismo, también notamos que las instituciones tampoco operan con una única lógica, sino que accionan en movimientos contrapuestos y sus reconocimientos varían según cuál es el estatuto del enunciadore. Mientras que los portales de noticias, en general, actuaron beneficiando a Zekiel79 al propagar los enlaces a sus videos a una mayor escala, lo cual alimentó la cantidad de vistas y suscriptores al canal, la televisión mayormente se apropió de su trabajo sin generarle mayor beneficio, restringiendo la monetización de sus videos e intentando bloquear su distribución en la red.

REFERENCIAS

- Ardevol, E. & Márquez, I. (2017). El YouTuber como celebridad mediática: entre la autenticidad y el mercado. *Rizoma*, 5(2), pp. 72-87. DOI: <http://dx.doi.org/10.17058/rzm.v5i2.11288>.
- Aznar Díaz I, Trujillo Torre, J., Romero Rodríguez, J. & Campos Soto, M. (2017). Generación niños youtubers: análisis de los canales YouTube de los nuevos fenómenos infantiles. *Pixel-BIT. Revista de medios y educación*, 56, pp. 113-128. DOI: <https://doi.org/10.12795/pixelbit.2019.i56.06>.
- Berzosa, M. (2017). *YouTubers y otras especies. El fenómeno que ha cambiado la manera de entender los contenidos audiovisuales*. Madrid: Ariel.
- Bonete Vizcano, F. (2015). El fenómeno YouTuber y la televisión española: ¿rivalidad o sinergia? En Rodríguez Rodríguez, J. M. (Ed.), *Repensar los valores clásicos del periodismo. El desafío de una profesión enredada* (pp. 900-919). Zaragoza: Sociedad Española de Periodística - Universidad San Jorge.

- Carlón, M. (2017). La cultura mediática contemporánea: otro motor, otra combustión. (Segunda apropiación de la teoría de la comunicación de Eliseo Verón: la dimensión espacial) En Castro, P. (Org.), *A circulação discursiva: entre produção e reconhecimento* (pp. 23-41). Maceió: Edufal.
- Carlón, M. (2020). *Circulación de sentido y construcción de colectivos en una sociedad hipermediatizada*. San Luis: Nueva Editorial Universitaria.
- Chen, G., Li, Y. & Sun, Y. (2018). How youtubers make popular marketing videos? Speech acts, move structure and audience response in YouTube influencer marketing videos. *SAGEOpen Journal*. DOI: <https://doi.org/10.1177/21582440231152227>
- Conde, M., Forteza-Martínez, A. & Andrade-Martínez, C. (2020). Análisis de la capacidad de liderazgo y el carisma de los principales youtubers españoles. *3C TIC. Cuadernos de desarrollo aplicados a TIC*, 9(3), pp. 17-41. DOI: <https://doi.org/10.17993/3ctic.2020.93.x-x>.
- Del Pilar, M., Baptista, L. & Nicolas-Gavilán, M. (2020). Actores educativos emergentes: el caso de los youtubers. En Rodríguez-Garay, G., Álvarez-Chávez, M. & Husted Ramos, S. (Coord.), *Comunicación, educación y juventud: nuevas formas de aprender y enseñar en la era digital* (pp. 54-68). Madrid: Egregius.
- Díaz, L. (2017). *Soy Marca: quiero trabajar con influencers. Influencer marketing*. Barcelona: Proit.
- Elorriaga Illera, A. & Monge Benito, S. (2018). La profesionalización de los YouTubers: el caso de Verdeliss y las marcas. *Revista Latina de Comunicación Social*, 73, pp. 37-54. Recuperado de: <http://www.revistalatinacs.org/073paper/1244/03es.html>.
- Enke, N. & Borchers, N. (2018). De los objetivos a la implementación: planificación, organización y evaluación de la comunicación de influencers. En Schach, A. & Lommatsch, T. (eds.), *Relaciones con influencers: marketing y relaciones públicas* (pp. 177-200). Wiesbaden: Springer VS.
- Fernández, J. L. (2023). *Una mecánica metodológica para el análisis de las mediatizaciones*. Ciudad Autónoma de Buenos Aires: La Crujía.
- Fraticelli, D. (2019). Los colectivos mediáticos de las redes. Algunas observaciones desde el humor ¿y más allá? *In Mediaciones de la Comunicación*, 14, pp. 47-63. Recuperado de: <https://revistas.ort.edu.uy/inmediaciones-de-la-comunicacion/article/view/2885>
- Fraticelli, D. (2021). Enunciación y humor en las redes (o cómo estudiar memes sin perder el chiste). *La trama de la comunicación*, 25(2), pp. 115-129. Recuperado de: <https://latrama.fcpolit.unr.edu.ar/index.php/trama/article/view/779>.
- Fraticelli, D. (2023). *El humor hipermediático. Una nueva era de la mediatización reidera*. Ciudad Autónoma de Buenos Aires: Teseo.
- Galán-Montesdeoca, J. & Hinojosa-Becerra, M. (2020). El YouTuber: construcción de una identidad audiovisual. En Torres Toukoumidis, A. & De Santis Piras, A. (Eds.), *YouTube y la comunicación del siglo XXI* (pp. 78-99). Quito: CIESPAL.

- Gómez Pereda, N. (2014). YouTubers. Fenómeno de la comunicación y vehículo de la transmisión cultural para la construcción de la identidad adolescente. Facultad de Educación, Universidad de Cantabria, España. Recuperado de: <https://repositorio.unican.es/xmlui/bitstream/handle/10902/4901/GomezPeredaNoemi.pdf?sequence=1&isAllowed=y>.
- Hidalgo-Marí, T. & Segarra-Saavedra, J. (2017). The youtuber phenomenon and its transmedia expansión. Analysis of youth empowerment in social media. *Fonseca*, 15, pp. 45-59. DOI: <https://doi.org/10.14201/fjc2017154559>.
- Hott Corrêa, S., Luiz Soares, J., Magalhães Christino, J., de Sevilha Gosling, M. & Gonçalves, C. (2019). The influence of YouTubers on followers' use intention. *Journal of Research in Interactive Marketing*, 14(2), pp. 173-194. DOI <https://doi.org/10.1108/JRIM-09-2019-0154>.
- Jenkins, H. (2009), *Fans, bloggers y videojuegos. La cultura de la colaboración*. Barcelona: Paidós.
- Korres-Alonso, O. & Elexpuru-Albiuzuri, I. (2022). Youtubers: identificación y motivos de agrado de la audiencia. *ICONO* 14, 20(1). DOI: <https://doi.org/10.7195/ri14.v20i1.1761>.
- Lévy, P. (2004) *Inteligencia colectiva. Para una antropología del ciberespacio*. Washington: Organización Panamericana de la Salud. Recuperado de: <https://ciudadanosconstituyentes.wordpress.com/wp-content/uploads/2016/05/lc3a9vy-pierre-inteligencia-colectiva-por-una-antropologc3ada-del-ciberespacio-2004.pdf>.
- López, A. (2016). Youtubers. Nueva lógica comercial y narrativa en la producción de contenidos para la web. *Letra. Imagen. Sonido. Ciudad mediatizada*, 15, pp. 225-241.
- Marsé, B. (2012). *YouTube. Las claves para aprovechar todas sus potencialidades*. Barcelona: Proit Editorial.
- Montes-Vozmediano, M., García-Jiménez, A. & Menor-Sendra, J. (2018). Los vídeos de los adolescentes en YouTube: Características y vulnerabilidades digitales. *Comunicar*, 26(54), pp. 61-69. DOI: <https://doi.org/10.3916/C54-2018-06>.
- Peirce, C. (1974). *La ciencia de la semiótica*. Ciudad Autónoma de Buenos Aires: Nueva Visión.
- Pérez-Torres, V., Pastor-Ruiz, Y. & Abarrou-Ben-Boubaker, S. (2018). Los youtubers y la construcción de la identidad adolescente. *Comunicar*, 55, pp. 61-70. DOI: <https://doi.org/10.3916/C55-2018-06>.
- Redmond, S. (2014). *Celebrity and the Media*. New York: Palgrave Macmillan.
- Rego, S. & Romero-Rodríguez, L. (2016). Representación discursiva y lenguaje de los 'youtubers' españoles: Estudio de caso de los gamers más populares. *Index. comunicación*, 6(1), pp. 197-224.
- Regueira, U., Alonso-Ferreiro, A. & Da-Vila, S. (2020). Women on YouTube: Representation and participation through the Web Scraping technique. *Comunicar*, 28(63), pp. 31-40. DOI: <https://doi.org/10.3916/C63-2020-03>.

- Sánchez Labella-Martín, I. (2020) Youtubers infantiles: los menores como recurso para generar nuevas tendencias publicitarias. *Austral Comunicación*, 9, pp. 249-274. DOI: <https://doi.org/10.26422/aucom.2020.0902.san>.
- Van Dijk, J. (2016). *La cultura de la conectividad. Una historia crítica de las redes sociales*. Ciudad Autónoma de Buenos Aires: Siglo XXI.
- Verón, E. (1987). *La semiosis social. Fragmentos de una teoría de la discursividad*. Ciudad Autónoma de Buenos Aires: Gedisa.
- Verón, E. (2013). *La semiosis social 2. Ideas, momentos, interpretantes*. Ciudad Autónoma de Buenos Aires: Gedisa.
- Vizcaíno-Verdú, A., De Casas-Moreno, P. & Aguaded, I. (2019). Youtubers e instagrammers: Una revisión sistemática cuantitativa. En Aguaded, I, Vizcaíno-Verdú, A. & Sandoval-Romero, Y. (Eds.), *Competencia mediática y digital. Del acceso al empoderamiento* (pp. 211-219). Huelva: Grupo Comunicar Ediciones.
- Welbourne, D. & Grant, W. (2015). Science Communication on YouTube: factors that affect channel and video popularity. *Public understanding science*, 25(6). DOI: <https://doi.org/10.1177/0963662515572068>.
- Zelcer, M. (2022). *Machine learning y lógicas semióticas. El caso de la publicidad digital. La Trama de la Comunicación*, 26(2), pp. 15-31. DOI: <https://doi.org/10.35305/lt.v26i2.805>.

* Contribución de autoría: la conceptualización y el desarrollo integral del artículo fue realizado por el autor.

* Nota: el Comité Académico de la revista aprobó la publicación del artículo.

* El conjunto de datos que apoya los resultados de este estudio no se encuentran disponibles para su uso público. Los datos de la investigación estarán disponibles para los revisores, si así lo requieren.



Artículo publicado en acceso abierto bajo la Licencia Creative Commons - Attribution 4.0 International (CC BY 4.0).

IDENTIFICACIÓN DEL AUTOR

Damian Fraticelli. Doctor en Ciencias Sociales, Universidad de Buenos Aires (Argentina). Docente-investigador, Universidad de Buenos Aires y Universidad Nacional de las Artes (Argentina). Investigador adjunto, Consejo Nacional de Investigaciones Científicas y Técnicas (CONICET-Argentina). Autor de los libros *El Humor hipermediático. Una nueva era de la mediatización reidera* (2023, Teseo) y *El ocaso triunfal de los programas cómicos. De Viendo a Biondi a Peter Capusotto y sus videos* (2019, Teseo). Editó –junto a Mara Burkart, Tomás Várnagy y Cristian Palacios– los Tomo I y Tomo II de *Arruinando chistes. Panorama de estudios del humor y lo cómico* (2021 y 2023, Teseo).

Hipervisible

Sobre cámaras de red y sociedades de control¹

Hypervisible

About network cameras and Societies of Control

Hipervisível

Sobre câmeras de rede e sociedades de controle

DOI: <https://doi.org/10.18861/ic.2024.19.2.3725>

► AGUSTINA LAPENDA

ORCID: <https://orcid.org/0000-0002-3137-1547>

CÓMO CITAR: Lapenda, A. (2024). Hipervisible. Sobre cámaras de red y sociedades de control. *In Mediaciones de la Comunicación*, 19(2). DOI: <https://doi.org/10.18861/ic.2024.19.2.3725>

Fecha de recepción: 20 de febrero de 2024

Fecha de aceptación: 19 de junio de 2024

RESUMEN

Este artículo reflexiona críticamente sobre el uso de cámaras de red como tecnologías de vigilancia en el contexto de las actuales sociedades de control. El análisis se desarrolla a través de la práctica de observación y recopilación de imágenes provenientes de dispositivos de vigilancia que se transmiten en línea de forma desprotegida. Si estas cámaras no se aseguran debidamente, pueden ser vistas e incluso operadas en forma remota por cualquier persona o robot que esté conectado a Internet. De allí que sus transmisiones puedan ser objeto de usos no previstos e intervenciones anónimas de diversa índole. El trabajo dialoga con estudios clásicos y contemporáneos sobre el tema e indaga el

funcionamiento técnico de estos dispositivos, su relación con las prácticas de vigilancia y los discursos de seguridad contemporáneos, su exposición en Internet y el potencial político derivado de los riesgos que promueve su vulnerabilidad.

PALABRAS CLAVE: *cámaras de red, vigilancia, sociedad de control, Internet, seguridad.*

ABSTRACT

This article discusses the use of network cameras as surveillance technologies in the context of today's control societies. The analysis is through the practice of observation and collection of images from surveillance devices that are transmitted online in an unprotected way. If these cameras are not properly secured, they can be viewed and even operated remotely by any person or robot connected to the Internet. Hence, their transmissions can be subject to unintended uses and anonymous interventions of various kinds. The work dialogues with classic and contemporary studies on the subject and investigates the technical functioning of these devices, their relation with surveillance practices and contemporary security discourses, their exposure on the Internet and their political potential derived from the risks promoted by their vulnerability.

KEYWORDS: *network cameras, surveillance, Society of Control, Internet, security.*

¹ Una versión previa de este trabajo fue presentada en las "XV Jornadas de la Carrera de Sociología" realizadas en la Universidad de Buenos Aires en 2023.

RESUMO

Este artigo reflete criticamente sobre o uso de câmeras de rede como tecnologias de vigilância no contexto das atuais *sociedades de controle*. A análise é desenvolvida através da prática de observação e coleta de imagens de dispositivos de vigilância que são transmitidas online de forma desprotegida. Se essas câmeras não estiverem devidamente protegidas, pode ser visto e até mesmo operado remotamente por qualquer pessoa ou robô conectado à Internet. Assim, as suas transmissões podem

estar sujeitas a utilizações imprevistas e intervenções anónimas de vários tipos. O trabalho dialoga com estudos clássicos e contemporâneos sobre o assunto e indaga o funcionamento técnico desses dispositivos, sua relação com as práticas de vigilância e discursos de segurança contemporâneos, sua exposição na Internet e o potencial político derivado dos riscos promovidos pela sua vulnerabilidade.

PALAVRAS-CHAVE: *câmeras de rede, vigilância, sociedade de controle, Internet, segurança.*

1. INTRODUCCIÓN: ¿POR QUÉ PUEDO VER ESTAS IMÁGENES?

“Sentada frente al ordenador,
siento los músculos de la espalda inervados por un cable cibernético
que crece desde el suelo de la ciudad y sale por mi cabeza
hasta engancharse a los planetas más alejados de la Tierra”.

Beatriz Preciado (2014)

Testo yonqui

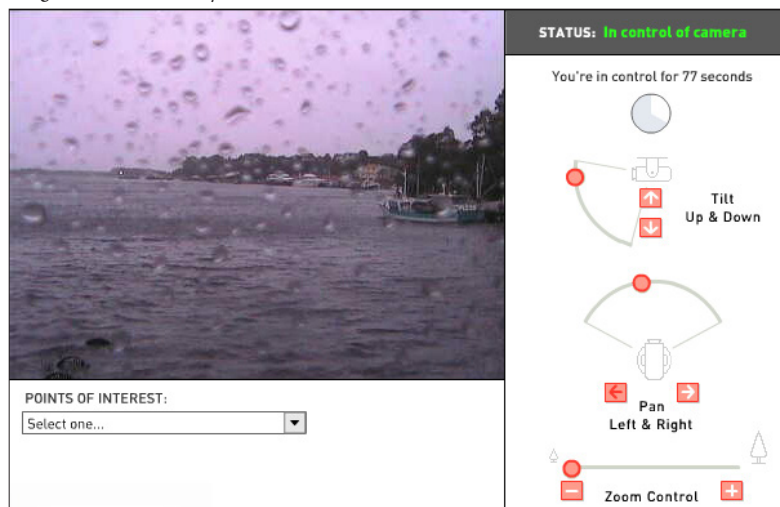
El empleo de *cámaras de red* –también llamadas *cámaras Internet Protocol* (IP)– en prácticas de vigilancia de espacios y sujetos se ha vuelto un fenómeno frecuente dentro de nuestras *sociedades de control* (Deleuze, 2006)². Dispositivos de esta clase se utilizan a diario para monitorear personas, calles, plazas, transportes públicos, gimnasios, el interior de un bar, la entrada de un hotel o, incluso, nuestra propia casa. A menudo, quienes se sirven de estas cámaras desconocen sus implicancias: dada su conexión a redes de datos y su indexación en buscadores en línea, las imágenes que transmiten –si no se protegen– pueden ser vistas y hasta manipuladas en remoto por cualquier persona o robot que esté conectado a Internet. Es decir, ciertos modos de uso de estas tecnologías comportan inseguridades y fugas de información que son poco difundidas por sus fabricantes o ignoradas por quienes las emplean. De ese modo, aquello que fue adoptado como medida de protección puede volverse un riesgo.

En ese marco, el artículo propone una reflexión crítica sobre las prácticas de videovigilancia contemporáneas por medio de imágenes provenientes de cámaras de red expuestas: es decir, que transmiten en línea de manera desprotegida o sin contraseñas. El abordaje de este objeto de estudio se inició una década atrás a partir de la observación de transmisiones en vivo de cámaras públicas de carácter turístico o comercial emplazadas en distintos lugares del mundo. A través de estos dispositivos, y por varios meses, capturé paisajes, personas y situaciones que acontecían simultáneamente en mi pantalla y, tan próximas como distantes, en otros puntos del planeta: madrugadas en un caserío de la Antártida, tormentas en Australia (Imagen 1), amaneceres en una playa de Francia, autopistas en Estados Unidos, calles en China, antílopes africanos, árboles japoneses³.

2 Siguiendo a Deleuze (1990), quien en el artículo “Posdata sobre las sociedades de control” amplía la conceptualización de Michel Foucault sobre las sociedades disciplinarias y propone referirse a las sociedades de control, Pablo Rodríguez (2008) sintetiza el planteo deleuziano diciendo que el control, en esta nueva concepción postdisciplinaria, “no necesita de la modalidad del encierro, como ocurre con la disciplina, para ejercer la vigilancia sobre los sujetos”, dado que en las sociedades de control la vigilancia “está más relacionada con tecnologías que con instituciones, al punto que las primeras rompen los tabiques de las segundas (...)”. Hoy la vigilancia ha podido soltarse del amarre institucional y reconfigura el paisaje de la disciplina” (pp. 1 y 2).

3 En aquel entonces, cuando la videovigilancia se encontraba menos extendida que en el contexto actual, mis inquietudes e interrogantes orbitaban sobre el problema de la autoría de dichas capturas: ¿Quién era el autor/a de esas imágenes? ¿Pertenecían a quienes habían emplazado y puesto en funcionamiento las respectivas cámaras de video? ¿En qué sentidos se reformula la relación tradicional entre autoría/obra con la irrupción de Internet?

Imagen 1. Panel de control y transmisión de cámara de red en Australia



Fuente: captura de pantalla, 28 julio 2014, 21:14hs. (arg) – 11:14hs. (aus).

En 2021, la virtualización forzada por la pandemia y el encierro fruto de las “medidas biopolíticas de gestión del contagio impuestas frente al coronavirus” (Preciado, 2020, s/p) abrieron una vía de retorno a esos dispositivos productores de representaciones y subjetividades. La pantalla volvió a poblarse de transmisiones de territorios, cuerpos e instantes foráneos, aunque, esta vez, con otras motivaciones e interrogantes.

Entre ambos actos de observación –aquel realizado en 2014 y el reanudado en el marco de las nuevas preguntas sobre el carácter técnico de esas imágenes y sus implicancias sociales y políticas–, el uso de estos aparatos se incrementó exponencialmente y el trabajo se reenfocó en transmisiones de cámaras instaladas con fines de vigilancia. Escenas extraídas de su fuga incesante por lentes, redes, conectores y pantallas (Imagen 2): ¿por qué es posible acceder a estas imágenes? A través de las capturas seleccionadas como corpus y el diálogo con referentes clásicos y contemporáneos que abordan cuestiones afines a la problemática, se exponen en este artículo algunas ideas sobre las condiciones de existencia de esas representaciones, su visibilidad y las vulnerabilidades técnicas de las cámaras que las producen en el contexto de las sociedades de control.

Imagen 2. Transmisión de cámara de red en Noruega



Fuente: captura de pantalla, 12 mayo 2021, 22:27hs. (arg) – 13 mayo 2021, 03:27hs. (nor).

La primera parte del análisis se centra en las características técnicas de dichos dispositivos de video, la forma en que transmiten imágenes mediante redes de datos, su indexación en motores de búsqueda en línea y su modo de funcionamiento. Es decir, cómo los registros captados por esas cámaras de red pueden llegar a ser rastreables y visibles por cualquiera que disponga de una conexión a Internet, y cómo ese compendio de elementos y procesos se enlaza con sistemas más extensos de extracción y gestión de datos.

Luego, se aborda el empleo de cámaras de red como tecnologías de vigilancia, el vínculo de estos aparatos con la idea y los discursos de seguridad, y los riesgos que pueden derivarse de su uso desinformado y/o desprotegido.

Finalmente, se analiza un conjunto de intervenciones realizadas por individuos anónimos sobre las transmisiones en línea de estos dispositivos a raíz de su exposición pública en la red. Estas acciones suponen una alteración en el flujo de imágenes emitido por las cámaras y traen a la superficie su carácter vulnerable. En función de eso, se identifica la dimensión política que pueden asumir las imágenes –y los actos sobre ellas– en el contexto contemporáneo.

El análisis se desarrolla en base a la práctica de observación y captura de imágenes provenientes de cámaras de red, su cuestionamiento y la puesta en relación con estudios sobre las *sociedades postdisciplinarias*, sus mecanismos de control social, el rol de las imágenes y la videovigilancia. El corpus total de capturas recopilado a lo largo de los años es significativamente más extenso que el aquí publicado y su selección ha estado regida por la relación de las imágenes con las conceptualizaciones y los argumentos expuestos en el artículo.

2. DE UNA CÁMARA A LA PANTALLA: PROTOCOLOS, DATOS Y MOTORES DE BÚSQUEDA

En términos informáticos, los protocolos son conjuntos de reglas que rigen la comunicación y transmisión de datos entre distintos dispositivos o sistemas⁴. El *Protocolo de Internet* (IP, por sus siglas en inglés) “es quizás el más importante para el funcionamiento global de Internet en general, ya que es el responsable de hacer llegar los datos de un *host* [anfitrión] a otro” (Hall, 2000, p. 32)⁵. Las cámaras de red se sirven de dicho protocolo –motivo por el que también se las denomina cámaras IP– para transferir video mediante redes de datos cableadas o inalámbricas⁶.

Estos dispositivos cuentan con su propia dirección IP⁷ y pueden ponerse en funcionamiento en cualquier ubicación donde exista una conexión de red. Mediante esta última es posible observar en forma remota y en tiempo real las imágenes audiovisuales registradas por la cámara. El acceso a ellas puede ser restringido sólo a personas autorizadas. Pero si no se cifra la información transmitida por el aparato, quedará accesible a terceros: breves combinaciones de operadores de búsqueda avanzados ingresados en *Google*, unos pocos clics y un *CAPTCHA* (*Completely Automated Public Turing test to tell Computers and Humans Apart*) que determina si somos seres humanos o máquinas, es la distancia que nos separa de aquello que acontece en el campo visual de estas cámaras (Imagen 3).

Este procedimiento de rastreo de cámaras en línea puede ser automatizado y efectuado a gran escala por medio de *scripts*. Así, algunos foros y páginas web –*EarthCam*, *Insecam*, *IP24*, entre otras– recopilan y exhiben numerosas transmisiones en vivo, públicas o desprotegidas, organizadas según criterios diversos (emplazamiento, contenido de las transmisiones, fabricante de las cámaras, etc.)⁸.

⁴ Según Alexander Galloway (2004), “el protocolo es a las sociedades de control lo que el panóptico a las sociedades disciplinarias” (p. 13); es decir, es el modo de existencia del control luego de la “descentralización” (p. 147). Para este autor, el protocolo delimita el campo de juego para lo que puede ocurrir. Si se ignora un determinado protocolo, la comunicación en ese canal será inviable: “Sin protocolo, no hay conexión” (p. 167).

⁵ “Is perhaps the most important to the overall operation of the Internet in general, since it is responsible for getting data from one host to another” (Hall, 2000, p. 32). [Todas las traducciones son de la autora de este artículo].

⁶ Conectada a Internet en 1991 por Quentin Stafford-Fraser y Paul Jardetzky, The Trojan Room Coffee Pot fue la primera cámara del mundo habilitada para la web. Apuntaba a una cafetera ubicada en la sala “Trojan” del Laboratorio de Computación de la Universidad de Cambridge, proporcionando una imagen en vivo del artefacto –de 128x128 píxeles y escala de grises– a todas las computadoras de escritorio en la red. Su propósito era mostrar si había café hecho en la cafetera a quienes trabajaban lejos de la sala. La transmisión se actualizaba unas tres veces por minuto. La última imagen captada por el dispositivo –el 22 de agosto de 2001 a las 10:54hs.– muestra unos dedos a punto de desconectar el servidor que alojaba la cámara. Aunque esta no era en sí misma una cámara IP, sino una cámara de video conectada a una computadora que transmitía las imágenes a través de la red local de la universidad, su modo de funcionamiento sentó las bases para la tecnología de las cámaras que aquí nos competen. En tal sentido, se la considera una precursora de aquellas dado que habilitó la visualización remota de imágenes en tiempo real mediante una red de datos. Harun Farocki (2015), por su parte, ha establecido antecedentes más lejanos: “En 1895, la cámara de los Lumière enfocó al portón de la fábrica, y se convirtió en la precursora de las tantísimas cámaras de vigilancia que hoy en día producen a ciegas y automáticamente una cantidad infinita de imágenes para proteger la propiedad privada” (p. 194).

⁷ Una dirección IP consiste en una serie única de cuatro números que identifica a cada *host* o anfitrión conectado a una red. Por ejemplo: 186.33.234.104.

⁸ Todas las capturas de pantalla incluidas en este artículo han sido realizadas sobre transmisiones de cámaras IP rastreadas y publicadas en webs de dicha naturaleza.

Las cadenas de texto o palabras clave presentes en la URL, el título o el contenido de una página web facilitan el hallazgo de dispositivos, vulnerables o no, conectados a una red. Así como se puede preguntar a *Google* el clima, el resultado de un partido de fútbol o el mejor camino para llegar de un punto a otro, es posible pedirle que liste accesos a cámaras de red (y a bases de datos, archivos, mensajes, información personal).

Para operar, un motor de búsqueda descarga a sus centros de datos todo lo que es público en la red (Hacking Google, 2022, 7:00); “[r]astrea datos (o los *navega*), a cuatro patas, arrastrándose, nadando, pastando, recorre la red como una araña, o como un gusano (el robot que es el motor de búsqueda es un enjambre proteico de metáforas) y luego los indexa” (Cassin, 2018, p. 29)⁹.

Imagen 3. Transmisión de cámara IP frente a un mar de Japón



Fuente: captura de pantalla, 24 julio 2023, 20:24hs. (arg) – 25 julio 2023, 08:24hs. (jpn).

Al mismo tiempo, la propia actividad de rastreo de cámaras alimenta a la plataforma de búsqueda utilizada. Es decir, ayuda a ese “aparato extractor de datos” (Srnicsek, 2018, p. 50) a que sus algoritmos se vuelvan más eficaces y a que identifique deseos expresados en nuestras interacciones digitales (p. 47). Como explica Shoshana Zuboff (2020),

⁹ “It ‘crawls’ data (or browses it), on all fours, creeping around, swimming, grazing, it goes around the web like a spider, or like a worm (the robot that is the search engine is a protean swarm of metaphors), and then it indexes them.” (Cassin, 2018, p. 29).

Google logró imponer la mediación informática en nuevos y muy extensos dominios de la conducta humana a partir de las búsquedas que los usuarios de los ordenadores hacían en línea y a partir también de la implicación de esos usuarios en la red a través de un creciente elenco de servicios de la propia Google. Al informatizarse por primera vez, todas esas actividades nuevas produjeron recursos de datos totalmente nuevos también (p. 100).

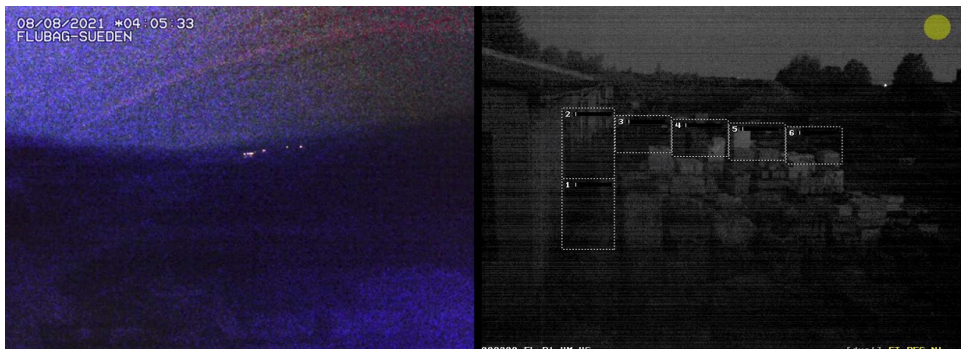
Esos datos –cuyo registro y recopilación requieren además de una vasta infraestructura y consumo de energía– pueden ser, luego de su procesamiento, *inputs* para otras acciones o procesos (Costa, 2021)¹⁰; su análisis, agrupación en series, desarrollo de estadísticas, establecimiento de correlaciones, construcción de perfiles, anticipación de comportamientos individuales, etc. Es decir, se insertan en un entramado más amplio y complejo de *gubernamentalidad algorítmica*¹¹ (Rouvroy & Berns, 2016): una clase de racionalidad que busca modelizar, anticipar y afectar comportamientos posibles en base a la “recolección, agrupación y análisis automatizado de datos masivos” (p. 96).

Junto a las imágenes, las cámaras de red registran y transmiten metadatos que pueden, o no, estar impresos sobre la escena captada (Imagen 4). Estos incluyen fecha y hora de transmisión, ubicación, tipo, fabricante, serie y/o modelo del dispositivo empleado, resolución y calidad de la imagen, compresión del video, velocidad de fotogramas, información sobre la red a la que está conectada la cámara y los datos transmitidos, seteo de alarmas o eventos (detección de movimiento o sonido, uso del dispositivo, etc.), entre otros detalles técnicos posibles de ser registrados.

¹⁰ Un ejemplo sencillo de recopilación y análisis de datos e interacciones digitales por parte de Google son los ya mencionados CAPTCHA que algunas veces interrumpen las búsquedas. La frecuencia, el tipo de consulta o la ubicación desde la que se realiza, entre otros factores, pueden llevar al buscador a dudar de la naturaleza humana de quien ejecuta la acción. En este caso, nuestros patrones de uso de las herramientas ofrecidas por la plataforma son comparados con lo que sería –según sus propios parámetros– un comportamiento humano esperable. Luego, por el modo en que la prueba propuesta es resuelta, el algoritmo determina si se trata de un ser humano o un bot automatizado y, según sea el caso, permite o rechaza la acción que se pretendía realizar.

¹¹ Este concepto avanza sobre la categoría de gubernamentalidad presentada por Foucault en 1978 para designar un conjunto de técnicas, saberes y estrategias que hacen posible el ejercicio de un modo complejo y específico de poder, que tiene como blanco la población, como forma mayor de saber a la economía política y como instrumento técnico o tecnologías esenciales a los dispositivos de seguridad (Foucault, 2006).

Imagen 4. Izq.: Transmisión de cámara IP en Suiza / Der.: Transmisión de cámara IP en Alemania



Fuente: Izq.: captura de pantalla, 7 agosto 2021, 23:05hs. (Arg.) - 8 agosto 2021, 04:05hs. (Sui.) / Der.: captura de pantalla, 8 agosto 2021, 23:34hs. (arg) - 9 agosto 2021, 04:34hs. (ale).

Así pues, los datos producidos y enviados por estas cámaras pueden emplearse para recuperar información tanto de los lugares, situaciones y/o sujetos observados como de los propios dispositivos que transmiten las imágenes vía Internet. Al mismo tiempo, como ya fue referido, pueden utilizarse como *inputs* para otros procesos. Las imágenes, las direcciones IP de origen, las URL, el código HTML, los textos que aparecen en las consolas de configuración de las cámaras o impresos sobre el video, entre otros elementos, son portadores de esa información que cumple un rol fundamental en nuestras sociedades contemporáneas. Y que es, a la vez y por eso mismo, un terreno en disputa (Rodríguez, 2016).

3. VIGILANCIA, VISIBILIDAD, IN/SEGURIDAD

Las sociedades de control son “maquinarias de producción de miedos y de dispositivos para enfrentarlos” (Diego Galeano en Rodríguez, 2008, p. 3). Buena parte de las cámaras que aquí nos competen pueden –además de transmitir y almacenar imágenes en vivo– girar, inclinarse, acercarse, alejarse y son controlables y configurables en forma remota. En base a tales características, son tipificadas como tecnologías “de seguridad” o “de vigilancia” y comercializadas bajo dichos conceptos. Sus fabricantes –Axis, HikVision, Mobotix, Toshiba, entre otros– las proponen como idóneas “para los requisitos de las redes de vigilancia y seguridad más exigentes”, “para reducir el crimen y el desorden”, “proteger todos los alrededores”, o “ayudar a mantener la paz”. Quienes las adquieren y utilizan ponen en acto dichas construcciones de sentido.

Como apunta David Lyon (2007), las respuestas técnicas a una variedad de problemáticas sociales, económicas y/o políticas se han vuelto un lugar común en las sociedades contemporáneas. Hoy en día, las cámaras operan como tecnologías de supervisión del espacio público, de prevención de delitos, disuasión de

comportamientos y acciones indeseadas, identificación y seguimiento de personas, por mencionar solo algunas. Estas técnicas y tecnologías de visibilidad nos protegen, supuestamente, “no contra peligros concretos, sino contra unos riesgos amorfos y misteriosos” (Bauman & Lyon, 2013, p. 107), contra peligros ubicuos o amenazas en potencia, contra un *otro* indeterminado.

A su vez, las prácticas de vigilancia en las cuales estas soluciones técnicas son aplicadas no se restringen a poblaciones o espacios clasificados como “peligrosos” o “sospechosos”; alcanzan todo tipo de ámbitos públicos, semi-públicos y privados (Bruno, 2013, p. 8) (Imagen 5). Se han incorporado a la cotidianeidad de “la vida urbana, las relaciones sociales, familiares y las formas de entretenimiento” (p. 23). Se vigila al aire libre tanto como en la intimidad de los hogares. Se vigila porque la vigilancia ofrece una promesa de seguridad: “[u]na de sus principales fortalezas es la capacidad disuasoria que posee: la mera presencia de las cámaras puede abortar un intento de allanamiento o hurto”, se explica en la página web de la empresa *PROSEGUR*.

Imagen 5. Arriba: capturas de páginas webs de fabricantes de cámaras IP (Axis y Hikvision) / Abajo: fotografías tomadas en espacios públicos y privados de la Ciudad Autónoma de Buenos Aires en 2022-2023



Fuente: elaboración propia.

Pero: ¿puede un dispositivo técnico de captura de imágenes proveer protección y seguridad por sí mismo? ¿Bajo qué condiciones y regulaciones se ejerce la videovigilancia? ¿Qué sucede con los registros permanentes de la actividad social y personal que producen estos artefactos? ¿Cómo afectan estas prácticas a la privacidad de las personas?

Como fue señalado más arriba, la incorporación de estos aparatos productores y transmisores de imágenes como elemento central en prácticas de vigilancia está fundamentada en el discurso de la seguridad. No obstante, la forma en que se utilizan estas tecnologías en el marco de dichas prácticas conlleva inseguridades, vulnerabilidades, fugas. Son estas las que hacen factible que los dispositivos puedan ser encontrados, vistos y manipulados en línea.

Esto es especialmente relevante si se considera que la videovigilancia contemporánea es puesta en práctica no sólo por estados o grandes compañías y empresas, sino también por particulares que instalan y gestionan sus propias redes de control hogareñas o en pequeños comercios. Al hacerlo con desconocimiento de los modos de funcionamiento o métodos de protección y cifrado de los dispositivos que emplean, dejan expuestas las herramientas de configuración, las transmisiones y la información de los sistemas que montan con fines de vigilancia. Ceden sus imágenes e impresiones.

Así, es posible hallar en Internet representaciones de los más diversos espacios y situaciones (imágenes 2, 3, 6, 7 y 8), que proporcionan un inventario visual de todo aquello que es objeto de vigilancia pública y privada en las sociedades actuales: instituciones, comercios, fábricas y oficinas, interiores y exteriores de hogares, ascensores, calles, rutas y autopistas, parques, playas y montañas, hoteles, atracciones turísticas.

Las vulnerabilidades de la videovigilancia y las formas de atenuarlas son menos difundidas o comprendidas, y quedan por lo general invisibilizadas tras el discurso de la seguridad¹². Tales riesgos y desconocimiento respecto de los usos imprudentes de las cámaras de red, junto a su débil regulación, son tanto la fisura que habilita la observación de las imágenes que motivaron este escrito como el espacio para reflexionar sobre su producción, circulación y usos. ¿Quién es responsable por la información que queda accesible a cualquiera en Internet debido a esas fisuras? ¿Por qué estos dispositivos son expuestos en resultados de búsqueda en línea?

12 David Lyon, Zygmunt Bauman, Didier Bigo o Hille Koskela son referentes que han desarrollado el problema de las inseguridades asociadas al empleo de nuevas tecnologías en prácticas de vigilancia por seguridad.

Imagen 6. Transmisión de cámara IP de la *Submillimeter Array* (SMA) del Observatorio Astrofísico Smithsoniano y el Instituto de Astronomía y Astrofísica de la Academia Sinica, en Mauna Kea, Hawái



Fuente: captura de pantalla, 19 julio 2021, 20:01hs. (arg) – 13:01hs. (eeuu).

En suma, responder por qué es factible rastrear, ver y capturar imágenes en vivo provenientes de cámaras de red requiere abarcar distintos niveles de análisis: en primer lugar, porque dentro de un marco más general de desarrollo de una “nueva gestión semiotio-técnica digital” del cuerpo y la subjetividad contemporáneos (Preciado, 2020, s/p)¹³ existen formas y procesos específicos de rastreo, extracción, indexación, tratamiento de datos y de producción de información y conocimiento sobre los sujetos que los generan. También, porque dentro de esa nueva gestión, el fenómeno de la vigilancia se extiende “hasta constituirse en una experiencia vital generalizada, ubicua, distribuida” (Costa, 2021, p. 39). Tanto los procesos nucleados alrededor de los datos como las prácticas de vigilancia y los dispositivos y redes allí empleadas tienen vulnerabilidades, zonas grises, desreguladas, y/o modos de funcionamiento poco transparentes, que abren vías a la exposición y circulación de información personal sensible (como podrían ser imágenes provenientes de cámaras IP con rostros humanos identificables).

A lo antedicho debe sumarse además el lugar privilegiado de las cámaras en los sistemas de vigilancia, así como la justificación y legitimación de su uso mediante prácticas y discursos securitarios. Ligado a esto último, Fernanda

¹³ “La extensión planetaria de Internet, la generalización del uso de tecnologías informáticas móviles, el uso de la inteligencia artificial y de algoritmos en el análisis de big data, el intercambio de información a gran velocidad y el desarrollo de dispositivos globales de vigilancia informática a través de satélite son índices de esta nueva gestión semiotio-técnica digital” (Preciado, 2020, s/p.).

Bruno (2008) aclara que si bien la vigilancia se justifica o se ejerce por el miedo o por la promesa de seguridad, expresa también todo un circuito de libidos, placeres y deseos: ver y ser visto. Las “imágenes de vigilancia son también imágenes de espectáculo” (p. 49)¹⁴.

Imagen 7. Izq.: transmisión de cámara IP en fábrica de Japón / Der.: transmisión de cámara IP en lavandería de Japón



Fuente: Izq.: captura de pantalla, 27 julio 2021 21:58hs. (arg), 28 julio 2021, 09:58hs. (jpn) / Der.: captura de pantalla, 7 agosto 2021, 23:52hs. (arg) – 8 agosto 2021, 11:52hs. (jpn).

Imagen 8. Izq.: transmisión de cámara IP en Austria / Der.: transmisión de cámara IP en Estados Unidos



Fuente: Izq.: captura de pantalla, 11 noviembre 2022, 00:42hs. (arg) – 05:42hs. (aus) / Der.: captura de pantalla, 9 diciembre 2021, 21:57hs. (arg) – 19:57hs. (eeuu).

¹⁴ En dirección similar, Vanesa Lio (2024) ha destacado la creciente introducción de representaciones provenientes de cámaras empleadas para vigilancia en los medios de comunicación: “las imágenes de las cámaras se incorporaron a la industria de la noticia y el espectáculo, como emergente de una tendencia a la espectacularización de la videovigilancia” (p. 163).

4. INTERFERENCIAS E INTERRUPCIONES

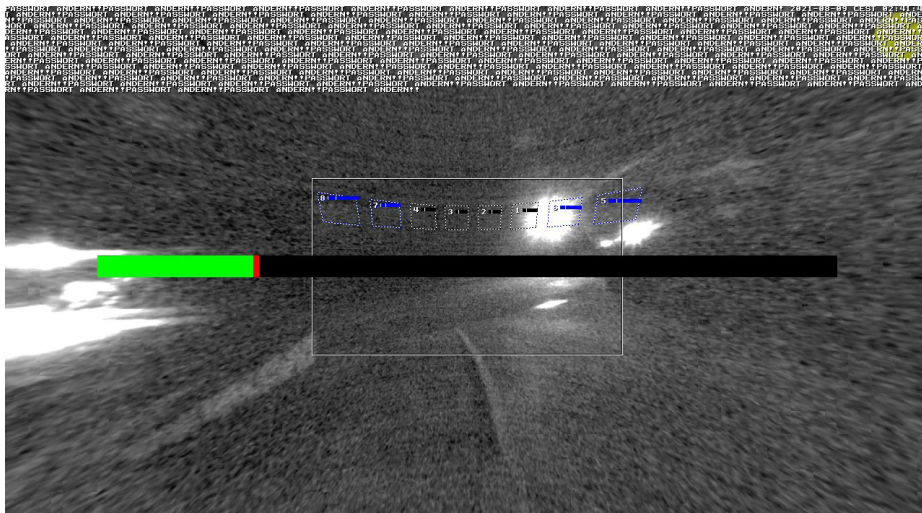
Junto a la expresión de deseos y placeres –en el sentido señalado por Bruno (2008 y 2013)– hay otro aspecto que ubica estas transmisiones de cámaras inseguras en el cruce entre la vigilancia, la información y el espectáculo: su exposición pública las vuelve superficies de inscripción de mensajes o intervenciones por parte de sujetos no identificados.

Dichas alteraciones sobre el caudal de imágenes emitido por estos dispositivos se encuentran dirigidas a receptores-espectadores de diverso tipo. Por un lado, a quienes adquieren e instalan las cámaras: son advertencias sobre el estado de vulnerabilidad de sus tecnologías empleadas para vigilancia. Por el otro, a un conjunto más amplio que incluye ya no sólo a quienes poseen los aparatos sino también a cualquier otra persona que los encuentre en línea y acceda a ellos. Estas últimas, son intervenciones que refieren a contextos que trascienden el marco de producción y emisión de las imágenes y que, en ocasiones, incluyen expresiones de carácter político.

En su texto sobre las sociedades de control, Deleuze (2006) postula que estas “actúan mediante máquinas de un tercer tipo, máquinas informáticas y ordenadores cuyo riesgo pasivo son las interferencias y cuyo riesgo activo son la piratería y la inoculación de virus” (párr. 7). Estas intervenciones, cada una a su manera, imprimen en la superficie de las transmisiones en vivo esos riesgos pasivos y activos, el ruido y el *hackeo*, inherentes a las condiciones de producción de las imágenes para vigilancia generadas por cámaras IP. Ponen a la vista elementos que quedan perdidos tras las promesas de seguridad y los mecanismos opacos de estas tecnologías: la cara insegura de las prácticas de videovigilancia, la exposición pública de los dispositivos en Internet, las posibilidades de emplear las imágenes que emiten en sentidos no previstos por sus propietarios/as, el uso acrítico y desinformado de los objetos o sistemas técnicos.

Esto es explícito en los mensajes dirigidos a quienes instalan las cámaras y las ponen a transmitir sin protección (imágenes 9, 10 y 11): “Fix your webcam. It’s not password protected” [Arregla tu webcam. No está protegida con contraseña], “You need to secure your camera!” [¡Necesitas asegurar tu cámara!] o “You got hacked” [Te han hackeado] son algunas de las advertencias que pueden leerse estampadas sobre las transmisiones.

Si las herramientas de configuración de la cámara están visibles y sin contraseña, es sencillo llevar a cabo acciones como estas (u otras); basta entrar al panel de ajustes, alterar el texto original y guardar la modificación realizada. La permanencia de estos enunciados anónimos sobre las transmisiones por tiempo prolongado o indefinido, así como la desprotección de las cámaras pese a las advertencias formuladas, podría indicar que sus propietarios/as ignoran cómo configurar y/o asegurar los dispositivos que emplean. O bien, que no les preocupa que sus imágenes puedan ser vistas por personas desconocidas.

[illegible]

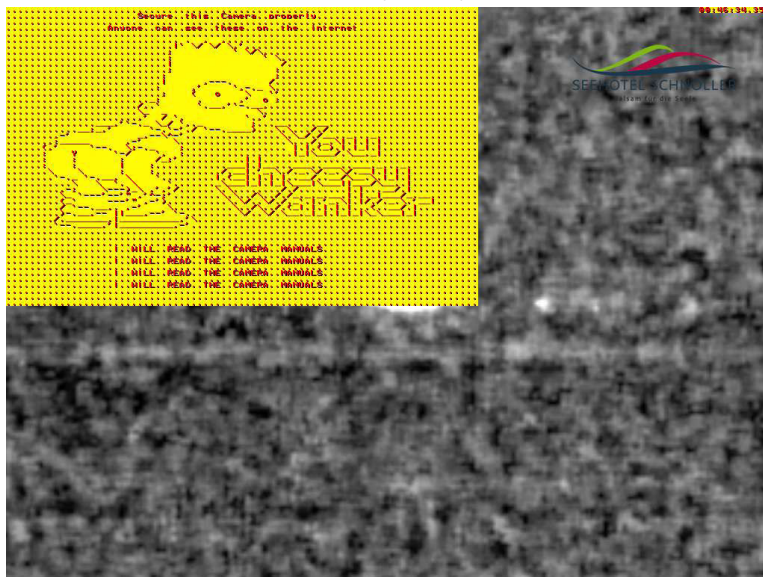
Fuente: captura de pantalla, 8 agosto 2021, 21:41hs. (arg) - 9 agosto 2021, 02:41hs. (aus).

Imagen 10. Transmisión de cámara IP en Francia / Texto sobre la transmisión: “Spikehunter está de vuelta :) y lo estará mientras mantengas la cámara en internet” [original en inglés]



Fuente: captura de pantalla, 3 de diciembre de 2023, 21:57hs. (arg) - diciembre 2023, 1:57hs. (fra).

Imagen 11. Transmisión de cámara IP en hotel de Alemania / Texto sobre la transmisión: “Asegure esta cámara correctamente (...) Cualquiera puede verlos en Internet / “LEERÉ LOS MANUALES DE LA CÁMARA - LEERÉ LOS MANUALES DE LA CÁMARA - LEERÉ LOS MANUALES DE LA CÁMARA - LEERÉ LOS MANUALES DE LA CÁMARA - LEERÉ LOS MANUALES DE LA CÁMARA” [original en inglés]



Fuente: captura de pantalla, 17 septiembre 2021, 20:46hs. (arg) – 18 septiembre 2021, 00:46hs. (ale).

A su vez, pueden hallarse sobre los videos en línea expresiones que apuntan más allá de la propia condición de inseguridad y visibilidad de las cámaras que los emiten. Por ejemplo, críticas al gobierno ruso sobre la transmisión de una calle en Ucrania, o insultos dirigidos al presidente de los Estados Unidos en las imágenes de una cámara emplazada en el interior de una lavandería japonesa (Imagen 12). Dichas acciones son propicias para señalar aun otra cuestión: el potencial político de las imágenes y los objetos técnicos. Los actos, afirma Vilém Flusser (2017), “ya no se dirigen más contra el mundo para modificarlo sino contra la imagen para modificar y programar al receptor de la imagen” (p. 84). Para este autor, “las preguntas técnicas son actualmente las únicas preguntas políticas interesantes” (p. 92).

Imagen 12. Izq.: transmisión de cámara IP en lavandería de Japón / Der.: transmisión de cámara IP en vías de tren de Japón



Fuente: Izq.: captura de pantalla, 20 octubre 2022, 13:38hs. (arg) - 21 octubre 2022, 01:38hs. (jpn) / Der.: captura de pantalla, 13 agosto 2021, 22:03hs. (arg) - 14 agosto 2021, 10:03hs. (jpn).

Estas acciones, que tienen como soporte imágenes de cámaras inseguras, se deslizan por las zonas grises de los sistemas de control y vigilancia contemporáneos introduciendo un ruido ligero, algo que no debería –¿o sí?– estar allí: muestran la hendidura desde la que fueron producidas. Los desvíos del control, la puesta en visión de sus vacíos, pueden abrir camino hacia las preguntas técnicas, indispensables para actuar y pensar políticamente en las sociedades de hoy en día. ¿Cómo los aparatos producen lo que muestran?, se cuestiona Flusser (2017). ¿Cómo crear estrategias y tácticas “de interrupción de los regímenes luminosos de hiper-visibilidad y auto-revelación que sostienen los actuales sistemas de auto-control y de seguridad”? (Cano, 2021, p. 51). ¿Qué otros modos de relación y uso podemos establecer con los dispositivos técnicos que nos rodean?

Para Alexander Galloway (2004), el *hacking* evidencia que los modos de resistencia al poder han cambiado en la posmodernidad. Ya no se forman en torno a jerarquías rígidas y estructuras de poder burocráticas como en la época moderna: las redes han transformado el concepto de “resistencia” (Galloway & Thacker, 2007, p. 78). Luchar contra poderes descentralizados requiere el uso de medios descentralizados, de nuevos métodos de disrupción que hagan frente a los (no)centros de poder a nivel electrónico (Critical Art Ensemble, 1996). Es allí donde las acciones sobre imágenes de esta clase, y sobre los dispositivos que las producen y propagan, podrían encontrar un rol político.

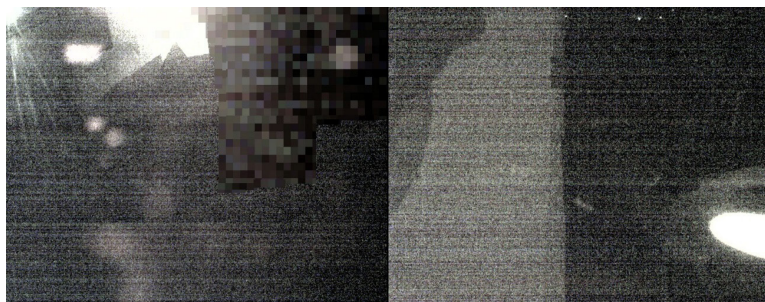
5. PALABRAS (E IMÁGENES) FINALES

A partir de la práctica de búsqueda y observación de transmisiones en vivo de cámaras de red desprotegidas se ha procurado desnaturalizar y abordar críticamente el rol de estos dispositivos en el marco de las sociedades de control. De acuerdo con lo analizado en las páginas que anteceden, dar cuenta de las condiciones de producción, circulación y usos –previstos o no– de dichas imágenes requiere considerar un conjunto heterogéneo de actores, elementos

y procesos que incluye: los protocolos de comunicación y transmisión de datos en Internet, los modos en que las plataformas de búsqueda rastrean, indexan y operan sobre esos datos y cómo los exponen en los resultados de las búsquedas, el desconocimiento técnico sobre los dispositivos utilizados, la extensión general y ubicua de una nueva cultura de la vigilancia, el lugar central asignado a las cámaras en tal contexto y su estrecho vínculo con discursos sobre seguridad¹⁵. Todo esto, a su vez, se integra en mecanismos más amplios de ejercicios de poder y control en nuestras sociedades actuales: como indica Bruno (2008), “la vigilancia contemporánea es inseparable de la maquinaria informacional, reticular y modular del capitalismo posindustrial”¹⁶ (p. 46).

La posibilidad que habilita Internet de hallar, ver y/o manipular en forma remota transmisiones de cámaras de red públicas y privadas desprotegidas, pone de manifiesto vacíos –tecnológicos, informáticos, legales, éticos, etc.– que existen en el empleo de estas tecnologías. Asimismo, subproducto de sus niveles de complejidad técnica, los espacios informáticos presentan fallos y agujeros que los hacen vulnerables a la penetración y el cambio (Galloway & Thacker, 2007, p. 82), tal como evidencian los actos anónimos de intervención sobre aquellas imágenes concebidas en su origen como herramientas para vigilar. Sus autores encuentran en esas vulnerabilidades canales y superficies de enunciación e imprimen sobre ellas mensajes que perturban el flujo de transmisión de información de las cámaras (Imagen 13).

Imagen 13. Transmisión de cámara IP en Alemania



Fuente: captura de pantalla, 8 agosto 2021, 23:29hs. (arg) – 9 agosto 2021, 04:29hs. (ale).

¹⁵ “Según David Lyon, pionero en los estudios sociales de la vigilancia, tras los atentados a las Torres Gemelas el 11 de septiembre de 2001 se ha promovido una nueva ‘cultura de la vigilancia’, en la que ser observados puede significar un riesgo para la intimidad o la privacidad, pero también una ayuda o una ‘asistencia’ permanente, muy bienvenidas incluso en la vida cotidiana. Las personas ya no solo están familiarizadas con la vigilancia: al mismo tiempo le temen, la reclaman y hasta se divierten con ella. Lyon pone el acento en aquellas prácticas que incluyen la participación en la entrega de datos personales ‘por nuestro propio bien’, en un vaivén entre ‘seguridad’ y ‘privacidad’, entre exposición y anonimato. Incluso más: esta vigilancia parece estar siendo –de una manera diferente pero no del todo escindida del panoptismo– una incitación, una provocación tecnológica a decir una verdad acerca de nosotros mismos en la que se enlazan mecanismos de identificación y dispositivos de subjetivación” (Costa, 2021, p. 94).

¹⁶ “A vigilancia contemporánea é inseparável da maquinaria informacional, reticular e modular do capitalismo pós-industrial”.

Es decir, si en las sociedades postdisciplinarias los mecanismos de control y vigilancia se articulan con tecnologías antes que con instituciones, y ciertas prácticas, procesos y sistemas tales como la gubernamentalidad algorítmica se sustentan en la recolección y análisis de datos, las interferencias e interrupciones lumínicas, electrónicas, informáticas pueden operar sobre los actuales regímenes de hipervisibilidad o, cuando menos, dejar expuestas algunas de sus fisuras.

REFERENCIAS

- Bauman, Z. & Lyon, D. (2013). *Vigilancia líquida*. Ciudad Autónoma de Buenos Aires: Paidós.
- Bruno, F. (2008). Controle, flagrante e prazer: regimes escópicos e atencionais da vigilância nas cidades. *Revista FAMECOS*, 15(37), pp. 45-53. DOI: <https://doi.org/10.15448/1980-3729.2008.37.4799>
- Bruno, F. (2013). *Máquinas de ver, modos de ser: vigilância, tecnologia e subjetividade*. Porto Alegre: Sulina.
- Cano, V. (2021). *Borrador para un abecedario del desacato*. Ciudad Autónoma de Buenos Aires: Madreselva.
- Cassin, B. (2018). *Google Me: One-click democracy*. New York: Fordham University Pres.
- Costa, F. (2020). ¿Qué hay de mí en esos datos? Políticas de la materialidad y estrategias críticas en las prácticas bioartísticas en América Latina. En Tello, A. M. (ed.), *Tecnología, política y algoritmos en América Latina* (pp. 111-129). Santiago de Chile: Cenaltes Ediciones.
- Costa, F. (2021). *Tecnoceno. Algoritmos, biohackers y nuevas formas de vida*. Ciudad Autónoma de Buenos Aires: Taurus.
- Critical Art Ensemble (1996). *Electronic civil disobedience and other unpopular ideas*. New York: Autonomedia.
- Deleuze, G. (2006). Posdatos sobre las sociedades de control. *Polis. Revista Latinoamericana*, (13), pp. 1-13. Recuperado de: <http://journals.openedition.org/polis/5509>
- Farocki, H. (2015). *Desconfiar de las imágenes*. Ciudad Autónoma de Buenos Aires: Caja Negra.
- Fisher, M. (2016). *Realismo capitalista: ¿no hay alternativa?* Ciudad Autónoma de Buenos Aires: Caja Negra.

- Flusser, V. (2017). *El universo de las imágenes técnicas: elogio de la superficialidad*. Ciudad Autónoma de Buenos Aires: Caja Negra.
- Foucault, M. (1978). Nuevo orden interior y control social. En *Saber y verdad* (pp. 163-166). Madrid: La Piqueta.
- Foucault, M. (2006). *Seguridad, territorio, población*. Ciudad Autónoma de Buenos Aires: Fondo de Cultura Económica.
- Galloway, A. & Thacker, E. (2007). *The exploit: a theory of networks*. Minneapolis: University of Minnesota Press.
- Galloway, A. (2004). *Protocol: how control exists after decentralization*. London: MIT Press.
- Hacking Google (2022). *Documentary Hacking Google* (Episodio 001) [Serie]. *Youtube*. Recuperado de: <https://www.youtube.com/watch?v=N7N4EC20-cM>
- Hall, E. (2000). *Internet core protocols: the definitive guide*. Sebastopol: O'Reilly.
- Koskela, H. (2006). 'The other side of surveillance': webcams, power and agency. In Lyon, D. (ed.), *Theorizing Surveillance: The panopticon and beyond* (pp. 163-181). Portland: Willan Publishing.
- Lio, V. (2024). Imágenes del delito. Del uso preventivo a la eficacia mediática de las cámaras de seguridad. *InMediaciones de la Comunicación*, 19(1), pp. 161-187. DOI: <https://doi.org/10.18861/ic.2024.19.1.3506>
- Preciado, B. (2014). *Testo yonqui. Sexo, drogas y biopolítica*. Ciudad Autónoma de Buenos Aires: Paidós.
- Preciado, P.B. (2020). Aprendiendo del virus. *El País*. Recuperado de: https://elpais.com/elpais/2020/03/27/opinion/1585316952_026489.html
- Rodríguez, P. (2008). ¿Qué son las sociedades de control? *Revista Sociedad*. Recuperado de: <http://www.sociales.uba.ar/wp-content/uploads/21.-Qu%C3%A9-son-las-sociedades-de-control.pdf>
- Rodríguez, P. (2016). Diez preguntas a una posdata misteriosa. Sobre las sociedades de control de Gilles Deleuze. En Estevez, R., Saidel, M. L., Sacchi, E., Rios Roso, C. & Velázquez Ramírez, A. (comps.), *Libro de Actas de las VI Jornadas de Debates actuales de la teoría política contemporánea* (pp. 371-390). Rosario: Ediciones Debates Actuales.
- Rodríguez, P. (2018). Gubernamentalidad algorítmica. Sobre las formas de subjetivación en la sociedad de los metadatos. *Barda*, 4(6), pp. 14-35. Recuperado de: <https://www.cefc.org.ar/assets/files/rodriguez.pdf>

Rouvroy, A. & Berns, T. (2016). Gubernamentalidad algorítmica y perspectivas de emancipación. ¿La disparidad como condición de individuación a través de la relación? *Adenda Filosófica*, (1), pp. 88-116.

Sadin, E. (2018). *La humanidad aumentada: la administración digital del mundo*. Ciudad Autónoma de Buenos Aires: Caja Negra.

Srnicek, N. (2018). *Capitalismo de plataformas*. Ciudad Autónoma de Buenos Aires: Caja Negra.

Virilio, P. (2011). *Ciudad pánico. El afuera comienza aquí*. Ciudad Autónoma de Buenos Aires: Capital Intelectual.

Zuboff, S. (2015). Big other: surveillance capitalism and the prospects of an information civilization. *Journal of Information Technology*, 30(1), pp. 75-89. DOI: <https://doi.org/10.1057/jit.2015.5>

Zuboff, S. (2020). *La era del capitalismo de la vigilancia. La lucha por un futuro humano frente a las nuevas fronteras del poder*. Barcelona: Paidós.

* Contribución de autoría: la conceptualización y el desarrollo integral del artículo fue realizado por la autora.

* Nota: el Comité Académico de la revista aprobó la publicación del artículo.

* El conjunto de datos que apoya los resultados de este estudio no se encuentran disponibles para su uso público. Los datos de la investigación estarán disponibles para los revisores, si así lo requieren.



Artículo publicado en acceso abierto bajo la Licencia Creative Commons - Attribution 4.0 International (CC BY 4.0).

IDENTIFICACIÓN DE LA AUTORA

Agustina Lapenda. Doctora –candidata– en Ciencias Sociales, Universidad de Buenos Aires (Argentina). Magister en Ciencia Política, Universidad Nacional de San Martín (Argentina). Diplomada en Genocidios y Violencia de Estado, Universidad de Buenos Aires. Licenciada en Artes, Universidad de Buenos Aires. Becaria doctoral, Consejo Nacional de Investigaciones Científicas y Técnicas (Argentina). Integrante, Área de Fotografía Patrimonial, Centro de Investigaciones en Arte y Patrimonio, Universidad Nacional de San Martín y Consejo Nacional de Investigaciones Científicas y Técnicas. Docente adjunta, seminario de posgrado “Historias de la Fotografía I”, Maestría en Estudios sobre Imagen y Archivos Fotográficos, Universidad Nacional de San Martín. Ha trabajado en parametrización y elaboración de bases de datos y catalogación de colecciones fotográficas públicas y privadas.

Lo que puede una fotografía

Imágenes, medios de comunicación,
redes sociales y ecología¹

What a photograph can do

Images, media, social networks and ecology

O que uma fotografia pode

Imagens, mídia, redes sociais e ecologia

DOI: <https://doi.org/10.18861/ic.2024.19.2.3799>

► CORA GAMARNIK

coragamarnik@gmail.com - Ciudad Autónoma de Buenos Aires
- Consejo Nacional de Investigaciones Científicas y Técnicas,
Argentina.

ORCID: <https://orcid.org/0000-0002-0128-5453>

CÓMO CITAR: Gamarnik, C. (2024). Lo que puede una fotografía. Imágenes, medios de comunicación, redes sociales y ecología. *InMediaciones de la Comunicación*, 19(2). DOI: <https://doi.org/10.18861/ic.2024.19.2.3799>

Fecha de recepción: 13 de abril de 2024

Fecha de aceptación: 4 de agosto de 2024

RESUMEN

El artículo aborda el caso de una fotografía de prensa

que tuvo un impacto determinante sobre el poder político, judicial y económico de Paraguay y posibilitó la interrupción de la contaminación de una laguna. Analiza bajo qué circunstancias y a través de qué actores fue posible este hecho excepcional, así como los motivos por los cuales una fotografía de prensa pudo tener tanta eficacia. En este sentido, se analiza lo que muestra la fotografía, sus condiciones de producción y de circulación, los efectos que generó su publicación, pero también tiene en cuenta las reacciones políticas, sociales y mediáticas que se produjeron en torno a una imagen que terminó siendo un eslabón clave para denunciar la contaminación. Asimismo, reflexiona sobre el poder de la fotografía para promover cambios sociales y su potencial para denunciar problemas ecológicos con impactos visibles. El análisis cruza estudios de fotografía de prensa, medios de comunicación, redes sociales, el papel de los *influencers* y las luchas ecológicas, e invita a seguir pensando el poder de este tipo de imágenes.

PALABRAS CLAVE: *fotografía de prensa, medios de comunicación, redes sociales, ecología.*

¹ Un adelanto de este artículo fue presentado en 2022 en el marco de un seminario organizado por el Laboratório de História Oral e Imagem, Universidade Federal Fluminense, Brasil.

ABSTRACT

The article addresses the case of a press photograph that had a decisive impact on the political, judicial and economic power of Paraguay and made it possible to stop the pollution of a lagoon. It analyzes under what circumstances and through what actors this exceptional event was possible, as well as the reasons why a press photograph could be so effective. In this regard, it examines what the photograph depicts, its production and circulation conditions, the effects it had upon release, and the political, social, and media reactions that occurred around an image that ultimately ended up being a key link in exposing pollution. Furthermore, it reflects on the power of photography to promote social change and its potential to highlight ecological issues with visible impact. The analysis crosses studies of press photography, media communication, social networks, the role of *influencers*, and ecological struggles, and invites us to continue to think about the power of this type of images.

KEYWORDS: *press photography, media, social networks, ecology.*

RESUMO

O artigo aborda o caso de uma fotografia de imprensa que teve impacto decisivo no poder político, judicial e econômico do Paraguai e permitiu deter a poluição de uma lagoa. Examina em que circunstâncias e através de quais participantes este fato excepcional foi possível, bem como as causas pelas quais uma fotografia de imprensa poderia ser tão eficaz. Neste sentido, analisa o que a fotografia mostra, as suas condições de produção e circulação, os efeitos gerados pela sua publicação, mas também leva em conta as reações políticas, sociais e midiáticas que ocorreram em torno de uma imagem que chegou a ser um elo chave para denunciar a poluição. Igualmente, reflete sobre o poder da fotografia para promover mudanças sociais e seu potencial para delatar problemas ecológicos com impactos visíveis. A análise cruza estudos sobre fotografia de imprensa, media, redes sociais, papel dos *influenciadores* e lutas ecológicas, e convida a continuar pensando no poder deste tipo de imagens.

PALAVRAS-CHAVE: *fotografia de imprensa, mídia, redes sociais, ecologia.*

1. EL RECORRIDO DE UNA FOTOGRAFÍA

En 2018 diversos diarios locales paraguayos publicaron fotografías de la laguna Cerro, en la localidad de Limpio, ubicada a 30 kilómetros de Asunción, en la que crecía una planta acuática llamada en guaraní Yacaré Yrupé. Las flores son nenúfares circulares de hasta dos metros de diámetro que crecen cada cinco años. En ese mismo año, el diario *La Vanguardia*, editado en Barcelona, España, publicó una nota de Alberto Peña (2018) que incluía un *dossier* de fotografías titulado “El espectáculo maravilloso de lirios gigantes en el río Paraguay”, con varias fotos de singular belleza. Uno de los autores de dicho *dossier* fue Jorge Sáenz, fotógrafo argentino radicado en Paraguay, corresponsal de la agencia norteamericana The Associated Press (AP). La laguna es parte indisoluble de la vida y del paisaje cotidiano de los habitantes que viven en sus alrededores y disfrutan de ese espacio verde.

A principios del 2020, dos años después, un grupo de vecinos y vecinas de la localidad de Limpio denunciaron ante el municipio que un sector de la laguna Cerro se había teñido de un color morado y emitía olores nauseabundos. La laguna, dividida por un terraplén, estaba contaminada de un lado, pero no del otro. La denuncia señalaba que la curtiembre Waltrading arrojaba desechos tóxicos directamente al agua. El grupo de vecinos y vecinas encabezados por Herminia Valdez de Meza, enfermera jubilada de la localidad, realizó diversas acciones ante el municipio local y ante el Ministerio de Medio Ambiente (MADES) que no fueron atendidas. Sáenz, enterado de la movilización de la gente, volvió al lugar el 5 de agosto de 2020 y tomó varias fotografías, algunas de ellas realizadas con un dron a 150 metros de altura en las que podía verse a simple vista el efecto de la contaminación (Imagen 1).

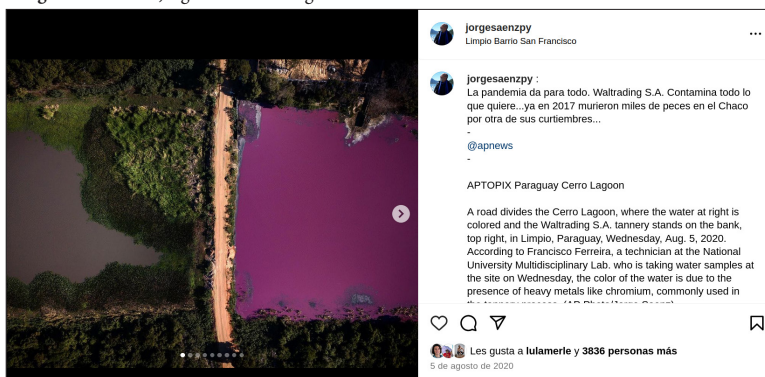
Imagen 1. Laguna Cerro, localidad de Limpio, Paraguay



Fuente: Fotografía de Jorge Sáenz para The Associated Press (AP) difundida en sus redes sociales el día 5 de agosto de 2020.

Ese mismo día envió una de estas imágenes a través de la agencia AP a sus suscriptores (los diarios *Washington Post* y *New York Times* y diarios europeos como *El País*, *Le Monde*, entre otros). El fotógrafo también publicó la fotografía, junto con otras, en su cuenta de Instagram y en su Facebook personal con el texto: “La pandemia da para todo... Waltrading contamina todo lo que quiere, ya en el 2017 murieron miles de peces en el Chaco por otra de sus curtiembres” (Imagen 2). Su posteo llegó a más de 3800 personas.

Imagen 2. Posteo de Jorge Sáenz en Instagram



Fuente: Instagram de Jorge Sáenz – Posteo del día 5 de agosto de 2020.

Entre las fotos se incluía una en donde se veía desde el dron a la empresa contaminante (Imagen 3).

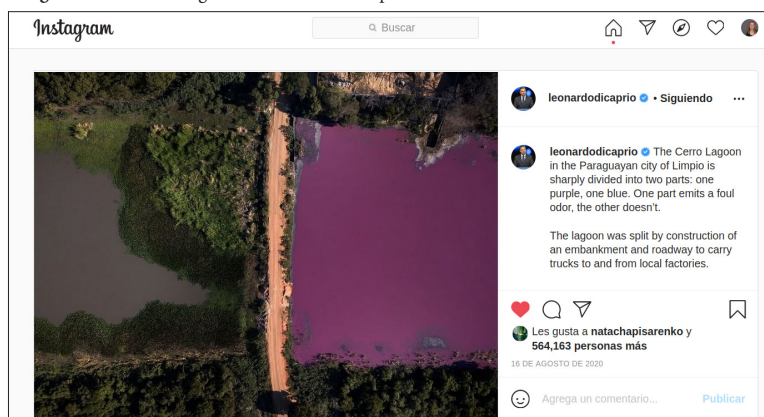
Imagen 3. Empresa Waltrading en la laguna Cerro, localidad de Limpio, Paraguay



Fuente: Fotografía de Jorge Sáenz difundida en sus redes sociales el día 5 de agosto de 2020.

El 6 de agosto el diario paraguayo *La Nación* se hizo eco de la noticia. El 16 de agosto de 2020 la noticia daría un salto de visibilidad cuando Leonardo Di Caprio, que se define en sus redes sociales como actor y ecologista en igualdad de condiciones, reprodujo la foto en sus redes sociales² (Imagen 4). Di Caprio contaba en ese momento con 48 millones de seguidores en su cuenta de Instagram y obtuvo 564.163 likes al publicar la fotografía de Sáenz.

Imagen 4. Posteo en Instagram de Leonardo Di Caprio



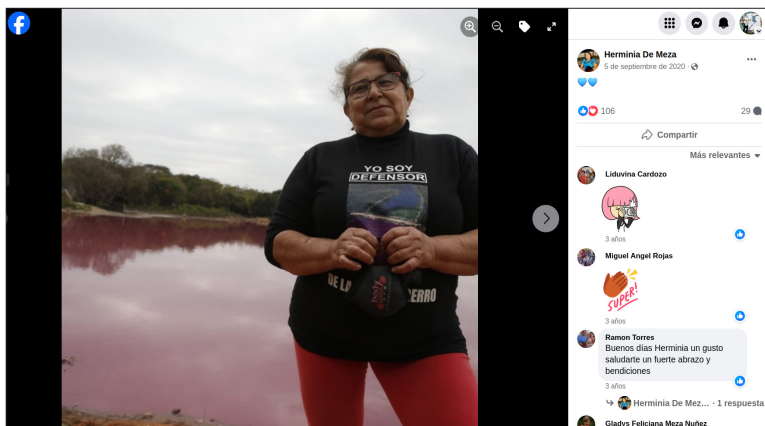
Fuente: Instagram de Leonardo Di Caprio – Posteo del día 16 de agosto de 2020.

A raíz de la repercusión mediática que tuvo la publicación de Di Caprio en medios y redes sociales de Paraguay, los vecinos y las vecinas de Limpio volvieron a manifestarse. Esta vez cortaron el tráfico de camiones areneros que trabajaban en el camino que separa las dos partes de la laguna, confeccionaron carteles que pegaron al costado del terraplén y colocaron una hilera de cruces con crespones negros. También se hicieron una remera con una de las fotos de Sáenz y la inscripción “Yo soy defensor de la laguna Cerro”. Herminia Valdez de Meza (a partir de ahora, Doña Herminia) se puso la remera y con la laguna contaminada a su espalda se sacó una foto que publicó en su Facebook personal donde obtuvo 106 interacciones, un porcentaje considerablemente mayor al que venía teniendo antes de que el actor se involucrase en el tema (Imagen 5). También sacó una foto del posteo del actor y la publicó en su Facebook para dar cuenta de la legitimidad que había obtenido su reclamo. En ese marco de interacción, una vecina le comenta que “Parece que ya se olvidaron

² Di Caprio fue nombrado Mensajero de la Paz de las Naciones Unidas para el cambio climático y ha sido galardonado con el Clinton Global Citizen Award y con el Crystal Award del Foro Económico Mundial. Según se señala en la página de las Naciones Unidas: “El actor Leonardo DiCaprio, que ha recibido numerosos galardones y ha sido nominado cuatro veces al premio Óscar, ha trabajado abiertamente en defensa del medio ambiente durante gran parte de su carrera. En 1998 (...) el Sr. DiCaprio creó la fundación que lleva su nombre, cuya misión es proteger los últimos lugares silvestres de la Tierra y aplicar soluciones para forjar una relación más armoniosa entre la humanidad y la naturaleza”. Véase: <https://www.un.org/es/mensajeros-de-la-paz/leonardo-dicaprio>

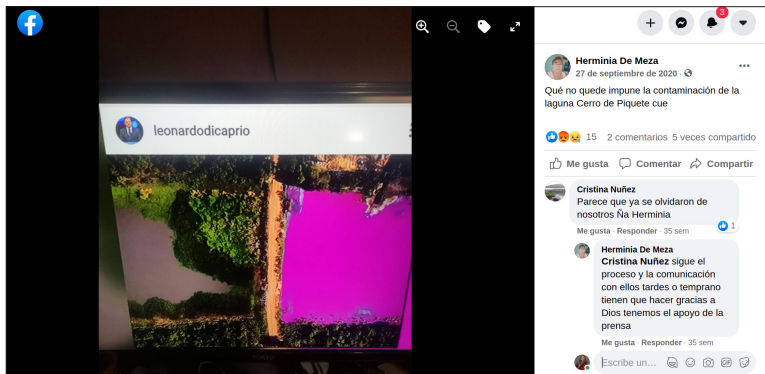
de nosotros” y Doña Herminia ella contesta: “sigue el proceso... tenemos el apoyo de la prensa” (Imagen 6).

Imagen 5. Doña Herminia Valdez posa con la remera estampada con una fotografía de Jorge Saénz en la laguna Cerro contaminada



Fuente: Facebook de Doña Herminia Valdez – Posteo del día 5 de septiembre de 2020.

Imagen 6. Posteo de Doña Herminia Valdez en su Facebook compartiendo la publicación de Di Caprio

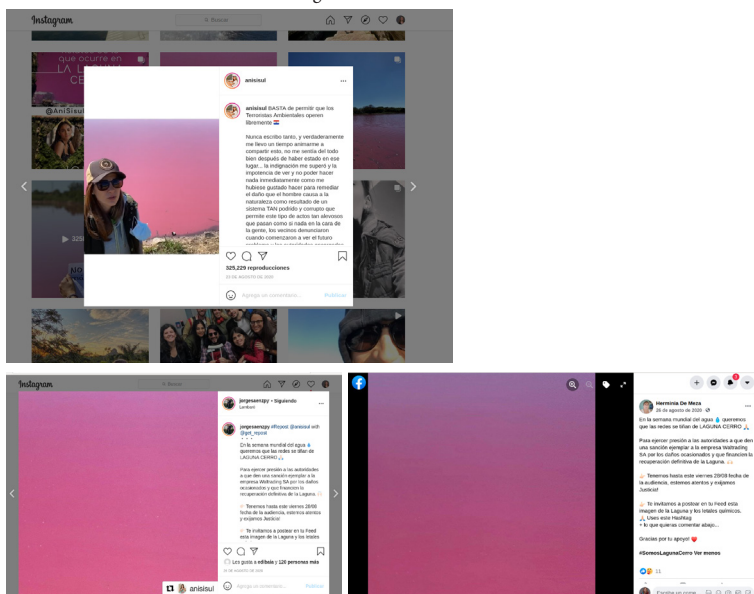


Fuente: Facebook de Doña Herminia Valdez – Posteo del día 27 de septiembre de 2020.

Luego de la publicación de Di Caprio, el MADES se hizo presente en el lugar y tomó muestras del agua contaminada. Allí se comprobaron los bajos niveles de oxígeno disuelto en el agua, lo que implicaba una importante afectación para el ecosistema del lugar. También se acercó a la zona el Laboratorio Interdisciplinario de la Universidad de Asunción, que hizo un aporte con análisis químicos independientes de los del MADES y que se utilizaron luego como pruebas del delito de contaminación.

A fines de agosto se sumó a la campaña de visibilización una *instagramer* paraguaya, @anisisul, que fue hasta el lugar, hizo un vivo de Instagram desde allí que tuvo 325.229 reproducciones y convocó a poner en las redes, en la Semana Mundial del Agua, un cuadrado de color magenta. La consigna de la esta *acción magenta* era que las redes se tiñeran del color del agua contaminada. Doña Herminia, Jorge Sáenz y otros miles de usuarios de redes se sumaron a esa convocatoria (imágenes 7, 8 y 9).

Imágenes 7, 8 y 9. Acción Magenta: llamado a que las redes sociales se tiñan del color del agua contaminada en la Semana Mundial del Agua



Fuente: Instagram de @anisisul y de Jorge Sáenz. Facebook de Doña Herminia Valdez.

Luego de explorar y describir el recorrido que realizó la fotografía de prensa aquí analizada, sostenemos la hipótesis de que dada ciertas circunstancias la imagen fotográfica puede llegar a ser un objeto de poder y de contra-poder, una herramienta de transformación social y un soporte clave para el activismo político y ecológico.

2. VISIBILIDAD, IMPACTO Y CONSTRUCCIÓN DE AGENDA

La fotografía de Sáenz tomada con un dron a 150 metros de altura muestra una composición geométrica que actúa por oposición. Permite ver simultáneamente lo que sucede en las dos áreas en las que está dividida la laguna. El fotógrafo abrió el encuadre y amplió la capacidad de observación. El ángulo de

visión que permite el dron no lo tendría un espectador ni aun estando en el lugar de los hechos. De modo simple y contundente, la fotografía permite observar el conflicto a través de llamativos colores. El color magenta produce curiosidad, llama la atención, otorga un halo de misterio a la imagen. Al mismo tiempo, la fotografía es evidencia y se transforma en prueba de un delito.

A diferencia de las fotos tomadas por los vecinos y las vecinas y por otros fotógrafos profesionales, la imagen de Sáenz logró un impacto visual, constituye un *acto de imagen* en términos de Bredekamp (2017): “el acto icónico intrínseco actúa a través de la *potentia* de la forma” (p. 186). En su teoría, el autor alemán sostiene que algunas imágenes actúan mediante la potencia de la forma, la conjunción de elementos: colores, líneas, dibujos, perspectivas, figuras y modelos:

Las imágenes están en el mundo de los acontecimientos en una relación que es a la vez de reacción y de formación. No solo repiten la historia pasivamente, sino que son capaces, como cualquier otro acto u orden de actuar, de acuñarla: como acto de imagen, crea hechos, mientras instaaura imágenes en el mundo. (Bredekamp, 2004, p. 29)

La fotografía de la laguna contaminada se transforma en un acto de imagen e inaugura de esa manera una sucesión de hechos novedosos.

Respecto de lo sucedido, Sáenz señala que

la composición que elegí fue de lo más simple, el camino dividiendo al medio las dos aguas, la contaminada y la no contaminada. Me pareció que, además de ser muy geométrica y colorida, no necesitaba de mucho más para llamar la atención. Siempre creí que para los problemas más grandes que se presenten delante mío debía ser lo más simple y directo posible. Confiar más en el hecho que en la retórica que acostumbro usar en otro tipo de ensayos y reportajes. (Entrevista a Jorge Sáenz para el armado de la investigación, mayo de 2022)

El fotógrafo se refiere a la diferencia que existe entre fotografías periodísticas y otras de índole documental y/o artísticas. En el primer caso hablamos de fotografías inscriptas en soportes materiales (diarios, revistas) de papel o digitales que se instalan, a su vez, en el espacio público a través de los medios de comunicación. Las fotografías de prensa suelen estar investidas de un halo de autenticidad que generan mayor posibilidad de credibilidad y el aspecto técnico de la toma refuerza esta idea. El fotógrafo se relaciona (de modo más o menos conflictivo) con los lineamientos editoriales de los medios o agencias para las cuales trabaja. En ese caso, las fotografías son mercancías que se venden en el mercado periodístico. Juega la inmediatez, la información, la actualidad. Mientras que en otros trabajos documentales/artísticos, los fotógrafos pueden tener un mayor grado de autonomía y sobre todo más tiempo para su realización.

En el ejemplo analizado, la imagen organiza la percepción del acontecimiento. El texto complementa la información, pero la fotografía de Sáenz se

basta por sí misma para sostener la atención. Lo que vemos es una *fotografía de paisaje*; no hay personas, puro registro directo que funciona como una declaración visual. De un lado la vida, del otro lo indefinible, lo artificial, lo muerto. La imagen pudo entrar en la agenda mediática por su propio peso. Por ser una foto bella y dramática al mismo tiempo: bien construida, irrefutable y de comprensión inmediata. Como señala Judith Butler (2010):

No es solo que quien hace la fotografía y/o quien la mira interpreten de manera activa y deliberada, sino que la fotografía misma se convierte en una escena estructuradora de interpretación, una escena que puede perturbar tanto al que hace la foto como al que la mira. (p. 101)

La fotografía de paisaje se transformó al mismo tiempo en una *imagen de denuncia*. No es algo usual en este género fotográfico a diferencia de otros más ligados a la fotografía documental. Se suele reconocer su valor estético, pero pocas veces se distingue su capacidad de acción política. En este caso, la belleza unida a la devastación potencia el mensaje.

Omar Felipe Giraldo e Ingrid Toro (2020), en una investigación centrada en la *afectividad ambiental*, desarrollan el concepto de *empatía con la naturaleza*, definida originalmente por Tam (2013) como la tendencia a “comprender y compartir la experiencia emocional, y en particular el sufrimiento, del mundo natural” (Giraldo & Toro, 2020, p. 71). Allí se preguntan:

¿Qué tipo de afectos se inscriben en nuestros cuerpos cuando habitamos paisajes de gran belleza, pero también en los que se normaliza la crueldad hacia distintas formas de vida? ¿Cómo se normaliza la crueldad cuando habitamos espacios en donde la naturaleza es reducida a mercancía? (pp. 119 y 120)

Los autores trasladan las metáforas que Rita Segato (2018) utiliza para hablar de la *pedagogía de la crueldad*³:

¿Qué pasa cuando la repetición constante de la violencia hace que nos acostumbremos a ella y se creen los bajos niveles de empatía requeridos para el normal desarrollo de la empresa predatoria? Una vez que la crueldad se vuelve no lo raro sino la norma, no la excepción sino la regla, de forma inevitable nuestros cuerpos terminan insensibilizados, anestesiados ante el sufrimiento ajeno. Es así como de forma paulatina ya no podemos sentir el dolor de la montaña como dolor, ni el grito de la tierra como grito, ni el llanto del bosque como llanto. (Giraldo y Toro, 2020, p. 120)

Desear un paisaje bello, desear una laguna limpia entonces es uno de los caminos que lleva a la defensa del medio ambiente. No ya solamente a través de

3 Segato (2018) llama pedagogías de la crueldad a todos los actos y prácticas que enseñan, habitúan y programan a los sujetos a transmutar lo vivo y su vitalidad en cosas. Toda empresa extractivista trae consigo la idea de naturaleza-cosa, así como la trata usa el cuerpo-cosa de las mujeres.

la crítica racional ni la culpa –algo que utilizan por otra parte muchos discursos ambientalistas–, sino de la reivindicación del deseo, de la necesidad de belleza. Una manera de disputar el deseo con el propio sistema capitalista que tan bien lo usa para su reproducción.

La fotografía permite de alguna manera *experienciar* mediáticamente el acontecimiento; “ver” la contaminación. La dimensión estética y comunicativa de la imagen incidió en las decisiones políticas, mediáticas y jurídicas que se tomaron luego de su publicación. Se entrelazan así representación y acción. El mensaje que porta y el objetivo social que persigue logran ser transmitidos a través una fotografía eficaz comunicacionalmente que tuvo la capacidad de convertir aquello que capturó en un hecho público. La fotografía se relocaliza y se vincula a la contaminación ambiental en otras latitudes.

No hay ambigüedad, la contaminación sale del margen donde se produce y se hace pública, se visibiliza más allá de las fronteras que le impone, por un lado, la geografía y, por el otro, la desidia, la corrupción y el ocultamiento premeditado por parte de los distintos actores involucrados. Presta su potencia, su capacidad demostrativa, su fuerza de verdad, construye la prueba y la da a conocer, confirma el delito. No hace falta que veamos personalmente la laguna, no hace falta que sintamos en persona el olor putrefacto, la imagen actúa por fuerza de lo visual, por la fuerza de credibilidad que posee. De algún modo, la fotografía sustituye a la laguna. Permite la visibilidad del hecho y logra que la noticia viaje, se traslade y permanezca en el tiempo. Como señala Umberto Eco (1986) respecto de otras fotografías icónicas:

En el momento en que (una imagen) aparece comienza su itinerario comunicativo: una vez más lo político y lo privado se han visto atravesados por las tramas de lo simbólico que, como siempre sucede, ha demostrado ser productor de realidad. (p. 296)

Ese itinerario que realizó la imagen permitió su ingreso tanto en la agenda periodística nacional paraguaya como internacional, logró viralizarse en las redes sociales y entrar en el terreno judicial. Inmersa en esa cadena comunicativa, fue reproducida, compartida y retransmitida en diversos medios y soportes. Se multiplicó en manos de diferentes actores sociales, traspasó fronteras locales y nacionales y actuó como herramienta disparadora. Al ser compartida simultáneamente por agencias de noticias, medios periodísticos nacionales e internacionales y redes sociales, inició un doble recorrido: por un lado, en el universo mediático, y, por el otro, en el mundo, justamente, de las redes sociales. Una vez que la imagen fue puesta en circulación, quedó a disposición de organizaciones ambientalistas y sociales. La fotografía fue la materia prima de un nuevo recorrido que las redes sociales multiplicaron. Como plantean Merlinsky y Serafini (2020):

Un elemento decisivo para que estos conflictos salgan a la luz y tengan repercusión pública es el cambio en su escala de influencia, es decir, cuando se transforman en cuestiones políticas que van más allá del ámbito inicial en que los afectados hicieron público el reclamo. (p. 15)

En este caso, a partir de la movilización de un grupo de vecinos y vecinas, un fotoperiodista reconocido y de larga trayectoria en Paraguay y en Argentina, que a su vez se desempeña en una de las agencias internacionales más importantes del mundo, tomó una imagen de gran efectividad técnica y belleza que se transformó en prueba irrefutable de la contaminación. La imagen generó un contrato “tácito” de legitimidad y credibilidad entre lo que ella revelaba y quien la mirara. La trama de lo simbólico se entrelaza para construir una nueva realidad. Gracias a la difusión de la imagen, se amplían las fronteras de la denuncia, se saca el acontecimiento de la parálisis estatal, de la complicidad, del ocultamiento y de la inacción gubernamental.

Susan Buck-Morss (2005) sostiene que

el siglo XX se distingue de los anteriores porque ha dejado un rastro fotográfico. Lo que se ve solo una vez y es registrado puede percibirse en cualquier tiempo y por todos. La historia se convierte en la compartida singularidad de un evento/acontecimiento. (p. 158)

Pero los patrones de circulación también han cambiado, “circulan alrededor del mundo en órbitas descentradas que facilitan un acceso sin precedentes, deslizándose casi sin fricción a través de barreras idiomáticas y fronteras nacionales (p. 146). Aunque Buck-Morss aclara que, por supuesto, son producidas en “relaciones globales que son violentamente desiguales respecto a las capacidades de producción y circulación de imágenes” (Ibíd.).

En el caso analizado, el rol de Di Caprio fue central para torcer esa desigualdad. Diarios paraguayos y de otros países se hicieron eco de la noticia de la contaminación de la laguna a partir de su posteo⁴. Como se sabe, el uso de celebridades que gozan de popularidad es una estrategia publicitaria de larga data. La efectividad de esos “apadrinamientos” depende de la valoración del personaje público en cuestión, de la identificación que genera, de la admiración y el respeto que despierten. En términos publicitarios, el uso de personajes populares promueve un rápido reconocimiento de un producto, aumenta el atractivo y el deseo, puede mejorar la actitud hacia una marca y la difusión boca a boca. Dependiendo del personaje en cuestión, puede tener un impacto positivo; es decir, permite una transferencia de significados y de atributos de la celebridad a la marca, tema, producto o servicio asociado, así como la atracción del personaje puede hacer posible un rápido llamado de atención, mucha más si la valoración que se tenga de la celebridad o personaje se transfieren al mensaje dado o reproducido.

DiCaprio, particularmente, se sumó a la difusión de la fotografía en sus redes sociales por propia voluntad; no fue contratado ni le pagaron por ello, lo que brindó más autenticidad a su involucramiento. No tiene intereses específicos en la laguna ni fue parte de una estrategia publicitaria organizada. La fama del actor permitió atraer la atención mediática y potenciar el reclamo. En un mundo saturado de avisos, mensajes y noticias, Di Caprio posibilitó distinguir el mensaje, hacerlo circular y sacarlo de la maraña de información que se instala en las agendas. El reconocimiento público en un campo de acción (el cine) se trasladó y se utilizó para el reconocimiento en otro campo como es la lucha ecológica.

La acción del actor, sumada a la fotografía efectiva y a la información que de ella se desprendía, aumentó los *índices de noticiabilidad* del caso (Wolf, 1987): novedad, originalidad, imprevisibilidad, importancia y gravedad de los acontecimientos, proximidad geográfica del hecho con la sociedad, magnitud por la cantidad de personas afectadas, jerarquía de los personajes implicados, entre otros. Los medios de comunicación en general, y ciertas formas de funcionamiento de la política atienden primordialmente a hechos que impactan en la opinión pública. Urgencias y réditos políticos a corto plazo determinan muchas veces el accionar dentro de esos respectivos campos de acción, el periodístico y el político. Aquello que era invisible por las lógicas del poder se transformó en virtud de la acción de diversos actores “los vecinos y las vecinas de Limpio encabezados por Doña Herminia, el fotógrafo Jorge Sáenz y el actor y ecologista Leonardo Di Caprio, entre otros”, logrando una mayor escala de circulación, lo que le dio su potencial transformador.

El acceso a los medios es un fenómeno atravesado por agudas desigualdades sociales. A las desigualdades materiales se le suma la desigualdad de acceso a la voz pública y a la forma de representación de esa voz en el caso de que tenga espacio mediático. Como han estudiado Becerra y Mastrini (2009), los medios de comunicación masivos y hegemónicos se suelen caracterizar por una falta de pluralidad y de diversidad, consecuencia de barreras estructurales como es el alto grado de concentración de la propiedad de los medios de comunicación. Estas barreras han redundado en la exclusión de vastos grupos sociales de la posibilidad de expresarse a través de ellos y han suprimido sistemáticamente a una amplia gama de medios (pequeños, comunitarios, locales) en beneficio de grandes grupos económicos.

En este caso, la fotografía no solo mostró la contaminación, sino que tornó visible a los manifestantes que reclamaban contra ella. El agradecimiento y la comprensión de lo que significó la fotografía se demostró en el hecho de que los vecinos y las vecinas se estamparan una foto de Sáenz en las remeras confeccionadas para visibilizar la contaminación. Mientras que la fotografía elegida fue una imagen que se ajustaba más al ángulo de visión que estas personas tienen de la laguna. Así, voces inaudibles se hicieron visibles. Según cuenta Sáenz, cuando él tomó la fotografía hacía por lo menos seis meses

que el grupo de vecinos y vecinas venía denunciando la contaminación de la laguna, sin que el municipio diera alguna respuesta. Si bien habían logrado que existan medidas cautelares, las mismas no se cumplían. Habían realizado protestas, denuncias y movilizaciones. Consiguieron que un diario local hable de su reclamo y muestre una foto de la laguna, pero en ningún caso alcanzó para poner freno a la contaminación: el municipio era cómplice directo de los dueños de la curtiembre y permitía que siguiera trabajando y contaminando pese a las denuncias realizadas. Fue la visibilidad lograda a través del recorrido ya mencionado lo permitió que la acción de los vecinos y las vecinas adquiriera otra relevancia y legitimidad.

En tal sentido, los movimientos de acción colectiva contemporáneos demandan reivindicaciones concretas y específicas, pero también el derecho a la existencia social y pública. Como señala Voirol (2005), “la lucha para hacerse oír o hacerse ver no se considera como un aspecto periférico, sino por lo contrario central de los levantamientos políticos y sociales contemporáneos” (p. 108). Las luchas por los derechos (sociales, ecológicos, políticos) implican una articulación entre reconocimiento, visibilidad y derecho a ser reconocido socialmente. Todo movimiento social para sostener sus demandas requiere de una estrategia de visibilidad, mostrarse a otros para expandir sus reclamos y denuncias. De allí que Todd Gitlin (1986) haya planteado que los movimientos de protesta necesitan las comunicaciones en gran escala para cosechar apoyo público a sus demandas. Se eligen formas, que a veces son planificada, aunque en muchas ocasiones surgen de un modo más espontáneo, fruto de la necesidad de mostrarse ante otros y exponer las demandas: ollas populares, huelgas de hambre, marchas, acampes, piquetes, ocupación de lugares simbólicos, fiestas, bailes, caravanas, banderas, consignas, cantos, *flyers*, petitorios, pintadas, despliegue de estrategias artísticas, rondas. Todas ellas son diferentes formas de darle visibilidad a los asuntos públicos que los convoca. Con esas construcciones visuales, estéticas y políticas se buscan ganar apoyo y establecer el marco de confrontación, de agitación, de provocación. De allí también que muchas veces quedan sujetas a la demonización, la información sesgada o confusa, a la presentación estereotipada y prejuiciosa de los hechos y de sus protagonistas. En esos casos, la búsqueda de visibilidad choca frontalmente con lo que los distintos poderes tratan de invisibilizar, de arrebatar o de eliminar. Según Tassin (2013), las luchas políticas de los sujetos subalternos son luchas por la visibilización, orientadas entre otros elementos al reconocimiento de estos sujetos por parte de la sociedad. En las manifestaciones políticas, los manifestantes buscan no solo reconocimiento de sus demandas y reivindicaciones, sino también ser reconocidos como sujetos de derechos, para lo cual requieren necesariamente hacerse visibles en el espacio público. Algo que resume Jesús Martín-Barbero (2001) cuando plantea que

una de las formas más flagrantes de exclusión ciudadana en la actualidad es la desposesión del *derecho a ser visto y oído*, que equivale a la de existir/contar socialmente, tanto en el terreno individual como el colectivo, tanto en el de las mayorías como en el de las minorías. (p. 53)

La (in)visibilidad es una herramienta de conocimiento, un dispositivo de poder y una mediación para la interacción social. En este caso el fotógrafo resultó ser un eslabón clave en una cadena de hechos que logró modificar esa realidad y tornar visible la demanda.

3. FOTOPERIODISMO Y REDES SOCIALES: NUEVAS FORMAS DE CIRCULACIÓN DE LAS IMÁGENES

La globalización, la digitalización y las tecnologías modificaron la cotidianidad, las formas de comunicarse y de actuar de las sociedades contemporáneas. Reorganizaron la información y reestructuraron la forma en que nos relacionamos entre las personas.

Internet y las redes sociales como medios accesibles, cooperativos, instantáneos, flexibles y descentralizados permiten que algunas noticias tengan un alcance masivo. Al respecto, Mario Carlón (2014) señala que:

No es, en este sentido, como se ha dicho muchas veces, la horizontalidad lo que caracteriza a la comunicación que teje la trama de la sociedad actual, sino una nueva y vertiginosa circulación, tanto ascendente como descendente, derivada del hecho de que prácticamente cualquiera, mientras tenga acceso a Internet, puede producir y publicar discursos en espacios públicos. (p. 30)

En las redes sociales, esos espacios en donde transcurre una parte significativa de la discusión pública en la actualidad, la producción de contenidos y su publicación está al alcance de la mano de cualquier persona con acceso a la tecnología. Eso permite saltar los filtros convencionales del proceso editorial y la concentración mediática. En esta nueva red de redes los fotógrafos y las fotografías –y quienes compartimos sus imágenes– tienen la posibilidad de publicar y de compartir sus imágenes sin la mediación de editoriales mediáticas, lo que permite que construyan un archivo propio y que publiquen su propia selección de fotografías. Esto les brinda una cierta autonomía respecto de la circulación de sus imágenes.

Las redes sociales modificaron la forma de circulación de la información y de las imágenes y, en consecuencia, las formas de participación e intervención ciudadana. Hasta la década del '90 la posibilidad de reproducir y de controlar la información estaba en pocas manos, sobre todo en lo que refiere a las líneas editoriales de los medios de comunicación masivos. La posibilidad de generar contra-información estaba entre los objetivos de los llamados *medios alternativos*. Los grandes medios controlaban el flujo de

las imágenes y de la información que en ellos circulaba, lo que determinaba el conocimiento que se pudiese tener de los acontecimientos a los que solo se puede acceder mediáticamente. Y aunque en las redes sociales siguen interviniendo los actores dominantes, el control de la narrativa, de los temas de discusión y de lo que circula ya no reside exclusivamente en sus intereses, sino que depende también de la decisión de los usuarios, que, aunque cuentan con menor capacidad de incidencia, influyen de todas maneras en la fijación de la agenda de discusión y en la diseminación de distintos mensajes. Por supuesto que continúa funcionando la asimetría y solamente un porcentaje ínfimo de cuentas generan el volumen mayoritario de temas y contenidos circulantes, pero de todas maneras es posible generar otros asuntos y contenidos en los cuales detener la mirada.

En el caso analizado se expresa la particularidad de una confluencia de factores. Una agencia de noticias internacional como AP que acepta la incorporación de la noticia a partir de la iniciativa de un reportero gráfico de su *staff*. La fotografía de impacto, la llegada de las redes sociales del fotógrafo y la reproducción de Di Caprio, que se expande como una *autoridad de la red* por su posición privilegiada (Calvo & Aruguete, 2020), terminaron de configurar el éxito mediático de la fotografía y lo que en ella se expresó en tanto demanda social y denuncia de vecinos y vecinas de Limpio ante la contaminación de la laguna Cerro.

Los medios y las redes son mediadores entre la gente y el mundo que nos rodea. Fuera de nuestro espacio familiar y vecinal, tratamos siempre con realidades de “segunda mano”, conocemos lo que nos cuentan otros, lo que vieron otros. Frente a un mundo tan vasto, complejo e inabarcable, solo somos capaces de abordar una pequeña porción de realidad. Los medios de comunicación marcaron históricamente lo que se llama la *relevancia mediática*: el nivel de importancia que tiene un asunto en función de su línea editorial. Hoy las redes alteraron ese esquema y han demostrado que pueden ser eficaces como intermediación de denuncias y visibilizar problemáticas como la descrita, pero también como aceleradoras de los discursos de odio y de la violencia simbólica organizada. Basadas en los algoritmos que “aprenden” de los usos que hacen los usuarios, se reproducen los contenidos temáticamente afines o con los que se supone el usuario está predispuesto a interactuar, generando así *burbujas de audiencias* a través de filtros personalizados. Pero en el caso que aquí estudiamos, vemos cómo esas mismas características pueden servir para reunir a personas distantes con intereses similares y buscan ser parte de una acción transformadora tejida de un modo más horizontal. Una suerte de *comunidad imaginaria* (Anderson, 1983) que se transforma en un movimiento de presión a partir de la versatilidad y la capacidad de conexión que aportan las redes sociales.

4. FOTOGRAFÍA, PERIODISMO Y CAMBIO SOCIAL

En su libro *Cómo hacer cosas con palabras*, Austin (1962) habla acerca de los denominados actos de habla, *enunciados performativos* que, en circunstancias específicas, generan un efecto en el mundo, producen un hecho, generan una transformación. Hay imágenes que también producen hechos a partir de su propia existencia. La fotografía analizada actúa en relación con dispositivos de poder que operan como “máquinas para hacer ver y para hacer hablar” (Deleuze, 1990, p. 155). La imagen se transformó en una potencia en sí misma. Este caso nos permite reflexionar acerca de la posibilidad de una fotografía de influir en la realización de cambios sociales. ¿Cuáles son los límites y las potencialidades de las imágenes, en particular de aquellas transmitidas por los medios de comunicación, para potenciar una acción social? ¿Cuáles colaboran para movilizarnos y salir de la inercia cotidiana?

Los estudios visuales revelan que la imagen, leída también como un texto, es una construcción producida por una determinada historicidad, sujeta a relaciones económicas y sociales, y sometida a redes de poder y deseo. Las imágenes son parte de las disputas ideológicas que ponen en juego sistemas de representación, construyen y destruyen valores y verdades, visibilizan y ocultan campos y sujetos. Como dice Mitchell (2003), “la cultura visual es la construcción visual de lo social, no únicamente la construcción social de la visión” (p. 26).

Podríamos decir que no es tanto la fotografía en sí lo que causa cierto efecto, sino la imagen en el contexto de la acción de movimientos y actores sociales que logran modificar el estado de correlación de fuerzas político-culturales y las formas de relación que establecen con esas fotografías. Nunca es una imagen suelta, sino un régimen visual que define lo que es visible y lo invisible. Zubero Beascochea (2016) analizó la relación existente entre el conocimiento mediado y la acción social. Una primera conclusión es que conocer algo puede ser un primer paso posible para la acción. De todas maneras, el autor alerta que es una fantasía creer que el conocimiento puede despertar automáticamente la conciencia:

Aunque podemos estar informados, no estamos necesariamente preocupados por dicha información. Si ‘sentir’ significa estar implicado en algo, como planteó Heller (1985) en *Teoría de los sentimientos*, la mayoría de las veces el nuestro es un conocimiento insensible. (Zubero Beascochea, 2016, p. 92).

Si bien las fotografías tienen un gran potencial para visibilizar hechos y situaciones, por sí solas necesitan de un contexto que las inserte en el ejercicio de acciones sociales. Como señala Jacques Rancière en una entrevista con Fernández Savater (2010), las imágenes nunca van solas, sino que forman parte de un dispositivo de visibilidad que define un determinado juego de relaciones entre lo visible, lo decible y lo pensable, de manera que “hacer una

imagen es siempre al mismo tiempo decidir sobre la capacidad de los que la mirarán”. Por su parte, Beascoechea (2016) plantea que “en esta creación de capacidades y posibilidades, la perspectiva del creador de las imágenes resulta esencial” (p. 94).

Sobre esa base, vale mencionar que Sáenz ya había realizado otro trabajo fotográfico de largo aliento que tuvo resultados concretos y tangibles. En 1997 publicó el libro *Rompan filas*⁵, elaborado durante seis años en los cuarteles militares paraguayos mientras trabajaba para los diarios *ABC Color* y *Noticias*. Sáenz entraba a los cuarteles para hacer distintas notas periodísticas, pero en ese lapso de tiempo desarrolló un trabajo personal que logró desnudar lo que sucedía con el Servicio Militar Obligatorio (SMO) paraguayo. El resultado fue un documento sobre los *niños soldados*, los trabajos forzados, la explotación, los abusos y los muertos en los cuarteles de Paraguay. El libro se transformó en una herramienta utilizada por el Movimiento de Objetores de Conciencia que se movilizaba por todo el país para cambiar el SMO. La movilización, a partir de la existencia del libro que incluía decenas de fotografías, tuvo un salto cualitativo. En 2007 se aprobó la ley que prohibía que menores de 18 años hicieran el SMO y en 2010 se aprobó otra ley que prohibía entregar o facilitar armas a menores de 18 años (Manzoni, 2019). De los 20.000 soldados que integraban anualmente la conscripción, hoy participan del servicio militar menos de 1500.

Al respecto, Sáenz señala:

Es hermoso ser parte de un movimiento, sobre todo cuando triunfa porque es una cosa que muy pocas veces nos pasa a los periodistas. Con el libro *Rompan filas* más de 360.000 chicos se salvaron de las injusticias del Servicio Militar Obligatorio. Eso es un placer personal de los más grandes que te da la vida. (Entrevista a Jorge Sáenz para el armado de la investigación, mayo de 2022)

Mientras que en una nota escrita por Claudio Zeiger (2002), la voz de Sáenz agrega que “las esferas de poder tienen muy poca conciencia sobre lo que puede provocar una foto. Y eso facilitó el acceso a los lugares en los que las fotos pueden servir para denunciar injusticias sociales” (Zeiger, 2002).

El trabajo del fotoperiodista, tanto en *Rompan filas* como en las fotos vinculadas a la laguna contaminada, muestra una forma de ejercer el periodismo comprometida, en la que el fotógrafo al mismo tiempo que denuncia se involucra y “no suelta” el tema. No se limita a reproducir la agenda mediática, sino que ayuda a crearla. De allí que reconstruir la trayectoria del fotógrafo es un elemento clave para entender la efectividad en casos como el trabajado.

En esa línea, Zubero Beascoechea (2016) –siguiendo a Lootz (2007), Didi-Huberman (2004) y Klein (2007)– destaca que *si mostrar significa abrir un tajo en el mundo*,

⁵ Véase: https://issuu.com/jsaenz/docs/rompan_filas

podemos reivindicar el valor de la imagen como irrupción en/interrupción de la normalidad en un mundo, el del capitalismo global, organizado como una despiadada maquinaria de desimaginación, tal como expresa Didi-Huberman. Frente al *capitalismo del shock* (Klein, 2007), que (...) debilita la resistencia ciudadana, el humanismo del flash que incomoda, concientiza y moviliza. (Zubero Beascochea, 2016, p. 96; subrayado nuestro)

5. VISIBILIDAD, AFECTO Y ECOLOGÍA

Uno de los problemas que presenta la contaminación ambiental es que en muchos casos sus efectos no son visibles de modo inmediato, sino con el correr del tiempo; a veces, mucho tiempo. Los cambios imperceptibles, como son muchos de los cambios ecológicos, impiden en ocasiones las reacciones sociales y/o políticas inmediatas. Son alteraciones invisibles a primera vista en los territorios, que como algunos tipos de cáncer cuando se ven ya es tarde. Los problemas ecológicos, parafraseando a Bourdieu (1997), “como la deriva de los continentes que pasan inadvertidos en el instante actual, tardan años y años en realizarse, dejan sentir sus efectos con el tiempo” (p. 133). Esto puede contribuir a una suerte de *amnesia estructural*, dado que la lógica de la velocidad del día a día, de la instantaneidad, la discontinuidad, la obtención de resultados rápidos y la sucesión de noticias entremezcladas no permite muchas veces que los acontecimientos se vuelvan inteligibles ni resituarlos en un sistema que los explique y los contextualice. Por el contrario, en el caso que aquí estudiamos, parte de la fuerza intrínseca de la fotografía hizo que la visualización de la contaminación se recogiera como inmediata. Se veía y se olía en el territorio y se veía en la imagen.

Al respecto, Giraldo y Toro (2020), a partir de la reflexión mencionada sobre la afectividad ambiental, ven que esta tendencia a la participación y se muestra cuando las personas, por ejemplo, sienten angustia al ver la imagen de un animal maltratado o cuando son expuestos a imágenes que muestran “las consecuencias de la devastación ambiental” (p. 71). Es un sentimiento que presupone una conexión emocional con la naturaleza y no se da en todas las personas. Ambos autores señalan que la preocupación ambiental que las personas desarrollan está estrechamente asociada al modo en que las personas se ven a sí mismas en relación con su entorno. Cuando se ven como relativamente independientes de su entorno, o cuando tienen una *visión extractivista* de la naturaleza, la devastación ambiental no crea en ellos mayor interés o, a lo sumo, tienen una preocupación motivada por intereses instrumentales. Por el contrario, quienes tienen una noción de sí mismos en continuidad con la naturaleza se sienten afectivamente apegados a otras expresiones de vida y suelen involucrarse como forma de defensa. Tiene que ver con una visión ontológica distinta de la relación entre los seres humanos y la naturaleza similar a la que tienen los pueblos originarios. A diferencia de pensar la naturaleza como algo

que se puede apropiar o explotar a un ritmo acelerado incompatible con los tiempos de reposición de los ecosistemas, este modo de pensar la naturaleza parte de una visión integrada, una unidad entre seres humanos y ambiente.

Merlinsky y Serafini (2020) indican que:

El uso intensivo de bienes comunes como el agua, los minerales, la tierra, usos del suelo y el territorio, implica rentas extraordinarias para grandes corporaciones internacionales e incentiva comportamientos en los que las élites económicas y políticas locales se orientan a la captura de estas. Así, el extractivismo es también un fenómeno de carácter político que genera graves problemas para la democracia. En los territorios extractivos se crean nuevas legislaciones –o bien estados de excepción– que cercenan derechos laborales y que incluso pueden bajar los pisos de protección ambiental. Cuando estas estrategias políticas son más agresivas, se producen verdaderas ‘zonas de sacrificio’, territorios de economías de enclave con pocos efectos multiplicadores y en los que el orden global –que implica la primacía de los intereses de las industrias extractivas– domina sobre la escala local. Esto puede llevar a graves violaciones de derechos humanos con el propósito de silenciar las voces de las lideresas y líderes ambientales. (p. 13)

Se ve incluso en el discurso de empresas y gobiernos que utilizan un lenguaje económico de costos-beneficios y, a lo sumo, mencionan el impacto ambiental para decidir la viabilidad de tal o cual proyecto.

En América Latina se suma además lo que señalan diversos informes de organizaciones de derechos humanos: la represión, la persecución penal y los asesinatos de líderes ambientales que han actuado como verdaderas políticas de control y disuasión de las protestas ecológicas en muchos países de la región. Estados nacionales o municipales han optado muchas veces por criminalizar a quienes llevan a cabo sus demandas protegiendo a las empresas contaminantes.

La fotografía que aquí estudiamos fue un factor que coadyuvó a confrontar las formas de naturalización que negaban la crisis ambiental o la justificaban, y logró evitar el silenciamiento de las consecuencias de la contaminación.

6. ALGUNAS CONCLUSIONES, O CÓMO UNA FOTOGRAFÍA AYUDÓ A SALVAR A UNA LAGUNA

A raíz de las repercusiones que tuvo la fotografía de Jorge Sáenz se sucedieron una serie de nuevos acontecimientos. La Fiscalía del MADES inició una acción legal que determinó el cierre de la curtiembre Waltrading, el encarcelamiento del propietario y el pago de una multa millonaria⁶. La acción de un pequeño grupo vecinal fue el origen de una denuncia que se transformó en imagen. La fotografía inició un itinerario comunicativo que permitió la

⁶ Véase, Redacción ABC: <https://www.abc.com.py/nacionales/2021/02/27/laguna-cerro-ordenan-prision-para-el-dueno-de-la-curtiembre/>

visibilidad de actores sociales que eran ignorados y silenciados. Obligó a modificar la acción del municipio local, del MADES, de la justicia paraguaya y de los medios de comunicación de ese país. Se transformó en un eslabón que se interrelacionó con otros actores sociales, con las tramas internas de lo político, lo mediático, lo judicial y lo económico en Paraguay. La fotografía fue la materia prima de un nuevo recorrido en el que se cruzaron medios de comunicación tradicionales, redes sociales e *influencers*. La imagen aportó su potencia, su capacidad demostrativa y su fuerza de verdad para constituirse en una prueba que daba a conocer y al mismo tiempo confirmaba el delito. En tal sentido, su impacto mediático y virtual la ubica en la línea de otras experiencias fotográficas periodísticas/artísticas/documentales en las que diversos actores sociales buscaron y, en algunos casos, lograron alterar el orden de lo establecido, lo naturalizado y/o lo invisibilizado.

Los regímenes de visibilidad no son neutros ni naturales, sino complejas construcciones sociohistóricas. Mostrar entonces la contaminación y combatir la invisibilidad permitió actuar sobre la realidad. La fotografía unida a la prensa nacional e internacional y a las redes sociales modificó el curso de los acontecimientos y se transformó en una herramienta poderosa para aumentar la escala de influencia de la denuncia del conflicto ambiental.

La denuncia inicial que motivó la fotografía periodística, sumada al uso de la tecnología de dron, más la viralización vía medios de comunicación en sus formatos digitales y redes sociales permitió hacer visible una contaminación local a escala planetaria. La fotografía, de gran resolución técnica e impacto social, amplió su difusión. En esta unión entre fotografía y redes sociales se tejieron lazos que dieron pie a nuevas formas de intervención y de participación. Los vecinos y las vecinas organizaron nuevas acciones para ser transformadas en fotografías y continuar así la difusión a través de las redes sociales. La acción vecinal, que no había sido masiva y que había sido inaudible para los poderes reales, logró obtener una trascendencia mundial, sobre todo a partir de la intervención de Di Caprio, y un cambio concreto en la situación que permitió sanear la laguna Cerro. De esa manera, la fotografía catalizó y potenció el reclamo: la convergencia de medios de comunicación con redes sociales hizo posible que la fotografía se convirtiese en un poderoso dispositivo de difusión, de denuncia y en un vehículo de llamado a la acción. Como plantea Reguillo (2008), “mirar de otro modo, ser mirado de otro modo, implica movilizar los cimientos mismos en los que reposa un orden asimétrico, excluyente y estigmatizador” (s/p).

En febrero del 2021, Sáenz volvió a la laguna y tomó una fotografía con dron desde el mismo ángulo que había obtenido la anterior que mostraba la contaminación. Se veía ahora la laguna verde a los dos lados del terraplén y cómo había crecido la vegetación (Imagen 10). La compartió en sus redes acompañándola del texto: “La naturaleza no para de trabajar”.

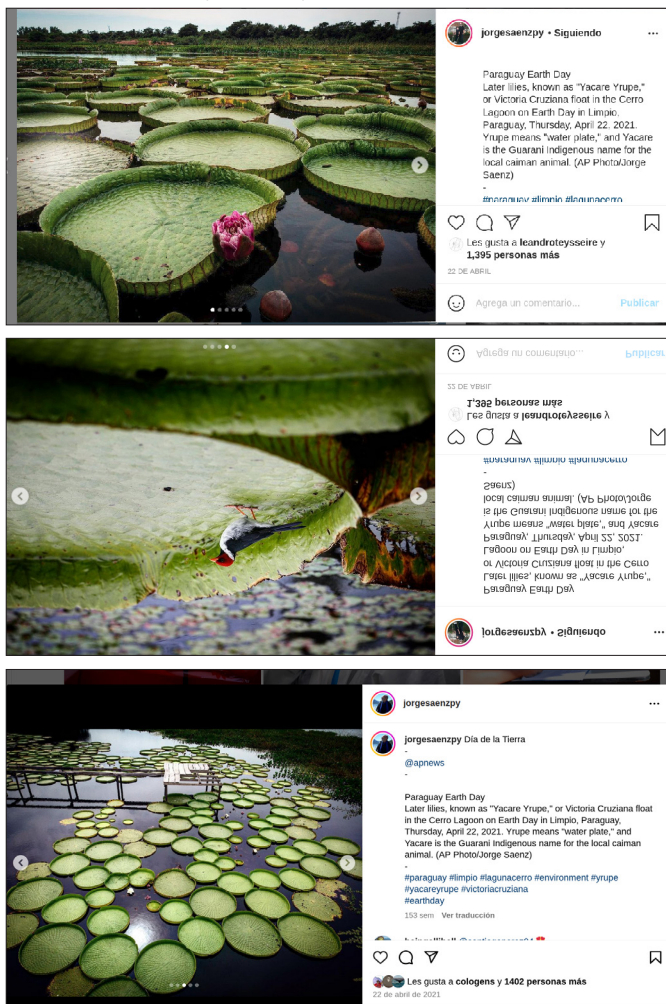
Imagen 10. Fotografía de Jorge Sáenz – AP - Laguna Cerro, localidad de Limpio, Paraguay



Fuente: Fotografía de Jorge Sáenz / Tomada el 6 de febrero de 2021.

El 22 de abril de 2021, en el Día Internacional de la Madre Tierra, designado de ese modo por la Asamblea General de la Organización de las Naciones Unidas (ONU), Sáenz visitó nuevamente la laguna Cerro y fotografió, esta vez a ras del suelo y desde el dron, cómo comenzaron a crecer los nenúfares nuevamente – los Yacaré Yrupé, como los llamaban los guaraníes (imágenes 11, 12 y 13).

Imágenes 11, 12 y 13. Fotografías de Jorge Sáenz con motivo del Día Internacional de la Madre Tierra



Fuente: Posteos de Jorge Sáenz en sus redes sociales – 22 de abril de 2021.

Para entonces, la fotografía de agosto de 2020 que mostraba la contaminación había seguido su propio camino. La repercusión que tuvo en medios internacionales y el involucramiento de Di Caprio conectó la demanda local con las luchas por la defensa del medio ambiente en otras partes del mundo. Pero además hizo que Sáenz ganara en 2020 el tercer premio de la prestigiosa National Press Photographers Association (NPPA) –concurso anual “Best of Photojournalism Awards”– y otros premios y distinciones de The Pictures of the Year International y de The White House Press Photographers Association.

Con su fuerza de prueba y su efecto estético, con su rol de denuncia y su factor simbólico, la fotografía se enfrentó a la inacción y/o complicidad de los distintos poderes, tanto locales como nacionales, con el accionar de la empresa contaminante. Lo que sucedió en el territorio trascendió y se multiplicó gracias a las intervenciones realizadas en el espacio virtual. Se produjo de ese modo una retroalimentación, del territorio a las redes y de las redes al territorio.

El caso analizado demuestra el poder que puede tener –bajo condiciones particulares– una fotografía de prensa para promover cambios sociales. El análisis, que cruzó estudios sobre fotoperiodismo, medios de comunicación, redes sociales y rol de *influencers*, es una puerta de entrada para pensar nuevos modos de interacción y uso de imágenes en favor de las luchas ecológicas.

REFERENCIAS

- Anderson, B. (1983). *Comunidades imaginadas: reflexiones sobre el origen y la difusión del nacionalismo*. Ciudad de México: Fondo de Cultura Económica.
- Austin, J. L. (1962). *Palabras y acciones: Cómo hacer cosas con palabras*. Barcelona: Paidós.
- Becerra, M. & Mastrini, G. (2009). *Los dueños de la palabra. Acceso, estructura y concentración de los medios en la América Latina del siglo XXI*. Ciudad Autónoma de Buenos Aires: Prometeo.
- Bourdieu, P. (1997). *Sobre lo televisión*. Barcelona: Anagrama.
- Bredenkamp, H. (2004). Acto de imagen como testimonio y juicio [Trad. Felisa Santos]. En Flacke, M. (ed.), *Mythen der Nationen. 1945 - Arena der Erinnerungen* (pp. 29-66). Berlín: Deutsches Historisches Museum.
- Bredenkamp, H. (2017). *Teoría del acto icónico*. Madrid: Akal.
- Buck-Morss, S. (2005). Estudios visuales e imaginación global. En Brea, J. L. (comp.), *Estudios visuales. La epistemología de la visualidad en la era de la globalización* (pp. 145-159). Madrid: Akal.
- Butler, J. (2010). *Marcos de guerras: las vidas lloradas*. Ciudad Autónoma de Buenos Aires: Paidós.
- Calvo, E. & Aruguete, N. (2020). *Fake News, trolls y otros encantos. Cómo funcionan (para bien y para mal) las redes sociales*. Ciudad Autónoma de Buenos Aires: Siglo XXI.
- Carlón, M. (2014). ¿Del arte contemporáneo a una era contemporánea? Efecto arte y el nuevo valor del presente en la era de Internet. En Rovetto, F. & Reviglio, M. C. (eds.), *Estado actual de las investigaciones sobre mediatizaciones* (pp. 24-42). Rosario: UNR Editora.
- Deleuze, G. (1990). *¿Qué es un dispositivo? Foucault, filósofo*. Ciudad Autónoma de Buenos Aires: Gedisa.

- Didi-Huberman, G. (2004). *Imágenes pese a todo: memoria visual del Holocausto*. Barcelona: Paidós.
- Eco, U. (1986). *La estrategia de la ilusión*. Barcelona: Lumen.
- Fernández Savater, A. (2010). Entrevista a J. Rancière: “La emancipación pasa por una mirada del espectador que no sea la programada”. *Público*. Recuperado de: https://blogs.publico.es/fueradelugar/140/el-espectador-emancipado?doing_wp_cron=1710653557.5330660343170166015625
- Giraldo, O. & Toro, I. (2020). *Afectividad ambiental: sensibilidad, empatía, estéticas del habitar*. Chetumal: El Colegio de la Frontera Sur.
- Gitlin, T. (1986). Convertir a los movimientos de protesta en temas periodísticos. En Graber, D. A. (ed.), *El poder de los medios en la política* (pp. 289-302). Ciudad Autónoma de Buenos Aires: Grupo Editor Latinoamericano.
- Gitlin, T. (2003). *The Whole World Is Watching Mass Media in the Making and Unmaking of the New Left*. California: University of California Press.
- Heller, A. (1985). *Teoría de los sentimientos*. Barcelona: Fontamara.
- Klein, N. (2007). *La doctrina del shock: el auge del capitalismo del desastre*. Barcelona: Paidós.
- Lootz, E. (2007). *Lo visible es un metal inestable*. Madrid: Árdora.
- Manzoni, M. (2019). Rompan filas. Las fotos de Jorge Sáenz sobre los abusos del Servicio Militar Obligatorio en Paraguay que cambiaron la historia. *Elsurti.com*. Recuperado de: <https://elsurti.com/futuros/fotorreportaje/2020/09/01/rompan-filas/>
- Martín-Barbero, J. (2001). Transformaciones comunicativas y tecnológicas de lo público. *Metapolítica. Revista de análisis político*, 5(17), pp. 46-55.
- Merlinsky, G. & Serafini, P. (eds.) (2020). *Arte y ecología política*. Ciudad Autónoma de Buenos Aires: Repositorio institucional – UBA. Recuperado de: <https://repositorio sociales.uba.ar/items/show/1347>.
- Mitchell, W. J. T. (2003). Mostrando el ver: una crítica de la cultura visual. *Revista de Estudios Visuales*, 1, pp. 17-40.
- Peña, A. (2018). El espectáculo maravilloso de lirios gigantes en el río Paraguay. *La Vanguardia*. Recuperado de: <https://www.lavanguardia.com/ocio/viajes/20180112/434203594023/maravilla-natural-lirios-gigantes-rio-en-paraguay.html#foto-4>
- Reguillo, R. (2008). *Políticas de la (In)visibilidad. La construcción social de la diferencia*. En documentos de la diplomatura en Educación, Imágenes y Medios, Facultad Latinoamericana de Ciencias Sociales (FLACSO), Argentina. Recuperado de: <https://drive.google.com/file/d/0B0mhBkRmakksMkpDRG9qQ0Uwd0E/view?resourcekey=0-c1504th0A1m6lZeQnjAbyw>

- Rodrigo Alsina, M. (1993). *La construcción de la noticia*. Barcelona: Paidós.
- Segato, R. (2018). *Contra-pedagogías de la crueldad*. Ciudad Autónoma de Buenos Aires: Prometeo.
- Tam, K.P. (2013). Concepts and measures related to connection to nature: Similarities and differences. *Journal of Environmental Psychology*, 34, pp. 64-78. DOI: <https://doi.org/10.1016/j.jenvp.2013.01.004>
- Tassin, E. (2013). Les gloires ordinaires. Actualité du concept arendtien d'espace public. *Cahiers Sens Public*, (15-16), pp. 23-36.
- Voirol, O. (2005). Les luttes pour la visibilité: esquisse d'une problématique. *Reseaux*, (129-130), pp. 89-121.
- Wolf, M. (1987). *La investigación de la comunicación de masas. Crítica y perspectivas*. Ciudad Autónoma de Buenos Aires: Paidós.
- Zeiger, C. (2002). Lacárcelylacolimbapaguayasegún Jorge Sáenz. *Página 12*. Recuperado de: <https://www.pagina12.com.ar/2000/suple/radar/00-02/00-02-27/nota2.htm>
- Zubero Beascochea, I. (2016). Espectadores del dolor ajeno: una imagen no vale más que mil palabras. *Revista de Estudios Sociales*, 57, pp. 88-99. Recuperado de: <http://journals.openedition.org/revestudsoc/9968>

* Contribución de autoría: la conceptualización y el desarrollo integral del artículo fue realizado por la autora.

* Nota: el Comité Académico de la revista aprobó la publicación del artículo.

* El conjunto de datos que apoya los resultados de este estudio no se encuentran disponibles para su uso público. Los datos de la investigación estarán disponibles para los revisores, si así lo requieren.



Artículo publicado en acceso abierto bajo la Licencia Creative Commons - Attribution 4.0 International (CC BY 4.0).

IDENTIFICACIÓN DE LA AUTORA

Cora Gamarnik. Doctora en Ciencias Sociales, Universidad de Buenos Aires (Argentina). Investigadora Adjunta, Consejo Nacional de Investigaciones Científicas y Técnicas (CONICET-Argentina). Coordinadora, Área de Estudios sobre Fotografía, Facultad de Ciencias Sociales de la Universidad de Buenos Aires. Docente de grado y posgrado, Universidad de Buenos Aires, Universidad Nacional de San Martín (Argentina), Universidad Nacional de General Sarmiento (Argentina) y Facultad Latinoamericana de Ciencias Sociales (FLACSO - sede de Argentina). Publicó el libro *El fotoperiodismo en Argentina. De Siete Días Ilustrados (1965) a la Agencia Sigla (1975)* (2020, Ediciones Artexarte). Ha publicado numerosos artículos en libros y en revistas académicas sobre la historia del fotoperiodismo y sobre los vínculos entre la imagen y la historia.

Autorretrato fotográfico y contemporaneidad

La selfi como necesidad de encontrar lo que no hay en el propio cuerpo

Photographic self-portrait and contemporaneity

The selfie as a need to find what is not in one's own body

Autorretrato fotográfico e contemporaneidade

A *selfie* como necessidade de encontrar o que não está no próprio corpo

DOI: <https://doi.org/10.18861/ic.2024.19.2.3783>

► JOSÉ PABLO CONCHA LAGOS

jconchal@uc.cl - Santiago de Chile - Pontificia Universidad Católica de Chile, Chile.

ORCID: <https://orcid.org/0009-0005-5342-1073>

CÓMO CITAR: Concha Lagos, J. P. (2024). Autorretrato fotográfico y contemporaneidad

La selfi como necesidad de encontrar lo que no hay en el propio cuerpo. *InMediaciones de la Comunicación*, 19(2). DOI: <https://doi.org/10.18861/ic.2024.19.2.3783>

Fecha de recepción: 20 de marzo de 2024

Fecha de aceptación: 30 de junio de 2024

RESUMEN

En este artículo se trabaja filosóficamente el autorretrato –selfi– producido por los *smartphones* y su publicación en las redes sociales. Para esto se reflexiona sobre cuestiones de carácter técnico a la luz de lo propuesto por autores como Vilém Flusser, Gilbert Simondon y Gerard Wajcman. Luego, siguiendo la perspectiva psicoanalítica de Jacques Lacan, se aborda la necesidad de la imagen en un sentido estructural del individuo, asunto proyectado hacia la proliferación del autorretrato en Internet. Finalmente, a partir del pensamiento filosófico de Patricio Marchant, se analiza la *compulsión* fotográfica contemporánea por medio de conceptos tales como *donación* y *envío*.

PALABRAS CLAVE: *selfi, fotografía, redes sociales, programa, donación, envío.*

ABSTRACT

This article works philosophically on the selfie-portrait -selfie- produced by smartphones and their publications on social networks. It therefore reflects on questions of a technical nature based on the proposals of authors such as Vilém Flusser, Gilbert Simondon and Gerard Wajcman. Then, following the psychoanalytical perspective of Jacques Lacan, we address the need for the image in a structural sense of the individual, an issue projected onto the proliferation of the self-portrait on the Internet. Finally, in accordance with the philosophical thought of Patricio Marchant, the contemporary photographic *compulsion* is analysed through concepts such as *donation* and *sending*.

KEYWORDS: *selfie, photography, social networks, program, donation, shipment.*

RESUMO

Neste ensaio trabalhamos filosoficamente o autorretrato -*selfie*- produzido pelos *smartphones* e sua publicação nas redes sociais. Para isso, refletimos acerca de questões técnicas à luz das perspectivas de autores como Vilém. Flusser, Gilbert Simondon e Gerard Wajcman. Em seguida, segundo a visão psicanalítica de Jacques Lacan, abordamos a necessidade da imagem num sentido estrutural do indivíduo, assunto projetado no sentido da proliferação do autorretrato na Internet. Por fim, com base no pensamento filosófico de Patricio Marchant, analisamos a *compulsão* fotográfica contemporânea através de conceitos como *doação* e *envio*.

PALAVRAS CHAVE: *selfie, fotografia, redes sociais, programa, doação, envio.*

1. FILOSOFÍA, TÉCNICA Y FOTOGRAFÍA

La imagen técnica contemporánea que se aborda en el artículo es la producida por los teléfonos celulares o *smartphones*, en particular el autorretrato –a partir de ahora, *selfi*–. En tal sentido, las discusiones aquí planteadas, haciendo uso de autores como Vilém Flusser, Gilbert Simondon y Gerard Wajcman, entre otros, asumen el riesgo de afirmar que este dispositivo es el responsable de uno de los cambios más importantes en los últimos años que ha experimentado el ser humano en su despliegue técnico y simbólico en el mundo. Sobre esa base se reflexiona sobre cuestiones de carácter técnico, los usos sociales del autorretrato en Internet y la *compulsión* fotográfica contemporánea.

Si Vilém Flusser (1990) argumentó, en su momento, que fue la fotografía la que produjo cambios significativos, hoy existen buenas razones para pensar que el *smartphone* sigue el mismo camino. Este aparato encuentra su ambiente orgánico en esa extensión *sin* tiempo ni espacio que es Internet. Una caracterización del ambiente Internet que puede ser ciertamente cuestionable cuando entendemos que todo aquello que “está” en la red está, en rigor, en un servidor, que no es otra cosa que un aparato técnico y material capaz de administrar los códigos que registran información. Por lo tanto, todo lo que aparece cuando nos conectamos a la red es la decodificación de un lenguaje apropiado al ambiente Internet de lo almacenado en un gran equipo. De hecho, cuando decimos “servidor” es una mera imagen porque son muchos y poco tienen de servidores –en el sentido de estar al servicio de alguien–; más bien son dispositivos industriales que generan réditos financieros que responden a cuotas de mercado férreamente controladas. Los servidores son “aparatos” físicos que resguardan y administran los datos acopiados en un espacio determinado por su capacidad física. La impresión de ausencia de tiempo y de espacio se debe a la disponibilidad no lineal de la información contenida y disponible inmediatamente por cualquier usuario en cualquier parte del mundo. El símil con la red neuronal facilita la comprensión de lo dicho: la red de neuronas guarda la información en el cerebro de tal modo que no tiene ni tiempo ni espacio. El acceso a un recuerdo de hace un año puede tener la misma inmediatez que uno de hace solo un instante y brilla en su autonomía desprendido de su contexto, sin la necesidad de un recorrido diacrónico para llegar a él, igual que Internet.

El *dispositivo fotográfico contemporáneo*, entendiendo que el *smartphone* es hoy el aparato fotográfico fundamental, reproduce en términos generales el objeto referencial al modo de la fotografía química, pero a su vez con diferencias lo suficientemente significativas como para pensar en un cambio estructural en su proyección filosófica. Así como Flusser (1990), haciendo una brevísima historia de la técnica, explicó la modificación de la relación de los seres humanos con los aparatos técnicos artesanales e industriales, en el presente artículo entendemos la modificación que se manifiesta entre los

dos dispositivos fotográficos (análogo y digital) como la que va desde una de baja intensidad a otra de alta intensidad en la producción y administración de información. El *smartphone*, adherido a nuestro cuerpo, cumple con la producción y el envío de información sonora y visual –que suma la recepción e interacción no solo de voz, sino de video y sonido– por medio de una combinación visual y táctil. Sus características estéticas están altamente estandarizadas. Todos cumplen con dimensiones similares, buscando ser las más eficientes para su manipulación con una sola mano y al alcance del pulgar, y con el objetivo, además, de que los *software* sean lo más intuitivos posible, es decir, que su uso no requiera de entrenamiento porque reproducirían lógicas de administración de información evidentes para el entendimiento: un asunto que se contradice en la práctica porque las compañías producen lógicas de uso muy diferentes y, por lo tanto, existen obvias intuiciones diferentes, aunque las industrias las proyecten masivamente a toda la población, estandarizando los sistemas de comprensión.

Esta descripción evidencia solo una parte del dispositivo fotográfico contemporáneo, que combina la abstracción codificada de la información por medio del *software* con la materialidad técnica y física del aparato. Esto no es muy diferente de lo que pasa con los libros: en ambos casos está la información codificada (cierto tipo de lenguaje determinado) y el soporte físico del libro y del *smartphone* mismo, a lo que hay que agregar el *software* para la decodificación en el *smartphone*, equivalente al dominio del lenguaje y la aprehensión y el desarrollo de las ideas al interior de la conciencia por parte del lector del libro. En otro nivel del dispositivo, se verifica, en ambos sistemas, que ciertos poderes definen sus alcances a través de la determinación de quiénes pueden conocer qué contenidos. Un asunto similar a otros tiempos cuando la administración de las bibliotecas aseguraba el resguardo y la transmisión de la información, o, como en el caso de la Biblia durante la Edad Media, solo los pocos que conocían el latín accedían a sus saberes –en este caso casi únicamente los sacerdotes.

La administración de la información, en los casos contemporáneos y medievales, no son más que el mismo ejercicio de poder. El gran engaño al que estamos expuestos hoy es creer que Internet ofrece democráticamente toda la información que contiene. En rigor, esta red es un mercado inimaginable de transacción de datos, no de insignificantes bases de datos que una empresa de *retail* puede vender a otra, sino un mercado de tráfico de datos entre empresas globales. Este tipo de relaciones comerciales está muy lejos de las disputas políticas al interior de países democráticos o no democráticos. Las fronteras políticas entre las naciones están hace mucho tiempo obsoletas frente a los intereses de los mercados en la lógica de la globalización. Sin hacer una historia de la globalización, en la caracterización que hace Dussel (2011) del *ego con-qui-ro* y su insaciable anhelo de expansión y sometimiento de otras naciones se puede encontrar un pasado germinal de la globalización contemporánea, hoy

entregada al poder del mercado en detrimento del poder político y en el marco de la cual ya no se conquistan naciones, sino consumidores.

Pero, ¿cuál es el cambio si el dominio sobre la información siempre lo ha ejercido un grupo muy pequeño de personas, siendo el modelo de la jerarquía del poder en la historia de la humanidad? Si el imperativo categórico kantiano indicaba que el ser humano es un *fin en sí mismo* y no un *medio*, cuestión afirmada, fundamentalmente, por la justificación racional que desde ese tiempo es sostenida como el argumento universal, y si operativamente suscribimos a este imperativo, nos enfrentaríamos a cierta perversidad de muchos de los sistemas técnicos contemporáneos. Todo usuario no es un fin en sí mismo, sino únicamente un medio. Cuando el individuo desaparece en una cifra o se disuelve en la “masa”, es porque el poder financiero y el poder político, respectivamente, no pueden ver al sujeto y siempre será un medio para sus propios fines. Este imperativo kantiano es más bien un deseo moderno que una ley universal; pensar en el sentido de este fin en sí mismo implica una identidad con otro al que le asignamos un mismo valor existencial, pero ¿dónde encontramos el fundamento de esta valoración? No hay manera de encontrarlo, más bien se reduce a acuerdos políticos para la administración de la convivencia, pero es fácticamente mayor el valor del dinero que del sujeto. Esta afirmación, aun siendo problemática, se ha constatado permanentemente a lo largo de la historia de la humanidad: la esclavitud, la trata de blancas, el tráfico de niños y el robo de niños en las dictaduras latinoamericanas son ejemplos, entre otros, que no hacen más que confirmar que la objetividad de una suma de dinero es un fin en sí mismo y que el valor de los sujetos ha sido siempre relativa y subordinada a dicho valor.

Si la técnica artesanal que mencionábamos anteriormente disponía los utensilios alrededor del artesano o el “técnico”, y era este quien ejercía control y destreza sobre los utensilios, el valor relativo del artesano se fundaba en su pericia. Luego, como bien indica Flusser (1990), el dispositivo técnico de producción de bienes materiales aumenta sus dimensiones para la producción en serie debido al crecimiento de la demanda por la expansión demográfica y el valor del operario se reduce a mera pieza sustituible según las necesidades técnicas. En ambos casos hay un segmento de la población que no tiene un valor en sí mismo, sino que es mera cifra para el aumento de su seguridad financiera, que es directamente proporcional al aumento de su dignidad: la dignidad no es un valor en sí mismo, sino que se encuentra en el volumen de poder que ejerce. De allí que no sea casual que se le llame “dignatario” a quien desempeña el poder político de una nación. La actitud reverencial a las monarquías se explica por el fundamento teológico de su poder: es Dios quien directamente le otorga la dignidad del poder al rey. Pero con los nuevos dispositivos como los *smartphones* apareció una poderosa fantasía de dignidad: el control sobre el dispositivo –como el artesano– y el prestigio conseguido por el valor de diferenciación con

aquellos que no lo tienen o que tienen modelos de menor calidad. Nuevamente son el “control” y el “poder” las variables que definen la dignidad, a través del supuesto dominio que ejercemos sobre el dispositivo, y aun cuando en este caso no sean más que estrategias ilusorias del sistema técnico a gran escala.

Gilbert Simondon (2007), en la introducción de su obra clásica *El modo de existencia de los objetos técnicos*, fija una posición respecto de la relación entre las máquinas y los “hombres” (sic), entendiéndola como de *naturaleza intrínseca*, es decir, las máquinas serían algo así como la prolongación técnica de la manifestación somática del individuo; cuestión presente, por lo demás, en obras como *Fundamentos de la meta-técnica* de Ernesto Maiz Vallenilla (1990). En este punto, Simondon afirma que la mayor perfección de una máquina no corresponde a un perfeccionamiento de su *automatismo*, sino por el contrario, a su mayor *apertura*. Para entender esto pensemos en la distinción fundamental que se encuentra entre la fotografía numérico-binaria y la química o analógica. En ambos sistemas funciona un *programa* –al modo de lo sugerido por Flusser (1990)– dentro del cual se debe operar para que se obtenga el resultado esperado: una fotografía. Ahora bien, una modificación clave dentro de la historia de la fotografía análoga fue la incorporación del fotómetro al interior de las cámaras, lo que facilitó el ajuste operativo de la máquina al programa fotográfico. Pero su uso se ofrece *abierto*, como dice Simondon (2007) a la discrecionalidad del operador, a su destreza: por ejemplo, exponer a luces altas o bajas, según el efecto esperado –por caso, según la convención formativa de los años noventa en Chile una buena fotografía en blanco y negro debía tener blancos, negros y una alta gama de grises; este era el estándar técnico–.

El “perfeccionamiento” del sistema de fotometría en las cámaras análogas fue, por un lado, la persistente complejización de las zonas de lectura de la luz, como la incorporación de la lectura puntual, la segmentación del visor en un número cada vez mayor de zonas para hacer más precisa la exposición. La apertura, entonces, indica los márgenes de improbabilidad del sistema técnico, en oposición al perfeccionamiento que busca reducir lo más posible cualquier margen de apertura, con la promesa de la mayor eficiencia y perfección. Por otro lado, el grado de automatismo del sistema numérico-binario supera en mucho al análogo, a pesar de que en este sistema se mantienen las opciones “manuales” como la segmentación del visor para su eficiencia en la lectura de la luz que es muy superior al sistema anterior. El sistema High Dynamic Range (HDR) y el sistema de *bracketing* automático en las cámaras digitales podrían verse como modificaciones estructurales de la técnica fotográfica, aunque, en rigor, ésta se sigue reduciendo a la determinación de un diafragma y a un tiempo de exposición para responder al gris medio estándar al que está ajustado todo el sistema fotográfico. Pese a todo, siguiendo a Simondon, la fotografía analógica “arcaica” –del siglo XIX– sería más perfecta porque no requiere de un sistema eléctrico y baterías para funcionar; es decir, si identificamos como

elementos constitutivos de la fotografía análoga y digital lo mecánico y lo óptico y, separadamente, lo químico y lo electrónico, respectivamente, vemos que la posibilidad de falla crece en lo digital porque en esta lo mecánico depende de lo electrónico, en cambio en lo análogo lo mecánico sólo depende, para entrar en funcionamiento, de la presión del dedo índice sobre el obturador. Es decir, en la fotografía análoga habría una mayor apertura que en la digital.

Ahora bien, ¿cómo dialogan los conceptos de apertura y automatismo de Simondon (2007) con el concepto de programa de Flusser (1990)? El programa es el conjunto de variables probables e improbables del aparato fotográfico. Las probables son aquellas explícitas: por ejemplo, todas las indicaciones de los fabricantes para que el sistema fotográfico funcione adecuadamente. Esta descripción calza perfectamente con la idea del automatismo. Lo improbable, por su parte, siguiendo a Flusser, es el amplio campo de lo fortuito y lo desconocido posible del sistema fotográfico, que no coincide completamente con la apertura *simondoniana*. La apertura hará accesible al fotógrafo los espacios de investigación que eventualmente le permitirá alejarse de lo que Flusser llamó “funcionario” para transformarse en “fotógrafo”, es decir, quien no está sometido al automatismo técnico fotográfico y cumple con la función de simbolizar al mundo. Así, a menor automatismo mayor espacio a lo improbable.

Según estas descripciones, ¿qué lugar ocupa y qué sentido tiene el operario de los *smartphones* y el significado de sus fotos? Es necesario enfatizar la diferencia entre quienes ejercen sistemáticamente la fotografía respecto del amplio universo de usuarios (“funcionarios”, en la caracterización de Flusser) de los *smartphones* que tienen a sus redes sociales como única plataforma de visibilidad de sus fotografías. Esta distinción es importante porque se presume que en el ejercicio de producción de fotografías habría una consciencia diferente del sentido de la imagen. Si el *smartphone* no deja espacio de apertura, si es pura imposición de su programa, transformando a su operario en un mero funcionario *flusseriano*, se generaría mayor autonomía mientras mayor sea la consciencia de la práctica; es decir, menor dependencia al programa técnico y simbólico del aparato. Es que el programa técnico del *smartphone* es lo suficientemente hábil como para hacerle creer a su operario que dispone de un amplio margen de creatividad gracias al uso del número creciente de filtros que agregarían “artisticidad” a las imágenes.

2. PSICOANÁLISIS Y AUTORRETRATO

Como indica Massimo Leone (2019), “la *selfie* comparte el narcisismo del espejo, pero, al mismo tiempo, absorbe la durabilidad de una fotografía y sus connotaciones tradicionales de dispositivo de memoria” (p. 66). Entonces, ¿cómo se puede pensar este narcisismo, el deseo sobre la propia imagen y la fotografía que la construye?

La obsesión por el autorretrato puede encontrar su antecedente en la historia del espejo. Objeto con más de seis mil años de historia si consideramos los espejos de obsidiana, alcanzando su mayor perfección en los realizados por los vidrieros de Murano en el siglo XV. Pero la posibilidad de mirarse al espejo no fue masiva hasta que la producción de vidrio se hiciera industrial, por lo tanto, durante buena parte de su historia, el espejo estuvo destinado especialmente a quienes pudieran financiarlo: es decir, el “derecho” a conocer la propia imagen solo se pudo exigir muy tardíamente en la historia de la humanidad.

No debe confundirse, de todas formas, este recorrido con la historia de la mirada. La exterioridad de la mirada, que proyecta teleológicamente la experiencia hacia un porvenir indeterminado –como lo enseña Platón (2004) en el *Timeo*, razón por la cual los ojos están dispuestos en su lugar en el cráneo–, no implica que esta mirada necesariamente se dirija hacia el sujeto mismo, más bien todo lo contrario. Por tal motivo se hace explícito en el Templo de Delfos el imperativo *conocerse a sí mismo*, porque conocerse a sí mismo implica una experiencia que está muy lejos de los problemas prácticos cotidianos, es un grado de abstracción complejo. Pero el misterio de la identidad se hace enfático cuando la propia apariencia no explica la complejidad infinita del sentido de la propia imagen. Si bien se establece la identidad entre el cuerpo y la imagen que aparece en el espejo, no hay respuesta a la significación de ese cuerpo con esa imagen. La necesidad de mirarse al espejo es la necesidad de encontrar lo que no hay en el propio cuerpo, lo que está más allá de él. ¿Cuál es entonces la necesidad del autorretrato?

Para tratar de entender este acto y aproximarnos a su sentido, particularmente en la contemporaneidad técnica, la preeminencia escópica *lacaniana* da luces sobre la visión, la autoimagen y el otro. El sentido fundante que Lacan (1981) le asigna al estadio del espejo muestra en todos sus niveles una precariedad estructural desde el inicio de la existencia. La experiencia del niño al reconocerse por primera vez en el espejo tiene el carácter ominoso de entregarle una exterioridad imaginaria total que no se correspondería con su propia experiencia de fragmentación y, por lo tanto, esta se supera en el reconocimiento de la imagen propia como unidad (García Arroyo, 2022). Pero este *régimen escópico* de autoafirmación por medio de la imagen no es puramente a través de la experiencia especular, sino que también se da en la observación e identificación *de y con* otros, con la comunidad inmediata a la que pertenece el niño. Esta indicación lacaniana salva la inquietud que surge al imaginar este proceso en períodos anteriores a la masificación del espejo. En este sentido, la necesidad del encuentro con los otros desde el inicio de la existencia muestra la función estructurante e irremplazable de la *comunidad* (entendida como otros en los que los niños podrán identificarse) para la formación del yo. Mirar a otros completa la unidad del que mira, porque la mirada sobre el propio cuerpo siempre será incompleta, parcial, como lo es la experiencia sensible igualmente fragmentada

con el propio cuerpo. No sentimos todo nuestro cuerpo, no sabemos cómo funciona y no siempre sabemos cómo reacciona. Mirar otro cuerpo entrega, por mimesis e identificación, la totalidad de mi propio cuerpo. La proyección de esta experiencia primaria a la vida social muestra que nos completamos *en* los otros. Lacan (1981) indica: “El yo es referencial al otro. El yo se constituye en relación al otro. Le es correlativo. El nivel en que es vivido el otro sitúa el nivel exacto en el que, literalmente, el yo existe para el sujeto” (p. 85).

¿Qué problema surge si la comunidad se desprestigia en la excesiva prerrogativa del individuo por sobre lo social, tal como acontece con el neoliberalismo contemporáneo? Mirar las fotografías altamente estandarizadas de las redes sociales cumplen una función de identificación, al modo lacaniano, con una comunidad ficticia e indefinida, pero que se transforma en espejo que sostiene la precariedad estructural del individuo contemporáneo: neoliberal. El emprendedor autosuficiente, victorioso y exitoso (*ego conquiro*) es la imagen fundante del individuo que se hace a sí mismo, que supera y vence a los otros en los negocios y en la acumulación de bienes. Por esta razón podemos comprender el valor del *influencer* como figura deseable. La plataforma virtual ofrece la oportunidad de “emprender” sin tener más mérito que ser *uno mismo*. Las redes sociales han tomado el lugar del diario de vida, como una persistente retahíla de autorretratos como soporte de la exposición de la experiencia íntima cotidiana, con el deseo de la afirmación por medio del mayor número de *likes* de una comunidad inexistente; y en otro nivel, como ausencia de la relación escópica de la mirada del niño hacia el rostro de la madre como vínculo estructurante. Es decir, la madre, el espejo y la comunidad desaparecen por la preeminencia de la aparición virtual.

El autorretrato en las redes sociales es la imagen primaria en el espejo. Cada autorretrato en las redes, tomado fundamentalmente con un *smartphone*, es el permanente anhelo de completar –el propio yo– en un mundo que es pura exterioridad fragmentada. Dos tercios de las fotografías subidas a Instagram son autorretratos, al menos hasta el año 2021, según indica el diario *La Vanguardia* de Barcelona (Redacción La Vanguardia, 2021). Si recordamos que un elemento clave de lo descrito por Lacan es el de la identificación –y de una cierta experiencia mimética, es decir, de imitación–, estos elementos se replican persistentemente en las redes sociales. Por ejemplo, la repetición de ciertos ángulos de toma que produce una apariencia que se replica, así como poses que indicarían cierta prestancia; la permanente repetición de bailes o de acciones específicas, como los frecuentes desafíos en Tik Tok, que en algunos casos han llegado, incluso, a ser peligrosos. Esta repetición de imágenes y de acciones son el persistente afán, siempre frustrado, de consumarse –uno mismo– en la imitación del otro. No es la mera emulación vacía, es la estrategia de superación de la precariedad estructural originaria. La *selfi*, o el autorretrato en las redes sociales, no es tanto para que los otros la vean, sino para que cada cual se vea

a sí mismo en la imitación del otro, cuestión que se afirma en el narcisismo de los likes. Wajcman (2011) lo resume en su gramática de la mirada: “*Ver, verse, ser visto, hacerse ver*, el orden de lo visible se despliega hoy en todas las voces de la gramática de la mirada, que recorre la gama completa de la visión” (p. 73). Si bien el psicoanalista francés agrega otro elemento a esta gramática –*no ver nada*–, este se despliega en el campo del arte, como Wajcman mismo plantea, cuestión que va más allá de lo que acá trato de exponer.

El *régimen escópico técnico contemporáneo* que Wajcman expone como gramática de la mirada, en rigor, describe distintas voluntades, si bien de un mismo sujeto, muy diversas en sus alcances. Ver y verse perfilan una singularidad restringida al sujeto mismo, es un yo que abre su mirada al mundo y en el que además se encuentra a él mismo, pero esta experiencia íntima se proyecta hacia afuera por medio de la voluntad de ser visto y de hacerse ver. El sujeto se transforma a sí mismo en superficie objetual que anhela la mirada de los otros; en la actualización de esos ojos sobre el objeto apariencial, que es cada persona, se cierra el circuito: si me ven, existo. El juego es doble, se sube a las redes un autorretrato que funciona como espejo para encontrar acá la completud originaria perdida, pero, al mismo tiempo, en el acto imitativo se es parte de una comunidad –ficticia– que también completa al individuo. La importancia de cumplir con este circuito es porque impulsa al sujeto a hacerse ver y el dispositivo privilegiado para estos efectos es el *smartphone*, que en su automatismo hace extremadamente expedita la exposición de la propia imagen y su circulación infinita. La posibilidad de hacerse ver y de ser visto hoy alcanza una escala global, lo que enfatiza el modo de ser contemporáneo que Wajcman describe como “Ser mirado: tal es el ser hipermoderno” (p. 223).

Con el *smartphone* se alteran las direcciones de control de las imágenes. Si desde la perspectiva policial la imagen es herramienta de observación sobre los individuos –que en lo posible no deben saber que están siendo vigilados–, lo son a través de las cámaras de las calles, en los centros comerciales, en condominios privados, desde los satélites –es decir, imágenes disponibles para las autoridades policiales que sirven para el *cuidado/control* de la comunidad–. Esta es la lógica de las “cámaras de seguridad”, pero la producción de imágenes de vigilancia hoy es realizada por los mismos individuos cuando las exponen libremente en las redes sociales. No es la intrusión del poder en la intimidad, sino que la libre exposición de lo privado se transforma inadvertidamente en un sistema de vigilancia en sí mismo. Un ejemplo paradigmático fue la captura de la banda criminal que cometió uno de los mayores robos en la historia en el Aeropuerto Internacional de Santiago de Chile. La detención fue posible por la ostentación que los delincuentes realizaron en sus redes sociales, mostrando automóviles y objetos de lujo, lo que despertó las sospechas del sistema policial. Ya no es ese único gran ojo policial que todo lo mira, sino que son todos los ojos mirando todo.

La descripción de Wajcman (2011) del *ser hípermoderno* como el que es mirado satisface la necesidad de resistir el anonimato al que se estaba condenado hasta antes de la fotografía, afirmándose en una singularidad registrada. La función indicial de la fotografía, que abrió la posibilidad de la comprobación material de lo fotografiado (con todas las aprehensiones críticas sobre el fundamento ideológico de la fotografía), también permitió darle un lugar en la historia a la singularidad del sujeto que no era ni político ni militar, los que siempre han sido protagonistas insustituibles de las historias oficiales. El *smartphone* y sus *envíos* fotográficos han operado entonces como ortopedia psíquica y como ortopedia histórica.

Estos envíos, que son las infinitas fotografías subidas a las redes sociales, confirman lo que Marchant, en los años ochenta del siglo XX, llamó la *compulsión fotográfica*, una época en que la producción de imágenes era muchísimo menor, pero en la que ya se vislumbraba la necesidad de fotografiarlo todo, pero no solo para registrar, sino para que lo fotografiado deje de ser un simple acto para transformarlo en “acontecimiento” (Marchant, 2022, p. 78). Si un acto es arrancado del flujo continuo del devenir se descontextualiza y, en su fijación, excede, sobrepasa su significado que se diluye en su devenir, para transformarse en un hito superior a sí mismo. El riesgo evidente es que si todo se transforma en *acontecimiento* deja de haber acontecimiento y lo que se debilita es la potencia significadora, simbolizante de la narrativa fotográfica, de su posibilidad discursiva, de su sentido.

3. FOTOGRAFÍA, ENVÍOS Y DONACIÓN

Marchant, filósofo chileno fallecido en el año 1990, escribió un libro que se mantuvo inédito hasta hace pocos años y cuyo título es *Amor de la foto* (Marchant, 2022). Escrito a inicios de los años ochenta, analiza críticamente a *La cámara lúcida. Notas sobre la fotografía*, obra de Roland Barthes (1990) recién editada y prácticamente desconocida en el Chile de esa época. Como muy acertadamente indicó Marchant, el libro de Barthes estaba llamado a convertirse en un clásico, afirmación premonitoria cumplida. En *Amor de la foto*, Marchant reflexiona, entre otros asuntos, sobre el retrato, al igual que Barthes en *La cámara lúcida*. También en ambos surge la figura de la madre y su aparición, o no, por medio de la fotografía, cuestión que se resuelve de manera disímil en cada autor.

Vamos por parte: Marchant critica a Barthes desde una suerte de imposibilidad filosófica, pero esta “imposibilidad” es en rigor una toma de posición filosófica de superación de la metafísica. Esta acción conceptual bien podría pensarse atrasada, fuera de contexto de esa altura de la filosofía occidental postmoderna, pero ni la filosofía chilena ni la latinoamericana alcanzaron a ser modernas –algo a lo que suscribimos en este artículo–, y por lo tanto el gesto de Marchant responde a su propio tiempo histórico subjetivo. Si hay una crítica

a la posibilidad de una “ontología”, a cualquier “en sí”, se abre la vía estética, es decir, esa filosofía que no puede ser sino situada, que se encuentra y define en la actualidad sensible, que desautoriza a aquellos que se resguardan en ese “claro del bosque” tibio y asegurado, sin riesgo alguno. La vía estética es riesgo desde el descampado, pero, además, es libertad.

¿Qué queda de filosofía cuando se borra todo vestigio metafísico? No queda nada; lo que queda es el espacio que lo contenía, pero que ahora debe ser llenado por una nueva filosofía. Es cierto que podemos reconocer una tradición latinoamericana de filosofía, pero ese esfuerzo debe ser aún más liberador, más autónomo, más radical.

Marchant no tenía cómo saberlo, pero su *donación* y su guardia como prácticas fotográficas han caído en la obsolescencia. La práctica del envío de retratos de uno mismo (donación) que, al reverso del papel, o incluso sobre la foto misma, se “destinaba”, ya no existe: “Con el mayor de los afectos para mi preciado amigo... Verano ‘32...”, esto hoy es inútil. La destinación ya no considera al sujeto real, es un envío a lo indeterminado. El envío de mi propia fotografía a otro como manifestación de afecto responde a una administración de los tiempos y de los espacios que en cuarenta años se vieron alterados, cuestión estructural de la virtualización del soporte técnico de la imagen contemporánea. Pero sí hay una intuición casi ominosa en Marchant: la donación de uno mismo en su simulacro. Si bien, esta idea se puede rastrear en la historia de la representación, hay acá un cierto alcance que anticipa la sustracción del estar uno mismo en su propio tiempo y espacio para desplazarse a otros ya no percibidos por nuestros sentidos, sino por el programa técnico que define nuestra relación con estas dimensiones. El gesto que ve el filósofo como donación expresa la intención de traspasar las dimensiones acotadas de la factualidad individual y alcanzar una espacialidad y tiempo inaccesible, al menos circunstancialmente, pero del que se quiere ser parte, por ejemplo, del lugar lejano de un ser querido.

Que algún fragmento nuestro sea parte de ese momento se consigue por medio de la donación, pero solo esto es posible si hay una necesidad de por medio. El deseo es el motor de la donación. Deseo en el más amplio sentido, el deseo más simple de ir más allá de uno mismo y desplazarse al encuentro con otro. Deseo que podrá ser desde el afecto, desde la pasión, desde la necesidad. Pero lo no dicho por Marchant es que esta donación exhibe una cuestión que tiene cierto carácter espiritual. Esta donación de uno mismo en una foto que llegará a otro ha sido explicada, hace ya casi un siglo por Walter Benjamin (2004), como la emancipación de la imagen de la cosa, que podría explicarse como el acto de *trascendencia técnica* que une la materia con el espíritu. Es la actualización de la permanente idea de un lugar inalcanzable, pero del que vicariamente se podrá ser parte. Siempre un más allá. Siempre la vida transcurre donde no se está, lo importante nunca está al lado de uno, porque desde un inicio se presumió que la explicación de todo estaba en otro lugar,

más allá del cielo, por ejemplo. Las plataformas digitales, en su alcance global, confirman la experiencia subjetiva de la propia “ubicuidad” como experiencia trascendental.

El donarse es un acto de fe, pero de fe de que realmente se vivirá mi presencia como si se percibiera fácticamente: por esto toda imagen es fe religiosa. Las imágenes religiosas han sido eficientes desde el principio porque desde su origen se ha conjugado la donación y la guarda en la eficiencia de estas imágenes. Pero si yo me dono en un envío fotográfico, es porque tengo certeza de que alguien recibirá mi imagen. Esta es la estructura básica de la confianza que se ha tenido en las fotografías y del efecto que tendrá en quien la recibe: yo estaré afectivamente en el receptor. La materia es espacio y enlace “real” entre sujetos distantes; en la materia puede vibrar la presencia del fantasma, así como en la reliquia vibra lo divino, del mismo modo vibra la presencia fotográfica de quien no está.

¿Qué pasa, entonces, con los envíos que hicieron vivos los ahora muertos? ¿Siguen vibrando? Sí, pero solo en el destinatario del envío. Esta donación y destinación no es solo por la iconicidad fotográfica, lo verdaderamente importante es la comunidad de sentido y sensibilidad entre donador y destino. No hay que creer que esto es una pura cuestión estética, no es puramente sensorial, es un contrato: yo no soy destinatario de cualquier envío fotográfico, como de ningún envío material en el que viaje alguna vibración lejana. Pero hoy la iconicidad se apodera de toda nuestra experiencia y nos seduce y nos engaña a tal punto que nos transformamos en receptores vulnerables a su potencia incontestable. Nuestros ojos sufren hoy la experiencia de desconcierto, la vida ya no se da sobre las cosas, sino sobre las imágenes –esto ya se ha dicho– y estas no son lo que aparentan.

Creemos ser destinatarios de todos los envíos icónicos (fotográficos) porque lo hemos sido de envíos efectivos de los que somos parte afectiva y, por metonimia, la proyectamos a la totalidad de la experiencia. Marchant (2022) nos dice que la fotografía es donación, envío y destino, pero como vemos, esta secuencia solo es pertinente, verdaderamente, si el destinatario sabe del envío. Cuando no se es el destino y aparece la necesidad de reconocer la donación que le dio origen surge la necesidad de la hermenéutica y esta no es más que el intento de actualizar la vibración de la que eran espacio común el donador extraviado y el destino perdido. ¿Pero es esto posible? ¿A qué o dónde se puede llegar con la interpretación? O más bien, ¿qué crea la exégesis? Cualquier interpretación no es más que un remanso en el permanente misterio. Decir que sé algo, que logré acceder al sentido de algo es luchar contra la destinación más elusiva, la propia presencia. No es la cuestión de la causalidad la que lucha, ahí no hay sentido, es un puro asunto mecánico, es la cuestión del fin último. Pero, así y todo, estamos rodeados de significados parciales, de envíos que en su acumulación y no en su especificidad definen nuestro tiempo.

El mundo está lleno de fotos, afirma Marchant, con cierta molestia, y explica que esta proliferación es porque “toda foto entra en una circulación de imágenes: pone en movimiento en determinados momentos de una indeterminada cantidad de fotos almacenadas en el inconsciente. La foto circula, desencadena movimientos de *efectos de foto*” (p. 107). ¿Pero qué tipo de destinación es esta? Una que llega y está en el propio inconsciente que es compartido por la comunidad. La fotografía tiene una fuerza incontrolable sobre los destinatarios –individuales o colectivos– y es capaz de integrarse inadvertidamente como si hubiese sido experiencia real; es como si lo visto en la foto lo hubiésemos vivido. No ya como prueba, esto puede ser confirmado o desbaratado fácilmente, sino en la experiencia cotidiana, que es donde se juega la vida. Podríamos decir que la fotografía es proyección de algo inextricable: la imposibilidad de acceso al sentido y la sustitución de uno por otro.

¿Qué se puede entender por efectos de foto, como dice Marchant? El campo en que la fotografía ha cobrado una importancia clave no es en el espacio disciplinar, creo que nunca ha sido muy importante culturalmente la cuestión disciplinar; es importante por sus prácticas sociales y no se trata en este caso del *amateur*, que tiene un particular interés en la disciplina, sino en el uso colectivo, masivo, de la fotografía. Los efectos de foto se podrían rastrear desde los inicios de esta técnica, pero tal vez hoy es el momento en que se materializa una de las virtualidades fotográficas –presente desde el inicio–: es la complementación entre la superficie icónica y la distribución electrónica de lo que resulta su ubicuidad. En este estado de cosas, la fotografía producida por *smartphones* se vacía de donación, no hay significados simbólicos producidos por narraciones autorales y si los hay son infinitamente menos sustanciales que lo que pueden significar las plataformas técnicas en las que se distribuyen masivamente. Esta fotografía es puro envío hacia un destinatario inexistente. La fotografía es un envío engañoso, porque lo hace bajo una cobertura aparente de materialidad fáctica, de realidad irrecusable, categórica, enmascarando su estructura lingüística puramente ideológica, y este es su significado.

REFERENCIAS

- Barthes, R. (1990). *La cámara lúcida. Notas sobre la fotografía*. Barcelona: Paidós.
- Benjamin, W. (2004). *Sobre la fotografía*. Valencia: Pre-Textos.
- Dussel, E. (2011). *Filosofía de la liberación*. Ciudad de México: Fondo de Cultura Económica.
- Flusser, V. (1990). *Hacia una filosofía de la fotografía*. Ciudad de México: Trillas.

García Arroyo, J. M. (2022). El estadio del espejo: antecedentes y fenomenología. *Revista de la Asociación Española de Neuropsiquiatría*, 42(142), pp. 29-47.

Lacan, J. (1981). *Seminario I. Los escritos técnicos de Freud 1953-1954*. Barcelona: Paidós.

Leone, M. (2019). Semiótica de la selfie. *LIS. Letra. Imagen. Sonido. Ciudad mediatizada*, 20, pp. 53-68.

Maiz Vallenilla, E. (1993). *Fundamentos de la meta-técnica*. Barcelona: Gedisa.

Marchant, P. (2022). *Amor de la foto*. Santiago de Chile: Palinodia/La Cebra.

Platón (2004). *El Timeo*. Santiago de Chile. Ediciones UC.

Redacción La Vanguardia (2021). Dos de cada tres fotos en Instagram son de gente que aparece sola. *La Vanguardia*. Recuperado de: <https://www.lavanguardia.com/tecnologia/20211103/7826773/dos-cada-tres-fotos-instagram-son-gente-aparece-sola-estudio-mahou-pmv.html>

Simondon, G. (2007). *El modo de existencia de los objetos técnicos*. Ciudad Autónoma de Buenos Aires. Prometeo.

Wajcman, G. (2011). *El ojo absoluto*. Ciudad Autónoma de Buenos Aires: Manantial.

* Contribución de autoría: la conceptualización y el desarrollo integral del artículo fue realizado por el autor.

* Nota: el Comité Académico de la revista aprobó la publicación del artículo.

* El conjunto de datos que apoya los resultados de este estudio no se encuentran disponibles para su uso público. Los datos de la investigación estarán disponibles para los revisores, si así lo requieren.



Artículo publicado en acceso abierto bajo la Licencia Creative Commons - Attribution 4.0 International (CC BY 4.0).

IDENTIFICACIÓN DEL AUTOR

José Pablo Concha Lagos. Doctor en Filosofía, Universidad de Chile (Chile). Magíster en Teoría e Historia del Arte, Universidad de Chile. Jefe de Investigación y Profesor, Instituto de Estética, Pontificia Universidad Católica de Chile (Chile). Entre sus libros, se destacan: *La desmaterialización fotográfica* (2011, Metales Pesados), *Fotografía sin más. Hacia una descolonización de la fotografía latinoamericana* (2021, Metales Pesados) y *Los ruidos del desmoronamiento. Ensayo sobre el humanismo latinoamericano* (2023, Metales Pesados). Sus libros y artículos académicos cruzan la estética, la teoría de la fotografía y la filosofía latinoamericana.

Fotografiar el pasado

El dispositivo de las fotos en movimiento¹

Photographing the past

The moving photo device

Fotografando o passado

O dispositivo das fotos em movimento

DOI: <https://doi.org/10.18861/ic.2024.19.2.3737>

► MARIANO ZELCER

marianozelcer@yahoo.com.ar - Ciudad Autónoma de Buenos Aires
- Universidad Nacional de las Artes, Argentina.

ORCID: <https://orcid.org/0000-0001-7472-0906>

CÓMO CITAR: Zelcer, M. (2024). Fotografiar el pasado. El dispositivo de las fotos en movimiento. *InMediaciones de la Comunicación*, 19(2). DOI: <https://doi.org/10.18861/ic.2024.19.2.3737>

Fecha de recepción: 18 de marzo de 2024

Fecha de aceptación: 10 de septiembre de 2024

RESUMEN

Las actualizaciones recientes de los sistemas operativos de los teléfonos celulares trajeron como novedad la posibilidad de generar *fotos en movimiento* con sus cámaras digitales. Estas fotos consisten en un video muy breve que termina en una imagen estática, que es

la que corresponde al instante de la toma. La foto en movimiento puede entenderse como un nuevo tipo de imagen que combina de, modo muy preciso, dos materias de la expresión preexistentes (el video digital y la fotografía digital) y que sigue ampliando el universo de lo que socialmente se llama “fotografía” para abarcar, por primera vez, imágenes en movimiento. Empleando la noción semiótica de *dispositivo*, este trabajo analiza la génesis de estas *nuevas fotografías*, así como también ciertas prácticas novedosas que vienen habilitadas con posterioridad a la toma. Entre ellas, el artículo se detiene en la posibilidad, brindada por el dispositivo, de generar nuevas fotografías estáticas de los instantes previos a la captura original, lo que da lugar a la práctica novedosa de tomar una foto de un momento pasado. Esta particularidad del dispositivo, que tiene la capacidad de desvincular, por primera vez, el instante fotografiado del de la toma, tiene implicancias enunciativas relevantes y puede reconfigurar, en un futuro cercano y con la expansión de los saberes de este *arché*, la comprensión social de lo que se entienda por “fotografía”.

PALABRAS CLAVE: *fotografía, fotografía digital, foto en movimiento, postfotografía, dispositivo, teléfono móvil.*

¹ Este artículo se encuentra enmarcado en el proyecto “Mediatización algorítmica: dispositivos de reproducción automática en las plataformas de contenidos”, código 34/0792, Proyectos de Investigación en Arte, Ciencia y Tecnología (PIACyT), Instituto de Investigación y Experimentación en Arte y Crítica (IIEAC), Universidad Nacional de las Artes (UNA), Argentina.

ABSTRACT

Recent updates to mobile phone operating systems brought the possibility of generating *motion photos* using their digital cameras. These photos consist of a very short video that ends in a static image, which corresponds to the instant of the shot. The motion photo can be understood as a new type of image, that combines very precisely two pre-existing substances of expression, and which continues to expand the universe of what is socially called “photography” to encompass, for the first time, images in motion. Using the semiotic notion of *device*, this article analyzes the genesis of these new photographs, as well as certain innovative practices that are enabled after they are taken. Among them, the article focuses on the possibility, provided by the device, of generating new static photographs of the moments prior to the original capture, which gives rise to the novel practice of taking a photo of a past moment. This particularity of the device, which has the ability to unlink, for the first time, the photographed instant from the one of the shot, has relevant implications as regards enunciation, and can reconfigure, in the near future and with the expansion of the knowledge of this *arché*, the social understanding of what is called “photography”.

KEYWORDS: *photography, digital photography, motion photo, post-photography, device, mobile phone.*

RESUMO

Atualizações recentes nos sistemas operacionais dos celulares trouxeram consigo a possibilidade de gerar *fotos em movimento* com suas câmeras digitais. Estas fotos consistem em um vídeo muito curto que termina em uma imagem estática, que corresponde ao momento da captura. A *foto em movimento* pode ser entendida como um novo tipo de imagem, que combina com muita precisão duas substâncias de expressão pré-existentes, e que continua a expandir o universo do que se chama socialmente de “fotografia” para abranger, pela primeira vez, imagens em movimento. Utilizando a noção semiótica de *dispositivo*, este trabalho analisa a gênese dessas novas fotografias, bem como certas práticas inovadoras que são possibilitadas após a captura. Entre elas, o artigo centra-se na possibilidade, proporcionada pelo dispositivo, de gerar novas fotografias estáticas dos momentos anteriores à captura original, o que dá origem à nova prática de tirar uma fotografia de um momento passado. Esta particularidade do dispositivo, que tem a capacidade de dissociar, pela primeira vez, o instante fotografado do momento do disparo, tem implicações enunciativas relevantes, podendo reconfigurar, num futuro próximo e com a ampliação do conhecimento deste *arché*, a compreensão social do que se entende por “fotografia”.

PALAVRAS-CHAVE: *fotografia, fotografia digital, foto em movimento, pós-fotografia, dispositivo, telefone celular.*

1. INTRODUCCIÓN

Hace por lo menos cuarenta años que se dice que “vivimos en una época de las imágenes”. Así dicho, se trata de una observación tan indiscutible como inespecífica: ¿qué tipo de imágenes serían las características de esta época? ¿Y en qué medios o espacios se encuentran? Veamos sólo un fragmento de uno de los muchos autores que hicieron esta afirmación, Ernst Gombrich (1987):

La nuestra es una época visual. Se nos bombardea con imágenes de la mañana a la noche. Al abrir el periódico en el desayuno vemos la fotografía de hombres y mujeres que son noticia, y al alzar los ojos del periódico encontramos una imagen en la caja de cereales. Llega el correo, y en un sobre tras otro van apareciendo brillantes folletos con imágenes de tentadores paisajes y muchachas que toman el sol incitándonos a irnos de vacaciones en un crucero, o de elegante ropa de caballero que nos tienta a hacernos un traje a la medida. Al salir de casa, vemos junto a la carretera carteles que tratan de captar nuestra mirada y jugar con nuestras ganas de fumar beber o comer. (p. 129)²

La cita hace evidente cómo, a lo largo de esta larga “época visual”, han cambiado nuestros hábitos de consumos mediáticos, así como también el tipo de imágenes con las que nos encontramos día a día. Sin embargo, la cita también muestra cómo, hace alrededor de cuatro décadas, la fotografía ya tenía enorme presencia en la vida cotidiana, articulada con múltiples medios, soportes y discursividades³.

Nuestro tiempo sigue siendo prolífico en la generación de imágenes, y sigue teniendo gran centralidad la fotografía, un tipo de imagen cuya producción, como ya se ha señalado en otros trabajos, se ha multiplicado desde la expansión de la fotografía digital, particularmente desde que los teléfonos celulares tienen cámaras incorporadas. Además de la fotografía, en cuestión de años hemos visto surgir nuevos *tipos de imágenes* que hoy coexisten con las preexistentes: diversas clases de imágenes de síntesis computacional, imágenes de realidad virtual (tanto filmada como realizada por síntesis), otras clases de imágenes que combinan elementos de registro y de síntesis (como las de tipo CGI empleadas en los *deep fake*) y, más recientemente, diversos tipos de imágenes generadas por inteligencia artificial (IA), que a su vez emulan una multiplicidad de tipos de imágenes preexistentes (fotográfica, de ilustración, pictórica, con variados estilos). La lista, desde luego, no es exhaustiva, y todo parece indicar que no está clausurada, por lo que seguramente veremos nacer nuevos tipos de imágenes en los años venideros.

En este artículo buscamos distinguir los distintos tipos de imágenes, antes que trabajar “la imagen” en forma genérica. Sustentados en una perspectiva

² Citado en: Kurażyńska (2022).

³ En la continuación de su cita, Gombrich (1987) se refiere a otros tipos de imágenes que también abundaban en la cotidianidad de esos años, y menciona las ilustraciones, los bocetos, los gráficos y los mapas.

semiótica, entendemos que el término *imagen* es extremadamente amplio y señala una multiplicidad de materias de la expresión de muy distinta naturaleza, obtenidas a través de distintos dispositivos. Por ello, dentro de este amplio universo de las imágenes contemporáneas, abordaremos un tipo específico de imagen: las *fotos en movimiento*. Lo seleccionamos porque, a partir de una observación preliminar, encontramos que presenta al mismo tiempo un aspecto de continuidad y otro de novedad. Hablamos de continuidad porque estas imágenes siguen siendo fotografías y, en ese sentido, se enlazan con la historia, mucho más extensa, de este tipo de imágenes que han tenido una alta presencia y circulación social desde su creación, exacerbada, como adelantamos, por la expansión de los teléfonos celulares con cámara y conexión a Internet. La novedad, por su parte, se encuentra en el hecho de que por primera vez se trata de imágenes que contienen movimiento y están generadas con un *dispositivo* que, como veremos enseguida, permite revisitar de algún modo el momento de la toma. Nos proponemos como objetivo describir los modos en que este nuevo dispositivo incide sobre las fotografías así generadas, teniendo en el horizonte las posibilidades y restricciones ligadas a la producción discursiva. Nuestra hipótesis es que el dispositivo de la fotografía en movimiento, que amplía tanto los modos posibles de tomar fotografías como aquello que se entiende por imagen fotográfica, podría cambiar nuestra relación tanto con la producción como con el consumo de este tipo de imágenes, una vez que los saberes sobre su funcionamiento –que Schaeffer (1990) denominó el *arché* del dispositivo– se expandan socialmente.

Como se ve, nuestra indagación permanecerá, intencionalmente, en el nivel que Verón (1974) ha denominado *presemiológico*. No indagaremos la retórica, el campo semántico ni la enunciación de un corpus de imágenes específico, sino que caracterizaremos su materialidad significativa y las regulaciones que instaura su dispositivo semiótico. Con el fin de realizar estas observaciones, se ha constituido un corpus con la metodología de la saturación (Verón, 2013; Zelcer, 2021).

En el desarrollo del trabajo, comenzaremos por definir la noción de dispositivo y por señalar la pertinencia de su consideración para la caracterización de la especificidad de cada tipo de imagen. A continuación, nos ocuparemos específicamente de las fotografías y reseñaremos brevemente cómo han cambiado los hábitos para su toma y su distribución en lo que va del siglo XXI. Finalmente, nos centraremos específicamente en el tipo de imagen que nos ocupa –las fotos en movimiento– para finalizar con las conclusiones.

2. IMÁGENES Y DISPOSITIVOS

Los distintos tipos de imágenes son generados con la intermediación de diversos dispositivos. Empleamos esta noción en el sentido en el que lo han hecho otros autores, como Schaeffer (1990), Fernández (1994), Carlón (2004, 2006)

o Traversa (2001, 2009), y que sintetizamos hace algunos años en la siguiente definición (Zelcer, 2021):

[Entendemos] por *dispositivo* aquellas instancias pretextuales que determinan y regulan la producción discursiva, y que tienen incidencia fundamentalmente en las materias de la expresión, las presencias y ausencias del cuerpo, las construcciones temporales y espaciales y las estructuras del intercambio, y que incluyen un determinado conjunto de prácticas sociales vinculadas. En estas regulaciones pueden tener distinta incidencia las técnicas empleadas en cada caso, y –cuando se trata de medios computacionales– el *software* o aplicación que esté interviniendo. Como un efecto de la regulación de estos factores, el dispositivo regula la gestión del contacto. (p. 46)

Como se ve, llamamos dispositivo a las instancias que inciden en la producción discursiva y que no son, aún, ellas mismas, discursivas (Zelcer, 2023)⁴. Desde luego, dentro de lo que llamamos dispositivo estamos considerando las técnicas empleadas para la generación discursiva; de hecho, en ciertos usos, el término dispositivo se emplea exclusivamente para designar esas técnicas. Sin embargo, la noción que proponemos aquí incluye también dentro del dispositivo otras instancias que regulan y modelan la discursividad. Entre ellas, se ha vuelto relevante en los últimos años el *software*, como tempranamente lo señaló Lev Manovich (2012).

En efecto, en su funcionamiento articulado con las distintas técnicas, el *software* puede dar lugar a diversas regulaciones y, por tanto, a diferentes dispositivos. Sólo por poner un ejemplo: un teléfono celular puede funcionar como cámara fotográfica o como cámara filmadora. Los registros de imágenes se efectúan, en ambos casos, a través de las mismas cámaras físicas, sin embargo, en un caso el celular *se comporta como* una cámara fotográfica y en el otro como una videocámara: se trata de dos dispositivos diferentes montados sobre las mismas técnicas. Como es evidente, los equipos computacionales contemporáneos, incluyendo los *smartphones*, pueden funcionar como numerosos dispositivos, dependiendo del *software* o aplicación que se emplee en cada caso. Por ello, la aparición de una aplicación puede dar lugar a nuevas regulaciones, y así, a nuevos dispositivos, incluso sin que haya necesariamente innovaciones en la técnica. Desde luego, las innovaciones en la técnica habilitan también el funcionamiento de los celulares como nuevos dispositivos. Lo hemos señalado ya hace años en relación con el empleo de estos teléfonos como pantallas de realidad virtual (Zelcer, 2021): sólo pueden funcionar como tales por poseer, además de una pantalla, otras técnicas integradas, como el acelerómetro o el giroscopio. En rigor, en muchas ocasiones el *software* pone en juego distintas técnicas que se encuentran, todas ellas, dentro del equipo informático. En el

⁴ Realizamos esta aclaración, porque sostenemos, en línea con lo propuesto por Verón (1987), que producciones discursivas anteriores también pueden condicionar de diversos modos la generación de nuevos discursos.

ejemplo que habíamos dado, en su funcionamiento como cámara fotográfica –dispositivo–, el celular activa la cámara –técnica– del teléfono, pero en su funcionamiento como videocámara –dispositivo–, el *software* o aplicación activa no sólo la cámara del teléfono, sino también su micrófono para registrar el sonido ambiente.

Cada dispositivo de producción discursiva habilita entonces la generación de textos de unas determinadas materias de la expresión (Metz, 1974)⁵, y no otras. En el caso de la fotografía, las cámaras tradicionales generan imágenes fotográficas y las digitales –o los teléfonos celulares, cuando funcionan como cámaras– fotografías digitales. Como se ve, desde el surgimiento de la fotografía digital, el término fotografía no designa ya una única materia de la expresión, sino al menos dos: las generadas con el dispositivo fotográfico tradicional y las de naturaleza digital. Si bien se diferencian en varios aspectos, ambas son imágenes de registro que pueden funcionar como prueba de existencia de lo que estuvo delante de la cámara y que conllevan, a su vez, una promesa de *similitud*, es decir, se proponen como semejantes a lo fotografiado. En ese sentido, las fotografías digitales siguen siendo *íconos indiciales*, como tempranamente lo señaló Peirce (1986) para la fotografía tradicional, y lo desarrolló también Schaeffer en estudios posteriores (1990): ambos tipos de fotografía siguen sosteniendo, en su uso canónico, el noema barthesiano del “haber estado allí” (Barthes, 1989)⁶.

La identificación, en una cierta superficie discursiva, de una determinada materia de la expresión, puede permitir, en ocasiones, reconocer el dispositivo que intervino en su generación. Los saberes acerca de este dispositivo, que –como adelantamos– Schaeffer (1990) describió como el *arché*, funcionan así, en las lecturas, como *interpretantes*: si identificamos que una imagen es una fotografía, y en ella se ve una cierta entidad (una persona, un animal, una edificación, etc.) podemos saber que esa entidad existe (o existió), y además podemos conocer algunas de sus cualidades, puesto que el dispositivo interviniente garantiza que la imagen que estamos observando se parece en algunos aspectos a lo fotografiado. En ese sentido, la intervención de un cierto dispositivo en la generación discursiva determina ya algunas cuestiones referentes a la promesa, el contrato o la propuesta de contacto de los discursos generados, que podemos conceptualizar, siguiendo las proposiciones de Oscar Traversa (2009), como del orden de la enunciación.

Este proceso, desde luego, no está exento de equivocaciones o errores. De hecho, en la contemporaneidad, ciertos recursos discursivos y algunas nuevas materias de la expresión juegan con los límites de lo humanamente perceptible.

⁵ Metz (1974) define la materia de la expresión como la naturaleza física del significante. La noción había sido originalmente formulada por Louis Hjelmslev (1972).

⁶ Dice Barthes (1989): “Nunca puedo negar en la Fotografía que la cosa haya estado allí. Hay una doble posición conjunta: de realidad y de pasado. Y puesto que tal imperativo existe por sí mismo, debemos considerarlo por reducción como la esencia misma, el noema de la Fotografía” (p. 23).

Por ejemplo, existen imágenes generadas por IA que no se distinguen perceptualmente de una fotografía. Si se tomaran por fotografías, podrían considerarse documentos que prueban que un cierto hecho tuvo lugar o que una cierta entidad existió, mientras que no ha sido así. Este riesgo existe desde hace muchos años (los buenos fotomontajes tradicionales ya lograban que una fotografía engañe), pero en los años recientes se evidenció un proceso al mismo tiempo de sofisticación y de democratización de los dispositivos de alteración y de generación de imágenes que de algún modo ha puesto en duda la naturaleza de muchas de las imágenes con las que nos encontramos. Como dice Carlón (2016b), hoy “frente a cualquier discurso que contiene imágenes (...) todos nos preguntamos si el régimen de creencia indicial está aún vigente, es decir, si debemos creer en el resultado de ese lenguaje o dispositivo como *medio de registro*” (p. 162). Si bien nos hemos dedicado a algunos de estos fenómenos de duda sobre el estatuto semiótico de las imágenes en un trabajo anterior (Zelcer, 2021), vale señalar aquí dos cuestiones al respecto:

- No se trata solamente de fenómenos que tienen lugar en la recepción, sino que también puede haber recursos o niveles discursivos que jueguen sobre esa duda (incluyendo el del dispositivo, como se evidencia en las imágenes de síntesis conocidas como de *deep fake*).
- La proliferación de imágenes que se confunden perceptualmente con las fotografías no cambia el estatuto de lo fotográfico: el hecho de que una imagen creada por IA que *se ve como* una fotografía muestre una entidad que no guarda relación indicial con ningún existente no hace que el estatuto de lo fotográfico esté en duda. Eventualmente, lo que se pone en duda en esos casos es si una determinada imagen es o no una fotografía.

Al respecto, siempre vale la pena recordar la permanencia del estatuto icónico indicial en toda imagen fotográfica, que es el que construye, desde un punto de vista enunciativo, el “*esto ha sido*” (Ça-a-été) o el “haber estado allí” de la cosa fotografiada señalado por Barthes (1989). Algunos autores lo han puesto en duda, en el marco de discusiones acerca del estatuto de lo fotográfico. A mediados de los años ’90, Verón (1997) revisa las proposiciones barthesianas y concluye que “la eventual afirmación sobre el ‘haber estado allí’ es una operación que realiza quien observa la fotografía (‘nunca puedo negar que la cosa estuvo allí’) y no una operación que esté contenida en la fotografía misma” (p. 57). Esta afirmación es cuestionable: el “haber estado allí” proviene de su estatuto indicial, y este, a su vez, está determinado por el hecho de haber sido generada con un dispositivo fotográfico. Dicho de otro modo, si volvemos a nuestra preocupación inicial por caracterizar la especificidad de cada tipo de

imagen, no podemos dejar de lado el hecho de que las fotografías *se toman* con cámaras. Al ser imágenes que se generan por impresión (en la fotografía tradicional) o por escaneo (en la digital), guardan una *relación existencial* con lo fotografiado. Los signos que comparten una experiencia de este tipo con su objeto son definidos por Peirce (1986) justamente como índices genuinos⁷; por ello, la indicialidad no es cuestión de la recepción, sino que es constitutiva de toda imagen fotográfica. En un trabajo posterior, Mario Carlón (2016a) comenta el texto de Verón y argumenta:

Contrariamente a lo señalado por Verón sobre el dispositivo fotográfico, se observa que sin la indicialidad no hay diferencias sustanciales entre pintura y fotografía. Barthes se propuso establecer esta especificidad y lo hizo, como siempre, de forma magistral. La indicialidad es la gran novedad que la fotografía trajo como experiencia compartida. (p. 37)

Más recientemente, Joan Fontcuberta (2022) publicó *Contra Barthes. Ensayo visual sobre el índice* en el que, nuevamente, puso en cuestión la universalidad del noema fotográfico propuesta por el semiólogo francés. Fontcuberta trabaja allí con una selección de fotografías de la revista mexicana sensacionalista *Alerta* de las décadas de 1960-1970. En ellas se observan situaciones posadas que muestran un indicio de que “algo ha sido” o “algo ha ocurrido”. Sin embargo, en esas fotos no hay un registro de la situación o del hecho ocurrido, sino sólo un supuesto índice. En todas las fotos de la selección realizada por Fontcuberta, un dedo índice humano señala una entidad que supuestamente tuvo algún tipo de participación en uno de los eventos macabros tematizados por la publicación; por ejemplo, el agresor, la víctima, el lugar de los hechos, un objeto empleado en la agresión. Dicho de otro modo, *Alerta* trabaja sobre fotografías de entidades, pero sus textos acompañantes comentan estados de hechos que nunca se ven: con respecto al momento de la toma, se presentan como un pasado. Estas imágenes, dice Fontcuberta, son una suerte de teatralización: no muestran (no hacen visibles) los hechos narrados en los artículos escritos, ocurridos en un tiempo anterior al de la captura fotográfica, sino sólo una puesta en escena que pretende ilustrarlos y que difícilmente permite adivinar esos hechos contando sólo con la fotografía, que abre múltiples sentidos posibles y, por lo tanto, el “esto ha sido” queda cuestionado. Creemos que esta puesta en duda del noema de Barthes está apalancada sobre tres movimientos argumentativos que merecen revisión.

El primero es la puesta en duda de la indicialidad, cuestión que se resuelve si se atiende a la *indicialidad con respecto a qué* garantiza una imagen fotográfica. Si en una fotografía se ve un árbol señalado con un dedo índice, el dispositivo garantiza que ese árbol existe (o existió); desde luego, no garantiza que haya sido

7 En palabras de Peirce (1986), “un Índice o sema es un Representamen cuyo carácter Representativo consiste en ser un segundo individual. Si la Segundidad es una relación existencial, el índice es genuino” (p. 49).

escenario del hecho violento descrito en el artículo acompañante, tal como se afirma en él. Pero Barthes no dice que el noema garantice lo que el texto predica sobre ese árbol, sino solamente que la generación de la imagen guardó relación existencial y de semejanza con ese árbol. En ese sentido, el noema allí es más un “esto ha existido” que un “esto ha sido”. La foto puede estar posada o teatralizada, por ello, no puede garantizar el “esto ha ocurrido” (por esa razón, aun no siendo trucadas, las fotografías pueden emplearse para mentir, en ciertas articulaciones discursivas). Sin embargo, una foto siempre es garantía de que “eso [que se ve] ha existido”.

El segundo movimiento tiene que ver con una posible confusión acerca de a qué llamamos una fotografía. Hay que distinguir la fotografía de lo fotográfico, e incluso de otras imágenes que guardan relaciones muy débiles con lo fotográfico. Perceptualmente hoy muchas veces no se distinguen fotografías de fotografías retocadas o trucadas, de imágenes del tipo *deep fake*, que combinan más de una imagen preexistente o de imágenes de IA generadas por síntesis. Si llamáramos a todo eso “fotografía” entonces sí una fotografía no necesariamente mostraría algo que ha sido o existido. Sin embargo, si preservamos el término “fotografía” para designar un tipo de imagen específico –cuya génesis implica la realización de una captura mediante una cámara– entonces, si es una fotografía, muestra un existente.

Finalmente, en tercer lugar, la fotografía articulada en textos más complejos, como los de los medios gráficos, termina por tener sus sentidos sobre-determinados, como lo explicó el mismo Verón (1997); por lo tanto, es esperable que al aislarlas de esos emplazamientos, que las construyen como ilustración de ciertos relatos, dejen el juego abierto a una multiplicidad de lecturas posibles, más amplias y variadas que cuando se encuentran articuladas con esos textos verbales⁸.

3. ¿CÓMO TOMAMOS FOTOGRAFÍAS?

Como adelantamos, el fenómeno que analizaremos consiste en una clase de fotografías por demás singular: las fotografías en movimiento. Antes de adentrarnos en estas particulares fotografías, en este apartado proponemos repasar, a través de un brevísimo ejercicio de reconstrucción histórica, algunos de los modos en que tomamos y gestionamos fotografías. No iremos demasiado atrás en el tiempo: sólo revisaremos ciertos cambios ocurridos dentro del aún joven siglo XXI.

Hasta fines del siglo XX, en la fotografía doméstica permanecía extendido el empleo de las cámaras de película sensible tradicional; las cámaras digitales apenas se estaban expandiendo y aún eran pocos quienes las poseían. Con el inicio

⁸ Sobre el citado trabajo de Fontcuberta (2022), recomendamos las discusiones de Sciana (2023) y Foschi (2023).

del siglo XXI llegó la expansión de la fotografía digital a los usos cotidianos⁹. Se comercializaron entonces masivamente cámaras digitales, aparatos que, a diferencia de trabajar con película sensible, operaban con sensores que generaban archivos informáticos de imagen por medio de un procedimiento de escaneo. Estas cámaras contaban con algún dispositivo de almacenamiento (habitualmente una tarjeta de memoria), donde se conservaban estos archivos. Como novedad, las cámaras contaban con una pantalla en la parte posterior, que podía emplearse como reemplazo de la mirilla y para conocer la imagen de la fotografía recién tomada. Por aquel entonces, los teléfonos celulares (hoy conocidos como *feature phones*) comenzaban a tener también cámaras incorporadas¹⁰, aunque muy rudimentarias, que generaban imágenes de baja calidad. En relación con las instancias temporales durativas, estos nuevos dispositivos abolían la correspondiente al revelado. Esto permitía, como señalamos, que el fotógrafo conociera el resultado de su toma apenas presionado el botón disparador. La distribución de la fotografía, sin embargo, requería de algún procedimiento físico de descarga: o bien debía extraerse la tarjeta de memoria del teléfono, o bien se debía conectar un cable para copiar las imágenes en el disco rígido de una computadora. Desde allí, las fotos se podían compartir de distintas maneras: por ejemplo, se podían mostrar en el monitor de la computadora o se podían enviar por e-mail.

Este modo de tomar y distribuir fotografías digitales duró unos pocos años. Como es sabido, hace ya tiempo que los teléfonos celulares inteligentes (*smartphones*) desplazaron a las cámaras en la toma cotidiana de fotografías¹¹. Estos aparatos que todos llevamos con nosotros en el día a día tienen, como ya hemos señalado, la capacidad –a través de componentes de *hardware* y mediante la intervención de *software*– de emular el funcionamiento de múltiples dispositivos técnicos preexistentes, entre ellos, las cámaras fotográficas. Al mismo tiempo que los teléfonos iban ganando terreno, se producía una evolución muy significativa en el mundo de Internet: aparecía la Web 2.0, que, entre sus principales novedades, facilitaba el proceso de publicación de contenidos por parte de los usuarios, tanto en espacios editoriales, como los blogs, como en las redes sociales. Como un tercer movimiento simultáneo, Internet comenzó a emplearse cada vez más en los teléfonos celulares; entre los principales usos, se deben contar las aplicaciones de chat o mensajería (como fue Microsoft Messenger en su momento y posteriormente WhatsApp) y las redes sociales digitales, inicialmente con Facebook como emblema.

⁹ Si bien las primeras cámaras digitales fueron creadas en la década de 1970, recién en 1996 aparecieron cámaras con tarjeta de memoria, aún a un precio elevado, y en 1997 se ofrecieron las primeras cámaras fotográficas para consumidores de un megapixel. Entre fines del siglo XX y comienzos del XXI empezó a comercializarse cámaras de precios más accesibles, y su uso comenzó a extenderse.

¹⁰ Según señala Scolari (2023), la primera vez que se tomó una fotografía digital con un teléfono móvil fue en 1997. Pocos años después esta función fue adoptada masivamente, por ello eso ubicamos su expansión, en forma estimada, a comienzos del siglo XXI.

¹¹ Scolari (2023) señala que en la actualidad el 92,5% de las fotos se toman con teléfonos celulares y sólo el 7% con cámaras.

Es el conjunto de todos estos cambios, y no sólo la llegada de la fotografía digital, el que terminó por minimizar otra instancia temporal asociada a los modos habituales de *agenciamiento de la fotografía*: la de la distribución. Dicho de otro modo: es recién cuando las fotografías digitales comienzan a tomarse con los teléfonos, los teléfonos están conectados a Internet, y los usuarios se comunican a través de chats o redes sociales, que se abre la posibilidad de compartir las imágenes fotográficas en tiempo real. Como hemos señalado en otros trabajos (Zelcer, 2017, 2021), esta articulación de dispositivos permitió ampliar también la temporalidad de lo tematizado en las fotografías, que desde entonces pueden hablar no sólo del pasado (el “esto ha sido” señalado por Barthes), sino también de un “apenas recién” que tiene un efecto de presente (“esto está siendo”), en un desplazamiento que asimismo es del orden de la enunciación¹². Siguiendo a Fontcuberta (2017), puede decirse que la articulación de la fotografía digital con las redes sociales es la que dio inicio a la *postfotografía*. El autor denomina de este modo a una multiplicidad de fenómenos que se observan a partir de “la fotografía que fluye en el espacio híbrido de la sociabilidad digital y que es consecuencia de la superabundancia visual” (p. 7). Podemos pensar que las fotos en movimiento, de las que nos ocuparemos en seguida, constituyen una novedad que se inscribe en el fenómeno mayor de la *postfotografía*.

4. LAS FOTOS EN MOVIMIENTO

Hecha esta breve reseña, centrémonos ahora en el tipo de imagen que nos ocupa. Algunas actualizaciones de los sistemas operativos de Android en los teléfonos celulares de los últimos años trajeron una novedad, que preexistía en los teléfonos iOS: la posibilidad de ver las “fotos en movimiento”. El fenómeno consiste en lo siguiente: después de que el usuario/fotógrafo ha realizado una toma, cuando vuelve a mirarla en el programa nativo de la galería de imágenes de su celular (habitualmente llamado, simplemente, “Imágenes”), cada foto viene acompañada de un pequeño botón que invita a “Ver la foto en movimiento”. En algunas versiones, la foto en movimiento es mostrada automáticamente cuando se recorre esa “galería”. En términos de su materialidad, la “foto en movimiento” consiste en un video muy breve (habitualmente de dos o tres segundos) que termina en una imagen estática. Esa imagen estática final es

¹² Todos estos cambios, unidos a la desaparición de los altos costos ligados a las películas y el revelado, fueron acompañados además de modificaciones en las prácticas cotidianas vinculadas con la fotografía. En comparación con lo que se hacía hace pocos años, hoy se toman fotos en muchas más ocasiones y con muchas más finalidades; la fotografía ya no está destinada únicamente a lo notable, sino que se usa también de un modo que hemos llamado “protésico”, para “extender la mirada”, muchas veces con un propósito de registro. Se fotografía, por ejemplo, un objeto cuya compra se está evaluando o un repuesto doméstico que se desea comprar en una ferretería, tan sólo para “mostrar cómo es” a otra persona una única vez; son imágenes que no están destinadas a conservarse. Al mismo tiempo, ciertas prácticas sociales se han vuelto mucho menos habituales y algunas hasta tienden a desaparecer. Pensamos, por ejemplo, en las reuniones sociales que se realizaban, con posterioridad a un viaje de importancia, para mostrar las fotografías tomadas en él: estas imágenes se comparten ahora de múltiples maneras a través de los medios digitales, en muchas ocasiones, incluso cuando el viaje aún está transcurriendo. Sobre estos cambios en los agenciamientos de las fotografías, véase: Carlón (2016a).

la captura del momento en que fue presionado el botón disparador, es decir, corresponde al instante de la toma; sin embargo, ese conjunto (esos pocos segundos previos en movimiento y la imagen final que se detiene) constituye la foto en movimiento¹³. Hablar de fotografías en movimiento representa, en términos de la historia de los dispositivos de captura y registro de imágenes, toda una novedad, porque, si bien –como reseñamos– ya habíamos vivido una expansión de la acepción del término “fotografía”, una de las propiedades que perduraba y que caracterizaba a todas las imágenes así llamadas era la ausencia de movimiento: si se mueve, no es una fotografía. O *no era* una fotografía, puesto que ahora sí hay una clase de fotografías que pueden moverse: las fotos en movimiento.

Podría pensarse que, de algún modo, las fotos en movimiento son similares a un breve video capturado con una videocámara, o a una película de unos pocos fotogramas, que posteriormente se detiene. Sin embargo, esas comparaciones no son del todo adecuadas: video y fotografía, o cine y fotografía, en el mundo de los medios tradicionales, están asentados sobre distintos soportes y materialidades, algo que no ocurre en el video y la fotografía digital, que lo comparten. Además, la toma de las fotos en movimiento sigue siendo instantánea, como lo fue en toda la historia de la fotografía canónica: el botón disparador se pulsa una única vez en el momento exacto que se desea capturar; en ese sentido, se trata de un acto radicalmente distinto al de registrar un video, que implica pulsarlo dos veces, una para iniciar y otra para finalizar la grabación. El usuario tampoco decide cuántos segundos previos se conservarán en la foto en movimiento, sólo dispara en el momento que desea capturar y el dispositivo los añade automáticamente.

¿Cómo se genera este tipo de fotos? Lo que el fotógrafo encuentra a posteriori lo hemos descrito: es un breve video que culmina en una imagen estática, que tiene la apariencia de una fotografía digital. En el proceso de generación, lo que ha ocurrido es que, en el momento de la toma, la cámara está permanentemente grabando y guardando temporariamente lo que se está viendo a través de ella. Cuando la foto es tomada, se conservan, junto con la imagen estática, sólo los segundos previos al momento del disparo, y el resto se desecha. De ese modo, cada foto puede ser vista canónicamente (sin movimiento alguno), o en movimiento con el fragmento de video que lo antecede. Desde el punto de vista de nuestra concepción de los dispositivos, este modo de funcionamiento de las cámaras integradas a los teléfonos celulares, que viene regulado fundamentalmente por cambios en el *software*, constituye un nuevo *dispositivo*: no es ya una “simple” cámara que toma fotografías digitales, sino una que registra

¹³ Según reseña Caballero (2023), las fotos en movimiento aparecieron por primera vez en los teléfonos tipo iPhone 6s, con el nombre de live photo, en septiembre de 2015. La empresa Samsung comenzó a incluirlos al año siguiente en algunos modelos de alta gama, como el Galaxy S7 y Galaxy S7 Edge en 2016, bajo el nombre de motion photo –en español, foto en movimiento–. Con el tiempo, muchos otros modelos comenzaron a incluir esta funcionalidad, hoy extendida en buena parte de los teléfonos celulares.

fotos en movimiento. Del mismo modo, podemos conceptualizar la foto en movimiento como un nuevo tipo de imagen que combina, a su vez, dos tipos de imágenes preexistentes (el video digital y la fotografía digital) de un modo altamente específico.

Las fotos en movimiento no serían más que una curiosidad si no fuera por una funcionalidad novedosa que también poseen los *smartphones*, que puede tener implicancias en los efectos enunciativos que socialmente suelen adjudicarse al dispositivo fotográfico. Mientras se reproducen los segundos animados de este tipo de fotos, aparece en la pantalla la opción de volver a generar una captura, es decir, podemos “volver a tomar una foto” de esos instantes inmediatamente anteriores al disparo que están registrados en los segundos iniciales de la foto en movimiento. Así, por ejemplo, si la persona fotografiada salió con los ojos cerrados porque justo pestañeó en el momento del disparo, se puede “volver a disparar” sobre alguno de los segundos previos, y capturarla ahora con los ojos abiertos. O si se está fotografiando a una persona que está soplando las velas de su torta de cumpleaños, y la fotografía es tomada cuando éstas ya están apagadas, se puede volver a tomar una foto dentro de los segundos previos de la foto en movimiento y capturarla cuando está comenzando a soplar, aún con las velas encendidas. De igual modo, si en un grupo fotografiado una persona justo hace algún gesto extraño en el momento del disparo, se puede volver a tomar la fotografía del instante previo, antes de que cambiara la expresión de su rostro. En todos estos casos aparece la práctica novedosa de *tomar una foto de un momento pasado*. Esto significa que los segundos de movimiento de la foto en movimiento encierran potencialmente muchas otras tomas de ese momento que ya pasó, y que, con el funcionamiento tradicional de una cámara, no se podrían recuperar. Esta nueva oportunidad de realizar una toma diluye lo que Cartier-Bresson (2003)¹⁴ denominó *el instante decisivo*.

De todos los medios de expresión, la fotografía es el único que fija para siempre el instante preciso y fugitivo (...). El escritor tiene tiempo para la reflexión, puede aceptar, rechazar y aceptar de nuevo (...). Pero para los fotógrafos lo que pasó, pasó para siempre. (p. 20)

En otras palabras, la toma fotográfica estuvo siempre asociada a la captura de ese instante que, de otro modo, estaría irremediablemente perdido. Lo capturado, por ello, hablaba de una cierta habilidad de ese fotógrafo, y construía una figura de un enunciadore que capturaba y eternizaba un instante, una suerte de cazador que obtenía una imagen que mostraba un momento que fue y ya no se repetirá¹⁵.

Este efecto, desde luego, se modela de distintos modos en los diversos géneros y regímenes discursivos: no tiene el mismo valor la captura de un instante en una foto posada en estudio, donde es simple realizar una nueva toma, que en una de fotoperiodismo, que apunta a capturar un momento único (y que

son las que tenía como objeto de su reflexión Cartier-Bresson). Sin embargo, tanto en uno como en otro caso, las fotos en movimiento, con su posibilidad de recaptura, desdibujan la figura de ese fotógrafo hábil: el botón disparador pudo haber sido presionado poco después del instante visible en la imagen y recapturado a posteriori. En ese sentido, la generación de estas fotos se da en dos momentos, a su vez con dos temporalidades distintas. El primero es el del registro; en términos de la toma, es un instante, pero da como resultado un producto durativo. El segundo tiene esas temporalidades invertidas: el examen de la foto en movimiento es durativo y el resultado de esa nueva captura es una imagen estática que, esta vez sí, sólo muestra un instante. El cazador de imágenes del que hablamos se recicla y ahora no dispara desde un inicio: lanza primero una red que atrapa la presa en movimiento, recién después la examina, y entonces sí, dispara para dejarla inmóvil en la posición que desea. Esta nueva foto tiene además la particularidad de no poseer marcas del momento de su producción, algo que caracterizó históricamente al dispositivo fotográfico¹⁶, sino eventualmente del momento de producción de la foto en movimiento que le dio origen.

La foto en movimiento sólo existe para el usuario del celular, es decir, para el fotógrafo, que tiene la opción de realizar sobre ella nuevas capturas, o simplemente conservarla tal como fue generada en el momento de la toma original. Como es sabido, es muy habitual compartir o publicar en los chats o las redes sociales las fotografías tomadas cotidianamente. Cuando una foto en movimiento se comparte de este modo, sólo se envía la imagen estática, es decir, su instante final: vuelve a ser una foto sin movimiento. Esto quiere decir que la foto en movimiento es una suerte de producto intermedio del dispositivo de toma fotográfica, seguramente aún desconocido por varios usuarios de teléfonos con cámara, que simplemente toman las fotografías y las contemplan o comparten sin siquiera saber que cuentan con la posibilidad de visitar ese breve momento registrado y realizar nuevas capturas.

Aun así, la funcionalidad de las fotos en movimiento se sigue expandiendo en los teléfonos celulares, y probablemente termine por ser el modo más extendido de fotografiar. Dicho de otro modo, es probable que la mayor parte de tomas cotidianas de fotografías termine siendo, en poco tiempo, de fotos en movimiento, lo que de algún modo tendrá incidencia en lo que socialmente es considerado una fotografía, que pasará de ser una imagen capturada en el momento de la toma, a ser una imagen estática tomada con una cámara que puede corresponder o bien al momento de la toma, o bien a una recaptura posterior, de un instante inmediatamente anterior. En ese sentido, puede pensarse, de algún modo, que los dos o tres segundos de imagen animada que se añaden a las fotos en movimiento constituyen el tiempo de gracia que se le otorga al fotógrafo para

¹⁶ Dice Verón (2013): "Con la fotografía, y por primera vez en la historia de la mediatización, el discurso producido por el dispositivo es portador inequívoco de las marcas del momento de su producción, y esas marcas forman parte inseparable del sentido final del discurso" (p. 247).

demorarse en disparar la toma cuando, ya con la cámara prendida y orientada hacia el objetivo, ve una escena que quiere capturar: si no tarda más que eso, podrá recuperarla luego en la foto en movimiento.

5. CONCLUSIONES

El fenómeno que acabamos de analizar se inscribe indudablemente dentro de lo fotográfico –está basado en ese “gesto inicial de capturar con una cámara” (Zelcer, 2021, p. 356)–, pero al mismo tiempo se aparta de la práctica fotográfica tradicional: es en ese sentido que lo hemos inscripto dentro de la postfotografía: manteniendo su esencia (su noema, diría Barthes), la imagen fotográfica tiene nuevos modos de producción, distribución y consumo con respecto a las tradicionales, previas al surgimiento y la expansión de la fotografía digital.

Regresando a nuestra hipótesis inicial, se puede pensar que como ocurrió con el surgimiento y las innovaciones que se produjeron en otros dispositivos, la incidencia de las fotos en movimiento sobre lo que socialmente se considera la enunciación del dispositivo fotográfico dependerá de la expansión del conocimiento de este nuevo *arché* de la toma fotográfica, que funcionará, tal como lo señaló Schaeffer (1990) para la fotografía tradicional, como un interpretante para esas imágenes. Del mismo modo, a medida que se extiendan también los conocimientos acerca de las posibilidades de volver a capturar fotografías de momentos concomitantes al de la toma original, las prácticas vinculadas a la toma fotográfica también podrán modificarse o diversificarse.

¿A qué nos referimos? Por ejemplo, a que si estamos por capturar una escena en una fotografía y justo esa escena se modifica (por ejemplo, porque alguien se mueve o cambia su expresión), dispararemos la cámara de todos modos, sabiendo que la escena recién perdida podrá probablemente recuperarse en la foto en movimiento. En este sentido, se hace evidente la diferencia con la fotografía de tipo “ráfaga”, que toma varias imágenes sucesivas en un corto lapso de tiempo. La primera imagen de la ráfaga se genera en el momento en que el botón para tomar la foto es presionado, y no antes. Si bien se parece en el hecho de generar varias opciones de imágenes fotográficas similares en poco tiempo, se distingue de las fotos en movimiento en que no conserva registro de lo ocurrido antes del disparo; en cambio, las fotos en movimiento, a diferencia de la “ráfaga”, no conservan lo que ocurrió después de disparar. En forma complementaria, al observar una fotografía tomada por otra persona en la que se haya logrado capturar un momento específico (una acción, una expresión) no atribuiremos ya, en forma directa, ese registro a una cierta habilidad del fotógrafo para capturar un “instante decisivo”, puesto que podría ser perfectamente el resultado de una nueva toma realizada sobre la foto en movimiento.

En cierto aspecto, la aparición de las fotos en movimiento representa un cambio mucho más novedoso que el paso de la fotografía analógica a la digital:

de hecho, por muchos años, el dispositivo de la fotografía digital buscó emular tanto como fuera posible, en la generación de imágenes, al de la fotografía tradicional. En cambio, las fotos en movimiento –que no podrían haber sido creadas con las técnicas de la fotografía de película y papel– traen una novedad que atañe a la temporalidad, y es opuesta a las implicancias que históricamente tenía la naturaleza analógica de la fotografía frente a la digital. Hasta ahora, la naturaleza digital había permitido *volver no durativas instancias que eran durativas*: primero, desaparecieron los tiempos de revelado. Con la articulación con las redes sociales, desaparecieron también los tiempos de distribución. Con la foto en movimiento, una instancia que en la fotografía tradicional no era durativa, pasa a serlo: la captura, que en la fotografía siempre fue un instante, un disparo, un golpe, ahora tiene una duración: se guardan unos segundos, se propone la instancia final como la de la fotografía, y el dispositivo deja abierta la posibilidad de recapturar otras vistas en forma de imagen estática sobre cualquier instante de esos segundos. Unos segundos que se reservan con exclusividad para el fotógrafo: será sólo él quien pueda ver la foto en movimiento.

REFERENCIAS

- Barthes, R. (1989). *La cámara lúcida. Notas sobre la fotografía*. Ciudad Autónoma de Buenos Aires: Paidós.
- Caballero, D. (2023). Toma fotos que cobran vida con la cámara de tu Samsung Galaxy. *Móvil zona*. Recuperado de: <https://www.movilzona.es/tutoriales/camaras/funcion-motion-photo-samsung-galaxy/>
- Carlón, M. (2004). *Sobre lo televisivo. Dispositivos, discursos y sujetos*. Ciudad Autónoma de Buenos Aires: La Crujía.
- Carlón, M. (2006). *De lo cinematográfico a lo televisivo. Metatelevisión, lenguaje y temporalidad*. Ciudad Autónoma de Buenos Aires: La Crujía.
- Carlón, M. (2016a). Registrar, subir, comentar, compartir: prácticas fotográficas en la era contemporánea. En Corro, P. & Robles, C. (editores) (2016), *Estética, medios y subjetividades* (pp. 31-54). Santiago de Chile: Universidad Pontificia Católica de Chile. Recuperado de: http://estetica.uc.cl/images/stories/librovsimposio/02_mario%20carlon.pdf
- Carlón, M. (2016b). *Después del fin. Una perspectiva no antropocéntrica sobre la post-tv, el post-cine y youtube*. Ciudad Autónoma de Buenos Aires: La Crujía.
- Cartier-Bresson, H. (2003). El instante decisivo. *El malpensante*, 43, pp. 14-27.
- Fernández, J. L. (1994). *Los lenguajes de la radio*. Ciudad Autónoma de Buenos Aires: Atuel.

- Fontcuberta, J. (2017). *La furia de las imágenes. Notas sobre la postfotografía*. Barcelona: Galaxia Gutenberg.
- Fontcuberta, J. (2022). *Ça-a-été? Contra Barthes*. Madrid: Joaquín Gallego Editor.
- Foschi, G. (2023). Fontcuberta contra Barthes. *Doppiozero*. Recuperado de: <https://www.doppiozero.com/fontcuberta-contro-barthes>
- Gombrich, E. H. (1987). *La imagen y el ojo. Nuevos estudios sobre la psicología de la representación pictórica*. Madrid: Alianza.
- Hjelmslev, L. (1972). *Ensayos lingüísticos*. Madrid: Gredos.
- Kurażyńska, D. M. (2022). *Dime para qué sirve y te diré qué es una imagen. Los usos de las imágenes y su incidencia en el conocimiento de las imágenes*. Tesis Doctoral, Universidad de Granada, España. Recuperado de: <https://digibug.ugr.es/bitstream/handle/10481/81982/75074.pdf?sequence=4&isAllowed=y>
- Manovich, L. (2012). *El software toma el mando*. Recuperado de: https://www.academia.edu/7425153/2014_-_El_software_toma_el_mando_traducci%C3%B3n_a_Lev_Manovich_
- Metz, C. (1974). El estudio semiológico del lenguaje cinematográfico. *Lenguajes*, 1(2). Recuperado de: <https://semioticaderedes-carlon.com/wp-content/uploads/2018/04/Metz-El-estudio-semiol%C3%B3gico-del-lenguaje-cinematogr%C3%A1fico.pdf>
- Peirce, C. S. (1986). *La ciencia de la semiótica*. Ciudad Autónoma de Buenos Aires: Nueva Visión.
- Schaeffer, J-M. (1990). *La imagen precaria del dispositivo fotográfico*. Madrid: Cátedra.
- Sciana, F. (2023). Fontcuberta punta l'indice sulla verità. *Il Sole 24 ore*. Recuperado de: <https://www.mimesisedizioni.it/download/14659/ed5dc9e2ee9a/ferdinando-scianna-il-sole-24-ore-14-maggio-2023-fonctuberta-punta-lindice-sulla-verita-su-contro-barthes-di-fontcuberta.pdf>
- Scolari, C. (2023) El nuevo canon fotográfico. *Hipermediaciones*. Recuperado de: <https://hipermediaciones.com/2023/07/15/el-nuevo-canon-fotografico/>
- Sontag, S. (2016). *Sobre la fotografía*. Ciudad Autónoma de Buenos Aires: Debolsillo.
- Traversa, O. (2001). Aproximaciones a la noción de dispositivo. *Signo y Seña*, 12, pp. 233-247.
- Traversa, O. (2009). Dispositivo-enunciación: en torno a sus modos de articularse. *Figuraciones*, 6. Recuperado de: <https://repositorio.una.edu.ar/handle/56777/1086>
- Verón, E. (1974). Para una semiología de las operaciones translingüísticas. *Lenguajes*, 1(2), pp. 11-36.
- Verón, E. (1987). *La semiosis social. Fragmentos de una teoría de la discursividad*. Ciudad Autónoma de Buenos Aires: Gedisa.

- Verón, E. (1997). De la imagen semiológica a las discursividades. El tiempo de una fotografía. En Veyrat-Masson, I. & Dayan, D. (comps.), *Espacios públicos en imágenes* (pp. 47-70). Barcelona: Gedisa.
- Verón, E. (2009). El fin de la historia de un mueble. En Carlón, M. & Scolari, C. (eds.), *El fin de los medios masivos. El comienzo de un debate* (pp. 229-248). Ciudad Autónoma de Buenos Aires: La Crujía.
- Verón, E. (2013). *La semiosis social, 2. Ideas, momentos, interpretantes*. Ciudad Autónoma de Buenos Aires: Paidós.
- Zelcer, M. (2017). Las imágenes fotográficas en tiempo real: una aproximación. *L.I.S. Letra, Imagen y Sonido*, 18, pp. 135-154.
- Zelcer, M. (2021). *Devenires de lo fotográfico. Imágenes digitales en los dispositivos contemporáneos*. Ciudad Autónoma de Buenos Aires: Teseo.
- Zelcer, M. (2023). Traversa: el lugar del dispositivo. En Cingolani, G. & Bitonte, M. E. (2023), *Relés a partir de la obra de Oscar Traversa* (pp. 85-98). Ciudad Autónoma de Buenos Aires: Libros de Crítica UNA - Prometeo.

* Contribución de autoría: la conceptualización y el desarrollo integral del artículo fue realizado por el autor.

* Nota: el Comité Académico de la revista aprobó la publicación del artículo.

* El conjunto de datos que apoya los resultados de este estudio no se encuentran disponibles para su uso público. Los datos de la investigación estarán disponibles para los revisores, si así lo requieren.



Artículo publicado en acceso abierto bajo la Licencia Creative Commons - Attribution 4.0 International (CC BY 4.0).

IDENTIFICACIÓN DEL AUTOR

Mariano Zelcer. Doctor en Comunicación, Universidad Nacional de La Plata (Argentina). Licenciado en Ciencias de la Comunicación, Universidad de Buenos Aires (Argentina). Profesor Asociado, Área Transdepartamental de Crítica de Artes, Universidad Nacional de las Artes (Argentina). Ha participado en diversos proyectos de investigación financiados por la Universidad de Buenos Aires y la Universidad Nacional de las Artes. Ha publicado numerosos artículos en revistas académicas nacionales e internacionales, así como también capítulos de libros en los que abordó distintos fenómenos de la comunicación digital desde una perspectiva semiótica. Publicó el libro *Devenires de lo fotográfico* (2021, Teseo). Desde 2020 dirige proyectos de investigación en el Instituto de Investigación y Experimentación en Arte y Crítica, Universidad Nacional de las Artes, dedicados a indagar la incidencia de los algoritmos en las propuestas curatoriales de las plataformas de contenidos.

Imemes

Producción, circulación, reconocimiento y propagación

Imemes

Production, circulation, recognition and propagation

Imemes

Produção, circulação, reconhecimento e propagação

DOI: <https://doi.org/10.18861/ic.2024.19.2.3711>

► MARÍA ELENA BITONTE

mbitonte@sociales.uba.ar - Ciudad Autónoma de Buenos Aires -
Universidad de Buenos Aires, Argentina.

ORCID: <https://orcid.org/0009-0005-7063-4062>

CÓMO CITAR: Bitonte, M. E. (2024). Imemes. Producción, circulación, reconocimiento y propagación. *InMediaciones de la Comunicación*, 19(2). DOI: <https://doi.org/10.18861/ic.2024.19.2.3711>

Fecha de recepción: 12 de marzo de 2024

Fecha de aceptación: 17 de septiembre de 2024

RESUMEN

El presente artículo explora los principios que sustentan el análisis sociosemiótico de los imemes –o memes de Internet–, ejemplares típicos de la producción de sentido en la contemporaneidad. El encuadre sociosemiótico de los imemes se aparta de otros abordajes signados por el evolucionismo biológico y plantea una perspectiva anti-determinista y dinámica, cuya principal premisa ubica los fenómenos sociales en relación con sus condiciones de producción, circulación y reconocimiento. Siguiendo esta perspectiva analítica, los imemes conforman una clase de fenómenos mediáticos

que se distingue de otros por su particular forma de circulación: la proliferación. De ahí la importancia de diferenciar la memética –como modo de producción de sentido– de la viralidad. Desde esta aproximación, los actores sociales no son vistos como vectores de transmisión cultural ni los imemes como imágenes que imitan un original, sino como interpretantes de los fenómenos sociales que toman como objeto, a la vez que productores de memoria y de contacto social. ¿Cuáles son las condiciones de propagación de los imemes? El artículo procura una explicación posible a través del análisis de sus condiciones de producción, circulación y reconocimiento y sugiere una vía de indagación sobre la índole autopoética de los imemes.

PALABRAS CLAVE: *imeme, imitación, proliferación, diferencia, repetición.*

ABSTRACT

This article explores the principles underpinning the sociosemiotic analysis of imemes –or Internet memes–, characteristic examples of the production of meaning in the contemporary world. The sociosemiotic framing of imemes departs from other approaches marked by biological evolutionism and proposes an anti-determinist and dynamic perspective, whose main premise locates social phenomena in relation to their conditions of production, circulation and recognition. Following this analytical perspective,

imemes make up a class of media phenomena that is distinguished from others by its particular form of circulation: proliferation. Hence the importance of differentiating memetics –as a mode of production of meaning– from virality. From this approach, social actors are not seen as vectors of cultural transmission, nor imemes as images that imitate an original, but as interpreters of the social phenomena that they take as their object, as well as producers of memory and social contact. What are the conditions for the propagation of imemes? The article seeks a possible explanation by analysing their conditions of production, circulation and recognition, and suggests a way of investigating the autopoietic nature of imemes.

KEYWORDS: *imeme, imitation, proliferation, difference, repetition.*

RESUMO

O artigo descreve alguns dos fundamentos que sustentam um estudo sociosemiótico dos imemes –ou memes da Internet–, exemplos típicos da produção contemporânea de sentido. O enquadramento sociosemiótico dos imemes afasta-se de outras abordagens

marcadas pelo evolucionismo biológico e propõe uma perspectiva antideterminista e dinâmica do significado, cuja premissa principal leva a localizar os fenômenos sociais em relação às suas condições de produção, circulação e reconhecimento. Seguindo esta perspectiva analítica, os imemes constituem uma classe de fenômenos midiáticos que se distingue dos demais pela sua forma particular de circulação: a proliferação. Daí a importância de diferenciar a memética –como forma de produção de sentido– da viralidade. A partir desta abordagem, os atores sociais não são vistos como vetores de transmissão cultural nem os imemes como imagens que imitam um original, mas como interpretantes dos fenômenos sociais que tomam como objeto, ao mesmo tempo como produtores de memória e de contato social. Quais são as condições de propagação dos imemes? O artigo busca uma possível explicação através da análise de suas condições de produção, circulação e reconhecimento, e finaliza sugerindo um caminho de investigação sobre a natureza autopoietica dos imemes, agentes de suas próprias regras de multiplicação.

PALAVRAS-CHAVE: *imeme, imitação, proliferação, diferença, repetição.*

1. INTRODUCCIÓN

“La diferencia habita la repetición”

Gilles Deleuze (2002, p. 127).

Este artículo presenta algunos fundamentos teórico metodológicos para una analítica de los *imemes* en el contexto de *hipermediatización*¹. En tal sentido, hace hincapié en un encuadre sociosemiótico y se plantea una perspectiva antideterminista y dinámica del sentido cuya principal premisa es situar a los fenómenos sociales analizados en relación con sus condiciones de producción, circulación y reconocimiento. Siguiendo este enfoque, los imemes –término que refiere, dentro de la categoría general de los memes, a los Internet memes (Vélez Herrera, 2015)– conforman una clase de fenómenos mediáticos cuyo circuito de producción, circulación y reconocimiento es bien distinto al de otros discursos sociales, particularmente en lo referido a la circulación, que se da en forma de *proliferación* (Verón, 2013)². Esta especificidad, derivada de la capacidad potencial de los imemes de multiplicarse, ha marcado una tendencia generalizada a confundir memética con viralidad. Dicha concepción fue promovida por el teórico del evolucionismo biológico Richard Dawkins (2002), quien en su libro *El gen egoísta*³, para explicar la evolución cultural argumenta que

cuando plantás un meme fértil en mi mente, literalmente parasitás mi cerebro, convirtiéndolo en un vehículo de propagación del meme, de la misma forma que un virus puede parasitar el mecanismo genético de una célula anfitriona. Y esta no es sólo una forma de expresarlo: el meme para –digamos– ‘creer en la vida después de la muerte’ se ha realizado en verdad físicamente, millones de veces, como una estructura del sistema nervioso de los hombres individuales a través del mundo. (p. 349)

Dawkins les asigna a los memes las mismas características que a un gen y los define como unidades de replicación, portadoras de memoria cultural:

Ejemplos de memes son: tonadas o sones, ideas, consignas, modas en cuanto a vestimenta, formas de fabricar vasijas o construir arcos. Al igual que los genes se propagan en el acervo génico al saltar de un cuerpo a otro mediante los espermatozoides o los óvulos, así los memes se propagan en el acervo de

1 Según Carlón (2022), una sociedad hipermediatizada se define por el empleo simultáneo de más de un sistema mediático. Al sistema de medios tradicionales, se le han agregado los medios basados en Internet (YouTube, Facebook, Twitter (hoy X), etc.) y el sistema underground, que expande al anterior y está conformado por medios interpersonales como WhatsApp, Skype y Zoom.

2 Hablamos de proliferación para referirnos a los medios cuyas tecnologías contribuyeron a incrementar el número de reproducciones. Esto que sucedió en otros periodos de aceleración del tiempo histórico, por ejemplo, con la irrupción de la imprenta (Verón, 2013), vuelve a suceder en los medios basados en Internet cuya dinámica ofrece a los imemes una vía regia para multiplicarse.

3 El libro fue publicado originalmente en 1976 y sentó las bases del estudio de la memética como un proceso reproductivo análogo al de los virus, donde el replicador serían los memes y el caldo de cultivo, los cerebros humanos.

memes al saltar de un cerebro a otro mediante un proceso que, considerado en su sentido más amplio, puede llamarse imitación. Si un científico escucha o lee una buena idea, la transmite a sus colegas y estudiantes. La menciona en sus artículos y ponencias. Si la idea se hace popular, puede decirse que se ha propagado esparciéndose de cerebro en cerebro. (Ibíd., p. 348)

La perspectiva de Dawkins fue clave para reactivar enfoques tradicionales, lineales y reproductivistas sobre la comunicación social, basados en el antiguo paradigma de la manipulación. Si los memes de Internet fueran *virus de la mente* (Kien, 2019), la cultura se convertiría en un organismo parasitado, alimentado de *fakes*, desinformación, simulaciones, narrativas *pathémicas* y picoteos adictivos para un actor social sin albedrío. En contraste, la sociosemiótica y el enfoque de la cultura participativa proponen el paradigma de la *propagación* (Jenkins, 2009) y las nociones de *circulación* y de *proliferación*.

Los modelos de la representación mimética y la replicación cultural se topan también con la noción *peirceana* de interpretante (Peirce, 1974). Desde este marco, y dado que en la actualidad los imemes han tomado un lugar preeminente en el encuadre de los acontecimientos sociales, podemos afirmar que se han convertido en interpretantes privilegiados de nuestra realidad social, capaces de retomar, recontextualizar y resignificar los más diversos objetos, en un encadenamiento de múltiples variantes cuya deriva es potencialmente ilimitada. Recordemos que el *interpretante* es, según Peirce (1974), la mediación cognitiva y social necesaria entre el signo –o *representamen*– y el objeto que impulsa, en sus retomas sucesivas, lo que se denomina la *semiosis infinita*.

De esta primera aproximación se pueden deducir dos consecuencias importantes: una es que los sujetos no son vectores de transmisión de ideas sino actores de un proceso dinámico y transformador. La otra se refiere a los dos grandes tipos de operaciones que materializan las relaciones sociales: *memoria* y *contacto*. Estas son, tal como lo señala Cingolani (2021), las operaciones que permiten identificar las transformaciones del proceso de mediatización y las que producen lo social, no en tanto reproducción sino en tanto transformaciones observables en el espacio, el tiempo y la intersubjetividad. Sobre esta base, los imemes no se definen ya como mimesis de un original, sino como interpretantes de los fenómenos sociales que toman como objeto, portadores de memoria y productores de contacto (Bitonte, 2024; Bitonte & Gurevich, 2022; Bitonte & Siri, 2023; Fraticelli, 2023)⁴.

¿Por qué interesa este abordaje? Porque los imemes son formidables interpretantes de la realidad social, desde de los asuntos más banales de la vida común hasta los aspectos más problemáticos de la agenda mediática, el arte, la ciencia, la política. Trátese de estados emocionales, vivencias o incluso ideas abstractas, los imemes presentan una enorme agilidad para plasmarlas,

⁴ Fraticelli (2023) describe a los memes de Internet como “interpretantes risibles (memes, GIF cómicos, tuits burlescos, etc.) [que] construyen el acontecimiento con una lógica diferente a la que domina lo serio” (p. 144).

hacerlas circular y participar en la conversación social. Por cierto, “todos los signos transmiten ideas a las mentes humanas” (Peirce, 1974, CP 1.540), pero los imemes se distinguen por el potencial de su proliferación, sólo igualado por otro gran soberano de la propagación de ideas, el *rumor* (Kapferer, 1989).

En lo que sigue, voy a argumentar que la capacidad de *mimesis* o repetición que se les atribuye a los imemes es pertinente, siempre a condición de que la idea replicada se lea no como un significado original y fijo, sino como una diferencia significativa (Deleuze, 2002). Con ese fin, en los párrafos siguientes procuraré sistematizar una descripción de las condiciones que impulsan su propagación, aportando una serie de ejemplos de valor ilustrativo⁵.

2. CONDICIONES DE PRODUCCIÓN DE LOS IMEMES

El neoevolucionismo biológico, como vimos, explica que la reproducción tiene como condición un medioambiente apto para la multiplicación de los microorganismos, esto es, un “caldo de cultivo”. Siguiendo este paradigma, Dawkins (2002) anunció el surgimiento de un nuevo tipo de replicador, el meme, cuyo caldo de cultivo es la cultura. Ese nuevo replicador denominado “meme” funcionaría como “unidad de transmisión cultural” o “de imitación”. ¿Será posible ofrecer una definición alternativa de la memética sin recaer en este modelo determinista? La sociosemiótica no es compatible con la idea de determinación, sino que adopta un criterio de *condiciones*: las condiciones sociales de producción describen las restricciones que operan en la generación de un discurso o un tipo de discurso y cuyas *huellas* dan cuenta de la relación específica que mantiene con las matrices históricas y sociales de su generación y reconocimiento (Verón, 1993). Esa relación nunca es causal y puede ejemplificarse con una partida de ajedrez: una jugada puede dar lugar a múltiples e imprevisibles movimientos, pero no cualquiera, sino los relacionados con esa jugada. Del mismo modo, unas condiciones de producción pueden dar lugar a innumerables gramáticas de reconocimiento, aunque no a cualquiera.

Dicho esto, la primera condición de producción de un discurso y una de las prioritarias para el análisis sociosemiótico, son las restricciones genéricas. ¿Por qué? Porque los géneros son categorías que permiten identificar una clase de discurso y distinguirla de otros. Su discriminación es importante porque los géneros no sólo están asociados a operaciones cognitivas propias, ligadas a su producción y reconocimiento, sino que, además, vehiculizan saberes vinculados con cada campo social, poniendo en obra las prácticas específicas de ese campo. Es fácil entonces comprender hasta qué punto inciden en la construcción identitaria de los actores y contribuyen a la conformación de comunidades (Bajtín, 1999; Silvestri, 2002; Steimberg, 2005).

⁵ Vale aclarar que este artículo se deriva del proyecto de investigación UBACYT titulado “Fenómenos discursivos emergentes, consolidados y residuales: retomas en época de hipermediaciones” (Cód. 20020220400313BA), dirigido por Amparo Rocha Alonso, Facultad de Ciencias Sociales, Universidad de Buenos Aires, Argentina.

Cada género discursivo se caracteriza por el uso de un lenguaje específico de acuerdo con sus propósitos estratégicos, emplazamientos, campos temáticos, modalidades enunciativas, retóricas y estilísticas, que en su conjunto establecen los márgenes de previsibilidad y orientan las formas de interactuar (Steimberg, 2005; Verón, 1988). Asimismo, Fernández (2021) destaca la relevancia de estas variables, indispensables para el análisis de cualquier sistema de intercambio discursivo. ¿Cómo es su circuito de producción y reconocimiento? ¿A qué operaciones cognitivas van asociados? ¿A qué prácticas? ¿Qué saberes vehiculizan? ¿En qué campo social? ¿Qué subjetividades y qué tipo de comunidades construyen?

A partir de estos parámetros podemos empezar a caracterizar los rasgos constitutivos del imeme. Se trata de un género compuesto por materiales heterogéneos: verbales, no verbales, visuales, escritos, sonoros, audiovisuales extraídos del acervo mediático o cultural y popular. Pero, atención, los imemes no son figuritas intervenidas que circulan alegremente por las redes sociales, son un dispositivo complejo (Traversa, 2001)⁶, cuya característica fundamental es poner a circular una idea apoyándose en materias significantes previas o hipotextos, múltiples y variados. Desde esta perspectiva, como lo señala Cannizzaro (2016), existe una tendencia generalizada a confundir el imeme con su exteriorización, generalmente asociada a una imaginaria icónico-verbal (*template* o imagen macro), desconociendo no sólo otras encarnaduras (como canciones, tonadas, gestos que también se *memifican*), sino el hecho de que lo que los imemes difunden no son las imágenes sino las ideas que ellas soportan.

Knobel y Lankshear (2007), quienes han estudiado sus características, definieron al imeme como una composición hecha de yuxtaposiciones anómalas, intertextualidad y humor, tres propiedades que los hacen sumamente atractivos y compartibles. Esto los convierte en géneros predilectos de la conversación digital, cuyo potencial controversial y crítico es capaz de generar *espacios de afinidades* entre quienes los comparten. Por otra parte, desde el punto de vista cognitivo, dado que la mecánica principal de circulación del imeme es a partir de las retomas inter e hipertextuales (Bitonte, 2024; Marino, 2020; Jost, 2023; Bitonte & Gurevich, 2022), una de las mayores dificultades de la lectura de los imemes es que el hipertexto exige el reconocimiento previo del hipotexto. Pero es precisamente esta operatoria de retoma y reconocimiento de discursos anteriores lo que convierte a los imemes en poderosos agentes de memoria y contacto –tema al volveré más adelante.

Para terminar esta caracterización y dado que los géneros son un asunto de discurso, es posible desmontar su operatoria en el despliegue de las tres dimensiones de la semiosis:

⁶ Apelo a la noción de dispositivo que se articula y potencia con la de género discursivo con el fin de orientar la observación a los usos sociales de un discurso y a las operaciones enunciativas que desarrolla, tomando en cuenta desde la materialidad y los recursos técnicos del soporte en el que se emplaza, hasta los vínculos que generan en su circuito de intercambio discursivo (Traversa, 2001; Fernández, 2021).

Tratándose de operaciones que son inextricablemente cognitivas o significantes, y dependientes de soportes materiales, como lo ha mostrado Verón (1988), es posible observar las transformaciones implicadas en la mediatización a través de las categorías de la semiótica *peirceana* –primeridad, secundidad y terceridad–, y sus respectivas operaciones icónicas, indiciales y simbólicas. (Cingolani, 2021, p. 51)

Según la teoría lógico-semiótica de Peirce, todo nuestro conocimiento del mundo y la posibilidad de referirlo responde a una operatoria que se ordena conforme a tres grandes categorías: *La primeridad*, que corresponde al mundo de las sensaciones, los afectos, las cualidades posibles de las cosas. *La secundidad*, que es la dimensión relacional de los fenómenos, que habilita la relación de las cosas con los signos que las evocan y con los sujetos que las comprenden. Corresponde entonces, ya no al mundo de las posibilidades, sino al de los hechos y de las interacciones. Y, por último, *la terceridad*, que regula a las anteriores mediante leyes o hábitos sociales y cognitivos. Es, por lo tanto, el espacio donde se construye lo *real*, en la medida en que involucra el orden simbólico, las convenciones sociales, la cultura⁷.

Siguiendo esta preceptiva, podemos advertir cómo los imemes ponen en funcionamiento su semiosis en el registro *icónico* (*mimesis* de discursos previos, base cualitativa cuyo reconocimiento público facilita la participación y la circulación), el *indicial* (la dimensión del contacto que afianza los vínculos sociales y promueve cadenas *hipermediáticas*⁸ de difusión *online* y *offline*) y la dimensión *simbólica* (dimensión comunitaria, de formación de opinión, códigos culturales, hábitos interpretativos). En definitiva, tal configuración es resultado de un sistema productivo que contiene operadores afectivo-visuales, operadores de contacto y operadores normativos que se vuelven atractores para la replicación y la normativizan.

En la actualidad, frente al agotamiento de la eficacia de los géneros tradicionales del discurso político y sus representantes de todas las vertientes, los imemes han iniciado su resonante carrera en la comunicación política (Bitonte & Canedo, 2024). En lo que sigue, la selección de los ejemplos propuestos para este análisis, aunque corresponden a una de las tendencias de la política argentina, obran como una muestra descriptiva de este nuevo escenario de la mediatización.

3. CONDICIONES DE RECONOCIMIENTO

Nadie sabe en producción cuál será el destino de su discurso, qué itinerarios seguirá en la cadena de interacciones, cómo será leído. Lo que sí se puede saber

⁷ Vale aclarar, una vez más que, aunque al enunciarlas es inevitable asignarles un ordenamiento secuencial, las categorías peirceanas no están regidas por un orden ni jerárquico, ni temporal, ni ordinal sino lógico y pueden ocurrir en diferentes secuencias según los objetos de los que se trate.

⁸ “[P]asaje de un sistema mediático a otro, por ejemplo, de las redes sociales a los medios masivos (o viceversa) o del underground a los medios masivos (y de ahí a las redes sociales mediáticas)” (Carlón, 2022, p. 259).

es que, como sucede con otros géneros como el rumor, los imemes muchas veces surgen como resultado de un acontecimiento raro, importante o ambiguo, que se lanzan al ruedo para dar lugar a alertas sociales o en busca de una acción colectiva que les dé sentido. Este reconocimiento pone en juego los recursos intelectuales de un grupo para interpretar y comentar aquello que no está suficientemente claro (Kapferer, 1989). De manera semejante, el reconocimiento de un imeme oficia de *interpretante crítico* que reanuda en cada intervención un proceso metadiscursivo de comentarios que recontextualizan, reinterpretan, encuadran los acontecimientos sociales, arrastrando las resonancias de la voz del colectivo en un proceso que da cuenta de la necesidad del diálogo y la interacción en la comprensión humana⁹.

A veces, los imemes nos interpelan con recursos retóricos elementales, como analogías u oposiciones binarias que nos invitan a descubrir semejanzas simples entre ciertos personajes o situaciones (gestos sugerentes, insinuaciones y aspectos significativos). En estos casos prevalecen los operadores icónico-afectivos y la función de contacto con el colectivo de comunicación hipermediático. Pero nunca hay que fiarse demasiado: procedimientos básicos como la comparación pueden producir efectos de sentido complicados. Las analogías suelen establecer lazos entre imágenes, conceptos o sonidos que se cristalizan en estereotipos sociales. Veamos, como ejemplo, la siguiente pieza gráfica que compara al ex Jefe de Gobierno de la Ciudad Autónoma de Buenos Aires (CABA), Horacio Rodríguez Larreta, con el Sr. Burns, personaje de la serie animada Los Simpson (Imagen 1).

Imagen 1. Hilo Larreta como el señor Burns



Fuente: @Corneliodelp (24/5/22) – Twitter (hoy X): <https://twitter.com/pabcai/status/1529135614662164482/photo/2>

El imeme ilustra no sólo un parecido significativo: esa analogía física alude a un rasgo moral. El proceso de reconocimiento de este imeme se puede analizar como un tipo de razonamiento metonímico (Lakoff, 1990) que opera no por relaciones lógicas formales, sino asociativas o de contigüidad. La *figurativización* se da a partir de la selección parcial de determinados rasgos (la risa siniestra, la mirada aviesa, la ambición) que se desplazan de un personaje conocido a otro por conocer. En términos de Fraticelli (2023), esto inscribiría a la pieza en el género sátira política, donde “el enunciador se alía con el enunciatario con el fin de ridiculizar y criticar la moral y las prácticas de los políticos, los ciudadanos y las instituciones” (p. 156). Siguiendo este hilo, Rodríguez Larreta respondió con otra serie de publicaciones que lo muestran en imagen paralela con el Sr. Burns en diferentes situaciones de trabajo –recorriendo la ciudad, visitando comunas, jardines escolares, en su oficina, dando entrevistas, etc.–, tal como se muestra en la Imagen 2.

Imagen 2. Hilo Larreta como el señor Burns



Fuente: @horaciorlarreta (25/5/22) – Twitter (hoy X): <https://twitter.com/horaciorlarreta/status/1529608731851464707?lang=es>

De este modo, a partir de la saga de sus propios imemes, el ex Jefe de Gobierno de CABA y, por entonces, candidato a presidente de la nación *in nuce*, proporciona otro marco de referencia y otro modelo cognitivo diferente que, en su conjunto, ofrece una nueva gama de rasgos típicos para que el enunciatario seleccione y genere interpretantes alternativos. Como consecuencia de esto, modifica el régimen de reconocimiento cómico (reírse de) por el del humor (reírse con):

Distinguimos, entonces, dos grandes regímenes enunciativos: el de lo cómico y el del humor. En ambos pueden emplazarse chistes, caricaturas, chanzas, etc., pero sus propuestas comunicacionales son diferentes. En lo cómico el blanco de la burla tiene una relación inferior con respecto a quien la realiza y a su cómplice (enunciario). En el humor, en cambio, el enunciador y el enunciatario establecen una relación de simetría burlándose de sí mismos. Así, mientras que lo cómico es reírse *de* alguien, el humor es reírse *con* alguien. (Fraticelli, 2023, p. 58)

Así es que se advierte cómo las redes sociales facilitan que los sistemas de *intercambio discursivo* den lugar a la conversación pública (Fernández, 2021). En un nuevo sistema de intercambio discursivo digital, la interacción posteo-comentarios posibilita, como nunca antes en la historia de la mediatización, la exposición de opiniones de los actores sociales y la conformación de *hiperaudiencias* (Maestri, 2021). De este modo, el comentario digital, correlato de la conversación oral, se ha instalado como uno de los géneros más asiduos de la conversación social hipermediática que permite exponer abierta y públicamente la visión del mundo de cada interlocutor. En esta nueva escena enunciativa conversacional y horizontal, las hiperaudiencias son interpeladas tanto como colectivo como también en su individualidad, explicitando sus propios puntos de vista (disidentes, polémicos, partidarios, militantes), y como parte de una comunidad similar al *auditorio-juez* que describían Perelman y Olbrechts Tyteca (1989); es decir, no un auditorio pasivo sino uno convocado a hacer un ejercicio vigilante y crítico. En este punto cabe preguntarse, siguiendo a Verón (2002): ¿Puede el ciudadano, interpelado mediáticamente, responder políticamente? Su respuesta fue siempre taxativa:

Mi postura es que la democracia no es un fenómeno comunicativo y los colectivos de la democracia son colectivos formales, no de comunicación (...). Uno no puede confundir los colectivos de consumidor con los de ciudadano porque los colectivos de ciudadano son colectivos postulados, no empíricos (...). A mí me da la sensación de que Internet contiene la utopía de que se puede comunicar sin colectivos. Y eso me parece maravilloso porque finalmente va a quedar claro que no es así. Internet está en el centro del problema porque se basa en la utopía de una comunicación planetaria en la que yo existo sólo como individuo (...). En general, la dimensión dominante hoy es la del mercado, incluso los colectivos que se dibujan hoy en Internet son colectivos comerciales. (pp. 373-374)

Continuando con la dimensión interaccional de los imemes, la ironía y la intertextualidad aportan elementos de estilo recurrentes que inciden en los procesos de construcción identitaria y de identificación colectiva, como lo ilustra la Imagen 3:

Imagen 3. Comentarios de enunciatarios hipermediáticos a propósito de la interacción generada por el hilo *Larreta como el señor Burns*



Fuente: @horaciolarreta] (25/5/22) – Twitter (hoy X): <https://twitter.com/horaciolarreta/status/1529608731851464707?lang=es>

Efectivamente, los imemes mantienen una estrecha relación intertextual con los discursos de la cultura popular y masiva, como en este caso la serie *Los Simpson*, poniendo en juego “una ‘enciclopedia’ común” (Jost, 2023, p. 82). El reconocimiento de implícitos, ironías y referencias intertextuales que se da en este proceso repercuten en la configuración de un sentido comunitario y en el tejido de lazos entre los participantes del colectivo, quienes construyen sus identidades sobre la base de estos saberes, afinidades y consumos culturales (Knobel & Lankshear, 2007; Yus, 2018). Esta configuración resulta estratégica en el discurso político contemporáneo –más inclinado, ciertamente, a fomentar colectivos comunicacionales que colectivos identitarios propiamente políticos–. De lo anterior se sigue que en las comunidades virtuales el acceso a la significación requiere de claves de entrada o contraseñas que no todos poseen (Apter, 2019; Bitonte & Siri, 2022). El efecto de sentido resultante del descubrimiento de las asociaciones intertextuales es lo que Verón (2004) definía como un sentimiento de evocación o de *déjà lu* –sic–, que

constituye uno de los aspectos esenciales de todo efecto ideológico, consigue un resultado doble: de *inclusión* o participación en ese universo cultural (la “complicidad”) y de *exclusión* de aquellos que no poseen el conocimiento previo necesario para poder identificar la denominación original. (p. 106)

De esta forma, el proceso de reconocimiento de imemes afianza vínculos sociales cómplices por efecto del mecanismo de *unificación ideológica* (Verón, 2004, p. 107). Este mecanismo resulta una fuente de placer intelectual basado

en el reconocimiento de *analogías y disonancias lógicas*¹⁰, a la vez que opera respecto del encuadre de los acontecimientos sociales.

Como se puede ver, el reconocimiento de imemes presenta múltiples aspectos cualitativos, afectivos, interaccionales, cognitivos y sociales. Todos ellos convergen en la construcción de sentido social y de vínculos comunitarios en un proceso que reanuda la conversación pública y las formas de participación en los medios de redes sociales.

Hasta acá hemos visto cómo la dinámica interaccional alimenta micronarrativas que fomentan la conversación social en red. En la siguiente sección, dedicada a los fenómenos de circulación memética, me detendré en los procesos de memificación.

4. CONDICIONES DE CIRCULACIÓN

¿Una idea, cómo se memifica? Hay quienes comparan la veloz circulación del imeme con una “papa caliente” que no se puede sostener en las manos y se lanza a otro de inmediato, sin pensar (Kien, 2019, p. 49). Los enfoques de la sociosemiótica y de la cultura participativa no admiten este tipo de explicaciones porque están basados en el argumento de que hay determinadas ideas que se lanzan indiscriminadamente y parasitan los cerebros para multiplicarse y sobrevivir, convirtiendo a los actores en vehículos o replicadores involuntarios. Frente a esta visión, Jenkins (2009) enfatiza que los memes circulan en la web “porque son significativos para las personas que los difunden” (s/p). Y destaca, además, que las personas los adoptan, adaptan y reelaboran de manera activa, según las circunstancias, las posiciones y los medios. Así, los seres humanos inventan y hacen circular muchas ideas, aunque no todas prosperan ni las réplicas son idénticas a su forma original. Hay memes que se multiplican más, otros menos y otros que directamente no se multiplican, pero en todo caso, todos tienen *tendencia* a hacerlo.

Para explicar la dinámica de la memetización, Jenkins recupera un experimento citado por Blackmore (2000) en el que se hizo participar a dos grupos de niños en el juego “teléfono descompuesto” con dos consignas diferentes. Al primer grupo se le pidió que haga un dibujo: el primer niño debía dibujar algo, el segundo debía copiarlo y así sucesivamente. Luego de una serie de repeticiones se comparó el primer dibujo con el último y, como era de esperar, los ejemplares eran irreconocibles. Al segundo grupo, de contraste, se lo instruyó para que cada niño enseñara a otro a hacer un origami. Y esta vez, si la serie de imitaciones dio modelos idénticos. El experimento demostró dos principios sustantivos de la memética: 1) sólo hay replicación con *variación* y 2) no sólo se replican cualidades sino *consignas*. A partir de estos resultados podemos afirmar que

¹⁰ Fraticelli (2023) se refiere las razones semióticas, psicológicas y neurológicas que explican el sentimiento de placer que provoca el procesamiento intelectual de incongruencias, asociaciones absurdas y juegos polisémicos (2023, pp. 243-245).

el meme de Internet no es imitación de una forma o de un contenido, sino la generación de una gramática cuya primera y principal regla es la participación. Para explicarlo con palabras de Canedo y Urbanitsch (2024):

En la secuencia, a partir de una primera retoma se produce una segunda, y así sucesivamente, lo cual va fijando, por repetición y semejanza (operaciones de los órdenes indicial e icónico, respectivamente) una regla o consigna de participación que se vuelve más comprensible para un número creciente de personas (y se inscribe así, cada vez con más fuerza, en el orden de lo simbólico). La fijación de la consigna participativa, en tanto que promueve las ocurrencias de más usuarios para producir nuevas variaciones –y, por ende, con la probabilidad creciente de que algunas de estas sean tanto o más exitosas como las preexistentes– da al meme mayor longevidad y alcance. (Canedo & Urbanitsch, 2024, p. 87)

La conversación generada en torno al hilo *Larreta como el señor Burns* sirve para ilustrar esta operatoria a la que Carlón (2022) denomina expansión hipermediática *ascendente*, es decir, que parte desde intercambios en sistemas de cuentas de usuarios particulares y son replicados por distintos medios de comunicación –los diarios *La Nación*, *Perfil*, *Página 12*, la señal televisiva TN, Yahoo noticias, sitios de memes, entre otros–, aumentando así su resonancia social (ejemplos, imágenes 4 y 5).

Imagen 4. Circulación ascendente



Fuente: Diario *La Nación* (26/5/22). Recuperado de: <https://www.lanacion.com.ar/politica/la-respuesta-de-horacio-rodriguez-larreta-al-hilo-de-memes-que-lo-comparan-con-el-sr-burns-nid26052022/>

Imagen 5. Circulación a través de sitios de imemes



Fuente: @Lapoliticaenmemes (23/7/22). Instagram: https://www.instagram.com/reel/CvCzY_EsjBS/?igshid=MTc4MmM1YmI2Ng

Se comprende entonces que la circulación de los imemes no sigue una lógica determinista y lineal. Antes bien, su circulación está regida por la contingencia y su replicación se da “en cascadas” (Jost, 2023), rebotando unos sobre otros, como agua contra las piedras. Las gotas de agua son una hermosa metáfora para explicar lo que es idéntico e indefectiblemente distinto en la repetición. Siguiendo esta lógica, en la circulación de los imemes las reiteraciones son reversiones, tanto en el sentido teatral de llevar un guion a escena, como en el de revertir algo, cuando una cosa va a parar en otra, modificándose. Esto resulta claro, sobre todo, si comparamos la circulación de los imemes con otros géneros como, por ejemplo, el hashtag o el rumor. El imeme se diferencia del hashtag en que este último es “reproducible indefinidamente de forma idéntica, no posee las virtualidades de transformación, mutación y variación del meme” (Jost, 2023, p. 142). Y se parece más al rumor, cuyo contenido evoluciona obedeciendo no sólo a las distorsiones de la memoria sino también “a la evolución y la aportación de comentarios hechos a lo largo de todo el proceso” (Kapferer, 1989, p. 19). Volvemos entonces a la producción de memoria. En el proceso de circulación memética algo pasa y algo queda, pero la memoria, como lo señala Cingolani (2021), “es el resultado de almacenamiento más fragmentaciones, borramientos y olvidos, necesariamente regulados –aunque no por eso, regulares–” (p. 45).

Varios estudiosos enfatizan los mecanismos de repetición con variación que se ponen en marcha en el proceso de circulación memética:

En la definición de Shifman la unidad de un meme no estaría tanto en los textos singulares sino en la lógica de replicación, variación y transformación de varios textos dentro de un mismo conjunto. Esto, a nuestro entender, implica que la identidad de un meme es abierta a las reapropiaciones sucesivas que los usuarios realicen del mismo y, por consiguiente, también fluctuante –aunque dentro de cierto marco de regularidades–. (Canedo & Urbanitsch, -manuscrito en progreso-)

Pero, ¿qué es lo que se repite? Siguiendo a Jost (2023), “los memes despliegan una idea o una propuesta icónica y plástica” (p. 101) cuya replicación puede darse de dos diferentes modos, tal como se ilustra en las imágenes 6, 7 y 8. Por un lado, hay *memes-variaciones* que hacen derivar la misma idea con diferentes configuraciones visuales, verbales, musicales (por ejemplo, las innumerables versiones de lo fúnebre durante la pandemia del COVID-19). Y, por otro lado, hay *memes-variantes* que son iteraciones de la misma idea con la misma configuración semioplástica –por ejemplo, las iteraciones meméticas de famosos como Julio Iglesias, John Travolta, Osvaldo Laport o de Los Simpson.

Imágenes 6, 7 y 8. Retomas meméticas y variaciones



Fuentes: Imagen 6 - <https://preview.redd.it/nuevo-meme-k-v0-e8qqzzi6pc7c1.png?auto=webp&s=71c984782788ed807d3a56a21371bf6ffcf1296> / Imágenes 7 y 8 - EAMEO - Recuperadas de Canedo, Urbanitsch y Sierra (2020).

La serie de circulaciones de imemes puede seguir diferentes sentidos: ascendente, descendente, transversal¹¹. Así, hay ideas que nacen de los colectivos que comparten memes en medios de redes y se trasladan a los usos sociales *offline* o inversamente, los que de los usos sociales *offline* pasan a las redes sociales en una relación transversal, incorporando variaciones y sentidos nuevos.

Para ilustrar con un ejemplo que involucra lo sonoro, tomemos el caso de algunos cánticos populares que se memifican de *fuera* a *dentro* de los colectivos comunicacionales hipermediáticos, añadiendo sesgos políticos y sociales. Por ejemplo, el hashtag #MMLPQTP (“Mauricio Macri La Puta Que Te Parió”) surgió de una canción de Sheriko, “Es tiempo de alegrarnos”, lanzada en 1975¹². La música pegadiza fue retomada por cantitos de hinchada y se propagó en medios de redes sociales, atravesando diferentes comunidades y géneros *online* y *offline* con distintas variaciones, hasta convertirse en un *hit* de la temporada de verano en 2018 (Ardini & Camios, 2019). La tonada se memificó en diferentes soportes y géneros con sesgos de sátira política, como se puede ver en las imágenes 9 y 10. En tal sentido, resulta especialmente risible la construcción de un mundo ficticio en el que resulta absolutamente verosímil que Vladimir Putin la interprete en piano, teniendo en cuenta los antagonismos que separan al ex presidente argentino Mauricio Macri del líder ruso.

Imagen 9. MMLPQTP - Género partitura, soporte papel



Fuente: <https://soundstudies.files.wordpress.com/2018/06/mmlpqtp.jpg?w=618&h=299>

¹¹ Carlón (2022) sistematizó tres direcciones de la circulación hipermediática: la comunicación descendente, que va desde los medios masivos hacia los medios y telefonía digitales. La ascendente, que va desde los medios y la telefonía digitales hacia los medios masivos (como los imemes en torno del hilo Larreta como el señor Burns que acabamos de ver, surgidos en redes sociales y retomados por medios de comunicación masiva). Y la horizontal (interior a cada sistema). Fraticelli (2023) incorpora otra dirección, muy importante para observar los intercambios comunicacionales dentro y fuera de las instituciones y colectivos, la transversal, que se da dentro y fuera de cada sistema o colectivo. Esta permite dar cuenta de las transformaciones históricas producidas con la hipermediatización, en relación con las instituciones y colectivos.

¹² Véase: <https://www.youtube.com/watch?v=BUA-G-idK4U>

Imagen 10. MMLPQTP interpretado en piano por Vladímir Putin. Género canción, soporte video



Fuente: RUPTLY (28/2/18) – YouTube: <https://www.youtube.com/watch?v=2tOpr2zTrjk> Putin

Notemos cómo las nuevas condiciones políticas imprimen sus huellas en la siguiente pieza gráfica, que registra cambios en el nivel del emplazamiento y del texto escrito. Esta vez, “MMLYQTP” (Mauricio Macri La Yuta Que Te Parió), surge en el marco de la serie de reclamos por la igualdad de géneros, el fin de los femicidios y la interrupción voluntaria del embarazo (Ley 27.610, sancionada en 2020), impulsados por colectivos feministas que cuestionaron el término ‘puta’ y lo cambiaron por ‘yuta’ (Imagen 11).

Imagen 11. “Mauricio Macri La Yuta Que Te Parió”



Fuente: @leandrohilarios (8/10/19) - <https://www.instagram.com/p/B509PbFgD7z/>

Como se puede ver, las características semióticas del imeme facilitan sus posibilidades de proliferación debido, en gran parte, a la acción mediadora de las hiperaudiencias. En este sentido, resulta valiosa la distinción que establece Cingolani (2021), apoyándose en Latour (2008), entre *mediador e intermediario*.

En tanto que la acción de un mediador es imprevisible (“Los mediadores transforman, traducen, distorsionan y modifican el significado o los elementos que se supone que deben transportar”), un intermediario, por el contrario, opera causalmente: “transporta fuerza o significado sin transformación” (Latour en Cingolani, 2021, p. 14). Esta contrastación ayuda a diferenciar la replicación de un virus (intermediario biológico) del modo de la replicación de un meme (mediador cultural) en la medida en que opera como interpretante del acontecer social. De esta manera, como toda idea que surge de una mediación intelectual y normativa entre un signo y su objeto, la idea que transporta un imeme se renueva en cada réplica, abriéndose a nuevos infinitos, en un sistema de diferencias, como bien nos enseñaron Peirce y Verón.

5. LA PROLIFERACIÓN COMO RASGO DISTINTIVO

Como acabamos de ver, dada su índole reticular y disipativa, la vida de un imeme depende de que continúe circulando, reenviado, reversionado, por vía de los diferentes operadores de interacción hipermediática (comentar, retweetear, compartir), lo que no sólo amplifica la circuación sino también las cadenas de interacciones. A diferencia de otros géneros que se estabilizan en un soporte, el imeme no se detiene. Su destino es escapar. Cuando se lo atrapa, ya es pieza de museo o archivo¹³. Pero, ¿qué es lo que los hace proliferar?

Muchas explicaciones se han dado inspiradas en el neoevolucionismo biológico, corriente que, como hemos visto, supone preconceptos muy distorsivos acerca del proceso de transmisión cultural. Contrariamente, desde el prisma de la sociosemiótica, el poder de los imemes no es epidemiológico sino discursivo.

La proliferación puede explicarse, nuevamente, en el registro de la operatoria peirceana (Peirce, 1974; Verón, 1993). Desde este fundamento, en cuanto a las operaciones primeras, los imemes proliferan porque vehiculizan imágenes que sintetizan ideas, relaciones, emociones y percepciones que resultan difíciles de expresar de otros modos. Junto a esto, cuando los observamos desde el punto de vista de la secundidad, podemos notar un nutrido despliegue de conexiones que se dan en los niveles textual, hipertextual, intertextual e intersujetos. En el nivel textual, los imemes son excelentes indicadores de acontecimientos socialmente relevantes; son como alertas para llamar la atención. Su composición retórico-enunciativa desautomatiza nuestra percepción produciendo un

¹³ Los sitios web como, por ejemplo, Know Your Meme, se dedican precisamente a encontrar los memes princeps, a recopilarlos y reconstruir las variantes a través de esas filiaciones.

extrañamiento acerca de situaciones que de otro modo pasarían desapercibidas. De este modo, amplifican el alcance de sucesos y personajes importantes e incluso nimios o insólitos. Por otra parte, los imemes contienen operadores de contacto, pivotes del funcionamiento indicial que activan la red de reenvíos regidos por la regla metonímica de contigüidad (Verón, 1993), desencadenando *espontáneamente* cascadas de réplicas que son gustadas, comentadas, compartidas, propagadas y recreadas. Por su parte, en el nivel de la *hipertextualidad*, los imemes ponen en relación un texto B o hipertexto con un texto A, preexistente o hipotexto (Genette, 1989). En el nivel intertextual también establecen asociaciones entre textos que convocan la participación colaborativa de los interactores, a la vez que refuerzan las identidades y los vínculos entre ellos, sobre la base de gustos y enciclopedias compartidos. Los imemes activan, en este nivel, el contacto y la memoria cultural, mediática y afectiva, al traer al presente sentidos nuevos desde sustratos discursivos recuperados de otros espacios y tiempos. El humor (en el sentido general de lo risible), aunque no es un rasgo constitutivo, es un atributo muy frecuente que no sólo incide en el número de reproducciones, sino que además opera fomentando los vínculos de complicidad (Fratelli, 2023, p. 146).

Por último, desde la perspectiva de la terceridad, encontramos la matriz de los hábitos interpretativos y reglas de acción que los imemes generan en tanto claves de acceso conceptual y práctico. En este sentido, actúan como interpretantes que no sólo comunican ideas que se traducen en sensaciones o contenidos, sino también prescripciones de lectura implícitas en clave de un lenguaje performativo que motiva las nuevas versiones y remixes. Es decir, si la idea que retoma un imeme es significativa para su entorno, circulará y proliferará sin necesidad de enunciados compulentes. Esta cualidad autorreferencial, que forma parte de su naturaleza autopoietica, es lo que llama la atención del imeme sobre sí mismo, como si fuera una invitación implícita a compartir.

En síntesis, la multiplicación de los imemes es espontánea y no corresponde medirla en amplitud para establecer parámetros de éxito, sino en su potencialidad. Esto es así no sólo porque la multiplicación memética depende de las situaciones y los contextos cambiantes en espacio, tiempo e intersubjetividades (Cingolani, 2021), sino porque lo que los genera y magnifica es la acción colectiva. El alcance discursivo de los imemes les permite construir relaciones sociales en espacios *online* e, inclusive, *offline* entre sujetos que recuerdan, crean y conversan (Wiggins, 2019, p. 21). Es precisamente su capacidad de replicación la que los hace agentes de proliferación de sentido, contacto y memoria¹⁴.

¹⁴ A tal punto apelan a la memoria colectiva que Viktor Chagas (2020) da cuenta de un Museo de memes (#MUSEU-deMEMES), resaltando el lugar que ocupan en la cultura contemporánea como nuevas formas de preservar la memoria cultural. Véase, a modo de ilustración: <http://museudememes.com.br> - <https://museudememes.com.br/> - <https://www.facebook.com/MUSEONACIONALDELMEME> - "MEME Museum" de Hong Kong.

6. CONCLUSIÓN

La naturaleza de los imemes es la replicación y su semiosis responde a las leyes de la proliferación. Pero esto no justifica que sean sinónimo de *mimesis* y viralidad. El modelo biológico evolucionista instalado por Dawkins (2002), si bien tuvo el mérito de identificar un objeto antes ignorado e inaugurar una trayectoria de estudios en la materia, tuvo el efecto no deseado de imponer la reproductividad mimética como prototipo de la producción cultural. Así como la lingüística, en su momento inaugural, impuso el concepto de estructura a todo el arco de las ciencias humanas y sociales, el neoevolucionismo consolidó la *mimesis* como modelo general para el estudio de los memes y al gen como su ejemplar típico.

Espero haber demostrado en este trabajo que ese modelo no sólo es contraindicado para despejar la complejidad de los géneros contemporáneos, sino que constituye un verdadero obstáculo para la comprensión de la mediatización y la evolución cultural. Desde este fundamento, propuse un abordaje orientado hacia una teoría de la diferencia y no de la repetición¹⁵, porque los imemes se repiten difiriendo, como todo signo o representamen de un objeto, a través de sus interpretantes. Una interpretación nunca es definitiva porque su poder de reinvenición y regeneración nunca se agota. Las diferencias son indomables, persisten a través de las reiteraciones porque las condiciones y los contextos cambian.

Argumenté que los imemes son un género discursivo que retoma, como un *crochet*, materias significantes diversas, cuya iconicidad permite establecer semejanzas con aquello a lo que refieren, y que, sobre esta base, multiplican nuevas cadenas de sentido sobre un mismo objeto, actuando a la vez como marcadores de relevancia social y operadores de contacto intersujetos. De ahí el carácter performativo de la interacción que provocan. Definí a los imemes como dispositivos abiertos e incompletos, y sostengo que dicha *incompletud* es productiva y es la clave para comprenderlos como la replicación de una idea que se transforma en cada iteración, del mismo modo que la acción mediadora del interpretante transforma la idea que es su objeto al suceder en diferentes variantes. La conjunción de estas lógicas, en las tres dimensiones de la semiosis, converge en una poderosa operatoria que explica en gran medida, las condiciones de la circulación y la proliferación de los imemes.

Para afrontar la complejidad de los imemes, su lógica no lineal y contingente, probablemente sea la teoría de los sistemas complejos adoptada por Verón (2013) –al incorporar la autopoiesis al entendimiento de la mediatización– la que nos posibilite, en futuras investigaciones, explicar mejor el mecanismo que hace que un imeme funcione como un sistema autopoietico

¹⁵ Se ha insistido a lo largo de este análisis en la noción de diferencia, adoptada como recurso explicativo tanto por Derrida (1968) en el doble sentido de *différence* y *différance* (distinguirse de algo y prorrogarse), como por Deleuze (2002) y por Verón (1993), para quien la diferencia es otro nombre del desfase y la circulación del sentido.

y autoorganizativo que presenta sus propias condiciones de circulación, como una operación incesante.

Para terminar, tal como lo expresa Cingolani (2021), la mediatización produce sociedad no como repetición sino como transformación, y las transformaciones se pueden observar en dos grandes operatorias: memoria y contacto. Así como la imprenta abrió la masividad “produciendo memoria con objetos clonados” (p. 50), en la actualidad -sigue el semiólogo- las mutaciones en las operatorias de la memoria y el contacto las produce principalmente la Red, dado que es el soporte de memoria más portentoso que haya concebido jamás la humanidad. Así, es dable aventurar que los imemes parecen haber captado estos preceptos, contribuyendo, por añadidura, a consolidarlos. En efecto, si lo social es un “sistema que se reproduce autopoieticamente a través de actos de comunicación” (Verón, 2013, p. 30), llevado a otra escala, la Red y algunos de sus géneros, como los imemes, parecen seguir lógicas isomórficas, en tanto poderosos agentes de proliferación de memoria y contacto.

REFERENCIAS

- Apter, E. (2019). Alphabetic Memes: Caricature, Satire and Political Literacy in the Age of Trump. *October Magazine*, 170(4), pp. 5-24. DOI: https://doi.org/10.1162/octo_a_00366
- Ardini, C. & Caminos, A. (Eds.) (2019). *#MMLYQTP. Algo más que el Hit del verano*. Córdoba: Equipo Experiencias Transmedia.
- Bajtín, M. (1999). El problema de los géneros discursivos. En *La estética de la creación verbal* (pp. 248-293). Madrid: Siglo XXI.
- Bitonte, M. E. & Canedo, N. (2024). La política hipermediatizada o la continuación de la guerra por otros memes. En *Actas del XI Congreso Argentino de Semiótica, "Intervenciones semióticas. Focalizar, transformar, expandir"*, Asociación Argentina de Semiótica, Universidad Nacional de las Artes, Ciudad Autónoma de Buenos Aires, Argentina. Mimeo. En prensa
- Bitonte, M. E. & Gurevich, A. (2022). Aislamiento social, preventivo e indicial. Pedagogía viral del contacto. *deSignis* 37, pp. 151-164. DOI: <http://dx.doi.org/10.35659/designis.i37p151-164>
- Bitonte, M. E. & Siri, L. (2022). Mediatización de la pandemia a través de memes de Internet. Construcción semiótica de espacios y temporalidades sociales. En *Interacciones mediatizadas: contactos y vínculos antes y durante la pandemia* (pp. 128-160). Rosario: UNR Editora.
- Bitonte, M. E. (2024). Los memes como fenómenos de retoma cultural. Una perspectiva semioantropológica. En Del Coto, M. R. (Comp.), *Medios y retomas III: reescrituras en tiempos de convergencia*. Ciudad Autónoma de Buenos Aires: Biblos.

- Blackmore, S. (2000). *La máquina de los memes*. Ciudad Autónoma de Buenos Aires: Paidós.
- Canedo, N. & Urbanitsch, V. (2024). Desde y hacia la política. Los memes de Internet en la nueva circulación de sentido sobre lo público. En Del Coto, M. R. (Comp.), *Medios y Retomas III: reescrituras en tiempos de convergencia*. Ciudad Autónoma de Buenos Aires: Biblos.
- Canedo, N. & Urbanitsch, V. (s/d). *No importa cuándo leas esto. Algunas consideraciones para el análisis semiótico y comunicacional de los memes de internet* (manuscrito en progreso). Recuperado de: https://www.academia.edu/50277075/No_importa_cu%C3%A1ndo_leas_esto_Algunas_consideraciones_para_el_an%C3%A1lisis_semi%C3%B3tico_y_comunicacional_de_los_memes_de_internet_1_por_Nicol%C3%A1s_Canedo_y_Ver%C3%B3nica_Urbanitsch
- Canedo, N., Urbanitsch, V. & Sierra, D. (2020). Llorando en el Colón: retomas discursivas del G-20 en los Internet memes. En *Actas del XIV Congreso Mundial de Semiotica* (pp. 19-36). International Association for Semiotic Studies y Asociación Argentina de Semiótica, Universidad Nacional de las Artes, Ciudad Autónoma de Buenos Aires, Argentina.
- Cannizzaro, S. (2016). Internet memes as internet signs: A semiotic view of digital culture. *Sign Systems Studies*, 44(4), pp. 562-586.
- Carlón, M. (2022). A modo de glosario. En *deSignis* 37, pp. 151-164. Recuperado de: <https://www.designisfels.net/publicacion/i37-mediatizacion/>
- Chagas, V. (Ed.) (2020). *A cultura dos memes: aspectos sociológicos e dimensões políticas de um fenômeno do mundo digital*. Salvador de Bahia: Editora de la Universidad Federal de Bahia.
- Cingolani, G. (2021). ¿Qué se transforma cuando hay mediatización? En Biselli, R. & Valdetaro, S. (eds.), *10 años del CIM en sus textos: estudios sobre mediatización* (pp. 36-55). Rosario: UNR Editora.
- Dawkins, R. (2002). *El gen egoísta*. Barcelona: Salvat.
- Deleuze, G. (2002). *Diferencia y repetición*. Ciudad Autónoma de Buenos Aires: Amorrortu.
- Derrida, J. (1968). *Teorie d' ensemble*. Paris: Seuil.
- Fernández, J. L. (2021). *Vidas mediáticas*. Ciudad Autónoma de Buenos Aires: La Crujía.
- Fratlicelli, D. (2023). *El humor hipermediático. Una nueva era de la mediatización reidera*. Ciudad Autónoma de Buenos Aires: Teseo.
- Genette, G. (1989). *Palimpsestos. La literatura en segundo grado*. Madrid: Taurus.
- Jenkins, H. (2009). If It Doesn't Spread, It's Dead (Part One): Media Viruses and Memes. *Pop Junctions* Recuperado de: http://henryjenkins.org/blog/2009/02/if_it_doesnt_spread_its_dead_p.html

- Jost, F. (2023). *Dígalos con memes. De la parodia al mundo digital*. Ciudad Autónoma de Buenos Aires: La Crujía.
- Kapferer, J. N. (1989). *Rumores. El medio de difusión más antiguo del mundo*. Ciudad Autónoma de Buenos Aires: Emecé.
- Kien, G. (2019). *Communicating with Memes: Consequences in Post-truth Civilization*. London: Lexington Books.
- Knobel, M. & Lankshear, C. (2007). Online memes, affinities, and cultural production. *A new literacies sampler*, 29, pp. 199-227.
- Lakoff, G. (1990). *Women, Fire and dangerous Things. What categories reveal about the mind*. Chicago-London: The University of Chicago Press.
- Maestri, M. (2021). Sobre las hiperaudencias. En Iselli, R. & Valdetaro, S. (eds.), *10 años del CIM en sus textos* (pp. 179-191). Rosario: UNR Editora.
- Marino, G. (2020). Semiótica de la propagabilidad: un enfoque sistemático de las imágenes virales a través de Internet. *La Tadeo Dearte*, 6(6), pp. 22-55.
- Peirce, C. (1974). *Collected Papers of Charles Sanders Peirce*. Cambridge: Harvard University Press.
- Perelman, C. y Olbrechts Tyteca, L. (1989). *Tratado de la argumentación. La nueva retórica*. Madrid: Gredos.
- Shifman, L. (2014). *Memes in Digital Culture*. Boston: MIT Press.
- Steimberg, O. (2005). *Semiótica de los medios masivos. El pasaje a los medios de los géneros populares*. Ciudad Autónoma de Buenos Aires: Atuel.
- Traversa, O. (2001). Aproximaciones a la noción de dispositivo. *Signo y Seña*, 12, pp. 231-247. Recuperado de: <http://revistascientificas.filo.uba.ar/index.php/sys/issue/view/451>
- Vélez Herrera, J. I. (2015). Influyendo en el ciberespacio con humor: imemes y otros fenómenos. *Versión. Estudios de Comunicación y Política*, 35, pp. 130-146. Recuperado de: <https://versionojs.xoc.uam.mx/index.php/version/article/view/602/598>
- Verón, E. (1993). *La semiosis social*. Barcelona: Gedisa.
- Verón, E. (1995): Semiosis de lo ideológico y del poder. En *Semiosis de lo ideológico y del poder. La mediatización*. Ciudad Autónoma de Buenos Aires: Facultad de Filosofía y Letras-UBA.
- Verón, E. (2004). Ideología y comunicación de masas. Sobre la constitución del discurso burgués en la prensa semanal. En *Fragmentos de un tejido* (pp. 71-109). Ciudad Autónoma de Buenos Aires: Gedisa.

Verón, E. (2013). Lógicas sistémicas sociales y socioindividuales. En *La semiosis social* 2 (pp. 291-303). Ciudad Autónoma de Buenos Aires: Paidós.

Wiggins, B. (2019). *The Discursive Power of Memes in Digital Culture: Ideology, Semiotics and Intertextuality*. New York: Routledge.

Yus, F. (2018). Identity-related issues in meme communication. *Internet Pragmatics*, 1, pp. 113-133.

* Contribución de autoría: la conceptualización y el desarrollo integral del artículo fue realizado por la autora.

* Nota: el Comité Académico de la revista aprobó la publicación del artículo.

* El conjunto de datos que apoya los resultados de este estudio no se encuentran disponibles para su uso público. Los datos de la investigación estarán disponibles para los revisores, si así lo requieren.



Artículo publicado en acceso abierto bajo la Licencia Creative Commons - Attribution 4.0 International (CC BY 4.0).

IDENTIFICACIÓN DE LA AUTORA

María Elena Bitonte. Magister en Comunicación y Cultura, Universidad de Buenos Aires (Argentina). Docente-investigadora, Universidad de Buenos Aires y Universidad Nacional de Moreno (Argentina). Miembro, Comisión Directiva, Asociación Argentina de Semiótica (Argentina). Miembro, Centro de Investigaciones en Mediatizaciones, Universidad Nacional de Rosario (Argentina). Sus áreas de investigación son la semiótica de los medios, el análisis del discurso, la alfabetización semiótica, la pedagogía de la lectura y la escritura, los géneros de graduación y las prácticas educativas académicas. Es autora de artículos, libros, capítulos y materiales didácticos en dichas especialidades. Sus últimos trabajos versan sobre los procesos de mediatización y los memes en Internet y la cultura digital.

Captura de la mirada en el capitalismo cibernético

Capturing the gaze in cybernetic capitalism

Captura do olhar no capitalismo cibernético

DOI: <https://doi.org/10.18861/ic.2024.19.2.3846>

► DIEGO LIZARAZO ARIAS

diegolizarazo@hotmail.com - Ciudad de México - Universidad Autónoma Metropolitana, México.

ORCID: <https://orcid.org/0000-0002-9770-3700>

CÓMO CITAR: Lizarazo Arias, D. (2024). Captura de la mirada en el capitalismo cibernético. *In Mediaciones de la Comunicación*, 19(2). DOI: <https://doi.org/10.18861/ic.2024.19.2.3846>

Fecha de recepción: 25 de abril de 2024

Fecha de aceptación: 12 de septiembre de 2024

RESUMEN

La mirada se ha convertido en objeto de usufructo en el contexto de un capitalismo contemporáneo con la capacidad de convertir a los usuarios digitales en productores del contenido que enriquece a los grandes corporativos posmediales. Una especie de plusvalía escópica que hoy tiene la potencialidad, con el metaverso, de capturar el cuerpo. El nodo articulador de este sistema se produce en lo que llamo *estructura tecnológica de recursividad negativa de la imagen de sí*, que radica en el uso de las redes y los sistemas para encarar el dolor

psíquico que las propias redes y los sistemas producen. Esta espiral negativa es la forma principal de captura del sujeto, potenciada en el horizonte del metaverso como captura radical del cuerpo propio.

PALABRAS CLAVE: *capitalismo cibernético, captura de la mirada, estructura tecnológica de recursividad negativa de la imagen de sí, plusvalía escópica.*

ABSTRACT

The gaze has become an object of usufruct in the context of a contemporary capitalism with the capacity to convert digital users into producers of content that enriches the large post-media corporations. A kind of scopic surplus value, which today has the potential, through the metaverse, to capture the body. The nodal articulator of this system lies in what I call the technological structure of negative recursivity of the self-image, which resides in the use of networks and systems to confront the psychic pain that the networks and systems themselves produce. This negative spiral is the main form of subject capture, potentiated on the horizon of the metaverse as a radical capture of one's own body.

KEYWORDS: *cybernetic capitalism, the capture of the gaze, the technological structure of negative recursivity of the self-image, the scopic surplus value.*

RESUMO

O olhar tornou-se objeto de usufruto no contexto de um capitalismo contemporâneo com a capacidade de transformar os usuários digitais em produtores de conteúdo que enriquecem as grandes corporações pós-midiáticas. Uma espécie de mais-valia escópica, que hoje tem o potencial, com o metaverso, de capturar o corpo. O nó articulador desse sistema ocorre naquilo que chamo de *estrutura tecnológica de recursividade negativa da*

imagem de si, que reside no uso das redes e sistemas para enfrentar a dor psíquica que as próprias redes e sistemas produzem. Essa espiral negativa é a forma principal de captura do sujeito, potencializada no horizonte do metaverso como captura radical do próprio corpo.

PALAVRAS-CHAVE: *capitalismo cibernético, captura do olhar, estrutura tecnológica de recursividade negativa da imagem de si, mais-valia escópica.*

1. INTRODUCCIÓN

En este artículo me interesa proponer una perspectiva reflexiva, analítica y crítica de la condición de la mirada en el horizonte tecnológico digital que el capitalismo de nuestro tiempo produce. Dicha condición puede caracterizarse como *captura de la mirada*, lo que significa disponer la capacidad de ver y sus posibilidades en función de los intereses económicos y simbólicos de las fuerzas corporativas que dominan nuestro horizonte sociohistórico, es decir, hacer de la mirada una fuente para extraer su plusvalía. Dar cuenta de ello exige tres analíticas, que aquí realizo sintéticamente: apuntar la transformación cibernética del capitalismo contemporáneo, explicar el dispositivo fundamental que dicho capitalismo utiliza para capturar la mirada (capturar la mirada es una forma de captura del sujeto), al cual llamo *estructura tecnológica de recursividad negativa de la imagen de sí*, y mostrar que la perspectiva de establecimiento del *mundo metavérsico* implicada en la transformación cibernética del capitalismo prosigue como captura del cuerpo.

Dar cuenta de esta secuencia analítica exige un desarrollo amplio que, por las condiciones de acotamiento que los modelos de publicación científica imponen, no puede darse en su totalidad. Por ello el artículo se desarrolla de forma muy concisa, en una narrativa apretada. No obstante, procuro elaborar con precisión los argumentos y enraizarlos en diversas investigaciones empíricas. Para ello, es necesario incluir una serie de conceptos nuevos (algunos de los cuales he desarrollado en otras publicaciones) que me parecen necesarios para comprender las implicaciones de lo que hoy está ocurriendo con la mirada. Por las razones antes señaladas, estos conceptos también se presentan de forma acotada. En ese marco, presento el concepto de *mirada matriz* para exponer tanto los procesos de establecimiento de una forma dominante de ver que obtiene resultados de orden político –apunta a una dominación simbólica de la visión– y económicos –produce una *plusvalía escópica*–. Ello permite plantear que la acción fundamental que los grandes corporativos mediáticos realizan, como fuerzas principales de la mirada matriz, es la de construir la mirada social. Pero el *capitalismo cibernético* hace algo más que eso, y en ello dispongo, a partir de los planteamientos de Boris Groys (2015) sobre el diseño de la modernidad tardía como forma volcada al diseño de sí mismo (con su alta implicación estética), lo que llamo *expansión ontológica* del diseño: la exigencia de que las personas realicen procesos de rediseño de sí, para el cual, dicho capitalismo ofrece y generaliza los recursos. Con ello este capitalismo cibernético logra, justamente, que el sujeto se ofrezca sin reticencias a ser usufructuado. Es decir, la disposición de poblaciones completas produciendo sin resistencia el contenido simbólico que producían los sistemas mediales. El motor de dicha productividad es la *estructura tecnológica de recursividad negativa de la imagen de sí* ya señalada.

2. CAPITALISMO CIBERNÉTICO

El capitalismo contemporáneo produce una transfiguración, a la que llamo cibernética, que puede caracterizarse por cuatro mutaciones fundamentales:

1. Su nueva condición expandida, consistente en el desbordamiento de los límites de generación de plusvalía de los campos de la producción a los campos del consumo, que ahora implican una suerte de plusvalía recargada, consistente en usufructuar a los usuarios de los sistemas digitales. Los sistemas bancarios, por ejemplo, en su desplazamiento a la digitalización, nos han convertido en sus empleados cibernéticos: los cajeros y operadores (quienes abren cuentas, manejan el dinero, prestan servicios financieros., etc.), están ahora a cargo nuestro. Ser cliente es también, ser un trabajador del banco, pero sin retribución por ello. Producimos una plusvalía que no se nos paga.
2. Su capacidad de desplazar la propiedad de los medios de producción a los trabajadores y quedarse con la plusvalía que ellos generan. Sorprendente proceso que contravía la doxa clásica marxista que supone que la propiedad de los medios de producción constituye el pilar en el que se establece la explotación. Cuando menos podemos decir que con esta mutación, el campo inmediato de los medios de producción lo poseen los trabajadores, pero su detentación no implica la recuperación del excedente económico que con ellos se produce. El excedente pasa a quien posee y controla un nuevo medio: el sistema informático (o la plataforma) que controla de forma intangible la relación entre el producto (o servicio) y sus clientes. El trabajador de Uber pone el medio de producción: su automóvil, se hace cargo de los gastos de mantenimiento y sustitución, pero el plusvalor no se queda en él, sino en el corporativo que posee la plataforma informática. Es como si dicho sistema se apropiara, no de los medios de los trabajadores, sino de la *capacidad* que dichos medios tienen, además de la plusvalía que con ellos genera el trabajador. No ocurre algo distinto con el usuario de Instagram o Facebook que, como se verá, produce el contenido que detentan estas corporaciones, el *smartphone* o la tableta que utiliza le pertenecen, pero su capacidad productiva de imagen está al servicio de la corporación que lo captura.
3. Su capacidad de reprogramar los entes para que se den, a sí mismos, como fuente de obtención de ganancia. Esta reestructuración tiene una forma ontológica: el ser se entrega para ser como el sistema requiere, de tal forma que permita su disposición totalmente dúctil, sin rozamiento ni resistencia. *Re disposición* que, para la mirada, opera como captura psíquico-simbólica. Es decir, como adecuación de la mirada para que consuma y produzca lo que el corporativo requiere (aquello que enriquece a Facebook o Instagram: informaciones, experiencias y sentidos).

4. Su capacidad de generar una nueva capa de realidad que le permite disponer de un campo abierto y pleno para su creación de riqueza, un mundo nuevo armado ya para su disposición. Hoy ese mundo se monta tendencialmente como diversos campos virtuales a los que se llama metaversos.

Como señala Bolívar Echeverría (2005), en el capitalismo procede una secuencia sistémica (un *trend*) “que ha cambiado gradualmente la posición principal en la apropiación de la renta, llevándola del campo de los señores de la tierra hacia el campo de señores de la tecnología” (p. 19), y es, con la tecnología, donde el capitalismo ha producido los dispositivos fundamentales de la transfiguración cibernética de la que hablo. En lo que refiere al usufructo psíquico del sujeto, es decir, a la captura de su mirada, son los grandes aparatos de comunicación posmedial, los dispositivos clave de su disposición y usufructo.

3. LA MIRADA MATRIZ Y SUS RENTABILIDADES

En los últimos años se viene gestando un campo de interrogaciones y de producción de conceptos en torno a la configuración de la mirada, no como estructura fisiológico-perceptiva, sino como sistema social de encuadramiento y generación del ver. La mirada como marco de visibilidad y como esquema cultural de organización de lo visible¹. En otros lugares he procurado dar cuenta de dicha instancia de la propia percepción y la intelección visual como *mirada matriz*, es decir, como sistema estético-político de generación de miradas que gobierna los límites de lo visible, sus significaciones y sus sentidos (Lizarazo, 2024). En particular he reparado en las formas en que las matrices sociopolíticas de la mirada establecen dos cuestiones clave: la región de lo visible (aquello que entra en el foco de atención y aquello que se excluye y elimina) y las jerarquías otorgadas a los seres y los entes por dicha estructura de encuadramiento². El trabajo de Judith Butler (2010), por ejemplo, respecto a lo que llama *marcos de guerra* muestra la diferenciación que un determinado marco político y civilizatorio hace entre seres valiosos y series despreciables, incluso al punto de incluir o excluir a quienes

1 Hans Belting (2012) ha mostrado, en sus investigaciones históricas, algunos de los dimensionamientos de esa mirada cultural que establecen márgenes de lo visible, y, por tanto, que también deja zonas de invisibilidad. En particular en Florencia y Bagdad muestra la diferencia entre los admisibles visuales de oriente y occidente, en el contexto previo a la producción de la revolución del Renacimiento, que significó el invento florentino de la perspectiva. La perspectiva europea solo fue posible por la matemática árabe que le daba su fundamentación. En un caso, el florentino, perspectiva que produjo una imagen del mundo como campo figurativo; en otro caso, el árabe, una perspectiva que daba cuenta no de los objetos visuales, sino de la propia luz. En la primera mirada una perspectiva figurativa de los objetos en un plano visual ordenado según la relación entre un punto de observación y un horizonte imaginario; en la segunda mirada una geometría de la pura luz que evocaba el pensamiento divino.

2 Los linderos histórico-culturales entre lo visible y lo invisible han sido abordados por la semiótica clásica que muestra las relaciones entre códigos de percepción y códigos de representación visual (Eco, 2011), y la historia de la percepción artística que muestra las variaciones de visibilidad en diversos momentos y corrientes de representación artística (Gombrich, 2023).

pertenecen o no al campo de lo humano. Me propongo entonces dar cuenta de algunos aspectos significativos de lo que considero la forma en que, en el contexto contemporáneo de digitalización capitalista de la vida social, se establece una mirada cibernética que radica en hacer de la mirada de las personas una fuente prima de usufructo rentable y, a la vez, un medio para su captura biopolítica.

En la sociedad contemporánea, la mirada es objeto de disputa, lo ha sido en la sociedad de los medios y lo es también en el campo de las comunicaciones posmediales. Se trata, propiamente, de una captura: atrapar la mirada de las personas, conquistar o colonizar sus formas de ver para obtener una sofisticada plusvalía de sus necesidades escópicas. En ello está la base de la riqueza de los corporativos de comunicaciones de nuestro tiempo (Dellato, 2023). Shobhit Seth (2022) señala que las industrias de medios y comunicaciones hoy articulan publicidad, televisión, cine, radio, y redes sociales, de tal forma que no se trata solo de diversificar el negocio, sino de manejar la mayor parte de los campos de atención de las personas. Como muestra Tim Wu (2016a), hay un esquema de negocio sustentado en capturar, mantener y vender la atención humana: diversión gratuita (que en realidad no lo es), que pide a sus usuarios, a cambio, atender informaciones sobre anunciantes y productos, a los cuales se les ha vendido la atención de dichas personas. Así Apple alcanzó, en el 2022 una capitalización de 2,74 billones de dólares con servicios como Apple Music, Apple TV y Apple News. Walt Disney para ese mismo año capitalizó cerca de 238 mil millones de dólares con áreas como redes de medios, producción de estudios de cine, radio, televisión, así como medios interactivos y videojuegos; Comcast capitalizó mil millones de dólares con deportes, noticias, contenidos de cine, televisión y servicios de Internet; y Netflix, por último, alcanzó 152 mil millones de dólares fundamentalmente por la membresía a sus contenidos de *streaming* (Seth, 2022).

Al contrario de lo que suele pensarse, con el desarrollo tecnológico de los últimos decenios, no hay una mayor democratización de las comunicaciones. Desde los noventa se perfila un proceso continuo de alta concentración de los medios globales. Según refiere González Pazos (2019), para *Reporteros sin Fronteras* en 1983 el 90% del sector mundial de comunicaciones estaba controlado por 50 empresas, mientras que para el 2011 solo seis corporativos acaparaban cerca del 80% de todo el campo de las comunicaciones globales: Time Warner, Disney, NewsCorp, NBC Universal, Viacom y CBS. Aproximadamente 9,000 emisoras de radio, 1,500 cadenas de televisión, 1,500 periódicos, 1,100 revistas y 2,400 editoriales³ acopiadas por estas compañías.

³ Estos corporativos son lo que en la jerga económica se denomina holdings, es decir, empresas de empresas. Hay una suerte de empresa matriz que posee las acciones en su totalidad o una mayoría sustancial, de tal forma que logra el control de todo el grupo. Es importante tener presente que estas estructuras capitalistas controlan o buscan controlar tres componentes: a) la producción de contenidos, b) las redes de distribución (Internet, cable, etc.); y c) los dispositivos (smartphones, tabletas, computadores) como ocurre con Apple.

Hay dos equivocaciones usuales en torno a la relación de los medios con la sociedad:

- A. Suponer que los medios son solo corporaciones económicas. Entenderlos únicamente como empresas es una visión muy pobre e inocente. Su papel está mucho más allá del campo puramente económico, como señala Tim Wu (2016b): “En una industria de la información, el costo del monopolio no debe medirse en dólares solamente. También debemos considerar su efecto sobre la economía de las ideas y las imágenes” (p. 97). Pero es preciso ir más lejos. El poder más relevante de las corporaciones comunicacionales radica en su capacidad de construir una mirada y con ello una concepción de los fenómenos históricos, de convocar las conversaciones capitales del espacio social; de definir las principales agendas públicas, así como de producir un discurso y una axiología sobre la forma en que deben abordarse los problemas colectivos. Es decir, su principal poder radica en la construcción de la mirada matriz. Las estructuras comunicativas dominantes construyen la principal narrativa de los acontecimientos sociales, y cuentan con actores mediáticos que fungen como enunciadorees en todos los campos de la vida: respecto a lo que se considera relevante, a la economía y sus procesos, a la educación, a la cultura, a la psicología. Por ello la semántica dominante de nuestro tiempo tiende a ofrecer el capitalismo como solución a los problemas cruciales que ha producido el capitalismo. Dos ejemplos a la mano: el abordaje de la crisis ambiental y los procesos de adopción de tecnologías informáticas como política gubernamental. En el primer caso los medios promueven la idea de que la severa crisis medioambiental se solucionará con nuevas tecnologías generadas y aplicadas en las lógicas de los corporativos. La necesidad de una transición energética que permita pasar de un sistema global basado en energías fósiles contaminantes a modelos más sustentables, se narra en dichos discursos, como el tránsito a una “economía verde”. Pero esta economía no es en realidad una solución al caos de contaminación, hiperconcentración de los beneficios, daños a la salud, destrucción ecológica y depredación social; es más bien, como plantea Azamar (2024), una fórmula en la cual los “gigantes corporativos han tomado el timón y dirigen el curso de esta transición de acuerdo con parámetros que maximizan sus ganancias, pero que no necesariamente se alinean con el bien común” (p.17). El cambio a sistemas energéticos basados en litio, por ejemplo, es una falsa solución ya que

la explotación de litio requiere de grandes cantidades de agua, lo que puede causar crisis en las regiones donde se desarrolle, así como daños al ambiente y a la salud de las personas. Además, su producción intensiva genera bióxido de carbono, que contribuye al calentamiento del planeta. (Azamar, 2022, p.13)

En el segundo caso, las corporaciones tecnológicas y el gobierno de Vicente Fox en México (primera década del siglo XXI), plantearon que problemas como la marginación social, el rezago educativo, la inequidad, la pobreza y la falta de infraestructuras de salud, se resolverían a través de un gran programa de dotación de computadoras y redes de Internet, suministradas por compañías privadas, en lo que se llamó *e-México*:

Por eso se proponía explícitamente: ‘cerrar no sólo la brecha digital, sino también la de la educación, salud, acceso a los mercados y la existente con el gobierno, en especial la que prevalece entre el federal y los locales’. Es decir, *e-México* permitiría salvar las diferencias históricas entre los más pobres y los más beneficiados en materia de educación, salud y acceso a las oportunidades económicas; y, por si fuera poco, generaría los puentes de comunicación entre el gobierno federal y los gobiernos municipales. (Lizarazo, 2010, p. 193)

El resultado, se sabe, no fue el cierre de ninguna brecha, sino la decepción generalizada: el rendimiento escolar no mejoró con los programas de dotación de TICS, la marginación social no disminuyó, y las diferencias entre los ricos y los pobres crecieron. También crecieron los millonarios rendimientos de las corporaciones contratadas para *e-México*. Es posible decir, entonces, que, visualizada a fondo, la mirada mediática procura hacer un diagrama ontológico permanente del mundo: define lo que son las personas y sus relaciones, establece las diferencias entre la naturaleza y la sociedad, identifica los seres que componen la realidad y habla continuamente de sus relaciones y sus necesidades. En todo ello, especialmente, el sistema mediático, tiene un poder de representación, interpretación y acción sobre la política y sobre lo político⁴. Ese lugar mediático clave radica en su gran capacidad de construir una mirada de lo político y sus actores, de lo que está en juego en las coyunturas, y en las estructuras de lo social. Y aquí va, entonces, el segundo equívoco usual respecto a los medios: suponer que, en el sentido político, solo tienen un papel en los procesos electorales.

- B. Es equivocado pensar el papel de los medios como puros informantes de lo electoral o como meros tramoyistas que disponen los escenarios para la presentación y discusión de los actores políticos; y también es equivoco pensar que su rol político solo se limita a los periodos electorales. Ambas cosas son erradas. La argumentación que Judith Butler (2010) desarrolló respecto al papel del “periodismo incorporado” durante la Guerra de Irak, es una condición general de las formas mediáticas dominantes

⁴ Es, en dicho sentido que Castells (2012) identifica a los medios como campo de gestación misma de lo político: “El hecho de que la política se desarrolle fundamentalmente en los medios de comunicación no significa que otros factores no sean importantes a la hora de decidir el resultado de las batallas políticas; tampoco que los medios de comunicación ostenten el poder. No son el Cuarto Poder. Son mucho más importantes: son el espacio donde se crea el poder” (p. 262).

en esta modernidad capitalista: los medios *encuadran* la política. La encuadran según sus intereses corporativos, y según los enlaces entre élites políticas y económicas, y al hacerlo, se comportan como actores políticos. Pero quizás el asunto más relevante es que los medios no solo juegan un papel político en los escenarios y momentos rotulados políticamente. Lo hacen todo el tiempo y en todos los temas. Trazan la trama cotidiana del político, dan a lo cotidiano la trama política que requieren sus intereses y alianzas. La acción política mediática no se produce solo en las coyunturas, sino que radica fundamentalmente en trabajar, segundo a segundo, por el establecimiento y reificación de determinadas estructuras políticas de la vida⁵. Así, entonces, el poder mediático es el de construir el sentido social de lo coyuntural y lo estructural.

Estos dos equívocos (A. pensar que los medios solo son corporaciones económicas y B. suponer que solo son informantes de lo político) se superan si entendemos que la acción que fundamentalmente realizan los medios sobre las poblaciones es la de construir su mirada. La capacidad mediática de producir las formas sociales de la mirada es su potencia principal y ello implica rendimientos económicos, y también rendimientos políticos e ideológicos. Por otro lado, la mirada que instituyen y regeneran continuamente no es de orden adyacente o marginal. Su mirada establece las estructuras principales de lo visible, siendo así una de las fuerzas clave en la organización y producción de la *mirada matriz*. Y dicha mirada matriz no es algo abstracto: son posiciones corporativas y financieras, son visiones legislativas y electorales, son definiciones sobre las tecnologías en los transportes, en las comunicaciones, en la medicina privada, en la biotecnología industrial, son posiciones respecto a los movimientos sociales o las migraciones. Y resulta que, en torno a todos estos temas, las diversas posiciones erigidas en los medios y agencias informativas hegemónicas tienden a ser altamente coincidentes (Bagdikian, 2004). En este sentido, estamos bastante cerca de lo que el filólogo ruso Mikhail Bajtín (1989) llamó la *monoglosia*, una mirada monoglósica que se establece bajo la propiedad sobre el aparato público de la enunciación (dinámica histórica en la cual los medios han hecho de la enunciación pública un privilegio y un negocio altamente rentable).

Transversalmente hay una clara inclinación de los medios globales por el capitalismo financiero y por los modelos de desregulación y reducción del papel del Estado ante el mundo corporativo y empresarial (Herman, 2000). Los medios dominantes suelen ser reticentes a los procesos progresistas y las ideas demasiado críticas. La estrategia mediática fundamental es la construcción de una hegemonía

⁵ No hay segmento mediático apolítico. Incluso un comercial publicitario es también político porque instituye/restituye una lógica, una praxis y una axiología de la vida que le resulta propicia para sus fines. Ningún producto puede presentarse sin mundo, el discurso mediático presenta siempre, a la vez, el producto y su mundo. Presenta y promueve un mundo de vida en el que dicho producto o dicho servicio son una necesidad crucial para la vida. Ese mundo de vida es, fundamentalmente, una forma política.

del sentido que se halla tácticamente ligada a los demás poderes capitales de nuestro tiempo: para ello erigen actores, producen crisis, generan polarizaciones, iluminan personajes y acontecimientos y borran y dejan otros en la sombra (Taibbi, 2019). Sobreponen los temas que les benefician y producen zonas de silencio sobre lo que necesitan que se disipe la atención (McChesney, 2000). Producen narrativas sobre los acontecimientos y sobre los actores sociales, construyen la percepción pública y tienen maestría en la construcción de las emociones colectivas. Telmex y Televisa promovieron y apoyaron (y probablemente acordaron) la reforma de telecomunicaciones durante el gobierno de Enrique Peña Nieto (2012-2018) en México, que les permitió ampliar significativamente su poder sobre el mercado. Es conocido que en Estados Unidos los medios han contribuido a que la mirada social sobre el derecho a portar armas beneficie legislativamente a la industria armamentista, al enfocar la atención sobre una concepción individualista y guerrera de la seguridad. Igualmente, en Estados Unidos, durante muchas décadas los corporativos mediáticos han presionado para influir en las políticas de control del tabaco (World Health Organization, 2008), mientras que *The Sun*, *Daily Mail*, y *Daily Express* fueron decisivos en la aprobación del Brexit en Inglaterra.

La mirada matriz es así, construcción del poder y poder que construye las formas dominantes del ver.

4. AUTODISEÑO Y SUBJETIVIDAD DIGITAL

Groys (2015) ha observado una característica central del papel del diseño en la sociedad moderna: su convocatoria a superar las tradicionales distinciones entre contenido y apariencia, de tal forma que, en el proceso de su nueva conformación histórica, el diseño no se pone como algo que recubre la naturaleza de las cosas, sino que se constituye como el principio organizador y constructor de dichas cosas. Tanto las vanguardias del siglo XX como el construccionismo ruso abandonaron la concepción del diseño como práctica ornamental y exterior y se encaminaron a producir un diseño que se dirigiera a las estructuras interiores. Ya no tuvo sentido la distinción entre diseño como elaboración de la apariencia de las cosas, y estructura como configuración de dichas cosas. Ello implicó otra transfiguración definitoria: “El diseño moderno ha transformado la totalidad del espacio social en un espacio de exhibición para un visitante divino ausente, en el que los individuos aparecen como artistas y como obras de arte autoproducidas” (Groys, 2015, p. 33).

La operación de diseño no consiste entonces en realizar una cubierta que esconde o refina una estructura interior cruda, que así sería dispuesta de forma más adecuada para el usuario, como en una máquina o un edificio que guarda sus entrañas. Siendo la estructura maquínica o arquitectónica el objeto mismo de diseño, todo se produce para ser exhibido. La distancia entre producción de la estructura y producción para la exhibición se acorta, hasta prácticamente

deshacerse. Con ello la exhibición se convierte en el principio fundamental de la producción y el mundo deviene en totalidad para ser exhibido⁶. Desde una posición contemplativa (por ejemplo, en sentido kantiano), la sociedad actual no es más que un juego de simulacros (mercancías y espectáculos) que solo encubren el vacío. Para Groys (2015), “esta posición pasa por alto el hecho de que el diseño actual se ha vuelto total, y por lo tanto ya no admite una posición contemplativa y exterior” (p. 32). No se trata entonces de la oposición entre esencia y apariencia diseñada; la oposición misma se desplaza y desaparece porque lo devenido es la extensión del diseño a todas las instancias y lajas del ser. Esto significa que asistimos a un *diseño expandido*, ante el cual los límites consuetudinarios de dicho campo pierden sentido. Tradicionalmente se ha restringido el diseño al campo de los espacios, de los objetos y los sistemas, pero aquí, lo que se advierte es un diseño que se *expande ontológicamente* –esta no es una categoría de Groys (2015)– dado que se orienta al *sí mismo*: “Cada ciudadano del mundo contemporáneo aún tiene que asumir una responsabilidad ética, estética y política por el diseño de sí” (p. 32).

Es preciso señalar dos cuestiones para dar cuenta de la almendra implicada en lo dicho por Groys: I) si el diseño ya no radica en la producción de apariencias, sino en la producción de la estructura del ser, le asiste un carácter ontológico; II) el diseño expandido se despliega como rasgo del mundo contemporáneo, radicado en la exigencia al individuo de diseñarse a sí mismo. Adicionalmente, es preciso indicar que esta condición del diseño, advertida por Groys en el establecimiento de las estructuras estéticas del mundo moderno, solo se realiza plenamente en el nuevo momento que la ciberneticización del capitalismo hace posible, en el sentido que he planteado en la introducción a este artículo⁷.

La oposición estructura /diseño impera aún, en buena parte de la producción del siglo XX, y, cuando menos, en términos simbólicos, la concepción del autodiseño de sí mismo es más o menos extraña en las sociedades medievales⁸. En ellas se despliega un amplio imaginario de la identidad originada en fuentes telúricas, clánicas, incluso sociobiológicas, de tal forma que las narrativas del verdadero ser o del yo verdadero antelan los discursos del diseño de sí mismo. Pero

⁶ El problema principal que se planteaban en la producción de los dispositivos y software de Jobs era el de la relación con el usuario, lo que los ingenieros llaman “usabilidad”: la estética, la ergonomía física y mental como principio fundamental del plan de diseño de los dispositivos que han definido los giros más cruciales de la economía, la sociedad y la política: los computadores personales, los smartphones, las tabletas.

⁷ Naturalmente no estamos ante secuencias de diseño en las que un nuevo modelo deje atrás otros modelos. Varios modelos conviven en un mismo tiempo, pero es posible advertir los dominantes.

⁸ No significa esto que el capitalismo medieval e industrial no promoviese como estrategia mercadológica y de constitución de la sociedad de consumo la idea de autonomía del ser tan propio de la modernidad, pero hay tres razones por las cuales el autodiseño se convierte en dispositivo crucial hasta el horizonte cibernético de la modernidad tardía: 1. Solo hasta el capitalismo cibernético se tuvieron las herramientas y sistemas tecnológicos que hacen tan fehacientemente posible el autodiseño como estructura principal de definición del sujeto. 2. En el mundo medieval e industrial la promoción y uso económico de la autonomía de sí, desplegaba aún un discurso sobre el “verdadero” sí mismo, como si hubiese una esencia natural que había que descubrir y encomiar, con el capitalismo cibernético no hay una verdad escondida de sí mismo que deba buscarse, hay más bien un sistema de recursos tecnológicos para producirse a sí mismo. 3. Especialmente, no tenía el capitalismo aún una forma cibernética que permitiese el usufructo radical de los seres. Hoy la forma cibernética tiene en el autodiseño su dispositivo clave.

es en la sociedad digital, de orden posmedial, allegada de recursos tecnológicos y conformadora de formas supranacionales y deslocalizadas de comunicación, es donde la impronta del autodiseño alcanza sus condiciones de perpetración. La analítica de Groys apunta la extensión del autodiseño, pero no da cuenta de su conexión íntima con la lógica del capitalismo. Por ello no solo se requiere identificar que el diseño ontológico expansivo se cristaliza en el horizonte de la sociedad cibernética, sino que por ella es posible. Es preciso subrayar este sentido faltante en la perspectiva de Groys, en tanto permite identificar las fuerzas de movilización histórica que cristalizan y empujan este devenir. Así, uno de los rasgos cruciales que presenta la transfiguración cibernética del capitalismo, radica en capturar la autogeneración propia del diseño ontológico expandido, para hacerlo objeto de obtención de una plusvalía que estaría dada, en sí misma, como auto donación del ser. La lógica expandida del autodiseño se constituye en la forma estructural que el capitalismo requiere para ingresar en una nueva condición, exacerbada, de producción de riqueza. El núcleo de la cuestión radica en la predisposición del ser para que se autodiseñe como donación de sí. De inmediato hay que señalar que dicho autodiseño se halla enmarcado en los sistemas de producción de sí que el propio capitalismo provee, en las lógicas estéticas, de socialidad y sentido que requiere para su configuración.

Este planteamiento permite entonces dar sentido y explicación al rasgo fundamental de los dispositivos de producción de lo simbólico en el mundo contemporáneo. Para identificarlo, es preciso recordar que la producción comunicativa dominante de nuestro tiempo, en términos esquemáticos, implica dos regiones clave: por un lado, las estructuras hiperconcentradas de generación y usufructo del sentido, producida por un número limitado de corporativos globales, y que referí, con cierto detalle, en la segunda sección de este artículo; y, por otro lado, la producción comunicativa de los propios sujetos sociales, desplegada, principalmente, en aparatos posmediales que se presentan como empresas de tecnología y medios digitales, o de tecnología y redes sociales, o de tecnologías de Internet. Es decir, Meta Platforms Inc. (antes Facebook), Alphabet Inc., Amazon.com.inc., y Tencent Holdings Limited, entre otros.

El capitalismo cibernético provoca el desplazamiento desde la región medial hacia la región posmedial, donde las redes de producción de sentido que emanan de infinitos puntos de generación y se orientan hacia infinitos puntos de asimilación, implican también que sea el sujeto social quien produce el contenido simbólico que, previamente, producían los sistemas mediales⁹. Dicho trayecto no se produce por la innovación técnica per se, sino que es el resultado de la política y

⁹ Los mercadólogos y economistas de las redes llaman CGU al contenido generado por los usuarios o los consumidores de productos y servicios, de tal manera que las personas se están convirtiendo no solo en diseñadores de publicidad para las marcas, sino promotores gratuitos de los productos. Al respecto, la revista Forbes dice: "UGC se presenta en muchas formas, incluidas actualizaciones de redes sociales, reseñas, publicaciones de blogs, videos y podcasts. Los clientes también pueden compartirlo a través de videos de unboxing, foros de preguntas y respuestas o fotografías que hagan alarde de sus compras. Los leales a la marca son otra fuente madura de UGC, ya que ya están apasionados por una marca y son defensores establecidos dentro de su comunidad" (Duke, 2023).

la economía que sustentan, generan y usufructúan dicha técnica. Siendo así, esta transición también implica que no es tanto la comunicación de informaciones o conocimientos lo que en los posmedios se produce y lo que a ellos socialmente fundamenta, sino la posibilidad de que las personas se rediseñen, permanentemente, a sí mismas. Con la dominancia posmedial contemporánea, la cuestión de las redes de sentido no es tanto un asunto de comunicación de informaciones, sino un principio estructural de diseño estético de sí mismo. El *quid* de la comunicación posmedial es, entonces, el diseño de sí. Sistemas cada vez más ricos de recursos de reedición de sí, produciendo una imagen sintética fusionada con una imagen registro que permite tanto intervenir nuestra morfología, como colocarnos en recintos, y relaciones tan diversas como deseemos, que permite tanto narrar nuestras experiencias, como renarrarnos continuamente. En ello, sin duda, hay algo que no aparece en las previas referencias de Groys: el diseño de sí no responde solamente a una nueva condición de presentación de sí ante la estructura del mundo configurada como macroespacio de exhibiciones, en ella hay también una energía de compensación (o su promesa) por dicho rediseño. La energía obtenida (o su promesa) es el aprecio. La ganancia de apreciación y gusto por dicha presentación.

5. NARCICISMO, CUERPO MERMADO Y MIEDO DE EXCLUSIÓN

Aparatos posmediales como Facebook, Tik Tok o Instagram consisten, principalmente, en disponer los recursos para estimular el nuevo narcisismo. Un narcisismo tecno-estético contemporáneo celebrado y cada vez más exigido por la socialidad que ofrece, como energía principal de compensación, el aprecio social¹⁰. En el mundo antiguo el narcisismo constituía un defecto moral que resultaba castigado con la deshonra social o el juicio de banalidad. Dicho juicio era posible sobre una ontología que diferenciaba lo esencial de lo aparente – en el sentido antes referido por Groys –, pero en un horizonte de autodiseño en el que la diferencia entre lo latente y lo subyacente se ha roto, el narcisismo no es sancionado, sino premiado. El sistema requiere un narcisismo intensificado que impulse tanto la acción del individuo para diseñarse estéticamente, como la dinamización de toda la estructura de exhibición. Lo que este nuevo narcisismo castiga es más bien la caída en fealdad, la impopularidad, la decrepitud. Es lo que debe evitarse a toda costa, y su elisión es lo que garantiza que el aparato de diseño estético generalizado se mantenga todo el tiempo en movimiento. El sistema exige que haya renovación continua; una *selfie* es exigua, se requiere una producción constante y proliferante,

¹⁰ No hay en esta analítica ninguna clase de sanción moral al narcisismo como reserva de aprecio de sí necesaria para la estabilidad subjetiva. Como bien lo identifican las teorías psicológicas y el psicoanálisis una reserva de autoamor, autoerotismo y autoaprecio es fundamental para hacer sustentable al sujeto (Bernal, 2012). Ello no resta nada, sin embargo, a la identificación del estímulo estructural al narcisismo exacerbado como una de las claves de rentabilidad de la imagen propia del capitalismo cibernético. Dicho narcisismo produce plusvalía, sobre la base de la captura del sujeto por los aparatos corporativos. Esto sin entrar en el terreno del análisis de las personalidades narcisistas y sus características predatorias de la alteridad, y sin explorar las implicaciones ruinosas que trae, para la sustentabilidad social, el proceso en el que las sociedades contemporáneas se van convirtiendo, por la fuerza de perpetración del capitalismo cibernético, literalmente, en sociedades narcisistas.

una reiteración diaria de sí, en la que haya una clara exhibición de la belleza y la popularidad que poseemos. Pero, paradójicamente, este sistema de reificación funciona sobre el dispositivo psíquico de la incertidumbre de sí, particularmente sobre las inquietudes respecto a la aceptación de los otros. Podemos decir que el dispositivo se alimenta de la impresión de merma de cuerpo. Es decir, la impresión de que nuestro cuerpo no está a la altura de los cuerpos que imperan tanto en el discurso publicitario como en el cotejo de cuerpos que constituye una suerte de código implícito de la imagen en las redes.

En el año 2023, un ensayo realizado a adolescentes de escuelas de Melbourne (Australia) mostró que el incremento en el uso de redes sociales se asociaba con preocupaciones de alto relieve por la imagen corporal. Se trataba de usuarios insatisfechos consigo mismos, con trastornos alimenticios y ansiosos por encontrar métodos rápidos para desarrollar su musculatura. Sus actividades en redes, en consecuencia, giraban en torno a la imagen de sí y la imagen de los otros (Jarman, Fuller y otros, 2023).

Un estudio de Vogel et al. (2014) mostró, por su parte, que el uso intenso de las redes sociales producía una autoestima pobre en las personas, dada por la exposición a comparaciones sociales ascendentes (redes de personas con mucha actividad, con hábitos envidiables y popularidad), y tendía a generar autoevaluaciones menos negativas cuando el perfil de comparación era de personas descendentes (menos popularidad, menos actividad). Por último, el estudio de Ethan Kross y sus colaboradores, publicado en 2013, señala que Facebook parece ser un recurso para satisfacer la necesidad básica de conexión social de los seres humanos, pero en realidad, en lugar de mejorar su sensación de bienestar e inclusión, su uso contribuye a deteriorar el bienestar subjetivo. Según los resultados, el uso de Facebook genera cambios negativos en los factores que consideran los dos componentes del bienestar de las personas: cómo se sienten en cada momento, y la satisfacción con respecto a sus vidas. Cuanto más usaban Facebook en un determinado momento, peor se sentían luego; cuanto más usaban el Facebook durante dos semanas, sus niveles de satisfacción con sus vidas eran menores (Kross et al., 2013). Esto pone en evidencia lo que deseo llamar *estructura tecnológica de recursividad negativa de la imagen de sí* que las redes generan en las personas¹¹. Los sistemas posmediales producen un dolor psíquico que, a su vez, hace que las personas usen dichos sistemas. La máquina corporativa genera la experiencia de merma de cuerpo que a su vez garantiza el retorno permanente a dicha máquina. Las abundantes publicaciones de personas convencionalmente bellas, con cuerpos torneados y musculosos, con abdominales marcadas y rostros hermosos, imbricados con publicidad de ropa, complementos alimenticios, dietas y gimnasios, se encuentran en la recursividad estructural que produce la

¹¹ Esta recursividad se produce de otras formas, por ejemplo, un estudio realizado en Ontario (Canadá) mostró que Facebook expone a las personas a información ambigua sobre sus parejas que les genera suspicacias y celos, y ello mismo hace que realicen un nuevo e intensificado uso de Facebook. Facebook les genera celos, y los celos les generan más adhesión a Facebook (Muisse, Christofides & Desmarais, 2009).

impresión persistente de merma de cuerpo que garantiza la adhesión recurrente de las personas. La recursividad de la técnica posmedial tiene su núcleo en que los sentimientos sobre el cuerpo influyen en el uso de las redes, y dicho uso, influye sobre los sentimientos acerca del cuerpo.

Los perfiles que se eligen o abandonan, el tiempo dedicado a una fotografía o a un video, la decisión sobre hacer o no un comentario, el tipo de comentario que se realiza, se inspiran en los sentimientos de merma de cuerpo, y todo ello se funda en la estructura tecnológica con que han sido diseñados los dispositivos (es decir, por su sistema de obtención de rendimiento a partir del sentimiento de miseria de las personas). El dispositivo capta el comportamiento digital y, gracias a su algoritmo, devuelve una nueva dosis de imágenes y contenidos que reiteran o intensifican los sentimientos que se tienen de sí mismo. El mismo dispositivo ofrece los recursos para procurar mejorarse, para figurarse más atractiva o atractivo, más interesante y cercano a los estándares allí expuestos. La edición de sí mismo y la inversión en la ilusión de sí es una de las operaciones fundamentales de la imagen en nuestro tiempo.

Meta informa que 600 millones de personas hacen uso de los filtros de Facebook o Instagram para “mejorarse”¹². Pero dicha mejora no resulta del todo feliz, la satisfacción inmediata que produce conlleva también sentimientos de tristeza y cierto desconsuelo. La Universidad de Londres realizó un estudio en 2021 que mostró que el 90% de las mujeres usaba filtros para agrandarse los ojos, blanquear los dientes, unificar el tono de la piel, reducir el tamaño de sus narices, hacer más carnosos sus labios, moldear la mandíbula o bajar de peso (lo que llaman “filtros flacos”). Pero a la vez, el 94% declaró sentir una presión por verse de cierta forma en las redes sociales, el 75% señaló que “nunca estaría a la altura de las imágenes que veían”, el 60% confesó que se sentían deprimidas por dicho uso, y el 80% confesó que las redes sociales las hacían sentirse la mayor parte del tiempo mal consigo mismas. Enlazado con ello, la encuesta de 2021 de *Parents Together* de Estados Unidos reveló que 48% de los adolescentes usaba filtros de belleza cuando menos una vez a la semana, y de ellos, el 61% declaró que usarlos les hacía sentir peor respecto a su apariencia física. Seguridad relativa sobre su cuerpo en su vida *online*, inseguridad de sí en su vida *offline*. No se puede comprender la imagen hoy, sin considerar que es, principalmente, imagen de ilusión de cuerpo. En cierto sentido somos una sociedad girando obsesivamente en torno a nuestra propia imagen.

¿Qué hace que persista esta condición contemporánea del mirarse y remirarse como principio de existencia, en una sociedad que produce, diariamente, 95 millones de *selfies*? Mi hipótesis es que la obsesión icónica de sí constituye un nuevo lugar de generación de plusvalía, basado en la producción de ansiedad

¹² Según TikTok su filtro Bold Glamour (da más volumen a los labios, delinea el rostro, agranda los ojos, maquilla la cara) ha sido usado en más de 200 millones de videos. Instagram ofrece el “rostro perfecto” que encuadra los rasgos faciales de sus usuarios en lo que considera las proporciones ideales, además de los “filtros flacos” y los de “cirugía de nariz”.

escópica y experiencia de merma de cuerpo. Desde YouTube hasta Instagram, una trama de aparatos de visibilidad estructura el campo visual para generar una profunda necesidad de ser digitalmente vistos que se proyecta sobre la impresión de ser cuerpos carentes o mermados. Los soportes de esta estructura son la promesa de ser gustado (el *like*) y la posibilidad de proyectar una ilusión de sí. El capitalismo cibernético tiene, con ello, la potencia de hacer de la imagen de sí uno de los núcleos del anhelo humano de socialidad y aprecio; y de convertirlo en una inmensa fuente de enriquecimiento. Por eso los aparatos posmediales se constituyen como dispositivos de recursos estéticos dúctiles para la producción de la imagen de sí como figuración formidable, no solo por la belleza, sino también por la exhibición del estado de júbilo. En su “estadio del espejo” Lacan refería como “jubiloso” el momento capital en que la criatura se ve ante el espejo y tiene la impresión de que el reflejo le da cuenta de sí misma (en esa fase en la que aún no tiene acceso al lenguaje): un instante de alegría al descubrirse en esa superficie reflectante (Lacan, 2009).

Los aparatos corporativos hoy ofrecen una superficie electrónica en la que se puede construir la imagen con un aspecto jubiloso, aunque el sentimiento que le subyace sea el de la inquietud y la insatisfacción. Una imagen capaz de ponerse como corteza que cubra la carencia, el detrimento de sí y la sensación de no ser lo que se espera¹³. Dispositivo exitoso que opera en una paradoja: narcisismo de una carencia existencial. Pero en el interior de un sistema imaginal que promete un espacio de ilusiones (belleza, popularidad, diversiones) que, a su vez, pueden producirse artificialmente. Esto constituye una segunda forma de la *estructura tecnológica de recursividad negativa de la imagen de sí*, aquí en su condición nihilista: ansiar en el otro, lo que el otro no tiene. Provoco en los otros un sentimiento de miseria, por el rediseño de mí que provoca el sentimiento de miseria.

6. EL NEGOCIO DEL METAVERSO

Hellamado a los sistemas posmediales *aparatos de la nada*, dada su singular característica cibernética de producir plusvalía al no producir nada. Ninguna de las grandes corporaciones de la comunicación contemporánea, Facebook, Google, YouTube, Instagram, o TikTok, producen contenidos comunicativos. No producen visualidad, pero son las máquinas más grandes de la visualidad

¹³ Véase, por ejemplo, como el uso de los filtros de Snapchat crea entre los jóvenes parámetros de belleza poco realistas, lo que está relacionado con la caída de su autoestima (Maqsood & Sangra, 2021), o la manera en que las redes sociales y la cultura de la belleza ejercen una presión sobre las mujeres, una epidemia, considera el autor, que produce enfermedades emocionales y mentales, tal como resulta planteado por Engeln (2018) en su libro *Beauty Sick*. Pero especialmente, y este es, en mi opinión, el asunto clave del libro: las mujeres jóvenes contemporáneas, enfrentan una contradicción entre rechazar los modelos de belleza, pero a la vez, hacerlo necesario para parecerse a ellos; condenan la objetualización que sufren en los medios, pero los consumen con intensidad; cuestionan los ideales convencionales de belleza, pero utilizan filtros para que su cuerpo se adapte a ellos. Se trata de una variante de lo que previamente llamé estructura tecnológica de recursividad negativa de la imagen de sí: la conciencia de la captura que el sistema hace de nuestros cuerpos, pero a la vez la imposibilidad de salirse de ella.

que la historia del capitalismo ha producido (Angulo, 2023; Forbes Staff, 2023; Ancajima, 2023). El principio cibernético que hace que ello sea posible radica en disponer las matrices tecno-sociales para lucrar con la ansiosa producción visual de sus usuarios. Aparatos de la nada que configuran una matriz de emplazamiento y usufructo de las personas para que produzcan el contenido que las enriquece. Literalmente máquinas de captura de la mirada y del cuerpo, que disponen la mirada como fuente de su enriquecimiento. Un proceso cibernético del capitalismo contemporáneo que hace de la necesidad de la comunicación una inscripción en las máquinas de la nada. Ejercer hoy el derecho a comunicarnos significa convertirnos en trabajadores inadvertidos de estas grandes corporaciones (Patnak, 2024; Counts, 2023). Si hoy la posibilidad de educarse, comunicarse, trabajar, divertirse, emprender, exigen, por la reconversión tecno-digital implantada y extendida en el mundo, que toda persona se inscriba y haga uso de dichos dispositivos (Deliotte, 2016; Alter, 2017); ello instala, de inmediato, a los trabajadores como trabajadores de los corporativos, sin salario y sin contrato de trabajo. Ante ello valdría perfilar el derecho de las personas a la *vida offline*. Tiene sentido repensar el valor político de una renovada actitud ludita: la válida resistencia ante la ciberneticización de nuestras vidas, que no es ahora el resultado de una elección, sino de una violenta y general imposición. Algo de fascismo tienen frases repetidas como el título del artículo de Deia: “El futuro será digital o no será”, donde afloran sentencias como la de Luis Bonet: “la transformación digital afecta a toda la sociedad y quien no lo haga quedará fuera del juego. Ya sea persona, empresa o el conjunto del país” (Dirigentes digital, 2022). Se trata de una visión hegemónica poco discutida, que aparece tanto en la retórica publicitaria y política, como en una variedad de posiciones teóricas sobre el presente y el futuro tecnológico, desde la del ex asesor del FBI e Interpol, Marc Goodman (2016), quien asume la inevitabilidad de la vida en red y evalúa los riesgos terroristas y criminales del desarrollo de Internet; o David Weinberger (2012), quien plantea que lo que considera la transformación radical de los procesos y formas del conocimiento de la red, es un hecho indiscutible; hasta la de Ray Kurzweil (2006), quien plantea las cosas como un inevitable destino de fusión humana con máquinas cibernéticas incrustadas en el cerebro. En todas ellas, no hay duda alguna de que la vida cibernética es totalizadora y ubicua¹⁴.

Quedó señalado en el planteamiento de este artículo, que la cuarta propiedad del capitalismo cibernético consiste en su capacidad de crear una nueva capa de realidad como disposición abierta para la producción de riqueza en la auto donación de los seres para su usufructo. Ese territorio emerge hoy bajo

¹⁴ La hegemonía de la visión acerca de la necesidad (en el sentido filosófico del término) tecno-digital de la sociedad, subyace tanto a las perspectivas más críticas y contracapitalistas (el hackeractivismo, p.e.), como a la teleología política y mercadológica del capitalismo contemporáneo.

la forma del metaverso¹⁵. Las máquinas de la nada proyectan allí una nueva y recargada fase de su devenir, una intensificación de su capacidad de captura, perpetrada por las posibilidades que esa capa adicional de realidad provee. El metaverso, como sabemos, es un espacio virtual constituido como nuevo territorio de experiencia, que ofrecen la realización de operaciones puramente informacionales en todos los campos de la vida, con la capacidad de producir consecuencias tanto en el mundo virtual como en el espacio físico-empírico¹⁶. Los mundos virtuales fueron inicialmente producidos para albergar juegos multiusuarios en diversas localizaciones, y para generar experiencias de convivencia virtual como *Second Life*. Hoy se abren a una multiplicidad de posibilidades y tareas: trabajar, convivir, educarse, comprar, comunicarse, intercambiar, socializar. Aunque algunos tecnólogos identifican el establecimiento del metaverso como algo incipiente y lejano (por ejemplo, Cathy Hackl, directora ejecutiva de *Futures Intelligence Group*, quien considera que solo “Hay lo que yo llamo destellos del metaverso”), la realidad es que ya se están montando sus andamiajes, y como señala Antonella Ciancio (2022), los más de 20 millones de usuarios diarios en Fortnite, o los 25 millones de visitantes que allí asistieron al concierto de Travis Scott, evidencian un campo que con mucha potencia se construye. Roblox tiene 230 millones de usuarios activos (que pasan casi 3 horas diarias en su mundo) y cerca de 3.000 millones de cuentas registradas, Fortnite tiene 150 millones de usuarios (que pasan casi dos horas diarias en dicho espacio), y Minecraft 140 millones de usuarios con casi 6 horas al día conectados en su mundo. A Nikeland (el mundo de Nike) asisten 2 millones de visitantes al mes (Della Vecchia, 2023), y Zwiift, una empresa de deportes en el metaverso, está evaluada en 1 billón de dólares.

Según la consultora Dapp Radar durante el 2023 se compraron dos mil millones de dólares en tierras virtuales que ofrecen compañías como Sandbox y Decentraland, mientras que hay otras, de menor tamaño, pero con alta rentabilidad, como Voxels, donde se venden propiedades con el tamaño de una

¹⁵ En Snow Crash, el escritor Neal Stephenson (2000) introduce el término “metaverso”. La novela trata de un error grave en las computadoras Apple que disipa la información y produce un caos que se visualiza en la pantalla como copos de nieve chocando contra el cristal. Metaverso es en la novela un mundo completamente virtual creado con tecnologías digitales donde las personas se presentan como avatares que interactúan con congéneres y programas del sistema. En la novela de Stephenson hay una estructura social estratificada donde las personas buscan evadir la realidad distópica en la que viven. En el metaverso hay entornos exclusivos para quienes tienen posiciones privilegiadas y cuentan con avatares muy dotados y sofisticados, como ocurre con el club Sol Negro. Al metaverso se puede entrar por medios privados o por accesos públicos, pero el tipo de acceso deja una marca. Los públicos son deficientes (o pobres) en la definición y posibilidades de los avatares, los privados responden a una gama relacionada con los conocimientos técnicos del usuario y su poder. El autor es actualmente empleado de la empresa de realidad virtual Magic Leap, después de haber sido asesor de Blue Origin de Jeff Bezos (vaya capacidad de absorción del capitalismo).

¹⁶ El metaverso es la trama extendida que constituye una capa de realidad adicional en la que se albergarán o brotarán diversos mundos virtuales, como los que hoy constituyen Decentraland, Minecraft o Roblox (Ciancio, 2022). Las perspectivas plantean la captura, por múltiples cámaras y escáneres, de los más diversos espacios físicos, para convertirlos, mediante su dataficción, en mundos virtuales, los cuales a su vez estarán alimentados por informaciones y recursos de internet (ofrecidos por sus usuarios y por el internet de las cosas). El mundo metavérsico envolviendo el mundo físico-empírico, fusionando los dos territorios en ciertos puntos, y copiando, con modificaciones y recreaciones, a las personas que lo habitan.

pequeña casa familiar (en proporción al tamaño de un avatar), o un poco más grandes, de tres pisos, con terraza. En contraste, Decentraland vende terrenos mucho más grandes, como el que adquirió Philipp Plein, una marca de ropa británica de lujo, del tamaño de cuatro campos de fútbol (todo en proporción al tamaño regular de un avatar), donde planea montar una tienda y una galería, al estilo de lo que han hecho UPS, Samsung o Sotheby's. En Sandbox, por su parte, Adidas, Atari, Ubisoft, Binance, Warner Music y Gucci han adquirido terrenos donde instalan tiendas, centros de visitantes, y espacios de promoción de sus servicios y productos. La industria de la moda tiene un prominente negocio en el metaverso. *Gucci Town* supera los 36 millones de visitas al año, y *Nikeland* en 11 meses tiene más de 25 millones de visitas. Incluso con dinero soberano (dinero real) se puede comprar ropa para los avatares en *Gucci Town*. The Fabricant, una empresa de moda solo del mundo virtual hace ropa exclusiva para avatares. Sus prendas se fabrican a la medida de los usuarios de varios mundos virtuales. Esta casa de moda vendió, recientemente, una prenda digital en 19.000 dólares (Tidy, 2022).

En este sentido, Tom Mitchelhill (2022), refiere un informe de JPMorgan Chase –primer banco en instalarse en el metaverso de Decentraland– en el que

se detallan los tipos de oportunidades de negocio que las empresas pueden esperar encontrar en el metaverso. El informe afirma: “El metaverso probablemente se infiltrará en todos los sectores de alguna manera en los próximos años, con una oportunidad de mercado estimada en más de un billón de dólares en ingresos anuales”, al tiempo que destaca que ya se gastan USD 54,000 millones en bienes virtuales cada año, el doble de lo que se gasta en comprar música. El informe señala que el precio medio de los terrenos virtuales se duplicó de USD 6,000 a 12,000 entre junio y diciembre del año pasado, y predice que el gasto en publicidad dentro del juego alcanzará los USD 18,400 millones anuales en 2027. (Mitchelhill, 2022)

Tal como lo plantea la consultora McKinsey & Company, el metaverso podría alcanzar los 5 billones de dólares en 2030:

Según el informe ‘Value Creation in the Metaverse’ (Creación de valor en el metaverso), el comercio electrónico será la principal fuente de ingresos del metaverso, representando aproximadamente el 50% del valor total para 2030 (2,6 billones de dólares) por delante del aprendizaje virtual 270. 000 millones), la publicidad (206.000 millones) y los juegos (126.000 millones). (Europapress, 2022)

Como suelen decir los ejecutivos de prospección empresarial y corporativa, las oportunidades de negocios que se abren son, para el capital, prometedoras: porque tiene la posibilidad de potenciar sustancialmente los rendimientos para las empresas de salud, de entretenimiento, de servicios digitales, de comunicaciones, de deportes, de finanzas. HSBC y JPMorgan Chase han comprado significativos bienes raíces en plataformas basadas en *blockchain* Decentraland

y Sandbox. JPMorgan creó en 2020 su banco virtual Onyx (plataforma *blockchain* para “intercambiar activos digitales”) y produjo su JPM Coin para las transacciones. La sucursal de Onyx en Decentraland se encuentra en un distrito virtual desarrollado por Republic Realm, que emula las calles de un barrio de Tokio. Para el banco el metaverso tendrá un valor cercano al billón de dólares anuales y se “apoderará” de prácticamente todos los sectores de la economía en los próximos años (Observatorio Blockchain, 2022). Con esa perspectiva, corporativos de diversas industrias construyen sus espacios en el metaverso desde hace unos años: Warner Music, Samsung, GAP, Nike, Atari, Adidas, Verizon, Walmart, Gucci.

El desafío que el metaverso representa para las corporaciones capitalistas radica en la construcción de su sistema de base, que enfrenta el reto de unificar los diversos universos; por eso mismo, el negocio hoy está fundamentalmente en la construcción de esta infraestructura (como ocurrió con el Internet), para hacer efectiva la nueva capa de realidad en la que el capitalismo cibernético hallará plenas condiciones. El lugar de entrega de las personas para su continuo usufructo.

7. CAPTURA PSÍQUICA Y CORPORAL EN EL CAPITALISMO CIBERNÉTICO DEL METAVERSO

Matthew Ball (2022) define el metaverso como

una red masiva e interoperable de mundos virtuales 3D renderizados en tiempo real que pueden ser experimentados de forma sincrónica y persistente por un número efectivamente ilimitado de usuarios con un sentido de presencia individual, y con continuidad de datos, como identidad, historia, derechos, objetos, comunicaciones y pagos. (p. 55)

Cuatro son las características principales de su definición: el metaverso implica la interconexión entre los mundos virtuales con una lógica de *interoperabilidad* y *continuidad de datos*, lo que significa que los avatares pueden transitar de un territorio al otro, que sus operaciones son válidas en todos los mundos, que pueden portar los objetos adquiridos, y, especialmente, que los recursos y pagos pueden transferirse; la segunda cuestión es la *experiencia sincrónica* que da cuenta de que los usuarios, por medio de su avatar, tienen la capacidad de realizar acciones con otros en tiempo real (jugar o ir de compras, asistir a conciertos, visitar zonas turísticas, tener sexo, realizar negocios, hacer deportes, trabajar); la tercera cuestión es la *persistencia*, es decir, que los elementos del metaverso son permanentes, que los diseños o cambios producidos por los usuarios duran en el tiempo, de tal forma que la experiencia tenga continuidad, y la desconexión no implique la desaparición o alteración del estado de las cosas; y la cuarta, quizás la más relevante, llamada “sentido

de presencia individual”, consistente en la alta impresión de inmersión y compromiso personal vivido por los usuarios, alcanzada gracias a los aportes de las características previas.

El metaverso se construye con la potencia de generar en los usuarios la experiencia de lo que los filósofos han llamado *presentificación*: la sensación y la asunción intelectual de ser y estar allí, a pesar de que su interacción sea con un interfaz. La compleja articulación tecnológica del metaverso (Internet de alta velocidad y redes 5y6G, plataformas virtuales, realidad aumentada, inteligencia artificial (IA), *Blockchain*, NFTs, y realidad virtual) hace posible la impresión de que el ser está allí, habitando y actuando en dichos lugares (dados por gráficas de alta calidad, sonidos holográficos, interacciones sincrónicas con usuarios, objetos y entornos virtuales, y la posibilidad de que los avatares y los entornos se personalicen según los deseos y recursos de los usuarios). Una característica más es fundamental en esta configuración: la relación e interacción entre el mundo virtual y el mundo real. En ello son dos las características fundamentales:

1. El metaverso ofrece réplicas virtuales de los espacios del mundo físico-empírico (no solo las oficinas o las casas, sino también, industrias y oficinas gubernamentales, y, como lo proyectan las empresas turísticas, las ciudades y los espacios públicos y de interés), a los que se podrá acudir, por los que se podrá transitar, e interactuar, y en los cuales se podrán realizar diversa clase de gestiones.
2. El metaverso propicia reciprocidad entre mundos: ciertas acciones virtuales tendrán consecuencias en el mundo real (la telepresencia, el teletrabajo, las telecompras), y ciertas acciones del mundo físico-empírico tendrán consecuencias en el espacio virtual (como la compra de terrenos, bienes y servicios).

Análiticamente, esto muestra que el sistema metavérsico se proyecta con la capacidad de constituir un mundo consistentemente articulado en torno a una proyección de la subjetividad reconfigurada según las posibilidades de acceso, juego y recursos de los individuos. Esto en un proceso creciente de adhesión social en el que la traslación de las instituciones y las gestiones públicas, comerciales, comunicativas y de entretenimiento, obligarán a una inserción masiva. Efectivamente, una capa de realidad adicional, que, progresivamente, se irá haciendo más determinante y definitoria en el curso de la vida socioeconómica, simbólica y política.

La ansiedad escópica no es un elemento externo a la estructura tecno-social del capitalismo informacional y no lo será del capitalismo cibernético del metaverso: la masiva demanda de conexión digital tiene una de sus patas principales en la promesa de alivio de los temores de insignificancia y aislamiento de las personas como hemos visto. Esto significa que estamos en el centro de la biopolítica. Pero no una biopolítica definida, como en Foucault o Agamben,

en torno a la constitución y preservación del poder soberano. Una biopolítica fundamentalmente configurada y reproducida por los poderes económico-corporativos, interesados en producir plusvalía y poder con las necesidades de los cuerpos. Deseos, pulsión, miedos, necesidad de reconocimiento, ilusión de belleza y aceptación, como fuente de enriquecimiento. Tampoco una biopolítica (en el sentido de Foucault o Agamben) ejercida solo sobre el cuerpo cárnico, aquí más bien una biopolítica extendida también al cuerpo virtual o avatar. El control del cuerpo físico y del cuerpo digital entendido tal como vengo planteando aquí, como una captura totalizante del sujeto. Se trata entonces de producir condiciones psíquicas ansiosas y en detrimento: entre más equilibradas y serenas, entre menos necesitadas de la aprobación instantánea de las redes sean las personas, valen menos para el sistema de capitalización informacional. El sistema busca personas que vuelquen todo su tiempo vital en tiempo digital. Y que ese tiempo digital, el tiempo cuerpo-carne en quiasmo con su cuerpo-información, esté totalmente capturado por la capa de realidad adicional que el capitalismo cibernético ha sido capaz de construir.

El hecho de que un sujeto necesite reafirmarse permanentemente en las respuestas esperadas (pero nunca plenamente), que la malla digital del tiempo-vital-del-sujeto esté cada vez más apretada para que no haya un instante fuera del circuito de captura, promete armar toda la vida de las personas en una experiencia *online* continua y perpetua. Las herramientas y los dispositivos se diseñan para mantener una captura permanente de la percepción y del interés, y para que las acciones sean básicamente mixtas y virtuales (SynergyXR. com, s/f; Gallace, 2022). Ubicuidad del sistema cibernético que, así como la mirada de dios penetraba todos los recintos y el alma de los seres humanos, con el Internet corporativo de las cosas, los sistemas posmediales y la web 3.0¹⁷, logrará penetrar la trama íntima de las personas¹⁸. No se trata de un sistema de mayor conocimiento de la gente, para ayudarla en sus metas y su crecimiento; se trata, en realidad, de un conocimiento más profundo del individuo para venderle mejor, para adherirlo y capturarlo. Google y Facebook rediseñaron un Internet que no operaba bajo el principio de la ansiedad escópica y psicológica, pero lo convirtieron como modelo económico fincado en mantener la atención. Su base fue el análisis de nuestros esquemas de apetencia, nuestra crucial necesidad de aprobación social, nuestra necesidad de pertenencia y aprecio. Su rediseño estuvo alimentado por el conocimiento aportado por la psicología cognitiva y conductual que campea en los centros de investigación prioritarios de Estados Unidos. B. J. Foog, director del *Behavior Desing Lab* de

¹⁷ Cuyo elemento capital es el desarrollo de una inteligencia de aprendizaje de las inclinaciones y comportamientos humanos, para diseñar productos personalizados que les hagan seguimiento y aprovechen sus inclinaciones y rutinas (Joshi, 2023; Uchyigit & Ma, 2008-),

¹⁸ No es azaroso establecer con ello una relación entre las pretensiones de configuración del poder en el capitalismo cibernético y las pretensiones del poder religioso en algunos de sus periodos más victoriosos: como la iglesia pretendía ser soberana del cuerpo y del alma de todos los individuos, el poder cibernético pretende también, capturar todos los cuerpos y la psique en pleno de las personas.

la Universidad de Stanford¹⁹, plantea explícitamente que el propósito de sus clases es “crear máquinas que puedan cambiar lo que la gente piensa y lo que hace, y hacerlo de manera automática”. Foog, trabaja simultáneamente para la universidad y para Facebook, Google y Amazon. A fines de los noventa propuso y desarrolló con sus alumnos diversas aplicaciones interactivas con base en técnicas de psicología cognitiva, para convertirlas en tecnologías de persuasión. Como señala Peirano (s/f), en los noventa Foog hablaba de

ayudar a la gente a mantenerse en forma, dejar de fumar, gestionar bien sus finanzas y estudiar para los exámenes. Dos décadas más tarde, sus métodos son mundialmente famosos por haber generado miles de millones de dólares a varias docenas de empresas, pero no por haber ayudado a nadie a dejar de fumar. (p. 21)

Junto con él, otros gurús forman generaciones de diseñadores y emprendedores de lo que llamo máquinas de la nada, sistemas hechos para capturar la conciencia y estructurar nuestra mirada en el alineamiento de la mirada matriz.

Nir Eyal, quien realizó su maestría en *Business Administration* en Stanford, fue profesor de Diseño de Producto en la misma universidad y se ha especializado en ingeniería del comportamiento, un enfoque que usa los conocimientos de las ciencias de la conducta para que las personas se conviertan en usuarios y creen los hábitos de consumo requeridos por las empresas. Su libro –escrito con la colaboración de Ryan Hoover– *Hooked: How to Build Habit-Forming Products* (Eyal & Hoover, 2014) presenta un modelo de disparadores o desencadenantes, acciones, recompensas y bucles de retroalimentación, que tienen como finalidad producir hábitos permanentes en los usuarios (es decir, producir dependencia). Ramsay Brown, por su parte, con formación en neurociencia y conocimientos de mapeo cerebral no solo estudia la relación entre los comportamientos humanos y las tecnologías de persuasión, sino que su empresa Boundless Mind Technologies (antes, más explícitamente llamada Dopamine Labs) se orienta al “diseño conductual” y el uso de la IA persuasiva para la generación de comportamientos y hábitos en las personas (es decir, adicción tecnológica).

Sobre conocimientos y enfoques de esta índole se diseñaron las aplicaciones para que internet pudiese vender mejor y para producir en las personas una urgencia de conexión. Tecnociencia operando para los fines biopolíticos de las máquinas de la nada. Los sistemas propietarios y corporativos del metaverso lo proyectan todo en esa dirección, con una capacidad infinitamente mayor de absorción. No es otra cosa la que esperan Nike, Amazon, Sony, Nvidia o

¹⁹ No solo en la distancia de 10 minutos entre la Universidad de Standford y Silicon Valley se funda su cercanía. Standford ha formado el pensamiento y el enfoque tecnológicos de algunos de los emprendimientos que hoy constituyen algunos de los corporativos más poderosos del mundo. No es propiamente el desarrollo del conocimiento el eje de su significación académica, es ello en función de la generación de tecnologías y proyectos para la corporación capitalista. Quizás es en esta universidad donde se realiza con mayor plenitud lo que Paul Virilio (2003) llamaba tecnociencia: la ciencia al servicio de la técnica, la técnica al servicio de los intereses fácticos. En Standford se han desarrollado diversos proyectos de investigación militar y la lógica de emprendimiento que produjo Google, Yahoo!, Hewlett-Packard, YouTube, Netflix, Instagram, Firefox o WhatsApp (Fernández, 2015)

Apple. Pero hay un elemento más, que forma parte de lo que previamente llamé *estructura tecnológica de recursividad negativa de la imagen de sí*: La mirada metavérsica implantada por los aparatos de la nada tiene la capacidad de producir no solo formas de ver, sino experiencias dérmicas, corporales, próximas y sinestésicas, que entonces extienden la necesidad escópica a necesidad corpórea. El cuerpo entero dependiendo de su conexión, de su dosis diaria de experiencia dérmica y muscular artificial. Los trabajos de Henry Wallon (1975) y Kaja Silverman (2009) enseñaron que la constitución y la persistencia de la impresión de sí no solo provienen de la afirmación simbólica en el lenguaje y la identificación en la imagen. Antes que la *imago visual*, o la indexación simbólica de una persona, hay una *imago corporal* que se da por el contacto dérmico y muscular con los objetos, y especialmente con el cuerpo de las otras y los otros, en el toque que hacen de nosotros, en el toque que les hacemos.

Las corporaciones tecnológicas están financiando investigaciones para construir prótesis, aditamentos y hasta piel artificial que permitan a los usuarios tener experiencias inmersivas sensoriales y altamente envolventes. Científicos de la Universidad de Carnegie Mellon, por ejemplo, desarrollan proyectos para que el metaverso de Zuckerberg pueda ofrecer experiencias dérmicas, en particular llaman *ReSkin* a una piel sintética hecha con una membrana plástica con partículas magnéticas nanotécnicas de un espesor de 3 milímetros que transmite sensaciones de tacto y presión. Dado los desarrollos tecnológicos en materia de pixelados para la vista y de sonidos holoacústicos, la piel artificial constituye un sustantivo siguiente paso, una maya que permite contener y configurar la experiencia del cuerpo. Al respecto dice el científico de Meta, Abhinav Gupta:

Si se piensa en cómo aprenden los seres humanos o los bebés, son fundamentales los datos multimodales para desarrollar una comprensión del mundo. Estamos aprendiendo de los píxeles, el sonido, el tacto, el gusto, el olfato, etc. Pero si miras cómo ha avanzado la Inteligencia Artificial en esta última década, hemos hecho grandes avances en píxeles y hemos avanzado en el sonido: audio, voz, etc. Sin embargo, sigue faltando algo tan crítico en este avance como es el tacto. *ReSkin* podría permitir a los robots medir las fuerzas de presión en aproximadamente 0.1 Newtons en objetos de menos de 1 milímetro de ancho. Esto permitirá a los investigadores tener una mejor comprensión de la física detrás del objeto, mientras trabajan para construir el metaverso. (Gupta en Ledron, 2021, s/p)

Es importante entonces preguntarse por la significación humana y social de un contexto capaz de ofrecer experiencias dérmicas corporativas de objetos y espacios, y particularmente de rose, contacto e interacción virtual con otros cuerpos, en personas que necesitan no solo la integración y aprobación simbólica en grupos sociales, sino el contacto somático de la presencia y la intención hacia sí de otros cuerpos. ¿Cederemos a las corporaciones hegemónicas el sentido, la forma y la experiencia del cuerpo?

Los aún esquemáticos y provinciales desarrollos del metaverso que ahora son visibles, es decir, los metaversos fragmentarios de videojuegos devenidos en campos virtuales como Fornite, o los mundos de territorio virtual como Roblox, o las incipientes redes de Meta, dan claras señales de lo que se proyecta. Una capa cibernético-capitalista del mundo. Aunque se argumente en torno a las posibilidades de liberación y experiencias corpóreas inusitadas que allí se proyectan, aunque se promueva las posibilidades para la educación, la medicina, el desarrollo de la ciencia y la creación artística, todas ellas potencias de estas tecnologías, es inocente desconocer las potencialidades biopolíticas que ofrecen tanto a los corporativos globales, como a los gobiernos y sus conubios. Y estas, en realidad, son las fuerzas que producirán el continuum del metaverso, porque son estas corporaciones las que tienen los capitales de inversión que su montaje requiere (densas infraestructuras de computación en la nube, tecnologías avanzadas de realidad virtual y realidad aumentada, desarrollo de conectividades de muy alta velocidad, diseño de IA apropiada para la personalización y los entornos dinámicos, criptomonedas, *blockchain*, soluciones técnicas de interoperabilidad).

El metaverso permitirá un despliegue transversal de lo que aquí he argumentado como estructura tecnológica de recursividad negativa de la imagen de sí, con ella, la captura del sujeto alcanza su totalización²⁰: una especie de capullo absorto en un magma virtual que lo re dispone para entregarse a un sistema de usufructo y capitalización pleno y permanente²¹. Todo esto es cuestión estética, cuestión de una estética política en su forma más radical, porque lo que está en

²⁰ Es inocente suponer que el único objetivo de Elon Musk con Neuralink es ayudar a las personas con cuadriplejía o lesiones de la médula espinal para ofrecerles conexiones cerebro-computadora que les permitan, con el tiempo, recuperar parte del control de sus miembros. Allí está una de sus posibilidades, sin duda, pero, no es despreciable para la mirada capitalista, el potencial de negocios y colonización mental que un dispositivo insertado en los cerebros de grandes poblaciones dispone. En diversas investigaciones académicas se plantean las cuestiones éticas sobre los interfaces cerebro-computadora (BCI), asuntos como la autonomía de los pacientes, la protección y seguridad de sus datos encefálicos, el acceso justo al crecimiento cognitivo, la privacidad mental, el desdibujamiento de los límites entre seres humanos y computadoras; incluso la significación de lo que consideramos un ser humano (Botes, 2022; Burwell, Sample & Racine, 2017). Pero estos estudios están centrados, principalmente, en la cuestión médica del uso de estos interfaces para atender enfermedades neurales y del sistema nervioso. Hay, sin embargo, un ámbito clave, que requiere estudios significativos al respecto porque la posibilidad de registrar, interpretar y alterar la actividad cerebral, sin duda abre un asunto ético-político y biopolítico: las posibilidades del control humano por las vías de la intervención directa sobre los cerebros. Son más escasos los estudios en esa dirección. Sin abordar la cuestión biopolítica, la investigación de Margaret Kosal y Joy Putney (2023) plantea un marco analítico para predecir el uso de neurotecnologías en los sectores comercial y militar en Estados Unidos y China, mientras que el estudio de Lesaja y Palmer (2020) se plantea la cuestión de las implicaciones y riesgos de la adopción de las tecnologías de interface cerebral en el contexto del comercio de datos cerebrales o neurocapitalismo.

²¹ No es este el lugar para desarrollar este planteamiento, pero la propiedad fundamental del capitalismo cibernético de rediseñar los seres para que se den, sin rozamientos, al sistema de usufructo, se proyecta al campo completo del ser: paralelamente a la capacidad de invención de un mundo de experiencia virtual que tiene la potencialidad de reproducir la totalidad de los espacios y los objetos, así como de inventar espacio-objetos que producen una experiencia somática envolvente destinada a generar procesos y espacios de capitalización sin precedentes; así como ello ocurre en esa superficie de realidad, se produce, en otro campo, lo que podemos llamar "biología inventada": Ese eje de la biología sintética que opera bajo el principio del demiurgo. La capacidad de generar ex novo una biología que, mayoritariamente, responde a las necesidades de crecimiento de la acumulación del capital; o de re-programar los seres para su usufructo. Una biotecnología industrial que piensa la vida como un campo de recursos para inventar organismos y modificaciones orgánicas que produzcan plusvalías sustantivas (Soetaert & Vandamme, 2010; Stephanopoulos, Aristidou & Nielsen, 1998). Digamos, la plusvalía biológica. La manipulación de los códigos genéticos de los organismos para producir las sustancias que las industrias requieren.

juego es la captura de la mirada-en-cuerpo como experiencia sensible. Conciliación de nuestro tiempo que exige la construcción de una contra-mirada con la fuerza para cuestionar los fundamentos y los propósitos de esta reconversión de la experiencia y que pide una actitud de politización de la estética, hoy ya lejos de la demanda de Benjamin (Lizarazo, 2013), pero en el sentido que ponía en juego cuando advertía la estetización de la política.

REFERENCIAS

- Alter, A. (2017). *Irresistible: The Rise of Addictive Technology and the Business of Keeping*. New York: Penguin Press.
- Ancajima, L. (2023). TikTok alcanza un nuevo hito al lograr que jóvenes gasten 10 mil millones de dólares en consumo. *RPP*. Recuperado de: <https://rpp.pe/tecnologia/apps/tiktok-alcanza-un-nuevo-hito-al-lograr-que-jovenes-gasten-10-mil-millones-de-dolares-en-consumo-noticia-1522112>
- Angulo, J. (2023). Facebook más fuerte que nunca: ya es la primera red con 3.000 millones de usuarios. *Debate*. Recuperado de: <https://www.debate.com.mx/tecnologia/Facebook-mas-fuerte-que-nunca-ya-es-la-primera-red-con-3-mil-millones-de-usuarios-20230728-0058.html>
- Azamar, A. (2022). *Litio en América Latina. Demanda global contra daño socioambiental*. Ciudad de México: UAM y Secretaría de Medio Ambiente y Recursos Naturales.
- Azamar, A. (2024). *El multicolor de la energía*. Ciudad de México: UAM y Rosa Luxemburg Stiftung.
- Bagdikian, B. H. (2004). *The New Media Monopoly*. Boston: Beacon Press.
- Bajtín, M. (1989). *Teoría y estética de la novela*. Madrid: Taurus.
- Ball, M. (2022). *El metaverso y cómo lo revolucionará todo*. Barcelona: Deusto.
- Belting, H. (2012). *Flores y Bagdad. Una historia de la mirada entre oriente y occidente*. Madrid: Akal.
- Bernal, H. (2012). Lectura del texto Introducción del narcisismo (1914) de Sigmund Freud. *Poiésis. Revista Electrónica de Psicología Social*, (24), pp. 1-13. DOI: <https://doi.org/10.21501/issn.1692-0945>
- Botes, M. (2022). Brain Computer Interfaces and Human Rights: Brave new rights for a brave new world. In *2022 ACM Conference on Fairness, Accountability, and Transparency (FAccT'22)*, June 21–24, 2022, Seoul, Republic of Korea. ACM, New York, NY, USA. Available in: <https://dl.acm.org/doi/pdf/10.1145/3531146.3533176>

- Burwell, S., Sample, M. & Racine, E. (2017). Ethical aspects of brain computer interfaces: a scoping review. *BMC Med Ethics*, 18(60). Available in: <https://bmcmmedethics.biomedcentral.com/articles/10.1186/s12910-017-0220-y#citeas>.
- Butler, J. (2010). *Marcos de guerra: las vidas lloradas*. Ciudad Autónoma de Buenos Aires: Paidós.
- Castells, M. (2012). *Comunicación y poder*. Madrid: Siglo XXI.
- Ciancio, A. (2022). Edificio El Metaverso. *Global Finance*. Recuperado de: <https://gfmag.com/features/building-metaverse/>
- Counts, A. (2023). Acciones de Meta suben tras ingresos superiores a estimaciones. *Bloomberg*. Recuperado de: <https://www.bloomberg.com/news/articles/2023-07-26/acciones-de-meta-suben-tras-ingresos-superiores-a-estimaciones>
- Deliotte (2016). The economic impact of disruptions to Internet connectivity. A report for Facebook. *Deliotte*. Available in: <https://globalnetworkinitiative.org/wp-content/uploads/GNI-The-Economic-Impact-of-Disruptions-to-Internet-Connectivity.pdf>
- Della Vecchia, N. (2023). Qué empresas ya están aprovechando el Metaverso para sus negocios. *Forbes AR*. Recuperado de: <https://www.forbesargentina.com/innovacion/que-empresas-ya-estan-aprovechando-metaverso-sus-negocios-n29882>
- Dellato, M. (2023). The World's Largest Media Companies In 2023: Comcast And Disney Stay On Top. *Forbes*. Available in: <https://www.forbes.com/sites/marisadellatto/2023/06/08/the-worlds-largest-media-companies-in-2023-comcast-and-disney-stay-on-top/?sh=586f9d6c54c6>
- Dirigentes digital (2022). El futuro será digital o no será. *DirigentesDigital.com*. Recuperado de: <https://dirigentesdigital.com/tecnologia/futuro-sera-digital-no-sera/>
- Duke, D. (2023). Why User-Generated Content Is Winning. *Forbes*. Available in: <https://www.forbes.com/sites/forbesbusinesscouncil/2023/03/13/why-user-generated-content-is-winning/?sh=5693724b6e94>
- Echeverría, B. (2005). Rentatecnológica y capitalismo histórico. *Mundo Siglo XXI. Revista del CIECAS*, (2), pp. 17-20. Recuperado de: <https://repositorio.flacsoandes.edu.ec/handle/10469/7399>
- Eco, U. (2011). *La estructura ausente*. Ciudad Autónoma de Buenos Aires: Debolsillo.
- Engeln, R. (2018) *Beauty Sick: How the Culture Obsession with Appearance Hurts Girls and Women*. New York: Harper.
- Europapress (2022). El valor del metaverso podría alcanzar los 5 billones de dólares en 2030, según McKinsey. Recuperado de: <https://www.europapress.es/>

economia/noticia-valor-metaverso-podria-alcanzar-billones-dolares-2030-mckinsey-20220629110050.html

Eyal, N. & Hoover, R. (2014). *Hooked: How to Build Habit-Forming Products*. New York: Portfolio Penguin.

Fernández, R. (2015). Stanford, la semilla de lo que hoy es Silicon Valley. *Expansión*. Recuperado de: <https://www.expansion.com/directivos/2015/07/23/55b1298446163f6b098b4584.html>

Forbes Staff (2023). Ganancias de Meta aumentan 35% impulsadas por publicidad, IA y realidad mixta. *Forbes México*. Recuperado de: <https://www.forbes.com.mx/ganancias-de-meta-aumentan-35-impulsadas-por-publicidad-ia-y-realidad-mixta/>

Gallace, A. (2022). Haptic Interaction in Virtual Reality: Are We Ready for the Metaverse? Neuroscientific and Behavioral Considerations. In Ugliotti, F. & Osello, A. (coords.), *Handbook of Research on Implementing Digital Reality and Interactive Technologies to Achieve Society 5.0* (pp. XX). Hershey: IGI Global.

Gombrich, E. (2023). *Art and Illusion*. New York: Phaidon Press Limited.

González Pazos, J. (2019). *Medios de comunicación; Al servicio de quién?* Ciudad Autónoma de Buenos Aires: Clacso, Icaria Editorial y Asdi.

Goodman, M. (2016). *Future Crimes: Inside the Digital Underground and the Battle for Our Connected World*. Palatine: Anchor Book Press.

Groys, B. (2015). *Volverse público. Las transformaciones del arte en el ágora contemporánea*. Madrid: Caja Negra.

Herman, E. S. (2000). *The Myth of the Liberal Media: An Edward Herman Reader*: 2. Bristol: Peter Lang Inc.

Jarman, H., Fuller, M., McLean, S. A., Rodgers, R. F., Slater, A., Gordon, C. S. & Paxton, S. J. (2023). Who's most at risk of poor body image? Identifying subgroups of adolescent social media users over the course of a year. *Computers in Human Behavior*, (147). DOI: <https://doi.org/10.1016/j.chb.2023.107823>

Joshi, N. (2023). The Impact of AI on Web 3.0. *Allerin*. Available in: <https://www.allerin.com/blog/the-impact-of-ai-on-web-3-0>

Kosal, M. & Putney, J. (2023). Neurotechnology and international security Predicting commercial and military adoption of brain-computer interfaces (BCIs) in the United States and China. *Politics and the Life Sciences*, 42(1), pp. 81-103. DOI: <https://doi.org/10.1017/pls.2022.2>

Kross, E., Verduyn, P., Demiralp, E., Park, J., Seungjae Lee, D., Lin, N., Shablack, H., Jonides, J. & Ybarra, O. (2013). Facebook Use Predicts Declines in Subjective Well-Being in Young Adults. *Plos One*. Available in: <https://journals.plos.org/plosone/article?id=10.1371/journal.pone.0069841>

- Kurzweil, R. (2006). *The Singularity Is Near: When Humans Transcend Biology*. New York: The Viking Press.
- Lacan, J. (2009). El estadio del espejo como formador de la función del yo [je] tal como se nos revela en la experiencia psicoanalítica. *Escritos 1*. Madrid: Siglo XXI.
- Ledron, M. (2021). Reskin: la piel sintética para el metaverso de Zuckerberg. *DistritoXR*. Recuperado de: <https://distritoxr.com/reskin-la-piel-sintetica-para-el-metaverso-de-zuckerberg/#:~:text=Reskin%2C%20la%20piel%20sint%C3%A9tica%20para,de%20presi%C3%B3n%20y%20el%20tacto.>
- Lesaja, S. & Palmer, X.L. (2020). Brain-Computer Interfaces and the Dangers of Neurocapitalism. *Arxiv, Cornell University*. Available in: <https://arxiv.org/abs/2009.07951>
- Lizarazo, D. (2010). ¿México digital? Incertidumbres sobre la nación en tiempos de Internet. En Esteinou, J. & Esparza, L. (Coords.), *Pensar el futuro de México. La comunicación y la reconstrucción de la nación mexicana* (pp. 187-215). Ciudad de México: UAM.
- Lizarazo, D. (2013). Estética y violencia en la politización del arte de Walter Benjamin. En Lizarazo, D. & Sánchez, A. (Coords.), *Benjamin y las encrucijadas de la violencia* (pp. 141- 201). Ciudad de México: UAM.
- Lizarazo, D. (2024). *Hermenéuticas y esquivras en la mirada cinematográfica*. Ciudad de México: Gedisa / UAM.
- Maqsood, A. & Sangra, S. (2021). The Effect of Snapchat Filters on Self-Image: A Study of Netflix's 'The Social Dilemma'. *Global Media Journal – Arabian Edition*, 3(3). Available in: <https://amityuniversity.ae/gmj-ae/journals/2021/8%20Afsah%20Maqsood.pdf>
- McChesney, R. (2000). *Rich Media, Poor Democracy: Communication Politics in Dubious Times*. New York: The New Press.
- Mitchell, T. (2022). Una oportunidad de USD 1 billón: JPMorgan se convierte en el primer gran banco en el Metaverso. *Cointelegraph en español*. Recuperado de: <https://es.cointelegraph.com/news/1t-opportunity-jpmorgan-becomes-first-major-bank-in-the-metaverse>
- Muise, A., Christofides, E. & Desmarais, S. (2009). More Information than You Ever Wanted: Does Facebook Bring Out the Green-Eyed Monster of Jealousy? *Cyberpsychology & Behavior*, 12(4). Available in: <https://business.ecu.edu/wp-content/pv-uploads/sites/216/2023/01/Facebook-Article-3.pdf>
- Observatorio Blockchain (2022). JPMorgan abre sucursal en el metaverso decentraland con un retrato de su CEO Jamie Dimon. *Observatorio Blockchain*. Available in: <https://observatorioblockchain.com/metaverso/jp-morgan-abre-sucursal-en-el-metaverso-decentraland-con-un-retrato-de-su-ceo-jamie-dimon/>

Patnak, S. (2024). Meta registra mayor alza de valor en la historia del mercado. *Bloomberg*. Recuperado de: <https://www.bloomberg.com/news/articles/2024-02-02/meta-registra-mayor-alza-de-valor-en-la-historia-del-mercado>

Peirano, M. (s/f). *El enemigo conoce el sistema*. Madrid: Debate.

Schopenhauer, A. (2010). *El arte de envejecer*. Madrid: Alianza Editorial.

Seth, S. (2022). The World's Top Media Companies. *Investopedia*. Available in: <https://www.investopedia.com/stock-analysis/021815/worlds-top-ten-media-companies-dis-cmsa-fox.aspx>

Silverman, K. (2009). *El umbral del mundo visible*. Madrid: Akal.

Soetaert, W. & Vandamme, E. J. (2010). *Industrial Biotechnology. Sustainable Growth and Economic Success*. Weinheim: Wiley-VCH Verlag GmbH & Co. KgaA.

Stephanopoulos, G., Aristidou, A. A. & Nielsen, J. (1998). *Metabolic Engineering: Principles and Methodologies*. Amsterdam: Elsevier.

Stephenson, N. (2000). *Snow Crash*. Barcelona: Gigamesch.

SynergyXR.com (s/f). *VR Controllers: A comprehensive Review*. Available in: <https://synergyxr.com/blogs/vr-controllers-a-comprehensive-review/>

Taibbi, M. (2019). *Hate Inc.: Why Today's Media Makes Us Despise One Another*. New York: OR Books.

Tidy, J. (2022). Metaverso: cómo funciona el multimillonario negocio de la compraventa de tierras en el mundo virtual. *BBC News Mundo*. Recuperado de: <https://www.bbc.com/mundo/noticias-63508556>

Uchyigit, G. & Ma, M. Y. (2008). *Personalization Techniques and Recommender Systems. Series in Machine Perception and Artificial Intelligence*. London: World Scientific Publishing.

Virilio, P. (2003). *El arte del motor: aceleración y realidad virtual*. Ciudad Autónoma de Buenos Aires: Manantial.

Vogel, E. A., Rose, J. P., Roberts, L. R. & Eckles, K. (2014). Social comparison, social media, and self-esteem. *Psychology of Popular Media Culture*, 3(4), pp. 206-222. DOI: <https://doi.org/10.1037/ppm0000047>

Wallon, H. (1975). *Los orígenes del carácter en el niño: los preludios del sentimiento de personalidad*. Ciudad Autónoma de Buenos Aires: Nueva Visión.

Weinberger, D. (2012). *Too Big to Know: Rethinking Knowledge Now That the Facts Aren't the Facts, Experts Are Everywhere and the Smartest Person in the Room*. New York: Basic Books.

World Health Organization (2008). Tobacco industry interference with tobacco control. Available in: <https://www.who.int/publications/i/item/9789241597340>

Wu, T. (2016a). *The Attention Merchants: The Epic Scramble to Get Inside Our Heads*. New York: Knopf.

Wu, T. (2016b). El interruptor principal. Auge y caída de los imperios de la información. Santiago de Chile: FCE.

* Contribución de autoría: la conceptualización y el desarrollo integral del artículo fue realizado por el autor.

* Nota: el Comité Académico de la revista aprobó la publicación del artículo.

* El conjunto de datos que apoya los resultados de este estudio no se encuentran disponibles para su uso público. Los datos de la investigación estarán disponibles para los revisores, si así lo requieren.



Artículo publicado en acceso abierto bajo la Licencia Creative Commons - Attribution 4.0 International (CC BY 4.0).

IDENTIFICACIÓN DEL AUTOR

Diego Lizarazo Arias. Doctor en Filosofía, Universidad Nacional Autónoma de México (México). Profesor, Universidad Autónoma Metropolitana (México). Miembro, Sistema Nacional de Investigadores - Nivel 3 (México). Ganador del Premio 2007 a las Áreas de Investigación y el Premio 2008 a la Investigación en Ciencias Sociales y Humanidades de la Universidad Autónoma Metropolitana, el Premio Internacional de Filosofía Estética 2009 y el Premio Nacional de Ensayo sobre Fotografía 2021 otorgado por la Secretaría de Cultura de México y el Centro de la Imagen (México). Es autor de 11 libros individuales, ha publicado más de 100 artículos académicos sobre Hermenéutica de la cultura, Teoría de la imagen y Filosofía del Lenguaje y ha sido coordinador y coautor de 18 libros colectivos sobre los mismos temas. Entre ellos: *Iconos, figuraciones sueños. Hermenéutica de las imágenes* (2004, Siglo XXI), *Símbolos digitales. Representaciones de las TIC en la comunidad escolar* –dirigido junto con Mauricio Andión Gamboa– (2013, Siglo XXI y UAM), *Kafka. Las escenas de lo humano* –junto con José Alberto Sánchez– (2018, Siglo XXI y UAM), *Cuerpos inciertos. Potencias, discursos y dislocaciones en las corporalidades contemporáneas* –coordinado junto con Fabián Giménez Gatto– (2021, Siglo XXI y UAM) y *Hermenéuticas y esquivas en la mirada cinematográfica* (2024, Gedisa y UAM). Como realizador audiovisual, su serie “Interferencias. Irrupciones al sentido común” estrenada en 2017 fue ganadora en los Premios Televisión de América Latina y el documental animado “Jacques Lacan: El lenguaje nos habla” obtuvo el primer lugar de la Muestra Nacional de Imágenes Científicas de la Universidad Nacional Autónoma de México y el Instituto Mexicano de Cinematografía. Su serie “Pensar el Arte” fue finalista en 15 festivales de Cine y Televisión, entre otros: Chicago Amarcord Television (Estados Unidos), Fiorenzo Serra Film Festival (Italia), Festival Iberoamericano de Cortometrajes (España), Premis Miquel Fàbreques (España) y Festival Internacional de Cine “Autumn in Voronet” (Rumania).

Archivo de la Memoria Trans

Imágenes digitales, fotografías y el arte de construir memoria

Trans Memory Archive

Digital images, photographs and the art of building memory

Arquivo da Memória Trans

Imagens digitais, fotografias e a arte de construir a memória

DOI: <https://doi.org/10.18861/ic.2024.19.2.3766>

▶ ANA MARISA PEREYRA

anapereyra2@abc.gob.ar - Ciudad Autónoma de Buenos Aires -
Universidad de Buenos Aires, Argentina.

ORCID: <https://orcid.org/0009-0001-6748-9707>

CÓMO CITAR: Pereyra, A. M. (2024). Archivo de la Memoria Trans. Imágenes digitales, fotografías y el arte de construir memoria. *In Mediaciones de la Comunicación*, 19(2). DOI: <https://doi.org/10.18861/ic.2024.19.2.3766>

Fecha de recepción: 24 de abril de 2024

Fecha de aceptación: 22 de octubre de 2024

en el escenario público— en un orden simbólico eminentemente *cisheteronormado*. El planteo central gira en torno a la concepción del AMT en tanto práctica intelectual que busca intervenir en la creación de sentido con el objetivo de participar de la construcción de la *memoria colectiva* desde la perspectiva de las disidencias sexo-genéricas. Con este objetivo, se analiza su condición de archivo digital que altera el régimen de visibilidad y el *reparto de lo sensible*. Asimismo, se reflexiona sobre el marco productivo de las fotografías y aquellas prácticas que componen el AMT en tanto experiencias *performáticas*, concibiéndolas como expresión de la mutación del archivo tradicional enmarcadas en la *domicialización* de los archivos.

PALABRAS CLAVE: *archivo, fotografía, imagen digital, trans, política, memoria colectiva.*

RESUMEN

El artículo aborda el Archivo de la Memoria Trans (AMT) de Argentina como expresión política de resistencia —que busca contribuir a la alteración del sentido

ABSTRACT

The article addresses the Trans Memory Archive (AMT) of Argentina as a political expression of resistance —which seeks to contribute to the alteration

of meaning in the public arena– in an eminently *cisheteronormative* symbolic order. The central approach revolves around the conception of AMT as an intellectual practice that seeks to intervene in the creation of meaning with the aim of participating in the construction of *collective memory* from the perspective of sex-gender dissidence. With this objective, its expression in digital archives will be analyzed and the elements and practices that make up AMT will be reflected upon as performative experiences, conceiving them as an expression of the mutation of the traditional archive, framed in the art of memory.

KEYWORDS: *archive, photography, digital image, trans, politics, collective memory.*

RESUMO

O artigo aborda o Arquivo de Memória Trans (AMT) da Argentina como expressão política de resistência – que busca contribuir para a alteração do sentido no cenário público – numa ordem simbólica eminentemente *cisheteronormativa*. A proposição central gira em torno da concepção do AMT como uma prática intelectual que busca intervir na criação de sentido com o objetivo de participar da construção da *memória coletiva* sob a perspectiva das dissidências sexo-gênero. Com esse intuito, será analisada sua expressão de arquivo digital e serão feitas reflexões sobre os elementos e práticas que compõem o AMT como experiências performativas, concebendo-as como expressão da mutação do arquivo tradicional, enquadradas na arte da memória.

PALAVRAS-CHAVE: *arquivo, fotografia, imagem digital, trans, política, memória colectiva.*

1. INTRODUCCIÓN

“La política trata de lo que vemos y de lo que podemos decir al respecto, sobre quién tiene la competencia para ver y la cualidad para decir, sobre las propiedades de los espacios y los posibles del tiempo”.
(Jacques Rancière, *El reparto de lo sensible. Estética y política*).

Resulta fundamental para el presente trabajo plantear desde el comienzo que la conceptualización de lo trans atraviesa el intento de comprender el acto político de la disputa por el sentido. En este artículo, lo trans no se entiende dentro de la categoría de diversidad sexual ya que, como plantea Facundo Saxe (2020), investigador argentino especializado en estudios de género, dicha categoría está íntimamente relacionada con políticas neoliberales de identidad que, desde una perspectiva epistemológica de diversidad, tienden a ocultar un acto político de normalización. En cambio, entender lo trans en tanto disidencia sexo-genérica permite conceptualizar mejor las prácticas de construcción de conocimiento de colectivos que ante la violencia del sistema buscan “desobedecer las formas de normalidad y normalización” (p. 4).

Desde allí, entonces, abordar el Archivo de la Memoria Trans (AMT) de Argentina implica un intento de comprender el acto político de la disputa por el sentido desde las voces que integran una comunidad atravesada por la violencia que impone el sistema *cisheteronormado*.

En este sentido, nos preguntamos: ¿Qué rol político cumple la construcción de un archivo por parte de una comunidad que ha sido categorizada, desde los discursos policiales y clínicos como lo desviado y lo pervertido? ¿Qué implica construir memoria en los espacios digitales? Con el objetivo de hallar posibles respuestas a estos interrogantes iniciaremos este recorrido indagando la historia de la conformación del AMT, que es conceptualizado por sus integrantes como un “espacio para la protección, la construcción y la reivindicación de la memoria trans”¹. En ese marco, el artículo analiza el AMT como expresión de un devenir cultural general de *museización* (Huyssen, 2001) cuya riqueza y diversidad hacen necesaria una apertura conceptual de la práctica archivística. Enmarcada en la actividad de producción de conocimiento de las disidencias sexo-genéricas, esta práctica vuelve necesario su abordaje desde la noción de *archivo de sentimientos* (Cvetkovich, 2003) como ejercicio de producción del *arte de la memoria* (Guasch, 2011), en tanto ejercicio intelectual de resistencia (Tagg, 2005) en el sistema *cisheteronormado*. Finalmente, reflexionaremos sobre esta práctica intelectual en torno a la construcción de un *régimen de visibilidad* (Rancière, 2009) en torno del AMT.

¹ Véase el sitio web del AMT: <https://archivotrans.ar/index.php/acerca>

2. LA CONFORMACIÓN DEL AMT

En 2012, María Belén Correa, la actual directora del AMT, heredó la caja de fotos de su amiga y activista trans Claudia Pía Baudracco, quien murió en marzo de ese año, antes de ver aprobada, en Argentina, la Ley de Identidad de Género N° 26.743². María Belén señala al respecto que la familia de Claudia Pía sabía que las fotos y otros elementos le correspondían a ella “por ser descendiente directo o familia trans directa” (El Conti, 2018 [Canal de YouTube]). Sobre la importancia de Claudia Pía citamos las palabras de Carmen Marcial, otra integrante del AMT:

La idea siempre la tuvo Claudia Pía Baudracco, que ella era una activista, también fundadora de la Asociación de Travestis, Transexuales y Transgénero de Argentina (ATTTA)³, al igual que María Belén Correa. Ella pensó en algún momento, no sabía si se iba a llamar archivo de la Memoria Trans, pero pensó en ir rescatando fotos para algún día poder crear algo y que nos recuerden. Claudia Pía viajaba por todo el país, era una activista muy muy importante, y de cada lugar que iba, a la casa de sus amigas (...) siempre se guardaba una fotito de recuerdo. (AMT, 2020 [Canal de YouTube])

Por su parte, en 2018, en una entrevista para el Centro Cultural de la Memoria Haroldo Conti, María Belén Correa señala:

El archivo de la Memoria Trans es la reconstrucción de las memorias, vivencias y el pasado contado por las sobrevivientes que están exiliadas y las pocas que quedan en Argentina. Estamos hablando de personas trans, mayores de 55 años, que no llegan a cien en el listado. El nacimiento del archivo es a partir de la muerte de Claudia Pía Baudracco. Teníamos el proyecto de juntar y unir a las sobrevivientes, que estaban dispersas por distintas partes del mundo, las exiliadas, ya que en los '70 y '80, incluso los '90, el exilio era la forma de sobrevivir a lo que estaba pasando en Argentina, en cuanto a edictos policiales y persecución. (El Conti, 2018 [Canal de YouTube])

Pocos meses después de recibir la caja con fotografías, cartas y otros documentos, Correa decidió abrir un *grupo oculto* en la red social Facebook⁴:

El archivo se genera a partir de un grupo ultracerrado de Facebook. En ese archivo empezamos a ingresar los distintos contactos que teníamos de chicas de la

2 Véase los siguientes artículos periodísticos: La pelea por los derechos de las personas trans sigue, La Tinta (<https://fji.li/eksalk>); El respeto a la identidad, Página 12 (<https://fji.li/r51p9w>); Quién fue Claudia Pía Baudracco: la militancia de una activista clave para los derechos de las personas trans, El Destape (<https://fji.li/uayanjm>).

3 La Asociación de Travestis, Transexuales y Transgénero de Argentina (ATTTA), fue fundada en 1993. Véase: <https://attta.org.ar/historia/>

4 Los grupos ocultos, también llamados “secretos”, no pueden ser encontrados mediante el buscador de Facebook y sus publicaciones solo pueden ser vistas por quienes forman parte del mismo. Para acceder a estos grupos se debe contar con la invitación de alguien que lo integre. En una entrevista realizada a Correa en la Revista de Estudios y Políticas de Género de la Universidad de Tres de Febrero, ella comenta que la razón de hacer un grupo secreto se debió a la necesidad de evitar que se filtraran “personas cis que quieran estudiarnos: como psiquiatras, psicólogos/as o tesistas” (Mendieta & Kravetz, 2021, p. 206).

época. Hoy en días somos 1200 chicas trans y hombres trans, por distintas partes del mundo; incluso tenemos las chicas de Uruguay, que están muy conectadas con las argentinas, por el hecho de que las argentinas nos exiliábamos y éramos recibidas por las chicas de Uruguay. (El Conti, 2018 [Canal de YouTube])

En 2014, la fotógrafa Cecilia Estalles se encontraba realizando un trabajo sobre travestidismos y transfemicidios, parte de un proyecto realizado por la fotógrafa Jazmine Bakalars para el Centro Cultural de la Memoria Haroldo Conti. En el proceso conoció a Correa, quien la puso en contacto con familiares y amigos de Gina Vivanco, mujer trans asesinada por la policía en 1991. En ese momento, Estalles fue invitada al grupo de Facebook y se unió al equipo del AMT, dando inicio al trabajo de digitalización de los materiales compartidos. A partir de entonces, la tarea de archivar experimentó un proceso de profesionalización⁵.

En 2014, en el espacio de la Federación Argentina de Lesbianas, Gays, Bisexuales y Trans (FALGBT), se realizó la primera muestra del AMT titulada *La construcción de una Líder*, en la que se expusieron fotografías, cartas y otros objetos de Claudia Pía Baudracco. También en la sede de la FALGBT, en 2015, se llevó a cabo la segunda muestra titulada *En busca de la libertad: exilio y carnavales, la cual puso de relieve el valor que el carnaval cumplía para las personas trans y travestis*⁶. En 2017, por primera vez, el AMT realizó una muestra en el Centro Cultural por la Memoria Haroldo Conti, la misma se llamó *Esta se fue, a esta la mataron, esta se murió*. El siguiente paso en la profesionalización se dio al ganar un premio del Programa Ibermemoria Sonora y Audiovisual, en 2018, con el que el grupo de trabajo recibió capacitaciones para la gestión y el manejo del archivo por parte del Foto Observatorio del Patrimonio Mexicano. En el año 2019, material del AMT se expuso en el Museo Reina Sofía de España, acontecimiento que para Correa hizo que desde Argentina se comenzara a prestarle mayor atención:

Nosotras tuvimos nuestro primer financiamiento por Ibermemoria, y todas las ayudas que hemos tenido siempre fueron del extranjero. En Argentina recién nos empezaron a reconocer ese año, cuando fuimos al Reina Sofía o salimos de distintos lugares del extranjero. Primero fuimos reconocidas en el extranjero para que recién ahora se nos empiece a reconocer en Argentina. (Archivo Trans, 2021 [Canal de YouTube])

A finales de 2020, el AMT publicó su primer fotolibro, titulado *Archivo de la Memoria Trans*, compuesto por 219 imágenes, facsímiles de cartas, postales

⁵ Correa, en la entrevista realizada en el Centro Cultural Haroldo Conti, señala que el trabajo de archivar se profesionaliza desde el momento en que se incorpora a la fotógrafa Cecilia Estalles, lo cual señala un antes y un después en la construcción del archivo. Entendemos que esta caracterización del proceso permite distinguir un trabajo previo de carácter artesanal, realizado por personas sin conocimientos de archivística o conservación de imágenes y documentos.

⁶ En palabras de Correa: "El carnaval eran las dos semanas de libertad, donde vos podías bailar frente a la policía y no te podía tocar, porque en esas dos semanas la sociedad era la que te protegía, la que aplaudía y la que quería verte" (El Conti, 2018 [Canal de YouTube]).

y tarjetas que documentaban la vida de las travestis y trans desde la década de 1940 hasta 1990. En su tapa y contratapa pueden leerse, escritos con brillos, los apodos de 600 mujeres trans fallecidas.

El 1 de mayo de 2021, de la mano de Agustina Comedi y Mariana Bomba, se estrenó en Canal Encuentro la serie documental de cuatro capítulos titulada *Archivo de la Memoria Trans*. Los títulos de los capítulos que compone la serie son: *Valijas, Plumas, Besos y Reveladas*, y en cada uno de ellos se abordan las historias de María Belén Correa, Cynthia Samanta Almeida Gorgoña Greyman, Edith Rodríguez y Julieta Gonzáles (Ponce & Rodríguez, 2022)⁷. Ese mismo año se estrenó la página web del AMT⁸. Desde ese espacio digital se puede acceder a un enorme archivo compuesto por materiales que se organizan en las siguientes grandes categorías: *Acerca, Catálogo, Videos, Actividades, Wikitrans, Publicaciones, Prensa*. Al ingresar a la categoría *Catálogo*, pueden encontrarse las siguientes: Activismo, Exilio, Correspondencia (Cartas y Postales), Carnaval, Fiestas, Cumpleaños, Trabajo sexual, Vida cotidiana, Show, Retrato hecho por fotógrafx, Mi Cuerpo, Trabajos, Profesiones y Oficios. En la página pueden consultarse las memorias fotográficas, filmicas, sonoras, periodísticas y diversas piezas museográficas.

Al primer libro del AMT le siguieron tres más. En 2022 se publicó *Si te viera tu madre: activismos y andanzas de Claudia Pía Baudracco*, centrada en la vida de la activista trans. Fue entonces que AMT estrenó su propia editorial, con la que luego publicarían dos libros más. En 2023 aparece en escena *Nuestros códigos*, que reunió fotos privadas y frases que dan cuenta de códigos culturales propios de la comunidad trans en Argentina. Y en 2024 se presentó el libro *Kumas*, que reúne 19 historias contadas en primera persona⁹. Además de libros y diversas exposiciones, el AMT ha generado calendarios, pines, tote bags, entre otros materiales que se encuentran a la venta para solventar el proyecto.

3. EL AMT COMO EXPRESIÓN DE UN “ARCHIVO DE SENTIMIENTOS”

Es posible pensar el AMT como fruto de lo que Huyssen (2001) señala como *museización*. A partir de este concepto, el autor busca caracterizar los cambios socioculturales que se sucedieron durante décadas, enfatizando lo acontecido en las últimas décadas del siglo XX. Este fenómeno se observa, según Huyssen, en la aparición de modas retro, la restauración de centros históricos, los consumos nostálgicos, la literatura confesional y escritura de memorias, así como la *automuseización* vinculada a la popularización de las videocámaras y la creación de bancos de datos electrónicos y, puede agregarse, digitales. La práctica cultural de la museización también impacta en las transformaciones que

7 Véase: <https://www.youtube.com/@encuentro>

8 Véase: <https://archivotrans.ar/>

9 Véase: <https://archivotrans.empretienda.com.ar/productos>

experimenta la *domicialización de los archivos*, que, como sostiene Goldchluk (2021), implica siempre una confiscación del objeto archivado de su entorno original con la finalidad de construir otra perspectiva interpretativa. En este sentido, la autora señala que de la mano de los medios digitales se producen profundas transformaciones tanto en los actores como en las formas de construir memoria bajo el proceso archivístico. Es en ese marco que podemos pensar al AMT como producto de cambios socioculturales que señalan una “automuseización obsesiva” (Huyssen, 2001, p. 43) que se extendió, particularmente en la población occidental a partir de 1980 de la mano de la popularización de las cámaras portátiles compactas. Algo que, poco a poco y en función del bajo costo de las cámaras, permitió retratar las vidas cotidianas de quienes no formaban parte del campo profesional de la producción fotográfica. En Argentina, su proliferación tuvo como resultado la progresiva desaparición de la fotografía ambulante (Pérez, 2019).

Es esa práctica la que produjo el material a partir del cual se creó el AMT, que en la mayoría de casos rescata materiales que las familias de las personas trans buscan desechar. Cecilia Saurí (2018), otra de las fotógrafas profesionales que forman parte del equipo de trabajo del AMT, plantea que “es habitual que la familia de una trans al fallecer la persona trate de borrar todo vestigio de la existencia de ella, porque para el imaginario social ser trans se asemeja a la depravación y la vergüenza” (p. 6). Sin embargo, las prácticas de construcción e interpretación del pasado no se restringen a la creación de una gran colección –que actualmente supera las 10 mil piezas–. Por eso consideramos fundamental incorporar la noción de *archivo de sentimientos* propuesta por Cvetkovich (2018):

El archivo de sentimientos contiene muchos tipos de documentos, tanto efímeros como materiales. Tiene sus propias formas de claro sentimentalismo, y puede incluir la experiencia de ver películas (...) Pero también documenta esos momentos en que ya no es posible sentir nada y en que es necesario algo más que una escena familiar o típica para expresar ese sentimiento. (p. 380)

El concepto de archivo de sentimientos permite comprender el rol social que juega el AMT para sus propios integrantes. Con esto nos referimos tanto a los materiales que forman parte del archivo digitalizado al que se accede desde la página web, así como a todos aquellos elementos y prácticas llevadas adelante en sus *redes sociales mediáticas* (Carlón, 2020)¹⁰, en particular en Instagram y Facebook. A su vez, este archivo de sentimiento se compone de prácticas tales como talleres de lectura y escritura dirigidos a personas de la comunidad trans-travesti, a los fines de ofrecer herramientas para que narren sus historias. Se cuenta, también, el ciclo de poesía Travestis Trans y No Binaries (TTNB), con

¹⁰ Carlón sugiere la noción red social mediática para hablar de aquellas redes sociales que surgen a partir del entorno de Internet.

la finalidad de tejer redes con artistas de la comunidad, entre otras actividades, incluyendo *shows* en vivo. Finalmente, desde 2024 se suma el centro para Adultas Mayores Trans que se encuentran en situación de vulnerabilidad, proyecto anexo al AMT, en el que sus integrantes realizan diversas actividades, muchas de ellas vinculadas al desarrollo de microemprendimientos.

En esta diversidad de elementos podemos observar una mezcla de materiales antiguos y la producción de elementos nuevos que habilita pensar este archivo de sentimientos en tanto obra de arte. Este *status* nos permite comprender las prácticas del AMT como fruto del giro hacia el archivo que, como señala Guasch (2011), se evidencia particularmente hacia finales de la década del sesenta del siglo XX y continúa hasta la actualidad. Este giro, en palabras de la autora, es fruto de un interés del arte actual por lo que se denomina *arte de la memoria*, cuyos orígenes pueden rastrearse a principios de siglo XX entre artistas e intelectuales interesados en la “memoria cultural”, ya no desde una perspectiva diacrónica sino “en términos de una sincronía espacial que busca nuevos modelos de escritura e imagen del relato histórico” (p. 158). Siguiendo a Guasch, podemos señalar que este giro de la obra de arte hacia el archivo dio paso al fenómeno social de la *museización* y *automuseización* (Huyssen, 2001), en tanto prácticas extendidas en la población desde las últimas décadas del siglo XX.

La necesidad de comprender el arte de la memoria de estas disidencias sexo-genéricas nos lleva a señalar dos conceptos que se encuentran en íntimo vínculo con la definición de archivo de sentimientos en tanto forma contrahegemónica de producción de conocimientos: *performance* y *repertorio*. Al respecto, Taylor (2015) diferencia archivo y repertorio: mientras el primero refiere a documentos, textos, cartas y demás elementos “supuestamente resistentes al cambio” (p. 55), el segundo refiere a la memoria corporal, la *performance*. En este sentido, Taylor caracteriza la *performance* como un “sistema de aprendizaje, almacenamiento y transmisión de saber” (p. 51). El archivo de sentimientos contempla tanto la memoria de archivo como la corporal. Esta última es habilitada por los espacios de encuentro cara a cara (talleres diversos, exposiciones, etc.), así como por la circulación de un archivo con acceso abierto (Bugnone & Macioci, 2023) que busca extender la estética trans-travesti, al mismo tiempo que habilita la circulación de las imágenes de cuerpos e identidades censuradas en el pasado reciente argentino por los dispositivos de poder estatales.

Al hablar de *dispositivo* retomamos la noción propuesta por Traversa (2001), quien desde una perspectiva semiótica lo plantea como la combinación de materialidades, discursos e instituciones. En definitiva, un dispositivo es un entramado de prácticas sociales vinculadas a mecanismos de regulación que impactan tanto en la producción de conocimiento como en las subjetividades. Es a partir de dicha noción que nos interesa reflexionar sobre el rol del museo en su dimensión comunicacional y, más específicamente, su rol en la circulación de nuevas representaciones. Resulta pertinente retomar el planteo de Panozzo

Zenere (2022), quien desde la conceptualización del museo como fenómeno comunicacional, valiéndose de la perspectiva de Drotner, Dziekan, Parry y Schröder (2018), sostiene que es necesario comprenderlo en tanto “técnicas o procesos particulares cuyas propiedades permiten producir, almacenar, reproducir y compartir signos en el espacio y el tiempo; pero que supone, además, tratarlos como herramientas simbólicas que generan significados, representaciones y rituales” (Panozzo Zenere, 2022, p. 4).

Asimismo, conceptualizar el museo como fenómeno comunicacional nos lleva a retomar el planteo de Huyssen (2001), quien sostiene que una forma de juzgar las prácticas del museo es ver hasta qué punto ayudan a derribar una ideología de superioridad cultural, de qué manera posibilita la circulación de otras representaciones y contribuye a la contestación y negociación cultural. Cuestión esencial que vuelve necesario traer la crítica que Bishop (2013) realiza a los museos de arte contemporáneo. En términos generales, la autora plantea que este tipo de museos está atravesado por lógicas neoliberales que se evidencian en la perspectiva de construcción de entretenimiento y la falta de lazos reales con las problemáticas sociales actuales. Dentro de esta crítica general, Bishop destaca la presencia de museos que, desde una perspectiva radical, se muestran abiertos a lo experimental y presentan un compromiso político real con las problemáticas sociales, lo que implica escapar al presentismo espectacular para habilitar nuevas narrativas. A este abordaje de lo contemporáneo la autora le llama *dialectical contemporaneity* (p. 9), un concepto que no refiere tanto a un estilo o a un período histórico abordado, sino a la forma en que el museo se relaciona con estos. En palabras de Bishop: “This doesn’t mean that they subordinate art to history in general, but that they mobilize the world of visual production to inspire the necessity of standing on the right side of history” (p. 6)¹¹.

Entre los museos que Bishop señala como radicales en su construcción de lo contemporáneo se encuentra el Museo Nacional Centro de Arte Reina Sofía, en Madrid. Recordemos que fue en ese espacio que el AMT realizó una importante muestra, cuyo impacto tuvo repercusiones en Argentina y al decir de María Belén Correa hizo que se le comenzara a prestar atención al AMT. Entendemos que el museo, en su función legitimadora, obró como espacio que habilitó y puso en escena un “excedente de significado” (Huyssen, 2001, p. 45) en lógica de memoria contrahegemónica. En esta misma línea es necesario destacar el rol de espacios como el Centro Cultural por la Memoria Haroldo Conti (Argentina) y el ex Centro Cultural Néstor Kirchner (Argentina)¹², que al abrir sus espacios a organizaciones como el AMT contribuyen a la apertura de lo visible al plantear otras narrativas sobre el pasado.

¹¹ “Esto no significa que subordinen el arte a la historia en general, sino que movilizan el mundo de la producción visual para inspirar la necesidad de estar del lado correcto de la historia” (La traducción es propia).

¹² Actualmente, “Palacio Libertad”, tal la denominación impuesta por el gobierno del presidente Javier Milei.

Tanto las prácticas de museización desarrolladas por el AMT como la activa participación de instituciones de museo, nos hablan de una alteración en la construcción de sentidos en torno a las disidencias sexo-genéricas en Argentina. Este cambio se vincula, también, con las tecnologías digitales que tienen un rol protagónico en el AMT. Por lo tanto, en el siguiente apartado nos centraremos en abordar la existencia del archivo en tanto *objeto digital*.

4. EL AMT Y LA DISPUTA POR EL SENTIDO

4.1 De la diseminación analógica de documentos privados a la (des)centralización de objetos digitales

Al ingresar a la página web del AMT se puede leer, en la sección *Acerca*, la siguiente aclaración:

La misión del AMT es reunir y rescatar un acervo documental sobre la historia de vida de la comunidad trans argentina. La visión es constituirse como un referente/organismo documental y de memoria colectiva de las identidades trans. La política documental del AMT adhiere a la lucha contra la transfobia: el trabajo para la formación educativa y la inserción social-laboral de las personas trans, así como la denuncia de todo tipo de transfobia institucional o social. Así mismo, el Archivo es un espacio cooperativo en el cual también intervienen artistas, activistas, archivistas, periodistas, historiadorxs, curadorxs, críticxs de arte, editores, conservadores, investigadores y docentes en un intento por idear nuevos proyectos a partir de lenguajes diversos¹³.

¿Es el AMT revolucionario? Siguiendo a Bugnone y Macioci (2023), podría decirse que sí. ¿En qué sentido? La respuesta a esta pregunta se articulará en la naturaleza de este trabajo de archivo enmarcado en la museización en la era digital, la diversidad de prácticas y materiales que lo componen, así como el carácter comunitario del AMT en el que sus integrantes desarrollan el arte de construir memoria de forma colectiva.

El archivo no es simplemente almacenamiento de documentación (Vigna, 2024) archivar implica consignar y, en este acto, producir sentido (Derrida, 1997). Esa construcción lleva en sí misma la carga de la *violencia de archivo*. Esta se evidencia tanto en la selección de lo archivable, así como en la construcción de la perspectiva institucional –y por lo tanto histórica– de interpretación de los documentos que componen un archivo. “¿Por qué alguien donaría las revistas que guardó celosamente, a veces poniendo en riesgo su integridad física?”, se pregunta Graciela Goldchluk (2021, p. 38) respecto a las donaciones que durante años recibió el Centro de Documentación e Investigación de la Cultura de Izquierdas en la Argentina. Una pregunta similar podemos hacernos respecto a las diversas documentaciones que aún siguen llegando al AMT. ¿Por qué las

¹³ Véase: <https://archivotrans.ar/index.php/acerca>

personas trans –o sus familias– donarían sus fotografías u otros objetos personales para construir un archivo? ¿Qué implica, para la comunidad trans de Argentina, construir el AMT?

Es preciso contextualizar la práctica del AMT como parte de los movimientos de resistencia y de construcción de la memoria de las disidencias sexo-genéricas en América Latina. Entre este tipo de apuestas se encuentran el Museo Travesti, en Perú desde 2003, o iniciativas tales como el Centro Académico de la Memoria de Nuestra América (desde 2009), dependiente de la Universidad Autónoma de la Ciudad de México, que contiene fondos documentales vinculados a la identidad, la diversidad y los derechos sexuales (Bugnone & Macioci, 2023). Por su parte, en el contexto nacional encontramos el proyecto colaborativo tucumano La Cascotiada, que se inició en 2013, primero como revista y actualmente en calidad de editorial¹⁴. A su vez, en Argentina pueden encontrarse diversas obras (escritos literarios, audiovisuales, etc.) a las que Saxe (2023) nuclea en una “serie-constelación cultural vinculada a la producción desde las disidencias sexo-genéricas” (s/p), entre las que el autor cuenta al AMT.

En este contexto, la directora de AMT, María Belén Correa, puntualizó el recorrido trazado por el colectivo:

Nosotras en este momento estamos intentando, o en el trámite de reconstruir nuestra memoria, para poder llegar a tener una verdad y poder llegar a la justicia. Memoria, Verdad y Justicia¹⁵. Nosotras estamos en la primera etapa, en la memoria. En tratar de reconstruir esa memoria, de poder descubrirla y hacerla visible, para que eso se convierta en una Verdad y a partir de eso poder llegar a la Justicia. (El Conti, 2018 [Canal de YouTube])

Se trata de la necesidad de crear memoria para exigir justicia; de hacer hablar a una comunidad siempre hablada por otras voces. Con este objetivo las integrantes del AMT se dieron a la tarea de rastrear diversos documentos de las múltiples escenas privadas de la vida cotidiana de mujeres y hombres trans y travestis, y reunirlos en el espacio digital del archivo¹⁶. De allí que entendemos que la expansión digital del AMT sea solamente una de las facetas que componen esta compleja práctica política, aunque se trata de un aspecto de suma relevancia.

Al tratarse de un archivo digital es necesario señalar su carácter descentralizado, bajo la custodia y gestión de los algoritmos (Vigna, 2024). El tipo

¹⁴ Véase: <https://lacascotiada.com.ar/> Asimismo, puede seguirse desde la página del proyecto MASDIME: “Memorias de las masculinidades disidentes en España e Hispanoamérica” (<http://www.masdime.udl.cat/enlaces/de-interes/>). El mismo forma parte del Programa Estatal de Generación de Conocimiento del Gobierno de España, que desarrolla una investigación interdisciplinaria de obras de carácter autobiográfico en torno a la construcción de la masculinidad desde la disidencia. En su sitio se nuclea enlaces a los espacios de diversas iniciativas de habla hispana en torno a la construcción de identidades de disidencias sexo-genéricas.

¹⁵ “Memoria, Verdad y Justicia” es el histórico lema de las Abuelas y Madres de Plaza de Mayo, organizaciones de Derechos Humanos que se formaron en el marco de los crímenes cometidos durante la última dictadura cívico-militar (1976-1983) en Argentina.

¹⁶ Se las nombra en femenino porque el archivo se inició con el trabajo de mujeres trans.

de existencia del AMT, al que hemos conceptualizado *archivo de sentimientos* (Cvetkovich, 2003), permite comprender la importancia de la documentación –documentación inicialmente analógica y material que “nace” digital– y del rol de la performance en la construcción de conocimiento. Cuestiones que llevan a preguntarnos sobre la naturaleza del objeto digital en su relación intrínseca con el código binario del lenguaje informático.

Blanco y Berti (2013) señalan que el objeto digital tiene una *existencia oximorónica* en tanto convergen en él lo concreto (el objeto) y lo abstracto (el código). Por su parte, al abordar la particularidad de los objetos digitales, Hui (2017) llama la atención sobre el hecho de que la digitalización implica una “nueva técnica de administración de datos” (p. 89) que no solo maneja enormes cantidades de los mismos, sino que produce redes. Hui rescata la noción de *medio asociado* propuesta por Simondon (2008) y señala que sin prestar atención a las relaciones que se establecen entre datos y programas no es posible comprender al objeto digital. Por eso señala que la web debe comprenderse como el medio asociado en el que la abstracción de un código deviene objeto digital; es decir, que la existencia del objeto digital en tanto elemento técnico depende del medio asociado que lo hace inteligible (Blanco & Berti, 2013).

En este sentido, la propia existencia del AMT debe comprenderse en relación al medio asociado de la web, con una fuerte presencia de las redes sociales digitales. Dicha impronta digital se enmarca en el fenómeno de la alteración de la domicialización del archivo, en tanto supone un quiebre entre el espacio físico y el institucional (Goldchluk, 2021). Las imágenes digitales del AMT pueden circular en la amplia red de medios de la web, por eso Goldchluk señala que los archivos digitales, al implicar un cambio sustancial en la topología y en las técnicas de consignación, abren paso a un cambio en el contenido archivado. Esto impacta tanto en la circulación del archivo como en los actores que lo producen. Respecto a esto último, la autora señala que el archivo que nació como producción discursiva del Estado pasa a ser un espacio desde donde nuevos sujetos interpelan a ese Estado.

Este fenómeno de ampliación de los actores sociales que construyen archivo puede ubicarse dentro de lo que Baricco (2006) señala como la emergencia de una cultura de “los bárbaros”, en tanto se hacen visibles, en diversos escenarios públicos de la web, prácticas y sujetos desjerarquizados por la cultura hegemónica. En la misma línea, Tello (2018), sostiene que los archivos emplazados en espacios digitales, al componerse de signos inmateriales, vuelven difusa la frontera entre el archivo y el espacio profano, lo que contribuye a cuestionar las premisas tradicionales de la construcción del archivo.

Estos cambios alteran los tres aspectos a partir de los cuales, según Derrida (1997) se conceptualiza el archivo: la posesión, la retención y el marco interpretativo. Debido a esa alteración, Goldchluk caracteriza al AMT como “el hecho archivístico más importante del siglo XXI” (Goldchluk citada en Bugnone & Macioci, 2023, p. 22).

Respecto a esto, toca abordar el carácter transformador del AMT en su cualidad de producción colectiva, cuestión que remite nuevamente a Cecilia Estalles, quien plantea que:

Las imágenes que se conocen de la comunidad trans-travesti, son las imágenes del fotógrafo, con su cámara, sacando fotos hacia una comunidad, con su visión. Me parece que la potencia que tiene esto [el AMT] es ser historias contadas en primera persona. (El Conti, 2018 [Canal de YouTube]).

Derrida (1997) plantea que todo archivo, al construir un marco interpretativo, es instituyente –y por eso revolucionario–. A su vez, sostiene que en todo archivo hay una pulsión de destrucción a la que denomina *anarchivismo*. Tello (2018) retoma esa pulsión de destrucción planteada por Derrida y esgrime que la misma se evidencia en la lucha política, en procesos de carácter colectivo que alteran el orden archivístico tradicional. Si pensamos que el AMT expone una práctica colectiva que busca fortalecer los lazos comunitarios entre las disidencias sexo-genéricas, es fácil entender el carácter disruptivo adjudicado.

La página web del AMT construye una perspectiva colectiva no sólo al personalizar los fondos fotográficos señalando los nombres de cada persona que los ha donado, sino en su estructura misma. Una de sus secciones es la *Wikitrans*, espacio digital donde, desde la lógica de las wikis, se puede introducir información sobre temas vinculados a la comunidad trans, ya sea agregado algo nuevo o editando la información que ya figura en ese espacio. Como plantea Constanza Verón, representante de Wikimedia Argentina, proyectos como Wikipedia se basan en fuentes primarias y secundarias. En eso radica la importancia de proyectos como el Archivo de la Memoria Trans, cuya fuerza reside en que esa construcción de la memoria es llevada a cabo por las propias integrantes de la comunidad (Archivo Trans, 2021 [Canal de YouTube]). Asimismo, esta producción de conocimiento de las disidencias sexo-genéricas, de carácter colectivo y mutante, implica el ímpetu de construir a partir del trauma en un mundo eminentemente cisheteropatriarcal. Un *dispositivo vivo*, como señala la fotógrafa Cecilia Saurí (2018), que está

en constante movimiento; no se transforma en un mero rejunte de documentación inerte, sino que les otorga entidad a los ecos de las voces de aquellas que ya no están. La apuesta es rescatar aquello que todavía se mantiene activo, porque lejos de ser algo estático o hermético, el Archivo se concibe como potencia en mutación, y busca vencer el olvido recuperando desde el pasado las huellas de una memoria cultural acallada. (p. 4)

Podemos decir, también, que se trata de un dispositivo vivo porque ese “movimiento” que señala Saurí se observa en la constante incorporación de actividades que buscan contribuir con la propia comunidad, generando espacios de aprendizaje y expresión artística, así como de oficios que tienen el objetivo de

promover la incorporación de personas trans en la esfera laboral¹⁷. Por otro lado, su cualidad de “vivo” también se evidencia en el hecho de que el archivo continúa expandiendo la construcción de la memoria colectiva hacia otros actores sociales –ejemplo: los hombres trans, quienes aparecen en fondos fotográficos que documentan sus transformaciones–. De allí, una vez más, la necesidad de comprender estas formas culturales en su carácter de performance (Taylor, 2015), ya que se trata de cambios que buscan subvertir un orden del cuerpo con el que no se sienten representados y construir uno les genere identificación.

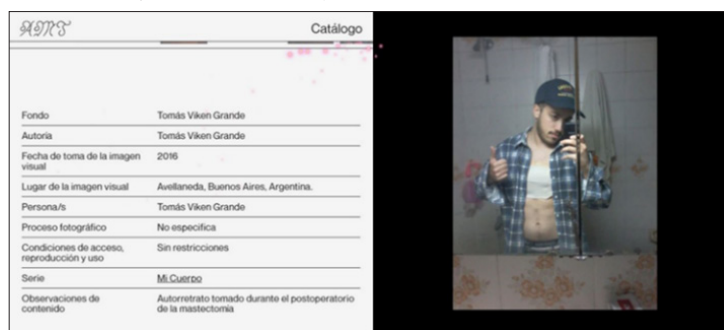
A modo ilustrativo pueden observarse las imágenes 1 y 2:

Imagen 1. Catálogo del AMT, serie *Mi cuerpo*



Fuente: AMT (<https://archivotrans.ar/index.php/acerca>) – Imagen de izquierda 2017 y de derecha 2020.

Imagen 2. Catálogo del AMT, serie *Mi cuerpo*



Fuente: AMT (<https://archivotrans.ar/index.php/acerca> – 2016).

Esta caracterización de dispositivo vivo también se evidencia en el hecho de que el equipo de trabajo que compone el AMT se encuentra en permanente diálogo con actores sociales de otras instituciones, lo que contribuye a la circulación del archivo, que deja su huella en los espacios digitales de las instituciones con las que dialoga.

¹⁷ Un ejemplo es el mencionado Centro para Adultas Mayores Trans en situación de vulnerabilidad.

En ese marco, el protagonismo de las voces de disidencias sexo-genéricas permite, por un lado, generar cambios en la producción de sentidos, mientras que, por otro, implica formas colectivas de generación de conocimiento y construcción de memoria dinámica en las que la producción de imágenes, en una era *postfotográfica* (Fontcuberta, 1997), “regida por la velocidad, la instantaneidad, la globalización y la desmaterialización” (p. 31), impone formas novedosas de disputa cultural.

5. EL CARÁCTER POLÍTICO DEL AMT

En *Ante el dolor de los demás*, Susan Sontag (2004), se pregunta: “¿Cuál es la prueba de que el impacto de las fotografías se atenúa, de que nuestra cultura de espectador neutraliza la fuerza moral de las fotografías de atrocidades?” (p. 122). Podemos proponer un cuestionamiento similar sobre el impacto político de las imágenes de disidencias sexo-genéricas que buscan construir legitimación en un escenario mediático que las ha caratulado, una y otra vez, como lo patológico y lo indebido.

Mientras que en el apartado anterior abordamos la potencialidad política de las prácticas del AMT en su expresión digital, en tanto alteran la noción tradicional de archivo, aquí nos interesa referirnos a su carácter de *dispositivo de visibilidad* (Rancière, 2010). De allí que los planteos de Sontag y de Rancière, en torno al debate sobre el poder político de las imágenes de “atrocidades” resultan valiosos recursos para indagar sobre el poder del AMT, independientemente del hecho de que no estemos hablando de representaciones de lo atroz, ya que nos permiten reflexionar sobre los espacios en que circulan las imágenes del archivo.

Sontag (2004) sostiene que el problema no es la reiteración de imágenes de acontecimientos, sino el medio por el que las mismas llegan a quienes las observan –por eso llama la atención sobre la televisión–, por sus modos de emplear las imágenes. Plantea que el hartazgo del público espectador se debe a la propia dinámica del medio, porque lo “significativo de la televisión es que se puede cambiar de canal, sentirse inquieto, aburrido. Los consumidores se desaniman. Necesitan ser estimulados, echados a andar, una y otra vez. El contenido no es más que uno de esos estimulantes” (p. 123).

Sibien el AMT es un archivo diverso que aporta a la construcción de sentido de un archivo emplazado en espacios caracterizados por la multiplicidad de contenidos, hay que tener en cuenta que cada sitio está regulado por distintas normas de interacción. En este sentido, es necesario mencionar que mostrar el cuerpo trans constituye parte de la estrategia de visibilización de la comunidad. ¿Qué sucede con las imágenes de cuerpos desnudos o semidesnudos en redes sociales cuyas políticas limitan la circulación de este tipo de imágenes? A modo de ejemplo, podemos observar la diferencia con la que se expone y circula una misma fotografía, en este caso de Edith Rodríguez, alias “La Tajo”, en el sitio

web del ATM (Imagen 3) y en Instagram (Imagen 4).

Imagen 3. Edith Rodríguez, alias “La Tajo”



Imagen 4. Edith Rodríguez, alias “La Tajo”



Fuente: Instagram @archivotrans (tomada en 1989). **Fuente:** Instagram @archivotrans (17/05/18).

Podemos ver cómo la autocensura opera en la publicación de la red social Instagram, donde un par de íconos de fuego tapan los pezones de Edith Rodríguez, que sí se muestran en la imagen publicada en la página web del ATM. Esta autocensura responde a las normas de convivencia del espacio digital habitado¹⁸.

Otras imágenes compartidas en esa red social o en Facebook contienen censuras similares. Sin embargo, el ATM no es solo lo publicado en una red social, la estructura misma del archivo, que se extiende por diversos medios, nos permite sortear esas censuras y acceder a las imágenes sin otra intervención que la digitalización. Por otro lado, la operación de comparación de imágenes realizada en este artículo es posible debido a que la dinámica del propio ATM lo permite, ya que la dispersión por diversos espacios diversifica el acceso a las imágenes. Sin embargo, podría argumentarse que las imágenes compartidas en las redes sociales mediáticas (Carlón, 2020) como Instagram o Facebook, con el consumo estético que proponen –particularmente la primera– abonan a la dilución del posible impacto político de las imágenes del ATM, debido, también, a la velocidad con la que los pulgares y los ojos pasan de una imagen a otra, en esa disposición vertical de las interfaces digitales (Scolari, 2018)¹⁹.

¹⁸ Aquí seguimos la conceptualización que plantea Burbules y Callister (2018) sobre Internet, en donde podemos encontrar espacios con arquitecturas específicas que habilitan y obturan formas de habitarlos e interactuar entre los usuarios.

¹⁹ Scolari plantea que las interfaces propias de la World Wide Web sintetizan seis milenios de desarrollo tecnológico. Una de sus cualidades consiste en el despliegue vertical de las mismas, disposición que un estudio arqueológico de

Es cierto que las fotografías de los álbumes familiares, que retratan la vida cotidiana de integrantes de la comunidad trans, pueden asemejarse a las imágenes de la vida cotidiana que suelen poblar los perfiles de estas redes sociales mediáticas. Sin embargo, no podemos dejar de lado el hecho de que gran parte de las imágenes que el AMT comparte son digitalizaciones de fotografías tomadas con cámaras analógicas a las que se les realiza un proceso de preservación. Con esto nos referimos tanto al procedimiento realizado sobre las imágenes en papel, para evitar que sigan deteriorándose, como al escaneo de estas que da como resultado una copia digital.

Podría objetarse que en estas redes sociales no es algo excepcional ver viejas fotografías digitalizadas. Sin embargo, las objeciones que caigan en una homogeneización como esta podrían perder de vista la relación entre las palabras y las imágenes: cuando viajamos en Instagram o Facebook, entre el caudal de imágenes que se nos presenta, hay un anclaje que ofrece el nombre de la cuenta (además de los hashtags y otros textos que aparecen debajo de las imágenes). Podemos ver personas participando de una fiesta, del carnaval o sonriendo a la cámara con un grupo de amigas, lo cual es habitual en estos espacios digitales; sin embargo, algo llama nuestra atención: *@archivotrans*. Podemos comprender que quienes están en las imágenes son mujeres (u hombres) trans y que esas fotografías pertenecen a un archivo. Son las propias exigencias de constitución de perfil de estas redes sociales mediáticas las que sirven a los fines de situar las imágenes que se comparten.

En este sentido, es importante no olvidar que uno de los primeros pasos en la conformación del archivo tuvo lugar en la red social Facebook, cuyas posibilidades tecnológicas²⁰ permitieron la creación de un grupo secreto que constituyó un espacio digital seguro para el reencuentro de las mujeres trans de Argentina y aquellas que se encuentran en otros países. Incluso una de las funciones de Facebook permite fijar un mensaje para que sea lo primero que se ve al ingresar, lo que a su vez permitía dar un marco a la función del grupo: “Espacio para la recolección y protección de la memoria trans en fotos, recortes, vídeos, revistas, películas y entrevistas, pero sobre todo en historias contadas por las sobrevivientes” (Estalles, 2019, p. 2). A la hora de pensar el cambio tecnológico experimentado por los archivos en la era digital, Goldchluk y Pené –citados por Bugnone & Macioci (2023)– señalan que no debe pensarse desde una perspectiva basada en el determinismo tecnológico, sino que se debe comprender el progreso de una particular tecnología en su puesta en práctica por una determinada sociedad. Esto permite conjeturar

las tecnologías de la comunicación puede encontrar inicialmente en el papiro. Esta es una característica común tanto en dispositivos celulares como en computadoras de escritorio o portátiles ya que, para moverse en las interfaces digitales, los internautas deben desplazarse hacia arriba o hacia abajo.

²⁰ Las posibilidades de socialización habilitadas por las interfaces, en tanto lugares de interacción, son una manifestación de la especificidad de las redes sociales en tanto expresión técnica, entendida como la exteriorización de las experiencias humanas que actúan a su vez en la producción de nuevas experiencias (Stiegler, 2016).

que el carácter estratégico de la utilización de Facebook para construir la red inicial que permitió que trans y travestis se contacten entre sí forma parte de las posibilidades de interacción abiertas en las sociedades hipermediatizadas (Carlón, 2015).

Incluso si pensamos en la comercialización de las imágenes vueltas estampas y pines, en el marco de las lógicas de consumo dentro del sistema capitalista, esa mercantilización también nos habla de una mayor apertura de la circulación de imágenes de la comunidad trans (Imagen 5).

Imagen 5. Imagen tomada del fondo fotográfico de Luisa Lucía Paz, cuya fotografía data del año 1986



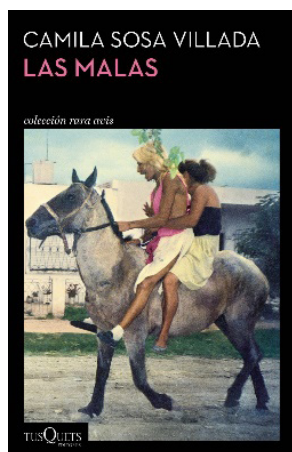
Fuente: Instagram @archivotrans (6/07/21).

Respecto a la ampliación de la circulación discursiva de la estética trans-travesti, es necesario destacar el vínculo entre esta imagen y uno de los despliegues performativos de *Las Yeguas del Apocalipsis*²¹. La fotografía seleccionada para la estampa del tote bag es previa a la puesta en escena del dúo artístico y performático compuesto por Pedro Lemebel y Francisco Casas Silva. Sin embargo, podemos aventurar que la selección de dicha imagen, a los fines de convertirla en estampa, se debe a su estrecha relación iconográfica con una de las performances llevadas a cabo por Lemebel y Casas Silva, de enorme influencia en las expresiones de las disidencias sexo-genéricas en América Latina.

²¹ Las Yeguas del Apocalipsis fue un dúo artístico chileno conformado por Pedro Lemebel y Francisco Casas Silva que, entre finales de los años 80 y principios de los 90 del siglo XX, expusieron performances que buscaron darle visibilidad a la diversidad sexual en Chile.

Por otro lado, la misma imagen forma parte del libro *Las malas*, de la escritora trans Camila Sosa Villada, como puede observarse en la imagen 6:

Imagen 6. Portada del libro *Las malas*, de Camila Sosa Villada



Fuente: sitio oficial de Editorial Planeta (www.planetadelibros.com.ar/libro-las-malas/288285 – Libro publicado el 9/06/2020).

Indagar en la potencia política de las imágenes que compone el AMT nos lleva a ponderar la noción de *dispositivo de visibilidad* propuesta por Rancière (2010), quien plantea que la imagen no es nunca el doble de una cosa, porque no se trata de una mera reproducción de lo que ha estado frente a la cámara, sino que siempre es una interrupción en el flujo de imágenes, suscitada por una elección: “Fotografiar es encuadrar y encuadrar es excluir” (Sontag, 2004, p. 57); por eso se trata de la relación entre lo dicho y lo no dicho. La relación entre la imagen y la palabra constituyen lo visible. En el trabajo del AMT no sólo hubo una elección en la toma de las fotografías originalmente, sino que hay una nueva elección que las hace circular en otro espacio y con otra finalidad, la de construir un archivo que posibilite hacer visible a un sector marginado.

Como sostiene Guasch (2011), el archivo es el sistema de *enunciabilidad* mediante el cual la cultura presente nos permite construir el pasado. El hecho de que imágenes y relatos como los que expone el AMT comiencen a tomar su lugar en la escena pública, tanto en espacios digitales como en muestras diversas, contribuye a la construcción de otra realidad. Esto se debe a que se trata de la práctica política que busca legitimar la existencia de la comunidad trans, dando espacio a las voces de quienes la componen, en tanto actores/as sociales capaces de contribuir a la construcción de otro sentido común. En eso radica su carácter político.

Al pensar en las imágenes del horror, Georges Didi-Huberman (2004), quien trabajó sobre imágenes del nazismo, sostiene que tiende a pedirle poco o mucho a las imágenes y ese es el error. Se les exige poco cuando se las toma solo como documento de lo que ha sido sin prestar atención a su fenomenología, mientras se les pide mucho cuando se les exige que remitan a una totalidad. Tomar las fotografías solo como documento no permite entender las circunstancias en las que fueron tomadas, algunas fuera de foco o torcidas, o porque las fotografías de trans en espacios públicos previo a la década del '90 eran principalmente desde el exilio. Esto nos habla de las circunstancias de vida en Argentina para la población trans. Esta peculiaridad puede advertirse en lo relatado por Carmen Marcial en una entrevista para el medio *La República*: “Yo a veces veo a las fotografías que se toman su tiempo, porque buscan el ángulo (...) Nosotras teníamos que hacer *chik*, así *chik*, como sea, rápido, para irte” (Archivo Trans, 2020 [Canal de YouTube]).

Si bien el lenguaje fotográfico es central en este archivo de sentimientos, se construye de diversas experiencias y producciones, entre las que se encuentran entrevistas donde las integrantes del AMT explican la función política que, como expresa María Belén Correa, es “la reconstrucción de las memorias, vivencias y el pasado contado por las sobrevivientes que están exiliadas y las pocas que quedan en la Argentina” (El Conti, 2018 [Canal de YouTube]). Los testimonios toman forma de relatos escritos, material audiovisual o se transforman en parte constitutiva de los metadatos que organizan las fotografías que componen el archivo en la página web. De esta manera, quien vea la imagen de Edith Rodríguez, “La Tajo”, en toples, posando con una sonrisa, no podría comprender las circunstancias específicas en las que se tomó la fotografía (Imagen 7). La historia es narrada por la propia Edith y se transformó en una de las referencias que propone la página web.

Imagen 7. Catálogo del AMT - Fotografía del fondo Edith Rodríguez, de la serie *Vida Cotidiana*



Fuente: AMT (<https://archivotrans.ar/index.php/acerca>) – Fotografía tomada en 1989.

Con la información dispuesta en el catálogo, el público puede enterarse de que Edith Rodríguez estaba desnuda en un calabozo y que la fotografía fue tomada por un policía. Al acceder al testimonio en video –subido al canal de YouTube del AMT–, la propia protagonista referencia lo sucedido: “Esto fue después de una paliza que me dieron, porque yo no quería subir al patrullero. Me dieron una paliza, me desnudaron y me mandaron al calabozo” (Archivo Trans, 2017 [Canal de YouTube]).

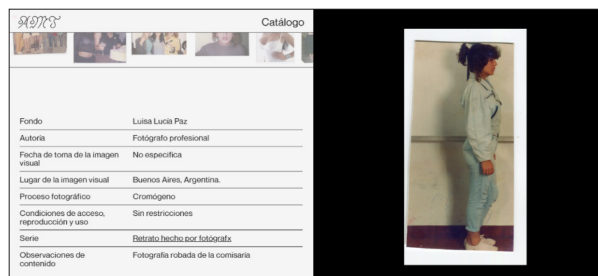
La información que ofrece el AMT en su totalidad permite otro vínculo con las imágenes, ya que se trata de reconstruir las memorias y para eso ni las imágenes ni los testimonios por separado son suficientes. Deben pensarse como un todo, dado que forman parte de un mismo dispositivo de visibilidad. No accedemos a lo monstruoso, a lo aberrante, a lo violento, desde las imágenes: son los testimonios los que permiten complementarlas y reconstruir esa parte de nuestra historia negada. Estas expresiones de las disidencias sexo-genéricas reclaman su parte en la escena política no solo al generar otra circulación de los archivos fotográficos, sino también al construir una performance vinculada con la comunidad trans. En esa línea, María Belén Correa explica que la simulación de purpurina que puede observarse al mover el mouse en la página, así como los 600 nombres de trans fallecidas escritos con brillos en la tapa y contratapa del libro *Archivo de la Memoria Trans*, responde a una concepción simbólica que pesa y circula dentro de la comunidad: las trans no mueren, se transforman en purpurina.

La construcción de otro dispositivo de visibilidad no se propone únicamente habilitar otros espacios de circulación de las imágenes de personas trans. Como ya se mencionó, el carácter disruptivo del AMT también se evidencia en la resignificación que el archivo realiza sobre los registros policiales, al convertirlos en parte de los fondos que lo componen²². Ahora son les trans quienes hablan del accionar policial al participar de la construcción de un dispositivo que plantea otro régimen de lo sensible. Ante ese tipo de registros que catalogaban a la población trans dentro de categorías delictuales y patologizantes, se presenta una nueva *domicialización* (Goldchluk, 2021) que construye otros sentidos sobre el accionar del Estado y en relación a la propia comunidad trans-travesti.

Al respecto pueden observarse las imágenes 8 y 9:

²² Para profundizar en el estudio de persecución y estigmatización de los discursos estatales policiales, puede consultarse la Colección documental | Alias. Inteligencia a la comunidad trans, travesti y transexual de la Comisión Provincial por la Memoria (<https://fji.li/c0uhav>). Son representativos también, entre otros trabajos, los siguientes materiales: Lascano (2018) y Butierrez (2023).

Imagen 8. Catálogo del AMT - Fotografía del fondo Luisa Lucía Paz, de la serie *Retrato hecho por fotografs* - Fotografía robada de una comisaría



Fuente: AMT (<https://archivotrans.ar/index.php/acerca>) – No se especifica fecha de toma de la fotografía.

Imagen 9. Catálogo del AMT - Fotografía del fondo Gina Vivanco, de la serie *Retrato hecho por fotografs*



Fuente: AMT (<https://archivotrans.ar/index.php/acerca>) – Licencia de conducir de 1989.

Estas imágenes, en tanto elementos del dispositivo de control policial, participaban de una construcción del sentido de lo abyecto –por ejemplo, al negar la identidad trans-. Sin embargo, emplazadas en el archivo del AMT como piezas de otro dispositivo de visibilidad de disidencias sexo-genéricas, nos hablan de la violencia estatal del sistema cisheteronormado, al mismo tiempo que al ampliar la circulación de los objetos que componen sus prácticas de automuseización nos permiten producir nuevos imaginarios sobre estas comunidades. Por otro parte, esta noción de dispositivo se encuentra vinculada a la idea de régimen propuesta por Tagg (2005), quien sostiene que la naturaleza *indicial* de la fotografía no puede garantizar nada respecto al significado, ya que el mismo es producto de un determinado entramado institucional y remite a convenciones históricas que son producto de relaciones de poder. Desde una perspectiva *foucaultiana*, Tagg señala que, en

tanto posición estratégica en una determinada sociedad, a ese poder se le presentan resistencias. Aquí destaca el rol de los intelectuales entendidos no ya como aquel intelectual tradicional, con pretensiones universales, sino en tanto “conjunto multiforme de expertos y técnicos” (p. 122). Respecto a la construcción de regímenes de producción e interpretación de las fotografías, Tagg señala la posibilidad de resistencia mediante el establecimiento, por parte de estos intelectuales, de otras formas de producir regímenes de visibilidad y hacer circular fotografías mediante el aprovechamiento de otros formatos que alteren las relaciones de poder.

Es en ese sentido que podemos conceptualizar la labor de quienes integran el archivo AMT –y de toda la comunidad que colabora en su formación–, como el trabajo de intelectuales que, desde su posición de poder como disidencias sexo-genéricas, son capaces de alterar el régimen de lo sensible al construir *otra presencia* (Rancière, 2008); lo cual se ve acompañado por el proceso “profesionalización” y el aprendizaje de las prácticas archivísticas, lo que les permitió posicionarse mejor ante el interés del Estado por adquirir los fondos documentales del AMT. Un cambio no exento de tensiones, dado que como expresa María Belén Correa, “a mí me da mucho miedo cuando el Estado se quiere meter con estas cosas, porque cuando [participamos de] Ibermemoria, el Ministerio de Cultura (...) quería hacerse cargo de nuestras fotografías y nosotras les dijimos nuestras fotografías sobrevivieron al Estado” (Archivo Trans, 2021 [Canal de YouTube]).

El AMT es la construcción de otra presencia, en tanto habilita nuevas lecturas, otras voces. La potencialidad del archivo no es solo la de mostrar otros cuerpos: esos cuerpos ya han sido mostrados y hablados por otros dispositivos de visibilidad. La potencia política del AMT reside en que esas imágenes no solo nos presentan a personas con sus nombres y apellidos, con sus historias, y nos permiten construir otra identidad, sino que esas historias son narradas en primera persona, desde su rol de intelectuales que presentan, mediante diversas estrategias, una resistencia política al rol que se les asignó en el sistema cisheteronormado. Como plantea Rancière (2010), el “problema es saber qué clase de humanos nos muestra la imagen y a qué clase de humanos está destinada, qué clase de mirada y de consideración es creada por esa ficción” (p. 102).

En este sentido, podemos retomar las palabras de Flavia Dezzutto, quien, en 2021 como decana de la Facultad de Filosofía y Humanidades de la Universidad Nacional de Córdoba (UNC, Argentina), participó en un diálogo con las integrantes del AMT transmitido por el canal del Museo de Antropología de la UNC (Museo de Antropologías, 2021 [Canal de YouTube]). En esa oportunidad, Dezzutto rememoró los dichos del poeta Paul Celan que refieren a que nadie testimonia por la/el testigo. La potencia del archivo es la de recuperar esas voces en lugar de hablar por ellas, porque al dar su propio testimonio habilitan la posibilidad de dar paso a otra realidad y al hacerlo, en el acto mismo

de construir el archivo, alteran –como mencionamos– el orden del reparto de lo sensible (Rancière, 2009).

El AMT es político porque permite darle entidad a otras voces que vienen a aportar en la construcción de la historia. De allí que entendamos que lo que Didi-Huberman (2007) sostiene sobre la potencia del archivo para las víctimas de los campos de exterminio nazi, sea también pertinente para pensar la política del AMT: el proceso mismo de construcción del archivo permite que trans y travestis representen sus vivencias, y en ese mismo acto representarnos. El AMT es de este modo la herramienta para la construcción de la memoria y para construir una verdad sobre las vidas que han sido relegadas al plano de lo abyecto, y lo hacen contándonos historias sobre la solidaridad, el amor, la discriminación, la violencia sufrida, amparada o ejercida por el Estado. El AMT es organización y legitimación para reclamar justicia.

6. CONCLUSIONES

El objetivo de este artículo giró en torno a la concepción de la práctica archivística del AMT en tanto ejercicio intelectual del arte de la memoria en la disputa política por el sentido. Con esa finalidad se enmarcó dicha práctica en la museización y, más precisamente, la automuseización, en tanto fenómeno social que atraviesa nuestras sociedades y que en la actualidad toma formas particulares de la mano de la digitalización.

A su vez se buscó señalar el hecho de que el AMT es fruto tanto del impacto que dicha museización tuvo en las modificaciones que experimentó la domicialización de los archivos, como de las transformaciones que la digitalización operó sobre los actores y las formas de construir memoria bajo el proceso archivístico. Lo que a su vez nos llevó a señalar la especificidad del archivo producido por el AMT en íntima relación con el medio asociado de la Web, lo que permitió que las imágenes digitalizadas del AMT pudieran circular en la amplia red de medios de la Web. Por su parte, desde la noción de medio asociado, nos interesó destacar el rol que cumplió Facebook en tanto red social cuyo diseño permitió la conformación de un espacio que ofreció seguridad a las personas trans que dieron los primeros pasos en la conformación del archivo.

La noción de archivo de sentimientos nos permitió comprender el rol social que juega el AMT para sus integrantes, en tanto permitió nuclear bajo un mismo concepto una gran diversidad de expresiones entre las que la performance juega un rol central a la hora de construir la memoria colectiva de la comunidad trans de Argentina. A su vez, esa misma diversidad nos llevó a situar la práctica política del AMT en el giro archivístico, cuyas raíces pueden rastrearse incluso en los inicios del siglo XX, a partir de las transformaciones artísticas y filosóficas que demostraron un creciente interés por la construcción de la memoria cultural desde nuevas perspectivas del relato histórico.

Por otro lado, con la intención de destacar el carácter político de la disputa por el sentido de la que participa el AMT, nos fue necesario señalar el rol de legitimación cultural que cumplieron los museos que, dando muestra de un compromiso político real con las problemáticas actuales y escapando a la lógica del *presentismo espectacular*, abrieron las puertas a las exposiciones del AMT. De esta manera, dichos museos participaron activamente en la disputa simbólica al permitir que disidencias sexo-genéricas contaran la historia desde sus propias perspectivas. En tal sentido, la idea de que el AMT supone una práctica revolucionaria no implica, solamente, las alteraciones posibilitadas por la digitalización, sino también porque constituye una producción de conocimiento de las disidencias sexo-genéricas de carácter colectivo y mutante que narra a partir del trauma en un mundo eminentemente cisheteropatriarcal.

Finalmente, señalamos que la disputa simbólica y el uso estratégico de las redes sociales que participan en la creación de un dispositivo de visibilidad permiten situar a las personas trans como intelectuales que narran su historia y plantean una relectura de los discursos patologizantes y criminalizadores del Estado. En definitiva, el objetivo de este artículo fue indagar en todo aquello que intervino en la práctica política e intelectual del AMT, el posicionamiento de las disidencias sexo-genéricas y los mecanismos a partir de los cuales se puede pensar la alteración del régimen de lo sensible para construir otra presencia y exigir memoria, verdad y justicia.

REFERENCIAS

- Baricco, A. (2009) *Los bárbaros. Ensayo sobre una mutación*. Barcelona: Anagrama.
- Bishop, C. (2013). *Radical Museology or, What's 'Contemporary' in Museum of Contemporary Art*. London: Koenig Books.
- Blanco, J. & Berti, A. (2016). No hay hardware sin software: Crítica del dualismo digital. *Quadranti. Rivista internazionale di filosofia contemporanea*, 4(1-2), pp. 197-214. Recuperado de: <https://ri.conicet.gov.ar/handle/11336/96809>
- Bugnone, A. & Macioci, V. (2023). El Archivo de la Memoria Trans: imágenes de un archivo instituyente. *RUNAS. Journal of Education and Culture*, 4(8), e230123. Recuperado de: https://www.memoria.fahce.unlp.edu.ar/art_revistas/pr.17134/pr.17134.pdf
- Burbules, N. & Callister, T. A. (2018). ¿Qué clase de comunidad puede ser Internet? En *Educación: riesgos y promesas de las nuevas tecnologías de la información* (pp. 249-294). Ciudad Autónoma de Buenos Aires: Granica.
- Butierrez, M. (2023). Un siglo de violencia contra los cuerpos trans. En *Democracia, 40 años. Revista Digital Haroldo*. Recuperado de: <https://revistaharoldo.com.ar/nota.php?id=837>

- Carlón, M. (2015). Registrar, subir, compartir. Prácticas fotográficas en la era contemporánea. *Actas V Simposio Internacional de estética: "Estética, medios y subjetividades"*. Pontificia Universidad Católica, Santiago de Chile, Chile.
- Carlón, M. (2020). Circulación del sentido y construcción de colectivos en una sociedad hipermediatizada. San Luis: Universidad Nacional de San Luis.
- Cvetkovich, A. (2018). *Un archivo de sentimientos. Trauma, sexualidad y culturas públicas lesbianas*. Barcelona: Bellaterra.
- Derrida, J. (1997). *Mal de archivo. Una impresión freudiana*. Madrid: Trotta.
- Didi-Huberman, G. (2004). Cuatro trozos de película arrebatados al infierno. *Imágenes pese a todo. Memoria visual del Holocausto* (pp. 17-79). Barcelona: Paidós.
- Didi-Huberman, G. (2007). Das Archiv brennt. Unter Didi-Huberman, G. & Ebeling, K. (Eds.), *Das Archiv brennt* (pp. 7-32). Berlin: Kulturverlag Kadmos.
- Estalles, C. (2019). *Fotos de familia. Archivo de la Memoria Trans*. Nimio. *Revista de la cátedra Teoría de la Historia*, 5, e008. DOI: <https://doi.org/10.24215/24691879e008>
- Fontcuberta, J. (1997). La condición postfotográfica. En *El Beso de Judas. Fotografía y Verdad* (pp. 27-34). Barcelona: Gustavo Gili.
- Goldchluk, G. (2021). Nuevos domicilios para los archivos de siempre: el caso de los archivos digitales. En Goldchluk, G. & Pené, M. (comps.), *Palabras de archivo*. (pp. 29-51). Santa Fe: Universidad del Litoral.
- Guasch, A. M. (2011). Los lugares de la memoria: el arte de archivar y recordar. *Materia: Revista internacional d'Art*, 5, pp. 157-183.
- Hui, Y. (2017). ¿Qué es un objeto digital? *Virtualis*, 8(15), pp. 81-96. Recuperado de: <https://www.revistavirtualis.mx/index.php/virtualis/article/view/221/199>
- Huyssen, A. (2001). Escapar de la amnesia: los museos como medio de masas. *En busca del futuro perdido. Cultura y memoria en tiempos de globalización*. (pp. 41-73). Ciudad de México: Fondo de Cultura Económica.
- Lascano, A. (2018). De los edictos a la ley de drogas: la persecución penal a travestis, transexuales y transgénero en la zona roja de La Plata. En Campagnoli, M. (coord.), *Memoria Académica. V Jornadas CINIG de Estudios de Género y Feminismos* (pp. 1-12). Ensenada: FAHCE - Universidad Nacional de La Plata. Recuperado de: http://www.memoria.fahce.unlp.edu.ar/trab_eventos/ev.10827/ev.10827.pdf
- Panozzo Zenere, A. (2022). Acercamiento al museo como fenómeno comunicacional en el presente. *Avatares de la Comunicación y la Cultura*, 23, pp. 1-14. Recuperado de: <https://publicaciones.sociales.uba.ar/index.php/avatares/article/view/7277/pdf>
- Pérez, M. H. (2019). La fotografía familiar ambulante en Argentina. *XIII Jornadas de Sociología*, Facultad de Ciencias Sociales, Universidad de Buenos Aires, Argentina. Recuperado de: <https://cdsa.academica.org/000-023/626>

- Ponce, F. & Rodríguez, E. (2022). Reseña de la serie documental Archivo de la Memoria Trans: de Agustina Comedi y Mariana Bomba (2021). *Culturas*, (15), pp. 223-227. DOI: <https://doi.org/10.14409/culturas.v0i15.11246>
- Rancière, J. (2008). *El trabajo de las imágenes. Conversaciones con Andrea Soto Calderón*. Ciudad de México: Casus Belli.
- Rancière, J. (2009). *El reparto de lo sensible. Estética y política*. Santiago de Chile: IES-Lom.
- Rancière, J. (2010). La imagen intolerable. En *El espectador emancipado* (pp. 85-104). Ciudad Autónoma de Buenos Aires: Manantial.
- Saurí, C. (2018). *Archivo de la Memoria Trans: cruces entre estética, memoria y género*. Centro Cultural de la Memoria "Haroldo Conti", Argentina. Recuperado de: http://conti.derhuman.jus.gov.ar/2018/03/seminario/mesa_28/sauri_mesa_28.pdf
- Saxe, F. (2020). Un archivo de disturbios sexo-subversivos-anales-contra-vitales: derivas teóricas hacia una cartografía posible y multidireccional de la categoría disidencias sexuales. *Sociocriticism*, 35(1). Recuperado de: http://www.memoria.fahce.unlp.edu.ar/art_revistas/pr.12342/pr.12342.pdf
- Saxe, F. (2023). Archivo, testimonio, literatura: disidencias sexo-genéricas y memoria cuir/queer en Argentina. In Courau, T. & M.-A. Palaisi (éds.), *cARTographie queer/cuir. Nouveaux imaginaires sexo-dissidents en Amérique Latine*. Toulouse: EuroPhilosophie Éditions.
- Scolari, C. (2018). *Las leyes de la interfaz*. Barcelona: Gedisa.
- Simondon, G. (2008). *El modo de existencia de los objetos técnicos*. Ciudad Autónoma de Buenos Aires: Prometeo.
- Sontag, S. (2004). *Ante el dolor de los demás*. Ciudad Autónoma de Buenos Aires: Alfaguara.
- Stiegler, B. (2016). *Para una nueva crítica de la economía política*. Ciudad Autónoma de Buenos Aires: Capital intelectual.
- Tagg, J. (2005). *El peso de la representación*. Barcelona: Gustavo Gili.
- Taylor, D. (2015). *El archivo y el repertorio. El cuerpo y la memoria en las Américas*. Santiago de Chile: Ediciones Universidad Alberto Hurtado.
- Tello, A. (2018). *Anarchivismo. Tecnologías políticas del archivo*. Ciudad de México: La Cebra.
- Traversa, O. (2001). Aproximaciones a la noción de dispositivo. *Signo y seña*, (12), pp. 231-247. DOI: <https://doi.org/10.34096/sys.n12.5612>
- Vigna, D.G. (2024). Dilemas en torno a objetos y archivos digitales. Teoría y prácticas en el contexto argentino. *InMediaciones de la Comunicación*, 19(1), pp. 55-79. DOI: <https://doi.org/10.18861/ic.2024.19.1.3477>

MATERIALES AUDIOVISUALES

Archivo Trans (2021). *Lanzamiento de la página web del Archivo de la Memoria Trans Argentina*. Producción: AMTA, DAAD, International Trans Fund y MECENAZGO Participación Cultural. Recuperado de: https://www.youtube.com/watch?v=PbZ_BDBO9ak&t=2064s

Archivo Trans (2020). *Entrevista AMT por La República*. Producción: La República. Recuperado de: <https://www.youtube.com/watch?v=LdsEQaBYJEM&t=4s>

Archivo Trans (2017). *Tejiendo entre Archivos. Entrevista a Edith Rodríguez, alias "La Tajo" - Parte 2*. Producción: AMTA. Recuperado de: <https://www.youtube.com/watch?v=mODm9SASZT8>

El Conti (2018). *Archivo de la Memoria Trans – Entrevistas*. Producción: CCM Haroldo Conti. Recuperado de: <https://www.youtube.com/watch?v=hg73jzErrVA>

Museo de Antropologías (2021). *Documentos de Vida I. Archivo de la Memoria Trans Argentina - Córdoba*. Producción: Museo de Antropologías, Facultad de Filosofía y Humanidades, Universidad Nacional de Córdoba, Argentina. Recuperado de: <https://www.youtube.com/watch?v=RJkMzlyIYIo>

* Contribución de autoría: la conceptualización y el desarrollo integral del artículo fue realizado por la autora.

* Nota: el Comité Académico de la revista aprobó la publicación del artículo.

* El conjunto de datos que apoya los resultados de este estudio no se encuentran disponibles para su uso público. Los datos de la investigación estarán disponibles para los revisores, si así lo requieren.



Artículo publicado en acceso abierto bajo la Licencia Creative Commons - Attribution 4.0 International (CC BY 4.0).

IDENTIFICACIÓN DE LA AUTORA

Ana Marisa Pereyra. Magister (cand.), Maestría en Comunicación y Cultura, Universidad de Buenos Aires (Argentina). Licenciada y Profesora en Ciencias de la Comunicación, Universidad de Buenos Aires. Integrante, Equipo Técnico Regional, Área de Cultura Digital del Centro de Investigación e Innovación Educativa, Dirección de Formación Docente Permanente de la Provincia de Buenos Aires (Argentina).

O fototátil

Fotografia em transformação

El fototáctil

Fotografía en transformación

The phototactile

Changing photography

DOI: <https://doi.org/10.18861/ic.2024.19.2.3778>

► MAURO TRINDADE

mauro_trindade@yahoo.com.br - Rio de Janeiro - Universidade do Estado do Rio de Janeiro, Brasil.

ORCID: <https://orcid.org/0000-0002-0045-6134>

CÓMO CITAR: Trindade, M. (2024). O fototátil. *Fotografia em transformação. In Mediaciones de la Comunicación*, 19(2). DOI: <https://doi.org/10.18861/ic.2024.19.2.3778>

Fecha de recepción: 22 de mayo de 2024

Fecha de aceptación: 18 de noviembre de 2024

RESUMO

O objetivo deste artigo é identificar e problematizar o significado *háptico* na fotografia contemporânea brasileira baseada na obra dos artistas Miguel Rio Branco, Bruno Veiga, Renato Velasco e Marcos Bonisson. Procura-se destacar as recentes transformações na produção e na compreensão da fotografia, e compreender a reconfiguração dos modos de representação, que inclui novas tecnologias de produção visual e transformação do próprio sujeito, cuja subjetividade agora é mediada por novas interfaces. Nesse sentido, entende-se que existem indícios de uma desestabilização da visão

como sentido predominante e uma reconfiguração geral das formas de representação do corpo e do sujeito que está ligada ao novo destaque do tato, a forma mais intensa e primitiva da percepção humana.

PALAVRAS-CHAVE: *fotografia contemporânea, arte, representação tátil e visual, subjetividade.*

RESUMEN

El objetivo de este artículo es identificar y problematizar el sentido *háptico* en la fotografía brasileña contemporánea a partir de la obra de los artistas Miguel Rio Branco, Bruno Veiga, Renato Velasco y Marcos Bonisson. Se busca poner de relieve las recientes transformaciones en la producción y en la comprensión de la fotografía, y dar cuenta de la reconfiguración de los modos de representación, lo cual incluye a las nuevas tecnologías de producción visual y a la transformación del propio sujeto, cuya subjetividad está ahora mediada por nuevas interfaces. En tal sentido, se entiende que hay indicios de una desestabilización de la visión como sentido predominante y una reconfiguración general de las formas de representación del cuerpo y del sujeto que está vinculada al nuevo protagonismo del tacto, la forma más intensa y primitiva de la percepción humana.

PALABRAS CLAVE: *fotografía contemporánea, arte, representación táctil y visual, subjetividad.*

ABSTRACT

The aim of this article is to identify and problematize the *haptic* sense in contemporary Brazilian photography based on the work of artists Miguel Rio Branco, Bruno Veiga, Renato Velasco and Marcos Bonisson. The aim is to highlight recent changes in the production and understanding of photography, and to account for the reconfiguration of the modes of representation, which includes new technologies of visual production and the transformation of the subject itself, whose subjectivity

is now mediated by new interfaces. In this sense, it is understood that there are signs of a destabilization of vision as a predominant sense and a general reconfiguration of the forms of representation of the body and the subject, that is linked to the new prominence of touch, the most intense and primitive form of human perception.

KEYWORDS: *contemporary photography, art, visual and tactile representation, subjectivity*

1. INTRODUÇÃO

“A geometria de Tlön compreende duas disciplinas um pouco distintas: a visual e a tátil. A última corresponde à nossa e a subordinam à primeira”.
(Jorge Luis Borges, *Tlön, Uqbar, Orbis Tertius*).

“Quem sabe se ao tato não chegará sua vez, e se alguma feliz casualidade não abrirá a fonte de novos gozos?”
(Brillat-Savarin, *Physiologie du goût*).

“Que a vida não é só isso que se vê
É um pouco mais
Que os olhos não conseguem perceber”.
(Paulinho da Viola e Hermínio Bello de Carvalho, *Sei Lá Mangureira*)¹.

Este artigo pretende refletir a respeito da tatilidade dentro da fotografia contemporânea e das implicações estéticas advindas de sua aproximação com a visão, a partir do exame histórico de como se constituiu a preponderância desta última como sentido hegemônico. A pesquisa aborda a obra dos artistas Miguel Rio Branco, Bruno Veiga, Renato Velasco e Marcos Bonisson, que usam a fotografia como suporte, em diálogo com a história, a filosofia e a literatura. O intuito é ressaltar as recentes transformações na produção visual, com a dissociação do óptico em múltiplas tecnologias e nos novos entendimentos da fotografia a partir do final do século XX.

Uma ampla reconfiguração dos modos de representação na sociedade contemporânea indica uma aproximação da visão com o tato, enquanto a subjetividade do próprio sujeito passou a ser mediada por novas interfaces. Nesse sentido, há uma mudança no regime das imagens e na compreensão de como a visão se relaciona com outros sentidos. Pode parecer disparatado imaginar uma decadência da preponderância da visão, já que dependemos dela para praticamente todas as ações, mas talvez a questão não seja assim tão ilógica, se, de maneira singela, examinarmos o quanto nosso dia a dia requer outros sentidos. Em primeiro lugar, por mais ampla e necessária que seja a visão como forma de acesso ao mundo, nem todas as atividades humanas, sequer as produtivas, a necessitam obrigatoriamente. Algumas especializações convocam outros sentidos, como o tato. Compradores de lã e algodão são capazes de perceber diferenças milimétricas apenas com o roçar da ponta dos dedos sobre as fibras vegetais; dentistas descobrem cáries através de uma sutil mudança na resistência da dentina escrutada com a sonda ou a broca. E nenhuma forma de aferir a febre superou em rapidez e praticidade a mão do clínico – e dos pais – sobre o corpo do paciente. Pintores, desenhistas e marceneiros dependem das mãos, ainda não inteiramente demitidas. Na vida cotidiana, pode-se avaliar personalidades pela tensão ou flacidez de um aperto de mão ou um abraço. E inúmeras ações físicas

¹ Sei Lá Mangureira. Em Fala Mangureira (Long Play). Rio de Janeiro. Odeon gravadora. 1968.

realizadas, desde o momento que pousamos os pés no chão ao levantar da cama até voltar para casa e reabrir a porta, são regidas pelo tato.

Depois da visão, dependemos da audição para quase todas as tarefas, mas algumas profissões requerem ouvidos muito mais atentos. Músicos são a lembrança mais óbvia, mas engenheiros e mecânicos ouvem as máquinas e são capazes de identificar rolamentos defeituosos ou problemas de sincronização em meio a sinfonia de rangidos e explosões.

Olfato e paladar são mais sutis e particularizados, mas ainda assim fundamentais para a compreensão do mundo que nos cerca. Não precisamos ver o alho ou a cebola no azeite quente para perceber que algo está sendo refogado; ou admirar o amarelo intenso de uma manga para reconhecê-la, basta sentir seu odor intenso. Sabores costumam ser igualmente poderosos e evocativos, e a literatura guardou os mais variados exemplos, a começar pelo narrador de *Em busca do tempo perdido*, de Marcel Proust (1995) – cujas lembranças retornam à infância na cidade de Combray, após molhar no chá suas madeleines e desencadear memórias afetivas e que “por si mesmas nada significam se não se souber extrair o que encerram!” (p. 201)–. Esses exemplos dão conta, apenas em parte, da importância dos sentidos na vida comum. Em caso extremados, olfato, tato, paladar e audição tornam-se cruciais para o bem-estar. A incapacidade de perceber variações de temperatura pode levar a queimaduras e hipotermias; ausência de sensação nos membros costuma provocar cortes e edemas; atropelamentos de surdos são corriqueiros; alimentos com aparência perfeita podem estar deteriorados e, portanto, com odor ou gosto alterados que devem ser ponderados. No prisma do olfato, o fragrante das flores e o etéreo das frutas aproximam-se do queimado dos incêndios e o pútrido das fezes e dos cadáveres.

2. PENSAR O OLHAR

Nenhum dos sentidos parece ter existência independente, sem uma participação cognitiva e sinestésica que os reúna em busca de uma percepção mais ampla da realidade. O espaço perceptivo contém elementos distintos da experiência sensível e todos os sentidos cooperam na construção mental da realidade.

Para o historiador Lucien Febvre (1949) o homem viveu em contato direto com a Natureza, pelo menos, até o Renascimento, quando passou a habitar de forma mais sistemática ambientes controlados, dentro das cidades. Dessa maneira foi mitigada a necessidade do uso dos “sentidos corpóreos” –tato, olfato e paladar– em favor da visão e da audição. A unidade mantida durante séculos entre os sentidos esgarçou-se ante as nobres necessidades de um novo ambiente social e econômico.

Mesmo dois séculos após o auge da Renascença ainda persistia um certo entendimento do corpo como entidade única e coesa que não poderia ser

desmembrada. O que somente ocorreu a partir de transformações mais radicais na estrutura de poder e de uma vasta reconstituição dos saberes, na qual corpos, desejos e percepções humanas reorganizaram-se em uma lógica moderna, capaz de definir o sujeito de uma forma inédita.

A partir do início do século XIX a visão ganha mais e mais destaque, dentro de uma modificação geral do conhecimento científico e das regras culturais e sociais nas quais o corpo se insere. Há, em especial, uma dissociação entre o tato e a visão, dentro de uma nova concepção do espaço físico que proveu a sociedade de um novo sujeito, com uma visão autônoma que se torna o instrumento racional capaz de lidar com um universo mais amplo e complexo. As pesquisas de Hermann Helmholtz (Wade, 2021) e de Gustav Fechner (Ferreira et al., 2022) destacavam os estímulos da visão e suas relações com as condições psicológicas do ser humano, o que abria caminho para novas formas de controle e sujeição do indivíduo.

Constance Classen (2012), em seu livro *The deepest sense: A cultural history of touch*, afirma que o *sentido háptico* passou a ser menosprezado pela literatura médica e ciências sociais a partir do século XVIII. Para a pesquisadora

Se essa história pudesse ser escrita, por que não seria? O tato está no cerne da experiência de nós mesmos e do mundo, no entanto, muitas vezes permanece sem ser falada e, cada vez mais, sem ser historicizada. Realmente, diversos relatos históricos do passado são tão incorpóreos que parecem pouco mais do que um jogo de sombras, uma procissão de fantasmas que certamente nunca sentiu o aperto de um sapato, nem o corte de uma espada. Esta omissão de experiência tátil é notável não só no campo da história, mas também nas ciências humanas e sociais. Parece que [os cientistas] foram tantas vezes advertidos para não tocar que estão relutantes em investigar o mundo tátil, mesmo com nossas mentes. (p. xi).

Ha uma cisão marcante entre corpo e mente que refuta a noção de animalidade no homem e que, segundo o antropólogo Lévi-Strauss (1973), “julgou-se assim suprimir seu caráter mais irrefutável, a saber, que ele é em primeiro lugar um ser vivo” (Roudinesco, 2008, p. 167). O corpo, dentro dessa lógica racionalista, é mero veículo ou receptáculo da consciência e não parte indissociável do pensamento. Assim, todo o corpo torna-se exterior às ideias, enquanto a mente está livre das influências corpóreas que perturbam a razão, em uma herança de um platonismo distante que só consegue perceber o mundo em um “pensamento de sobrevo” (Merleau-Ponty, 2004, p. 14).

Longe dos objetos e prevenido dos contatos físicos, é o olho que percebe e define, julga e pondera. De todos os sentidos, é a visão que consegue discernir o mundo a maiores distâncias, o que a posição bípede humana privilegia. Ao mesmo tempo, o bipedismo conquistado por adaptações musculoesqueléticas e neuromotoras distanciou os hominídeos do chão e dos odores do ambiente e do próprio corpo.

A constituição de um espectador, com uma visão isolada de outros sentidos, se manifestou ao mesmo tempo que se estabeleceram novas formas de visualidade no século XIX, em novos arranjos do poder. É a época de cartazes de rua, rótulos e anúncios, a luz elétrica e os movimentos artísticos que passam a se suceder ou se sobrepor com enorme velocidade. Jonathan Crary (2012) observa que esta transformação do sujeito observador tem suas raízes em tempos mais distantes, no começo do século XIX, e

assim como agora, os problemas da visão eram fundamentalmente questões relativas ao corpo e ao funcionamento do poder social. (...) desde o início do século XIX, um novo conjunto de relações entre o corpo, de um lado, e as formas do poder institucional e discursivo, de outro, redefiniu o estatuto do sujeito observador. (p. 12)

Para o escritor, a ruptura com os modelos clássicos de visão foi muito além das alterações nas aparências das imagens e das obras de arte e “foi inseparável de uma vasta reorganização do conhecimento e das práticas sociais que, de inúmeras maneiras, modificaram as capacidades produtivas, cognitivas e desejantes do sujeito humano” (Ibid.). Nesse sentido, a invenção da fotografia e movimentos artísticos como o Impressionismo, menos que os responsáveis pelo apogeu da visão, foram efeitos tardios de uma transformação mais profunda da compreensão da realidade e do sujeito.

3. NOVAS MUDANÇAS

Nas últimas décadas do século XX, ocorre mais uma vez uma reconfiguração do modelo de visão concomitante à crise das práticas e conceitos artísticos. Do ponto de vista científico, nas últimas décadas houve uma revalorização dos outros sentidos como forma de conhecimento e, em termos estéticos, emergiram novas formas de representação cujo impacto mais profundo está relacionado com o desenvolvimento de tecnologias da computação e da comunicação em massa, que têm sido legitimadas no campo artístico pelas mesmas instituições que defenderam o estabelecimento do modernismo. Portanto, não chega a ser surpreendente a compra, por parte de grandes museus dos Estados Unidos e da Europa, de produtos tipicamente comerciais e industriais dos anos 1980 e 1990, caso de videocliques pelo Museum of Modern Art (MoMA), defendida pela então curadora de vídeo Barbara London, que adquiriu dezenas de cliques, entre eles de David Bowie e de Laurie Anderson, para o acervo desse museu.

Em 2013, o mesmo MoMA tornou-se o primeiro museu do mundo a incluir games em seu acervo, com *Pac-Man* (1980), *Tetris* (1984), *Another World* (1991), *Myst* (1993), *SimCity 2000* (1994), *Vib-ribbon* (1999), *Katamari Damacy* (2004), *EVE Online* (2003), *Dwarf Fortress* (2006), *Portal* (2007), *Flow* (2006), *Passage* (2008) e *Canabalt* (2009). Outra aquisição foi realizada pelo

Museu Smithsonian de Arte, que adicionou ao seu acervo os games *Halo 2600* e *Flower*. Os games agora entronizados em museus tradicionais dos Estados Unidos representam a parte mais lucrativa da indústria do entretenimento, tendo superado o cinema, a música e a televisão. Em 2010, as vendas de consoles, jogos e serviços relacionados a games na Internet ultrapassaram a marca dos US\$ 60 bilhões, enquanto todos os filmes produzidos em Hollywood lucraram US\$ 31,8 bilhões naquele ano. No mesmo período foram lançados cerca de 500 filmes pelos estúdios norte-americanos, enquanto chegaram ao mercado daquele país 1638 novos games. Se, por um lado, o ingresso dos games no campo da arte possa insinuar uma sujeição das instituições artísticas ao poder financeiro de grandes corporações transnacionais, por outro, o esgarçamento do conceito de arte parece acompanhar o afastamento das formas artísticas tradicionais de seu lugar de excelência na produção visual, em ressonâncias longínquas com a operação de deslocamento dos objetos cotidianos para o mundo da arte realizado pelo dadaísmo.

Ao mesmo tempo, a valorização desses trabalhos eletrônicos e digitais aponta para uma retração do campo óptico como espaço paradigmático de uma arte que foi decididamente visual. O som passou a ter grande revelo na produção dessas obras e as imagens hiperestésicas se tornavam cada vez mais intensas. E todos os trabalhos citados pertencem ao universo da simulação e não mantêm nenhuma relação indicial com a realidade, tendo sido criados através de processamento digital. Mesmo *O Superman*, clipe de Laurie Anderson, de 1983, incluído no acervo do MoMA, estremece as certezas visuais –e sonoras– ao manipular as imagens e a voz gravada da cantora e, ao mesmo tempo, tematizar essas mesmas inserções e aquilo que o tecnológico realiza no corpo e na subjetividade humanas. A utilização do *vocoder* –abreviação de *voice encoder* ou, em português, codificador de voz– sintetiza a voz humana, retirando seu timbre e entonação naturais, o que acentua o caráter mecânico na maneira como nos “comunicamos, ensinamos e aprendemos, os modos como percebemos, pensamos e interagimos no mundo” (Santaella, 2007, p. 126). A letra erudita da música, com citações à ópera *El Cid*, de Massenet, parodia as mensagens automáticas de secretárias eletrônicas, frases de comerciais e de teleatendimento, em uma negociação eletroeletrônica dos relacionamentos interpessoais do qual o telefone foi o dispositivo pioneiro, mais tarde superado pelos celulares e pela Internet. Nesse sentido, o subestimado filme *Ligações perigosas*, de Roger Vadim, de 1959, é um importante antecessor nas reflexões do maquínico nas relações humanas e no próprio corpo, injunção que se tornaria cada vez mais presentes nas décadas seguintes, com a chegada do walkman, discman, gameboys, MP3, MP4, fones auriculares, próteses orgânicas, celulares, óculos e relógios inteligentes. Uma atualização plausível da obra de Vadim foi *Denise está chamando*, de 1995, com direção de Hal Salwen, no qual a impessoalidade das relações sociais e a onipresença do tecnológico na subjetividade, representada pelo celular, é marcante.

4. CIBORGUES, HISTÓRIA E FILOSOFIA

O *homem-máquina*, o *pós-humano*, o *biomaquinal*, o *cyberpunk* e o *cyborgue*, entre outras denominações precárias para as novas condições do ser humano e do ambiente tecnológico que toma conta do natural, prescinde da visualidade pura como forma de apreensão da realidade, agora substituída pela interface digital. É o corpo que revela os novos arranjos de poder. Há uma tradição na arte e na ciência do entendimento do corpo como imagem socialmente construída, veículo de narrativas e símbolo de toda a humanidade, especialmente o nu, sem interferências locais ou temporais de vestuário. Através de sua postura, gestos, movimentos e pelas próprias características estruturais, o corpo desempenha um papel moral e filosófico que, desde o academicismo, inspirava-se nos modelos da Grécia clássica. Pôr em jogo os modelos dos corpos significa uma nova lógica do poder que constitui esses paradigmas em acordos e tensões.

As transformações do corpo e da percepção são igualmente identificáveis no campo acadêmico, onde a deflexão da importância da visualidade tem sido pesquisada na filosofia, na comunicação e nas ciências cognitivas. Segundo Mark Hansen (2004), as novas tecnologias de manipulação da imagem perturbaram a onipresença do olhar e seu entendimento como o sentido mais importante para a apreensão do real.

A era digital e o próprio fenômeno da digitalização podem ser entendidos como uma alteração na demarcação de dois termos cruciais: mídia e corpo. Ou seja, como a mídia perde sua especificidade material, o corpo toma uma função mais proeminente como processador seletivo de informações. (p. 25)

Para Hansen, a era digital deslocou a visão de seu lugar de destaque. E suas funções estão sendo realocadas pelas novas mídias, que não fazem mais referência ao observador no plano do real, do universo visualmente perceptível. Com isso, argumenta, há uma primazia da emotividade e dos processos sensoriais interoceptivos que geram uma “espacialidade tátil” independente do espaço exterior. Neurocientistas, por sua vez, discutem cada vez mais a primazia do visual e sugerem que as relações entre as percepções de diferentes sentidos não são apenas cumulativas, mas realizam um intrincado processo de correspondências.

Esses casos raros fornecem subsídios para os neurocientistas afirmarem que os sentidos não trabalham de forma independente, como máquinas distintas em uma mesma fábrica chamada corpo humano, modelo do orgânico baseado numa lógica mecanicista oriunda do século XIX. “Pesquisas desenvolvidas nos últimos 15 anos demonstram que nenhum sentido opera sozinho”, nota Lawrence Rosenblum (2013, p. 79), professor de Psicologia da Universidade da Califórnia. Ele aprofundou-se na questão da multissensorialidade a

partir do estudo de surdos capazes de realizar leituras labiais e hoje acredita que a fala é percebida não apenas pela audição, mas também pela visão e o tato. E o próprio cérebro compartilha áreas de atividade para mais de uma função sensorial, de forma que ele extrai informação das percepções através de uma combinação dos sentidos.

Martin Jay (1993), da Universidade da Califórnia, observa que há algumas décadas surgiu na filosofia e na história –especialmente francesas– uma crítica à visão como o mais nobre dos sentidos. Seu livro *Downcast Eyes: The Denigration of Vision in Twentieth-Century French Thought* é uma resenha crítica sobre o que pensadores de diversas tendências escreveram a respeito da visão no século XX. Para o professor, o escrutínio realizado por uma ampla gama de pensadores que questionam a posição dominante da visão na cultura ocidental –entre eles, Jean-Paul Sartre, Maurice Merleau-Ponty, Michel Foucault, Jacques Lacan, Louis Althusser, Guy Debord, Luce Irigaray, Emmanuel Levinas e Jacques Derrida– desafia a capacidade supostamente superior dos olhos de fornecerem acesso ao mundo. Segundo Jay, a partir das críticas à cumplicidade visual com a opressão política e social na sociedade de espetáculo e de vigilância, nota-se uma relação íntima entre filosofia e teoria social com o privilégio da visão no Ocidente.

Baseado nas ideias do crítico de cinema Jean-Louis Comolli (1980), que considera a chegada das ferramentas escópicas do século XIX, entre elas, a fotografia, como o “início da crise do olhar na sociedade ocidental” (p. 123), Jay enumera as críticas cada vez mais frequentes à visão, a começar pela arte *anti-retiniana* de Duchamp até chegar a Jean Baudrillard e Jean-François Lyotard. Jay (1993) acredita que a visualidade no pós-modernismo tenha alcançado um caráter apoteótico, com “o triunfo do simulacro sobre o que pretende representar, uma verdadeira entrega ao espetáculo fantasmagórico ao invés de sua subversão” (p. 133). Para o escritor americano, as imagens à deriva de seus referentes, não são nada além de si mesmas ou “a precessão de simulacros”, citando Baudrillard (1991). A transformação da realidade em imagens leva a “um mundo obscuro de hipervisibilidade: o terror do todo-demasiado-visível, a voracidade, a promiscuidade total, a pura concupiscência do olhar” (Jay, 1993, p. 131).

No seminal *Simulacros e Simulação*, Baudrillard (1991) escreve a respeito do impacto mais profundo da perda de referências em um mundo massivamente dominado pela reprodução de imagens, as quais perdem qualquer ligação com um original e terminam por substituir a própria realidade.

Já não se trata de imitação, nem de dobragem, nem mesmo de paródia. Trata-se de uma substituição no real dos signos do real, isto é, de uma operação de dissuasão de todo processo real pelo seu duplo operatório, máquina sinalética metaestável, programática, impecável, que oferece todos os signos do real e lhes curto-circuita todas as peripécias. (p. 9)

No universo *hiperestésico* das metrópoles, cujo ambiente urbano e digital nos sobrecarrega de estímulos e desorienta o sujeito, os próprios fundamentos da realidade entram em xeque. Na crise da visualidade do *locus* contemporâneo, o corpo é convocado como produtor de sentidos, capaz de lidar com as perturbações de um espaço sempre em transformação. As alterações no entendimento do tempo e do espaço nas artes indicam mudanças ainda maiores na maneira como compreendemos o mundo e nossa própria identidade, pois estamos intrinsecamente relacionados a nossos esquemas de representação espacial (Wertheim, 2001).

A desestabilização da visão como centro da atenção e da consciência está indelevelmente ligada à ascensão da forma de percepção humana mais intensa e primitiva. Ou, como escreve Paul Valéry (1960) em sua peça teatral *L'idée fixe ou Deux hommes à la mer*, “o que há de mais profundo no homem, é a pele” (p. 216). As fotografias de alguns artistas selecionados para este trabalho tematizam e refletem de que forma podemos considerar as questões do háptico no fotográfico e do movimento inserido na imagem estática.

Se a fotografia ajudou a ver além do olho, reaparelhando o homem para as novas necessidades da sociedade industrial e uma nova concepção de um tempo-espaço comprimido e acelerado, parecem surgir novas inteligências e sensibilidades, onde o arquivo do mundo parece estar liquidado ante a universalidade das coisas incontáveis e a incapacidade de darmos conta desse mundo que escapa ao controle dos equipamentos de detecção. O trabalho desses artistas é um reingresso à tatilidade e à abstrusão, o que deixa claro a opacidade do dispositivo fotográfico e, ao mesmo tempo, a necessidade de aproximação do háptico como forma de reconhecimento do real.

Refiro-me a esta tendência fotográfica como fototátil, na qual os dois sentidos perceptivos se misturam em uma mesma célula de dois semas, como unidade mínima de significação. O antepositivo *fo*t é rico em derivações na Língua Portuguesa e tem suas origens no grego *φωτος* – luz, claridade, de onde procede a luz ou que se utiliza da luz-. Sua abrangência vai desde o *phaos*, como luz, nascer ou brilho dos olhos, até mesmo os *phainomenos*, raiz etimológica de fenômeno, em sua origem, vividamente, claramente, e ainda a palavra imaginação, igualmente iluminada pelo radical grego em fantasia. Na mitologia, e o epíteto do romano Apolo –*phoibos*– “o brilhante”, deus do sol, capaz de ver os alvos distantes e que representa a compreensão intelectual e a objetividade, aquele que enxerga de longe o que ainda virá.

Tátil, por sua vez, remete ao latim *tactilis*, flexão nominativa de *tactus* ou “sensível ao tato” ou ainda palpável, tocável e mesmo o que pode ser percebido pelo tato. Perceber é igualmente *percipere*, ou notar, compreender, mas originalmente “pegar ou agarrar com a mente”, *de per*, totalmente, e *capere*, pegar, agarrar. Daí que em suas origens podemos entender que a compreensão era entendida como tátil e que os outros sentidos necessitavam igualmente de contato

para a apreensão do objeto, pois é preciso fazer contato, como a pimenta que toca a língua ou a luz que fere os olhos. E nessa mesma lógica, em sua antonímia, o intacto mantinha-se “sem ter sido tocado”. Em baixo latim, *tago, tango* é ferir, picar, cozer, puncionar e, em uma raiz latina ainda mais fecunda, *set* ou *sent*, de onde advém o verbo *sentio* ou “eu toco”. E, mais além, *sentio* também é comprovar, perceber, sentir, pensar e opinar.

5. OS ARTISTAS

Ser tocado é, portanto, igualmente pensar e ser ferido, sofrer com a imprevisibilidade da vida e os golpes que ela oferece na carne, não apenas com a verbosa exegese das coisas, mas com elas próprias em sua materialidade, peso, dureza e rispidez, como nos previne a máxima de Ovídio: *língua ferit, manus necat*, ou “se a língua fere, a mão mata”. Toda essa digressão etimológica procura explicar a escolha de fototátil por composição morfológica e, ao mesmo tempo, apontar para a fotografia de Miguel Rio Branco, marcada –melhor dizendo, ferida– exatamente pela questão tátil.

Obras como *Ponto Cego* e *Doce Suor Amargo* (imagens 1 y 2), do fotógrafo, trazem de maneira indelével o toque do mundo sobre a fragilidade e os desejos da carne. Vida, morte, sexo, fome e vertigem estão presentes nesta série realizada em Salvador. Cães sarnentos ao desabrigo na calçada, raquíticos e imundos, fazem *pendant* cromático e existencial com mendigos nas mesmas calçadas e nas mesmas condições. “O signifiante é sujo porque a significação risca a transparência e fere a matriz” (Rio Branco, 2012, s/p), alerta o curador Paulo Herkenhoff.

Imagem 1. *Ponto Cego*, de Miguel Rio Branco



Fonte: Rio Branco, M. (2012).

Imagem 2. *Doce suor amargo*, de Miguel Rio Branco



Fonte: Rio Branco, M. (2012).

Rio Branco fotografa as prostitutas, os bêbados, os mendigos e os desocupados na região do Pelourinho na cidade da Bahia, Salvador, décadas antes das tentativas de reurbanização e expulsão do lúmpen que habitava seus antigos e nobres sobrados transformados em cortiços e prostíbulos. O fotógrafo aproximou-se dos moradores do bairro histórico durante sua estada na capital baiana:

Eu morava lá. Então aquilo era perto de mim, do ateliê. Morei em Piatá e na Boca do Rio e eu fazia retratos das pessoas. Então havia certa ligação, por eu fazer uma coisa que era útil para elas. Isso durou seis meses. (Bartholomeu, 2012, p. 8)

Sua fotografia é suja, vil. Retrata sem denunciismo o abandono completo pelo Estado de moradores localizados na região mais nobre da antiga capital da colônia. Se há miséria, diferenças sociais, desprezo e invisibilidade de uma população, as imagens falam por si mesmas, sem se aproximar da objetividade jornalística míope aos laços emocionais daquela população que se estendem até o artista. Há, segundo ele, uma identificação dele com os retratados e vice-versa:

Pelo fato de eu ter viajado a vários lugares, ou você fica sem raízes ou você fica com muitas raízes. Acho que vou atrás de identidade. Quando estive em Havana, no vernissage, um cara negro quis conhecer-me. E quando ele viu que eu era branco, me deu um esporro. “Como, você é branco?” Então existe uma questão, que eu não sei o que é exatamente, de pessoas que conseguem transitar sem ter uma raiz específica. Mas que tem uma empatia ou uma ligação que eu não sei explicar. (Ob. Cit., p. 10)

Se ainda há algo de jornalístico nestas imagens, elas devem ser repensadas em um novo contexto estético, no qual a isenção do repórter se dilui no próprio tema e se revela dentro da fotografia. A câmera não é invisível, mas participa da ação, seja como *partner* de uma coreografia predeterminada, seja pela interferência que sua presença provoca nos personagens e no ambiente. A relevância social do fotojornalismo não está expurgada, mas aqui não há o documento, que busca enquadrar em um miserabilismo redivivo as carências de um grupo. Antes de ser um registro objetivo do tema retratado, sua fotografia expressivista só se aproxima do noticiário como uma metáfora da vida contemporânea, reveladora da condição humana como um todo. Para Miguel Rio Branco, as grandes questões internacionais são anódinas, sentidas com indiferença para quem se aflige com o local e o imediato.

Os nus, os momentos familiares/afetivos apresentados com as imagens das ruas, dos bares, do interior das residências e dos prostíbulos em ruínas arquitetônicas que emolduram a aniquilação humana e o fausto e o esplendor dos grandes sobrados do século XIX, tudo deteriora-se em rebocos caídos, paredes manchadas, pisos quebrados e uma permanente ameaça de desabamento, cenário ideal para as cortesãs desenxabidas e, mesmo assim, emocionantes. Não por compaixão ou simpatia, mas pela capacidade de superar as dificuldades mais aflitivas e perigosas. A ampliação temática da fotografia contemporânea realizada por Miguel Rio Branco implica em um alargamento do conceito artístico. A fotografia familiar expressa com todos seus “defeitos” técnicos – cor saturada, granulação excessiva, enquadramentos idiossincráticos – adquire dimensão estética e empatia entre fotógrafo e fotografado. A imagem intimista revela, tanto quem é visto quanto quem vê, as origens de sua vida psicológica, na qual a questão tátil se sobressai:

Tento realmente fazer algo que seja mais, sei lá, mais tocável mesmo; que toque e que seja tocado. Não é apenas um olho ou um trabalho cerebral como certas pessoas acham. O que me parece de fato interessante é o lado emocional de tocar as pessoas de alguma forma. Aquilo que você mostra pode tocar as pessoas de uma forma que dá vontade de chorar mesmo; porque, afinal de contas, chorar ou ter alegrias é próprio do ser humano; não dá para querer sempre racionalizar. Para mim é importante essa questão de a arte ter um sentido tocável, palpável; e bom isso; você se sente mais vivo quando não só racionaliza, mas sente realmente. E o ser humano perde muito isso. Os bichos todos se *picam*² antes de o tsunami vir, e o homem fica lá, esperando a onda chegar, desconectado da natureza, desconectado de seus sentimentos. (Bartholomeu, 2012, p. 20)

A cor é o elemento simbólico preponderante no trabalho de Rio Branco, que também é pintor e desenhista. A intensidade da cor levada ao limite foge dos contornos da figura e explode em mancha, em luz que transborda da

² Aqui no sentido de “sair ou fugir; raspar-se; picar a mula – ao ver ao longe o cobrador, picou-se –” (Houaiss, 2004).

forma. O tátil em suas narrativas começa aí. Em algumas de suas imagens, Rio Branco fotografa elementos em primeiríssimo plano: um prato com sardinhas, uma barra de vestido, um cão que dorme, latas, objetos indefiníveis, que saltam da imagem, pela tamanha proximidade.

Em outras, o orgânico revela-se no limite do abjeto, na sujeira das ruas e dos corpos, no suor, no muco nasal e na saliva. Suas prostitutas nuas não correspondem ao modelo de beleza que conforma um padrão estabelecido pela higiene e eugenia. As mulheres de Miguel Rio Branco extrapolam, extravasam, excedem em pelos e cabelos e nos limites tradicionalmente desejáveis, como os contornos definidos da imagem. Clicadas em baixa velocidade, elas mancham e disformam a composição em novas subjetividades. Há algo fluído em seu trabalho, algo imprevisível e misterioso que a grafia da luz apenas roça sem penetrar.

Seus cenários de paredes rabiscadas, descascadas ou cobertas de recortes de revistas, em fotomontagens gigantes, sua luz crepuscular e seus enormes campos de sombra emolduram os personagens desvalidos da tragédia existencial de dor e gozo, em poses agenciadas que resumem as trocas de seus bens materiais e simbólicos: o sorriso, o revólver, os pés descalços no chão. Aqui o fotógrafo não é um estranho, mas um parceiro dessas moças e moços que fazem pose para a câmera confidente, tão íntima quanto um amante que divide a cama, a bebida e o cigarro e que desiste de olhar para tocar, bem de perto, as cicatrizes no corpo, sentir o cheiro do corpo, o desejo do corpo. E compartilhar de tudo integralmente. Sua fotografia não é feita de imagens, com a pura e elevada serenidade de quem não se mistura com as criaturas da terra, sujas de terra, mas do barro primordial que moldou a humanidade, que se sustenta com o suor do rosto até voltar ao pó do chão. Mais do que trágica, a cosmogonia fotográfica de Miguel Rio Branco é escatológica e revela a pele do mundo.

Seu estilo sofisticado mantém relações com a fotografia familiar, com suas cores estouradas que à primeira vista lembram as câmeras amadoras. Um recurso que aproxima ainda mais o artista de seus temas e uma narrativa próxima a outros aventureiros da jornada humana: Brassai e seus fantasmas noturnos, Larry Clark e seus companheiros de sexo e seringas, os vivos e os mortos na jornada sentimental de Nobuyoshi Araki, os *outsiders* e aberrações de Diane Arbus, Nan Goldin em sua balada da violência e dependência sexual. E, fundamental, sua filiação à fotografia fundadora de Mario Cravo Neto, o primeiro grande poeta das imagens de Salvador.

Outros autores irão se aproximar do tátil na fotografia por caminhos igualmente afetivos. Bruno Veiga realizou, em 2007, as fotografias do livro *O Rio que eu piso* (Teixeira & Veiga, 2007), com imagens da pavimentação em pedra portuguesa do Rio de Janeiro, em especial, do calçadão de Copacabana, onde viveu durante décadas:

A história das pedras portuguesas é muito louca e começa em 1964. Meu pai e minha mãe ganharam um apartamento na praia de Copacabana, no edifício Ypiranga, número 3940, posto seis. E que eles nunca moraram, até 1979, quando finalmente meu pai vai para lá. Fui com ele e fiquei ali por 22 anos, de frente para a praia de Copacabana e os três calçadões, o da praia, o intermediário entre as duas pistas e o junto aos prédios. Os calçadões que o Burle Marx criou são os de dentro. No da praia ele apenas fez as ondas ficarem paralelas à praia. Sempre pensei em fotografar aquilo, cheguei a fazer uma ou outra foto, mas nunca toquei a ideia pra frente³.

Em 2007, já reconhecido como importante fotojornalista, com passagens em diversos jornais e revistas brasileiras, Bruno é convidado pela arquiteta Iolanda Teixeira para participar do livro *O Rio que eu piso*, da editora Memória Brasil, que ela desenvolveu a partir de sua tese de doutorado, que tratava da calcetaria de pedra portuguesa em diversos pontos da cidade do Rio de Janeiro. Copacabana ganhou um grande destaque no livro de acordo com a relevância que a praia desfruta. “Foi uma sorte, porque pude me dedicar por muito tempo ao projeto, por seis meses, e que tinha a ver com minha própria história. Era algo encomendado que se tornou autoral” (Ibid.), conta o artista na entrevista com ele.

A partir da obra de Roberto Burle Marx⁴, escala, matéria e memória convergiram em um registro inspirado no abstracionismo brasileiro e em uma técnica milenar para a apresentação de uma nova poética. Burle Marx valorizava a independência de cada gênero artístico e costumava dizer que seu paisagismo, por exemplo, não era uma pintura com outros meios, mas um trabalho independente. A despeito disso o calçadão de Copacabana filia-se a obras do artista em outros suportes, como as linhas e trapézios das pinturas a óleo, as formas orgânicas das joias (em especial, os broches e anéis em ouro e esmeralda), dos painéis e do Aterro do Flamengo, entre muitas outras criações. Seu abstracionismo lírico de influência tachista traz ainda elementos da arte indígena e um sofisticado jogo de fundo e figura que trai e diverte o olhar flutuante.

Os quase quatro mil metros de comprimento do calçadão só podem ser percebidos em sua plenitude de cima, na privilegiada galeria de arte que toda a praia se tornou e que, mais tarde, foi desfigurada com a instalação de postos de gasolina que destruíram parte do traçado original. Somente através do sobrevoo ou das janelas dos hotéis e dos apartamentos da orla de Copacabana, a criação em grande escala alcança a unidade formal, o conjunto perfeito que revela o traço rigoroso do artista (Imagem 3).

³ Entrevista a Bruno Veiga, junho de 2014.

⁴ Roberto Burle Marx (1909-1994) foi um artista plástico e naturalista de transcendência internacional.

Imagem 3. Copacabana, Av. Atlântida, de Bruno Veiga



Fonte: Teixeira, I. & Veiga, B. (2007).

O trabalho de Bruno Veiga logo ultrapassaria os estreitos limites do factual, e as imagens dos calçadões criados por Burle Marx podem ser compreendidas em novos contextos. O trabalho que iniciou apenas como um registro começou a superar o plano modernista, a vocação turística e mesmo a tradição portuguesa que remonta a culturas ainda mais distantes, de origens árabe e latina. Lentamente Bruno Veiga passou a fotografar detalhes dos calçadões em enquadramentos particulares e, mais tarde, em outra escala, mais próxima e íntima. “Muita gente já fotografou Copa. Minha parte foi escolher um enquadramento. A obra do Burle Marx é muito generosa, porque permite esses recortes”, elogia Veiga entrevistado por Trindade⁵.

Depois de tirar algo em torno de 4,5 mil fotografias em formato digital, o artista selecionou 100 delas para ilustrarem o livro, sendo 33 apenas da praia de Copacabana. O sucesso foi tamanho que, no ano seguinte ao lançamento, Bruno Veiga realizou exposições com as fotografias do trabalho no Rio de Janeiro, na Galeria da Gávea, em Lisboa, na Cordoaria Nacional e em Singapura, na The Arts House Gallery.

Lentamente as imagens abandonam os planos aéreos e o conjunto do desenho dos mosaicos de Burle Marx, e se aproximam da escala humana. As fotografias passaram então a serem tomadas cada vez mais de perto e, das grandes panorâmicas capazes de cobrir grandes extensões, o fotógrafo passou a trabalhar com planos fechados, closes cada vez mais aproximados, nos quais as pedras portuguesas ganham uma nova dimensão (Imagem 4).

⁵ Entrevista a Bruno Veiga, junho de 2014.

Imagem 4. *Sem título*, de Bruno Veiga

Fonte: Teixeira, I. & Veiga, B. (2007).

Suas fraturas, seus engastes, a areia e a umidade da praia passam a protagonizar uma geografia mínima de Copacabana, que só pode ser percebida *in loco* pelo caminhante atento e envolvido com o dia a dia de um bairro, uma rua, um quarteirão. Sem o caráter ordenador e moralizante das utopias e sem o otimismo de um futuro iminente, as imagens de *O Rio que eu piso* passam a interferir, esfumazar e particularizar a obra de Burle Marx. A exposição transcende o conceito de uma identidade nacional resumida em logomarca para atingir a noção de localidade, de pertencimento, de intimidade. E uma vivência trilhada em passos diários por gente do mundo todo. Esse olhar renova o calçamento de Copacabana, que teve a sorte de permanecer junto à população e não em congelados centros históricos, onde os edifícios e o mobiliário urbano tornaram-se construções vazias de sentido e humanidade. As calçadas cariocas se transformam sob o peso de seus habitantes, que ocupam seu desenho e subvertem seu uso. O promenade da antiga capital federal desagrega-se em novas práticas, irregularidades e transgressões e expande-se em campo livre do desejo. As pedras de Copacabana contam histórias através de fendas, ferrugem e grafites. Assim, o calçamento deixa de ser apenas um projeto e se torna a experiência humana do convívio, percebida de perto, no detalhe, que vai além da materialidade da rocha e se estende em lembrança e afetividade. São imagens que sugerem umidade, desníveis, odores e temperaturas, em um universo perceptivo que supera o visual e requisita o tátil para ser compreendido em toda sua dimensão.

Outro artista que trabalhou igualmente com as pedras portuguesas e questões relativas ao háptico na fotografia foi Marcos Bonisson. Quanto terminou o Ensino Médio, abandonou os estudos regulares e, por sugestão de amigos, ingressou nos cursos do Parque Lage, a época sob direção de Rubens Gerchman. Encantado com o lugar, Bonisson permaneceu na escola de artes por quatro

anos, entre 1977 e 1981: “Foi um período absolutamente mágico e eu percebi que queria trabalhar com imagem, primeiro com desenho, gravura e depois com fotografia”⁶.

Escolheu esta como suporte pela capacidade multidisciplinar que ela lhe oferecia, em termos de diálogo com diferentes campos do conhecimento. “Achava a pintura muito onanista, muito monástica. Então meu trabalho com a fotografia foi desde sempre experimental. Nunca quis ser um profissional”, comenta Bonisson⁷. Para Bonisson, a formação fotográfica distante da lógica jornalística o ajudou a desenvolver uma atitude mais crítica e, ao mesmo tempo, mais experimental com o suporte.

Questões relativas ao corpo já estavam presentes no trabalho do artista mesmo em obras anteriores, como na série *Presença vermelha*, inspirada em um cobertor magenta que um amigo, o cantor Cazuza, usava como um sobretudo em Ouro Preto, durante uma viagem que ambos fizeram com a namorada do fotógrafo, em 1978. As pesquisas culminam em 2011, com *Arpoador* (Bonisson, 2011), um livro com fotografias e desenhos realizado pelo artista por 12 anos.

O trabalho de Bonisson é construído a partir da contraposição de imagens tensionadas pela costura das páginas, em situações de contiguidade, oposição e interrupção. A partir da topologia, como estudo das propriedades geométricas, o artista se aproveita para aproximar corpos humanos e paisagens naturais. E as maneiras de compreender o mundo e a si mesmo. Em seu livro-experiência, Bonisson põe lado a lado o humano e o natural desde as primeiras páginas. Depois da folha de guarda, dois textos de apresentação assinados por Luiza Interlenghi e Steve Berg – na frente e no verso de uma mesma folha – e a folha de rosto, segue-se uma página com a foto *Onda* (Imagem 5), da série *Aquarplex*, de 2010.

Imagem 5. *Onda*, de Marcos Bonisson



Fonte: Bonisson, M. (2011). *Arpoador*. Rio de Janeiro: NAU.

⁶ Entrevista a Marcos Bonisson, março de 2013.

⁷ Entrevista a Marcos Bonisson, março de 2013.

A crista de uma onda aparece em primeiro plano e domina mais de dois terços da imagem, deixando visível apenas o céu de um branco acinzentado e uma estreita faixa de terra, onde se vislumbra o Maciço da Tijuca, com o Pico da Agulhinha, a Pedra da Gávea e o Morro Dois Irmãos.

Eu estava no Arpoador, com a pedra atrás das minhas costas. Fotografei dentro d'água, com a câmera numa caixa estanque que consegui emprestado. Foi num dia de ressaca e as ondas estavam bem grandes com mais de um metro e meio, dois. E como toda a vez que uma onda se aproxima, ela faz uma cava perto da rebentação, eu caía nessa cava antes de subir de novo para o alto da onda. Foi nesse momento que eu fotografei. Mas fiz sem ver, porque é muito difícil boiar e fotografar ao mesmo tempo. Então preparei a câmera e apontei para onde queria. (Trindade, 2014, p. 122)

A imagem é marcada por um jogo denso de preto e branco, na qual são visíveis as pequenas ondulações dentro da onda em um revolver caótico acentuado pela ausência de foco em toda a fotografia. Em primeiro plano, a água, reduzida a uma mancha negra sem a menor transparência, parece tocar a câmera. Essa opacidade e ausência de clareza e translucidez sugerem uma mineralidade à água que, de fato, é sua. Aqui ela se aproxima da lava, como uma rocha em movimento.

Na página seguinte de seu livro é exibido um *big close* de uma orelha, com parte da costeleta e do rosto no entorno visíveis (Imagem 6). É possível identificar seus os elementos constituintes cuja nomenclatura revela sua concepção arquitetônica, a começar pelo termo orelha, do latim auricula ou cavidade, também conhecida por pavilhão. Nela repousam a hélice, que define a própria orelha em uma voluta imperfeita e bizarra que destoa da cabeça; a fossa escafoide, ou seja, semelhante ao fundo do casco de um navio; e a concha, depressão máxima de ressonâncias decorativas. Em sua superfície brilha a pele rugosa e ondulada igualmente registrada em foco incerto e sorrateiro.

Imagem 6. *Orelha*, de Marcos Bonisson



Fonte: Bonisson, M. (2011).

A idêntica ausência de nitidez, a proximidade de tons de cinza e de preto, a textura ondulada do mar e do corpo, a superfície brilhante e caótica dos dois objetos aproximam o corpóreo do geográfico, do humano e do natural de maneira a dissipar os limites entre um e outro.

Outras fotos propõem novas dialogias: crianças correm para dentro d'água em *Beira-mar*, enquanto um rapaz mergulha para esperar a onda se quebrar acima de sua cabeça em *Debaixo d'água*; os gnaisses do Arpoador em *Man made* contrastam com a figura “alienígena” – na verdade, uma pessoa com capacete de motociclista – em meio à vegetação do local; o desenho de nuvens carregado de contrastes de luz em *Nuvem Buda faz pendant* com polvos amarrados a cintura de um pescador em *Saia de polvos*.

Bonisson rompe com os limites clássicos entre sujeito e objeto e estende o rugoso da pele à superfície inconstante da matéria líquida, a substância instável por excelência. Não há permanência nas formas, que inventivamente o artista perscruta. A montanha rediviva na cambalhota desaparece em seguida. Os contornos das poças volatizam-se. A geografia instantânea da água, com seus picos e ondulações, desaparece tão depressa que o registro fotográfico também absorve a efemeridade do mar. Nada é sólido, nem os macios, tampouco a engenharia humana, cujos transatlânticos são transfigurados em formas simbólicas despidas de materialidade. Se há uma cronopolítica que paralisa o instante e congela o passado, aqui ela é corrompida pela imersão na própria matéria do tempo: o corpo e o presente.

O olho que toca também é o que deseja ser tocado e pela sensualidade dos corpos nus de misteriosa flutuação. “O fotógrafo trabalha com a suspensão. (...) Entre o céu e o mar, como um filósofo atlético que tivesse vestido, subitamente, a camisa de gravitação universal pelo lado avesso”, escreve Arthur Omar (Bonisson, s/p) no livro.

As fotografias de *Arpoador* (Bonisson, 2011), assim como aquelas da série *O Rio que eu piso* variam entre *flou*, o desfocado e a limpidez, com todos os detalhes destacados de forma milimétrica, o que termina por afastar igualmente a clareza, já que, ao observar tão de perto, perdemos a noção de escala e de conjunto, o que se aproxima de um hiper-realismo.

Realismo dificilmente pode ser reduzido a um único entendimento e seu conceito alterou-se profundamente ao longo da história da arte. A supremacia do óptico nas artes visuais tem sido tratada por inúmeros pesquisadores ao longo das últimas décadas, em especial, em estudos culturais a respeito das transformações sociais, econômicas e políticas ocorridas a partir do século XVIII e XIX, na Europa, dentro do grande guarda-chuva conceitual denominado modernidade.

Outras épocas, porém, revelam diferentes arranjos dos sentidos e da organização do olhar. Entre eles, destaca-se o realismo gótico, que reduz “a realidade total a uma simples soma de impressões sensoriais” (Hauser, 1980, p. 316), e que se revela de forma mais acabada na representação da forma humana.

Para o historiador Arnold Hauser (1980), a nova arte do gótico passou a valorizar as imitações da realidade, cito, “diretamente experimentadas de todas as confirmações dos sentidos” (Ibid.). E que as representações do período são ainda

principalmente aditivas, no sentido de somar elementos e mais elementos visuais à pintura. O intransferível impacto pessoal experimentado com as obras góticas pode ser compreendido em toda sua intensidade com a célebre pintura *A Descida da Cruz*, de Roger van Der Weyden, realizada entre 1443 e 1446.

A imagem do Cristo morto retirado da Cruz e ladeado pelas três Marias, São João, Nicodemos e José de Arimateia é um *tableau vivant* sobre fundo dourado de grande dramaticidade. Trata-se de um óleo sobre madeira no qual a visão humana é suplantada por um surpreendente detalhismo cumulativo. Não é possível, numa única mirada, apreender todos os detalhes da obra, que chega a minúcias como o fio de costura das roupas, a aspereza da barba malfeita, as chagas e o sangue de Jesus, o veludo das roupas e as diminutas lágrimas carpideiras que escorrem do rosto dos personagens em torno do Cristo morto, em uma aproximação com o sentido háptico e as sensações que ele promove: maciez, tensão, aspereza, dor, peso, temperatura, umidade e contato físico. O ápice da visualidade, com elementos visuais representados com um detalhamento tamanho que ultrapassam os poderes da visão, apontam para o tátil, em um universo visual que não está regido pelas leis da perspectiva linear, em um espaço predeterminado antes mesmo da chegada de seus personagens. Na verdade a representação medieval acumula e sobrepõe elementos dentro do campo óptico até romper com os limites visuais: sem praticamente tocar o quadro é impossível perceber a riqueza de detalhes que o artista oferece.

Essa técnica cumulativa apresenta relações com a fotografia digital que, como sabemos, não se organiza mais como uma totalidade, mas através da combinação de pequenas imagens captadas pelos sensores da câmera em um processo de varredura. São fotografias ultradetalhistas que procuram revelar os mais ínfimos detalhes do objeto fotografado. A série de 2008 *Fragmentos*, de Renato Velasco, intensifica essa percepção do ínfimo, do detalhe, que só poderia ser captada com uma proximidade total entre o espectador e o objeto de estudo. “Nunca quis ser apenas fotógrafo em redação e tinha preocupações bastante distintas com a imagem que iam além do fato, da notícia”, comenta Velasco⁸. *Fragmentos* começou a ser elaborada como uma forma de se afastar do documental.

Em certa época, lá por meados dos anos 2000, cheguei a me afastar da fotografia, porque ela é muito ilusória. A fotografia faz com que a gente acredite, de uma forma ingênua, que podemos ter a imagem pronta, sem uma pesquisa ou elaboração mais profunda, já que a máquina resolve isso para você. Ela me levava a ver as coisas de uma maneira viciosa, estética. Eu pensava sempre em luz, no visual, no bonito. Então comecei a pintar⁹.

Velasco passou a estudar pintura no Parque Lage, a partir de 2006, e desenvolveu uma série de trabalhos com acrílica. Nela, as tintas escorrem livremente sob ação da gravidade. Há uma descoberta da presença das substâncias e de suas

⁸ Entrevista a Renato Velasco, junho de 2012.

⁹ Entrevista a Renato Velasco, junho de 2012.

qualidades que revelam a densidade e a fluidez dos pigmentos em contato com a superfície dos quadros. Mais tarde, Velasco aplica as tintas com seringas, que passaram a fazer parte das obras, espetadas na tela e ferindo a tranquilidade do objeto artístico, em procedimentos que evocam as telas laceradas de Fontana. São trabalhos que parecem testar tanto a obra quanto o espectador, em uma situação-limite: o momento da criação como ato de transformação da matéria e do entendimento. Velasco põe em suspenso o próprio quadro, que deixa de ser mero suporte da pintura e passa a integrar a obra.

Por isso mesmo, a pintura de *Ponto em Movimento* prescinde de pigmentos, aglutinantes, solventes e fixadores e utiliza apenas barbantes pretos ou brancos tramados sobre a tela. É uma forma de reiterar a própria definição de pintura, como uma película colorida aderida a uma superfície, da qual não faz parte. Assim, os quadros dissecam a pintura em seus elementos constitutivos.

Dessa forma, sua pintura não é “pintada”, mas emaranhada, quase tecida, em uma série comemorativa ao pintor russo Kazimir Malevich, que transcendeu o figurativo em direção a abstração em trabalhos geométricos de grande intensidade. Se de Kandinsky absorve as aproximações da geometria com estados físicos e mentais, de Kazimir Malevich ele herda a busca de uma pureza plástica e espiritual, bem como de uma sensibilidade condensada ao limite. Velasco retoma o poder visual do pintor suprematista em quadros que repetem o nome das obras do primeiro: *Quadrado negro*, *Círculo negro* e *Cruz negra*. Mas, o que era visualidade pura na obra deste, agora adquire uma dimensão tátil através das linhas reveladoras das foras subjacentes à imagem pintada.

Mais tarde, Velasco passou a desenvolver monotipias fotográficas, na verdade a mesma técnica conhecida como *schadografia* ou *rayonismo*. Ao compará-la com a monotipia tradicional, Velasco afasta a fotografia do campo documental e reitera seu caráter gráfico.

A monotipia fotográfica parte do mesmo princípio, mas no lugar da tinta sobre a matriz, utiliza-se uma mesa de ampliação fotográfica, onde é colocado papel sensível e, sobre ele, objetos. Sob a luz, eles deixam sombras invertidas no papel fotográfico, que se torna o suporte da obra de arte. É uma forma de produção de imagens fotográficas que, contraditoriamente, refuta a cópia por sua *irreprodutibilidade técnica*. Mesmo que as imagens captadas sejam repetidas com os objetos dispostos em posições idênticas sobre o papel fotossensível e com idênticas exposições a luz, essas imagens seriam novas fotografias. Somente após alguns anos afastado da fotografia tradicional como suporte para suas experimentações, Velasco retorna com a série *Fragmentos*.

Queria fazer uma fotografia de rua que não fosse apenas um registro do casario, de seus habitantes e do movimento da cidade, mas de alguma maneira realizar uma arqueologia urbana, que contasse a partir dos restos que a cidade vai deixando um pouco de sua história¹⁰.

¹⁰ Entrevista a Renato Velasco, junho de 2012.

Com grande nitidez e uma luz reveladora, Velasco fotografou centenas de objetos esmigalhados e aderidos ao asfalto das ruas (Imagens 6 e 7), além de manchas nas paredes e muros da cidade. São cápsulas de vinho, pedaços de colares e pingentes, moedas, botões, pregos, telefones celulares, latas, fivelas de cintos, objetos plásticos, relógios, tubos de tinta e brinquedos que, no lugar de desaparecerem dentro do processo regular de descarte do que se torna inútil ou obsoleto no perecível universo dos bens de consumo, insistem em permanecer como testemunhas de hábitos e padrões socioeconômicos incrustados na própria pele da cidade. As imagens ricas em detalhes convidam o espectador a perceber a riqueza de detalhes e sua tatilidade. “Antes de fotografar, eu chegava a passar a mão no asfalto, para ter a certeza do que estava fazendo”, menciona Velasco entrevistado por Trindade¹¹.

Imagem 7. *Sem título*, de Renato Velasco



Fonte: Acervo do artista.

Imagem 7. *Sem título*, de Renato Velasco



Fonte: Acervo do artista.

¹¹ Entrevista a Renato Velasco, junho de 2012.

A cena urbana e o retrato das ruas, tema tão caro à fotografia desde seus primórdios, ganha uma nova dimensão através desses registros que não procuram fixar a cidade e seus habitantes como documentos da vida cotidiana. O intimismo quase miniaturista de Renato Velasco descobre uma vida e uma beleza sutis que necessitam do testemunho da sensibilidade do artista dos pequenos detalhes. Sob as forças motrizes da eletricidade e dos motores a explosão, que ameaçam e fragilizam o ser humano, e pondo em risco sua existência física, a série *Fragmentos* defende o mínimo e a delicadeza contra os processos em larga escala que movimentam a máquina do mundo.

5. MÁQUINAS CEGAS, OLHARES VIDENTES

Repensar no estatuto fotográfico enseja amplas discussões a respeito da institucionalização da fotografia no mundo da arte, a transformação do fot-jornalismo como prática e estética, além de um enfrentamento dos usos e do controle dos meios de comunicação em uma sociedade que se pretende plural e democrática.

Se a fotografia ajudou a ver além do olho, reaparelhando o homem para as necessidades da sociedade industrial e de uma nova concepção de um tempo-espaço comprimido e acelerado, novos sentidos são convocados na contemporaneidade. Em especial, o fototátil, que rejeita o padrão, a nitidez, o sublime enquadramento e a clareza cabal das coisas visadas. Por isso, indica uma alteração da sensibilidade e da cultura, na qual o arquivo do mundo parece encerrado ante a incapacidade de darmos conta desse mesmo mundo apenas com os olhos. Grande parte do que hoje chamamos visual é uma simulação, com uma gênese além dos limites do olho humano, em microscópios eletrônicos, aparelhos de tomografia e ressonância, radiotelescópios, processadores de texto, bancos de dados, sensores de movimentos, inteligência artificial e todo um universo de informações digitais.

São máquinas cegas, incapazes de vasculhar o espectro visível, que adaptam suas informações através de uma interface dentro dos parâmetros da visão humana. A decadência da visão e a ascendência do háptico são reveladores de uma crise na percepção que procura se adaptar às novas demandas culturais e cognitivas e o que era exatidão e clareza agora vacila em incertezas e aproximações de uma imagem errante. Se a fotografia moderna acreditou nas possibilidades da objetividade, hoje ela precisa tatear no escuro.

REFERÊNCIAS

- Bartholomeu, C., Palmeira, M., Trindade, M. (2012). Existe uma busca constante, algo que não para. *Revista Arte & Ensaio*, 24, pp. 6-21. DOI: <https://doi.org/10.37235/ae.n24>

- Baudrillard, J. (1991). *Simulacros e Simulação*. Lisboa: Relógio D'Água.
- Berkeley, G. (2004). *Principios del conocimiento humano*. Ciudad Autónoma de Buenos Aires: Losada.
- Bonisson, M. (2011). *Arpoador*. Rio de Janeiro: NAU.
- Borges, J. L. (1959). Tlön, Uqbar, Orbis Tertius. Em *Ficções* (pp. 24-30). Porto Alegre: Editora Globo.
- Brillat-Savarin, J. A. (1848). *Physiologie du goût*. Paris: Gabriel de Gonnet Éditeur.
- Classen, C. (2012). *The deepest sense: A cultural history of touch*. Chicago: University of Illinois Press.
- Comolli, Jean-L. (1980). *Machines of Visible*. In De Lauretis, T. & Heath, S. (editors), *The apparatus* (pp. 21-141). Nova Iorque: Macmillan Publishers Limited.
- Crary, J. (2012). *Técnicas do observador: Visão e modernidade no século XIX*. Rio de Janeiro: Contraponto.
- Febvre, L. (1949). *O homem do século XVI*. Conferência, Universidade de São Paulo, Brasil. Recuperado de: www.revistausp.br.
- Ferreira, A. A. L., Morelli Ribeiro, A. L., Rocha Silva da Rosa, H. L. & do Amaral Gama Santos, V. (orgs.) (2022). *Para além da psicofísica: Fechner e as visões diurna e noturna*. Rio de Janeiro: Nau Editora
- Hansen, M. (2004). *New philosophy for new media*. Cambridge: MIT Press.
- Hauser, A. (1980). *História Social da Literatura e da Arte*. São Paulo: Mestre Jou.
- Houaiss, A. (2004). *Dicionário Houaiss da Língua Portuguesa*. Rio de Janeiro: Editora Objetiva.
- Jay, M. (1993). *Downcast Eyes: The Denigration of Vision in Twentieth-Century French Thought*. Berkeley: University of California Press.
- Lévi-Strauss, C. (1973). *Anthropologie structurale 2*. Paris: Plon.
- Merleau-Ponty, M. (2004). *O olho e o espírito*. São Paulo: Cosac & Naify.
- Proust, M. (1995). *O tempo redescoberto*. Porto Alegre: Editora Globo.
- Rio Branco, M. (2012). *Ponto Cego*. Rio de Janeiro: Imago
- Roseblum, L. (2016). The Impact and Status of Carol Fowler's Supramodal Theory of Multisensory Speech Perception. *Ecological Psychology*, 28(4), pp. 262-294. DOI: <https://doi.org/10.1080/10407413.2016.1230373>
- Roudinesco, E. (2008). *A parte obscura de nós mesmos*. Rio de Janeiro: Jorge Zahar Editor

Santaella, L. (2007). Pós-humano – por quê? *REVISTA USP*, 74, pp. 126-137. DOI: <https://doi.org/10.11606/issn.2316-9036.v0i74p126-137>

Teixeira, I. & Veiga, B. (2007). *O Rio que eu piso*. Rio de Janeiro: Memória Brasil.

Trindade, M. (2014). *Fototátil*. Tese, Universidade Federal do Rio de Janeiro, Escola de Belas Artes, Programa de Pós-Graduação em Artes Visuais, Brasil. Orientadora: Angela Ancora da Luz.

Valéry, P. (1960). *L'idee fixe*. Paris: La Pléyade.

Wade, N. J. (2021). The vision of Helmholtz. *Journal of the History of the Neurosciences*. 30(4). Available in: <https://www.tandfonline.com/doi/full/10.1080/0964704X.2021.1904182#abstract>

Wertheim, M. (2001). *Uma história do espaço: de Dante à Internet*. Rio de Janeiro: Jorge Zahar Editor.

* Contribuição da autoria: a conceituação e o desenvolvimento geral do artigo foram realizados pelo autor.

* Observação: o Comitê Acadêmico da revista aprovou a publicação do artigo.

* O conjunto de dados que apóia os resultados deste estudo não está disponível para uso público. Os dados da pesquisa serão disponibilizados aos revisores mediante solicitação.



Artículo publicado en acceso abierto bajo la Licencia Creative Commons - Attribution 4.0 International (CC BY 4.0).

IDENTIFICACIÓN DEL AUTOR

Mauro Trindade. Doutor e Mestre em História e Crítica da Arte, Universidade Federal do Rio de Janeiro (Brasil). Graduação em Comunicação Social, Universidade Federal do Rio de Janeiro. Professor Adjunto, Universidade do Estado do Rio de Janeiro (Brasil). Entre outras publicações: –autor do livro– *Wolney Teixeira. O sal da Terra: fotografias da Região dos Lagos 1930-1970* (2013, DH Editora), y –organizador do livro– *Hipóteses: Ensaio de arte e cultura* (2022, NAU Editora). Estudo da produção teórica e artística de imagens técnicas –em especial, fotográficas– em contextos decoloniais, com destaque para a América Latina.

A representação da realidade nas plataformas digitais

La representación de la realidad en las plataformas digitales

The representation of reality on digital platforms

DOI: <https://doi.org/10.18861/ic.2024.19.2.3765>

► MICHELE PUCARELLI

michelepucarelli@id.uff.br - Niterói - Universidade Federal Fluminense, Brasil.

ORCID: <https://orcid.org/0000-0001-9345-4463>

► LUIZ CLAUDIO COSTA LATGÉ

Lclatge@gmail.com - Niterói - Universidade Federal Fluminense, Brasil.

ORCID: <https://orcid.org/0009-0009-5989-5738>

COMO CITAR: Pucarelli, M. & Costa Latgé, L. C. (2024). A representação da realidade nas plataformas digitais. *In Mediaciones de la Comunicación*, 19(2). DOI: <https://doi.org/10.18861/ic.2024.19.2.3765>

Fecha de recepción: 21 de mayo de 2024

Fecha de aceptación: 18 de noviembre de 2024

RESUMO

O artigo examina o uso de imagens no jornalismo, a sua contribuição na *construção social da realidade* e o

estabelecimento de uma *estética da verdade* ao longo da evolução técnica dos meios de comunicação. A pesquisa pretende compreender os efeitos das plataformas digitais e das redes sociais na produção e distribuição de informações. Uma hipótese central é que o novo sistema de informação, despojado dos códigos tradicionais do jornalismo e de outros filtros institucionais, cria um espaço onde convergem fatos, realidade e fantasia. Isso facilita a disseminação de *fake news* e desinformação, enfraquecendo a capacidade da imagem de representar um mundo fora de si mesma. A pesquisa adota uma análise qualitativa do conteúdo das plataformas digitais, a partir da leitura crítica de imagens selecionadas e de uma revisão da literatura, tanto clássica quanto contemporânea.

PALAVRAS-CHAVE: jornalismo, fotografia, representação social da realidade, mídias sociais, desinformação.

RESUMEN

El artículo examina el uso de imágenes en el periodismo, su contribución a la *construcción social de la realidad* y el establecimiento de una *estética de la verdad* en el marco de la evolución técnica de los medios de comunicación. La investigación busca comprender los efectos de las plataformas digitales y las redes sociales en la producción y la distribución de la información. Una hipótesis central es que el nuevo sistema de información, apartado de los códigos tradicionales del

periodismo y de otros filtros institucionales, crea un espacio donde convergen hechos, realidad y fantasía. Esto facilita la difusión de *fake news* y desinformación, debilitando la capacidad de la imagen para representar un mundo fuera de sí misma. La investigación adopta un análisis cualitativo del contenido de las plataformas digitales, a partir de la lectura crítica de imágenes seleccionadas y de una revisión de la literatura, tanto clásica como contemporánea.

PALABRAS CLAVE: *periodismo, fotografía, representación social de la realidad, redes sociales, desinformación.*

ABSTRACT

The article examines the use of images in journalism, their contribution to the *social construction of reality*,

and the establishment of an *aesthetic of truth* throughout the technical evolution of media. The research seeks to understand the effects of digital platforms and social networks on the production and distribution of information. A central hypothesis is that the new information system, stripped of traditional journalistic codes and other institutional filters, creates a space where facts, reality, and fantasy converge. This facilitates the spread of fake news and misinformation, weakening the image's capacity to represent a world beyond itself. The research adopts a qualitative analysis of digital platform content based on a critical reading of selected images and a review of both classic and contemporary literature.

KEYWORDS: *journalism, photography, social representation of reality, social media, disinformation.*

1. INTRODUÇÃO

As primeiras linhas do artigo “Pequena História da Fotografia” (Benjamin, 1985), estabelecem a relação entre o jornalismo e a imagem ao longo de duzentos anos, essencial para a compreensão do mundo: “A névoa que recobre os primórdios da fotografia é menos espessa que a que obscurece as origens da imprensa” (p. 91). Esse enunciado de Walter Benjamin sugere que a busca pela validação da realidade exigia uma forma técnica que atenuasse a subjetividade do olhar humano, algo que pinturas e ilustrações não eram capazes de alcançar.

Embora a história tenha demonstrado que a fotografia também não cumpre perfeitamente a tarefa de capturar a realidade, a percepção de que o registro da *câmera obscura* confere ao jornalismo a credibilidade de retratar os fatos tornou-se predominante (Flusser, 2014). No entanto, a distinção entre o que é verdadeiro e o que é verossímil em uma fotografia de imprensa requer uma análise mais detalhada de seus componentes, conforme descrito por Barthes (2009).

A fotografia de imprensa é uma mensagem. A totalidade dessa mensagem é constituída por uma fonte emissora, um canal de transmissão e um meio receptor. A fonte emissora é a redação do jornal, o grupo de técnicos, dentre os quais uns batem a foto, outros a escolhem, a compõem, a tratam, e outros enfim a intitulam, preparam uma legenda para ela e a comentam. O meio receptor é o público que lê o jornal. E o canal de transmissão é o próprio jornal, ou, mais exatamente, um complexo de mensagens concorrentes, de que a foto é o centro, mas de que os contornos são constituídos pelo texto, título, legenda, paginação, e, de maneira mais abstrata, mas não menos “informante”, pelo próprio nome do jornal. (p.11)

A questão do valor da imagem, além do que pode ser expresso em palavras, é de grande relevância no contexto da comunicação humana. Desde os primórdios da civilização, evidenciados pelos primeiros registros nas cavernas, o ser humano tem buscado formas de comunicação cada vez mais sofisticadas. Ao longo da história, diversos recursos foram integrados ao processo comunicativo, desde a invenção da escrita até a tipografia de Gutenberg, passando pela comunicação de massa, como rádio e televisão, e, mais recentemente, pelas mídias digitais (Scolari, 2024).

A tecnologia, em muitas ocasiões, serve como um marco temporal, mas a construção de uma ética, de uma estética e de uma cultura é influenciada por fatores que transcendem as ferramentas dos meios de comunicação, como a máquina de escrever, as câmeras fotográficas, as impressoras rotativas, as transmissões via satélite, os dispositivos móveis e as plataformas digitais (Briggs & Burke, 2006).

Assim, ao longo do tempo, o jornalismo desenvolveu seus próprios códigos de conduta, teorias e mitos, como a ideia da objetividade, o compromisso com os fatos e a narrativa imparcial (Schudson, 2010). Sob essa ótica, a representação da realidade por meio da imagem confere valor e credibilidade ao texto jornalístico,

enriquecendo a experiência informativa do público. Embora, na prática, não possamos perder de vista a perspectiva defendida por Baudrillard (1991) de que “a realidade está dominada por simulacros, em meio a um mundo-imagem que complica a distinção entre verdade e verossimilhança” (p. 16).

Na comunicação de massa, que traz embutida a necessidade comercial de atrair o público, a veracidade é comumente substituída pelos elementos que conformam a estética de cada meio e de seu tempo, num processo que carrega o risco de saturação do uso de imagens, que pode levar à banalização dos critérios de validação dos fatos e da construção social da realidade (Berger & Luckmann, 2014).

Assim, buscamos compreender neste texto de que forma as plataformas digitais e mídias sociais utilizam esse recurso, que se tornou dominante no novo ecossistema de produção e distribuição de informações, quando praticamente toda postagem ou publicação é acompanhada de uma imagem, seja documental, ilustrativa ou “falseada”, como ocorre no fenômeno das *fake news*.

É importante ressaltar que, na contemporaneidade, não existe atividade econômica, política ou social que não seja influenciada pelas chamadas *big techs*. Plataformas digitais como Google, YouTube, Facebook, Instagram, X (anteriormente Twitter), TikTok, Tencent, Meituan e Alibaba emergiram como os principais negócios do nosso tempo, ocupando posições de destaque na lista das empresas mais valiosas do planeta. Essas corporações estabelecem um novo regime de informação, organizando, por meio de algoritmos, um fluxo incessante de dados que tem contribuído para o aumento do extremismo político, da disseminação de *fake news* e da desinformação, caracterizando o que se denomina de *mundo da pós-verdade*, quando fatos objetivos têm menos influência para definir a opinião pública do que o apelo à emoção ou crenças pessoais, para usar a definição do dicionário de Oxford, que a elegeu como a palavra do ano em 2016 (Latgé, 2016).

A questão da representação do real nas redes sociais se tornou, desta forma, um tema central na era digital. Com a proliferação das plataformas digitais, a capacidade de manipulação e disseminação de imagens aumentou exponencialmente, colocando em xeque a autenticidade, a veracidade e a credibilidade das informações veiculadas. Não se trata apenas de um desafio técnico, mas também ético e filosófico, uma vez que as imagens podem ser facilmente manipuladas para perpetuar mentiras ou construir narrativas convenientes.

Vivemos num cenário de *desordem informacional*, como conceituam Wardle e Derakhshan (2018) no estudo que se tornou referência para a pesquisa sobre o tema, *Information Disorder: toward an interdisciplinary framework for research and policy making*. Os pesquisadores definem o novo ecossistema da comunicação como vulnerável à distribuição de informações enganosas, intencionalmente produzidas “para causar dano ou benefício” político ou nos negócios, a desinformação.

Neste contexto, propomos realizar uma análise qualitativa e diagnóstica do uso das imagens nas plataformas digitais, que atualmente representam a principal fonte de acesso às informações para uma significativa parte da população mundial. Nosso objetivo é investigar a singularidade dessas imagens em comparação com outras mídias, como jornais e televisões, que, em suas épocas, impunham sua lógica, linguagem e léxico na comunicação. As imagens foram selecionadas com base no destaque que receberam recentemente nas redes sociais, onde inicialmente apareceram, e pela forma como ganharam espaço nas mídias tradicionais. Elas retratam situações de desinformação verificadas na pandemia, na campanha eleitoral e em outros assuntos diversos.

A hipótese central deste estudo é que as plataformas digitais, ao integrarem todos os meios de comunicação existentes, sem os seus códigos profissionais, promovem um ambiente onde fatos, realidade e fantasia se misturam de maneira indistinta, propiciando um ambiente de desordem informacional que contribui para a difusão de *fake news* e desinformação, esgotando o poder da imagem como representação do mundo real.

Para aprofundar esta análise, apoiamo-nos em uma revisão bibliográfica de textos clássicos e contemporâneos, com objetivo de compreender como ocorre o processo de construção de uma estética que pretende ser a representação da verdade e como as redes sociais se apropriam destes valores para estabelecer um fluxo permanente de comunicação com o consumidor.

2. METODOLOGIA

O impacto das plataformas digitais e mídias sociais revela-se como tema relevante no estudo da Comunicação, assim como nos modelos de organização econômica, política e social. Trata-se de um sistema ainda em construção, repleto de questões para as quais ainda não existem respostas prontas. Este estudo busca abordar a evolução tecnológica dos meios e sua contribuição na construção social da realidade, com foco no uso da imagem no jornalismo.

Para desenvolver uma metodologia que reflita o processo de construção de uma estética da verdade das imagens no ambiente multifacetado das plataformas digitais, o estudo foi subdividido em diferentes etapas.

Iniciamos nosso percurso metodológico com uma revisão bibliográfica que abrange os trabalhos de autores como Barthes (2009), Baudrillard (1991), Benjamin (1994), Deuze (2024), Joly (1996), Saperas (2020), Schaeffer (1990), Schneider (2022), Scolari (2024), Sodré (2021 y 2024), Sontag (2006) e Wardle e Derakhshan (2018), entre outros. O objetivo dessa revisão é reavivar as teorias e conceitos que fundamentam nossa pesquisa.

Após estabelecer o arcabouço teórico, passamos a uma análise de conteúdo das imagens selecionadas. Essa etapa é crucial para ilustrar como a estética da verdade se manifesta nas representações visuais contemporâneas. Para isso,

realizamos uma análise de conteúdo de imagens selecionadas produzidas no ambiente digital. Os critérios de seleção incluíram o destaque que essas imagens receberam de mídias tradicionais pela importância do acontecimento (Imagem 2: O atentado contra as Torres Gêmeas, nos Estados Unidos, em 2001), pela relevância do flagrante de uma cena urbana, para ilustrar a indicação do aparição da imagem precária como um novo padrão para a *estética da verdade* (Imagem 1: Desabamento na Zona Leste de São Paulo, em 2013), assim como pelo destaque que outras imagens obtiveram recentemente nas redes sociais, onde inicialmente apareceram, ganhando em seguida espaço nas mídias tradicionais (imagens 3, 4 e 5). As imagens analisadas, evidentemente, não podem ser tomadas metodologicamente como expressão do conjunto da produção das redes sociais, mas retratam situações de desinformação verificadas em contextos como a pandemia, a campanha eleitoral e outros assuntos diversos que conseguiram viralizar e serem vistas por milhares de pessoas nas redes.

A análise foi conduzida utilizando os conceitos de *simulacro* (Baudrillard, 1991) e *imagem social* (Joly, 1996). Essa abordagem nos permitiu examinar como fatos, realidade e fantasia se entrelaçam em um ambiente que desafia a estética da verdade.

Para compreender melhor essas análises, é fundamental discutir as implicações teóricas que emergem desse fenômeno. Sob este contexto, desenvolvemos a apresentação da hipótese e a discussão teórica abordando a ideia de que estamos vivendo na *era da pós-verdade*, conforme descrita por Wardle e Derakhshan (2018). Essa discussão aprofunda o conceito de desordem informacional, assim como de *mentirocracia* proposto por Joan Fontcuberta (*LensCulture*, 2005), e ainda o conceito de *ecossistema da mentira* de Sodré (2021), para demonstrar como as plataformas digitais absorveram a mentira como um novo elemento no processo de comunicação. Para ilustrar esse processo, recorreremos às teses de Deuze (2024) e Schneider (2022), destacando como a desinformação se tornou efetivamente um projeto e um novo modelo de negócios.

Desse modo, almejamos que esta investigação e seus resultados esperados contribuam para uma compreensão mais profunda das dinâmicas de desinformação e da construção da verdade nas plataformas digitais, ampliando o debate no campo da Comunicação e da sociedade em geral.

3. ESTÉTICA DA VERDADE, REPRESENTAÇÕES E SIMULACROS

Para compreender a complexidade da construção da verdade nas plataformas digitais é essencial revisitar a literatura sobre os processos de comunicação. Walter Benjamin (1994), em seu ensaio *A obra de arte na era de sua reprodutibilidade técnica*, argumenta que a aura de uma obra de arte se perde na reprodução mecânica, alterando fundamentalmente a relação entre a obra e o espectador. Embora o pensador alemão não tenha testemunhado o surgimento

das plataformas digitais e das mídias sociais, seu conceito pode ser aplicado à era digital, onde a reprodução de imagens nas redes sociais remove o contexto e a autenticidade da informação original.

Como mencionado na abertura deste trabalho, na citação de Barthes (2009), a imagem transposta para a mídia não é uma informação em si; ela carrega múltiplos significados, que vão desde a escolha da imagem até as características do veículo que a transmite.

Para o filósofo e semiótico francês Jean-Marie Schaeffer (1990), em seu trabalho *A imagem precária* do dispositivo fotográfico, a imagem fotográfica é essencialmente um sinal de recepção, embora não de forma exclusiva. Ele argumenta que o significado da imagem resulta da soma das experiências pessoais e sociais, além das normas comunicacionais que moldam a maneira como ela é interpretada.

As normas comunicacionais influenciam a interpretação das imagens de diversas maneiras, assim como as narrativas construídas no cinema e na televisão moldam a percepção do público sobre as imagens apresentadas. No entanto, considerando que o processo de compreensão de qualquer imagem é subjetivo e depende de contextos culturais, questionamos: até que ponto essa interpretação é moldada pelas normas comunicacionais, sociais e comportamentais? E até que ponto essa interpretação é verdadeiramente individual?

Desde a “tese da existência”, que nos leva a entender uma imagem como um sinal de um acontecimento real, a cultura de massa –representada pelos jornais e pela televisão– ainda exerce um papel dominante no imaginário popular. Essa cultura funciona como uma estética que expressa a construção social da verdade, associada às imagens e aos valores que foram incorporados ao longo do tempo, os quais identificamos como validadores das informações que recebemos. Esse conceito é fundamental para a compreensão do uso da imagem nas diversas mídias, seja na fotografia dos jornais, no cinema documental ou nas reportagens da televisão. Em outras palavras, acredita-se que a imagem captura e representa a existência de um objeto ou evento no mundo real, funcionando como uma fatia recortada no tempo (Sontag, 2006).

Contudo, como também mencionado na abertura deste trabalho, para o sociólogo e filósofo francês, Baudrillard (1991), a presença real do objeto nunca é plenamente acessível, pois nunca estamos na presença real do objeto. Entre a realidade e a imagem, a troca é impossível; tudo que pode existir se resume, no máximo, a uma correlação figurativa. Logo, a imagem não é uma representação neutra ou objetiva da realidade, mas uma construção que depende das intenções, interpretações e disputas dos lados envolvidos na sua produção. Portanto, a imagem, enquanto um acontecimento social, é o resultado de um processo de usos, negociações, contestações, subversões e transformações, que por fim criam novas imagens que podem ser mais ou menos justas, mais ou menos democráticas, mais ou menos emancipatórias (Joly, 1996).

O surgimento das plataformas digitais e mídias sociais, no entanto, provocou enormes mudanças em um território que parecia consolidado, resultando em uma explosão sem precedentes da produção, distribuição e consumo de registros fotográficos e de vídeo. A tecnologia dos *smartphones* levou a uma mudança significativa no comportamento do público, que passou de uma atitude de consumo passiva para uma produção ativa. Hoje, o celular possibilita, de maneira prática, o registro de imagens, a edição e a distribuição de conteúdo, tudo ao alcance da mão e sem a necessidade de câmeras profissionais, ilhas de edição ou antenas de transmissão.

Essa nova configuração da realidade tem desdobramentos que ainda não conhecemos plenamente. O professor Enric Saperas (2020) aponta que a convergência das mídias, potencializada pela internet, e a explosão das redes sociais desorganizaram o modelo até então dominante de construção da realidade, impondo uma nova agenda à opinião pública. Os critérios de validação das informações, que fundamentaram o jornalismo desde o século XIX, se afastam do ideal de objetividade da notícia baseada em fatos, da busca pela verdade, da independência e de uma noção idealizada de serviço público. Saperas (2020) vê nesse processo uma crise da intermediação dos meios de comunicação e do jornalismo em particular, além de uma mudança social profunda.

Para Mark Deuze (2024), da Universidade de Amsterdã, autor de livros como *Beyond Journalism* e *Media Life*, a vida cotidiana atual está intrinsecamente ligada à experiência nos *dispositivos de comunicação*, a ponto de não fazer sentido discutir o que acontece na mídia, pois não há nada fora dela. O autor defende que vivemos na mídia, mas não como uma visão determinista. Segundo o autor, os meios são o que fazemos com eles. E hoje fazemos tudo, tanto consumo quanto produção de informação. Deuze acredita que esta simbiose altera a forma como damos sentido ao mundo e transforma a realidade em um código aberto, como vemos nas plataformas e mídias sociais, sempre em construção, em que a vida privada é vivida em público.

Por fim, retornando aos conceitos de desordem informacional de Wardle e Derakhshan (2018), é preciso observar e investigar como as imagens são utilizadas neste fenômeno que abrange a disseminação de informações imprecisas, enganosas ou falsas, cuja dificuldade em se distinguir entre informações verdadeiras e falsas gera confusão e desconfiança entre os usuários.

4. DE BENJAMIN ÀS REDES SOCIAIS. A QUESTÃO DA TÉCNICA

A televisão, com sua capacidade de transmitir imagens em tempo real, contribuiu de forma significativa na maneira como percebemos a realidade. Ela nos permite ver eventos à medida que acontecem, o que pode dar uma sensação de imediatismo e autenticidade. No entanto, essa sensação de realidade imediata pode ser enganosa, pois as imagens que vemos na televisão são sempre mediadas e construídas.

A imagem-movimento do cinema e da televisão/vídeo parece assim levar ao mimetismo e a reprodução do mundo ao seu extremo, até o absurdo: em última análise, o ponto de chegada desta lógica seria o de uma imagem tão fiel e exata que ela viria duplicar integralmente o real na sua totalidade. Velho mito da imagem total, que remonta a um passado distante, talvez ao nascimento mesmo das imagens, às origens da ideia de representação. (Dubois, 2004, p. 53)

Ou seja, estas imagens também são selecionadas, editadas e apresentadas de um modo que pode não refletir a realidade. Portanto, é importante estar ciente das limitações e potenciais distorções da imagem televisiva ao interpretar a realidade que ela representa. Todavia, a busca pelo poder da imagem total continua em progresso. Desde seu surgimento, a TV tem a capacidade tanto de transmitir ao vivo quanto de exibir material gravado. Ela nasce nos estúdios e também incorpora as linguagens do rádio e do teatro nos programas de auditório, antes que essa nova mídia possa estabelecer seu modelo de negócios e sua linguagem (Briggs & Burke, 2006).

Com o surgimento das câmeras portáteis e do VHS, que popularizou no Brasil os flagrantes capturados por cinegrafistas amadores, a construção da estética da verdade ganhou novo impulso. Com o avanço tecnológico e barateamento dos dispositivos eletrônicos, as câmeras de segurança se proliferam nos centros urbanos, transformando-se em novas fontes de informação, presentes em cada esquina, em cada endereço, em elevadores e em locais de difícil acesso, como relata Ana Paula Goulart de Andrade (2014) em *Telejornalismo Apócrifo*.

Essa oferta de flagrantes torna o registro do momento dos fatos – crimes, acidentes e desastres naturais – um imperativo, reforçando a ideia de que uma imagem pode valer mais que mil palavras. Nesse contexto, com os *smartphones*, os “olhos” se espalham por todo o mundo, disponibilizando milhões de câmeras ao alcance das mãos e permitindo a captura do cotidiano. Esse avanço é irreversível e resulta em uma nova realidade: a estética da verdade passa a estar definitivamente associada a flagrantes que não seguem padrões técnicos, apresentando imagens escuras, desfocadas e mal enquadradas, frequentemente registradas por amadores que estão diretamente envolvidos nas cenas, como na imagem abaixo (Imagem 1), onde o choque do acontecimento se sobrepõe as perfeitas normas técnicas.

Imagem 1. Desabamento na Zona Leste de São Paulo, em 2013



Fonte: *Globo.com* - (G1, 2013).

Essas imagens, consideradas “precárias”, sofreram toda a sorte de críticas e rejeições. Todavia, as críticas dirigidas a essas “novas” imagens lembram as mesmas críticas proferidas contra a fotografia em seus primeiros anos, comentadas por Benjamin (1985):

Querer fixar efêmeras imagens de espelho não é somente uma impossibilidade, como a ciência alemã o provou irrefutavelmente, mas um projeto sacrílego. (...) Aqui aparece, com todo o peso da sua nulidade, o conceito filisteu de ‘arte’, alheio a qualquer consideração técnica e que pressente o seu fim no advento provocativo da nova técnica. (p. 92)

O autor nos lembra que, à época, e por quase cem anos, muitos teóricos se debruçaram sobre um campo fundamentalmente antitécnico sem conseguir chegar a qualquer resultado. No entanto, Benjamin também reconheceu o potencial libertador da tecnologia de reprodução ao identificar as novas possibilidades de uso dessas tecnologias para desafiar e subverter as regras estabelecidas. Segundo o filósofo, a reprodutibilidade determinava uma profunda mudança, pois com a aparição da fotografia e da reprodutibilidade técnica, o próprio conceito de arte é que estava sendo ultrapassado. Logo, se, por um lado, as cópias provocavam uma perda da aura com a perda da autenticidade, por outro, se revelava um novo momento na história, onde a fotografia cumpria um papel revolucionário de democratizar a informação.

A fotografia, assim como a imagem precária dos cinegrafistas amadores, trazia um resultado mais rápidos, além de reafirmar a valorização da democratização do acesso à produção de imagens por meio de equipamentos mais acessíveis financeiramente. À medida que a tecnologia digital se tornou amplamente difundida e as pessoas se acostumaram a ver essas imagens “imperfeitas”, o comportamento começou a mudar. As pessoas passaram a reconhecer o valor dessas imagens como um registro autêntico da realidade.

A estética da autenticidade passou a ser reconfigurada, priorizando o imediatismo do acontecimento em detrimento da perfeição técnica. As centenas de imagens documentadas por câmeras profissionais e amadoras no atentado às Torres Gêmeas nos Estados Unidos, em 2001, (Imagem 2) podem ser consideradas um marco simbólico desse processo de transformação. Essa mudança tem implicações significativas para a construção dessa estética da verdade, alterando o modo como percebemos e interpretamos as imagens, e nos obrigando a questionar nossos antigos conceitos sobre o que é uma imagem “verdadeira” ou “autêntica”.

Imagem 2. Atentado contra as Torres Gêmeas, nos Estados Unidos, em 2001

Fonte: Globo.com - Foto de Sean Adair/Reuters (G1, 2021).

Kramp e Loosen (2017) apontam que a multiplicação de câmeras e o advento dos registros digitais representam uma transformação significativa no telejornalismo, estabelecendo uma nova estética para a produção de notícias. As imagens, frequentemente sem edição, abrangem uma variedade de flagrantes. Além disso, inovações tecnológicas, como a captura de imagens por meio de equipamentos remotos, como drones, estão se integrando à televisão, embora não alterem a percepção estética da verdade. A proliferação de celulares também não modifica essa dinâmica, mas potencializa ainda mais a possibilidade de registros factuais. Essa situação persistiu até o surgimento das redes sociais.

O avanço das plataformas digitais e das mídias sociais, especialmente com a universalização dos smartphones, resulta em uma ruptura no modelo de negócios das mídias tradicionais, estabelecendo um novo padrão de produção, distribuição e consumo de informações. A possibilidade de comunicação direta desafia o papel de moderação que o jornalismo exercia nas mídias tradicionais. A primeira página do jornal, que historicamente refletia o poder do jornalismo na seleção dos temas em debate, torna-se obsoleta, uma vez que o consumo de reportagens ocorre predominantemente pela internet, sem a devida vinculação ao trabalho de valoração da notícia. Essa mudança também afeta o valor do meio que publica a informação, conforme abordado por Barthes (2009). Além disso, as regras e valores tradicionais do jornalismo, como a busca pela isenção, são comprometidos. Em plataformas como o X (antigo Twitter), o proprietário da conta expressa sua opinião sem a necessidade de considerar o ponto de vista do outro. Saperas (2020) analisa assim o novo cenário:

Encontramo-nos no curso de uma crise do papel de intermediação dos meios de comunicação que havia constituído a sua função diferenciadora, num sistema social consolidado no período posterior à Segunda Guerra Mundial. Não se trata de uma mudança secundária ou que permita uma adaptação progressiva,

mas de uma mudança social que afeta relações estruturais que na modernidade se tinham estabelecido de forma regular e continuada entre as instituições políticas, os cidadãos e os meios de comunicação, um processo universal que se acelerou nos últimos anos nas sociedades. (p. 172)

Entretanto, as plataformas digitais ainda não estabeleceram um código próprio ou uma narrativa consistente, além da noção de neutralidade que é apresentada em seus “contratos de uso”. Ao capturar e integrar diversas mídias, essas plataformas utilizam narrativas já consolidadas, uma vez que, em grande medida, reproduzem conteúdos gerados por meios de comunicação tradicionais, que frequentemente reivindicam direitos autorais em diversos países. A linguagem jornalística continua a ser percebida como um elemento de credibilidade. Nesse sentido, diversos “produtores de conteúdo”, incluindo influenciadores, blogueiros e videomakers, assim como as práticas de desinformação, tendem a imitar ou até manipular notícias provenientes de jornais e emissoras de televisão, além de informações científicas e decisões judiciais. Essa manipulação é facilitada por plataformas que não se responsabilizam pelo conteúdo que publicam (Marques, 2017; Zuboff, 2021).

A ideia de convergência das mídias é essencial para compreender o impacto das plataformas digitais na percepção contemporânea do mundo. Essas plataformas integram diversos meios de comunicação – incluindo jornal, rádio, televisão e cinema – e, ao fazê-lo, misturam as classificações que historicamente moldaram nossa relação com as mídias. Isso abrange os diferentes espaços destinados a notícias, esportes, novelas, entretenimento e jogos. Embora mídias como a televisão já apresentassem uma diversidade de formatos, conteúdos e experiências, existia uma separação clara entre os diferentes tipos de programação. Cada segmento – como o jornal, o show de variedades ou a comédia – era anunciado por vinhetas específicas, delineando uma estrutura programática bem definida. Em contraste, nas plataformas digitais, essa distinção é quase inexistente; todos os conteúdos circulam pelo mesmo “canal” em um fluxo contínuo, integrando-se de maneira irrestrita (Deuze, 2024; Scolari, 2024).

Essa nova configuração não apenas transforma o modo como consumimos informações, mas também desafia as normas estabelecidas de categorização e consumo de mídia, exigindo uma reavaliação das práticas e das dinâmicas de interação entre os usuários e os conteúdos disponíveis. Neste processo de transformação, ainda em andamento, a intersecção entre inovações tecnológicas e heranças culturais resulta em alterações significativas em nossos mecanismos de cognição. Essa complexidade aumenta à medida que as capacidades técnicas para manipular imagens e textos digitais são utilizadas para distorcer a verdade e disseminar desinformação, conforme enfatiza Martín-Barbero (2004).

Historicamente, os meios de comunicação serviram como referências para a veracidade das informações que consumimos. Frases como “Está na primeira página”, “Deu no rádio” e “Vi na TV” evidenciam essa relação de confiança. No

entanto, no novo ambiente midiático, a função do meio como validador dos fatos se desvanece. A nova mídia, caracterizada pela viralização de conteúdos na internet, impõe uma ideia de que a audiência legitima a informação, dificultando a distinção entre fatos e invenções, verdade e mentira. Essa dinâmica, por sua vez, reverbera nas mídias tradicionais, que, em busca de audiência, consagram o que emerge das redes sociais como uma nova categoria de notícia, a de eventos que ganham status de notícia pelo mero fato de “viralizar na internet”.

Diante desse cenário, é fundamental questionar como essas mudanças impactam nossa percepção da verdade e de que maneira o espaço das plataformas digitais e das redes sociais se torna um terreno fértil para a disseminação de informações falsas. Essas questões exigem uma análise crítica sobre a relação entre tecnologia, cultura e a construção do conhecimento na era digital.

5. ENTRE VERDADES E MENTIRAS

A popularização dos *smartphones*, iniciada com o lançamento do *iPhone* em 2007, possibilitou a captura e a distribuição de imagens por meio de um único dispositivo, que pode ser descrito como um computador portátil, conectado à internet, de fácil manuseio e acessível em termos de custo. Essa evolução resultou em uma mudança significativa na percepção do valor da imagem. Não se trata apenas de um aparelho fotográfico capaz de registrar imagens, mas de um sistema que possibilita a transmissão de imagens, tanto gravadas quanto em tempo real (Kramp & Loosen, 2017). Assim, o *smartphone* assume simultaneamente a função de câmera de reportagem, ilha de edição e unidade geradora de conteúdo. Um recurso técnico tão eficiente que as próprias emissoras de televisão rapidamente integraram os novos dispositivos aos seus equipamentos de produção.

A disseminação desses dispositivos e sua capacidade de capturar e compartilhar imagens têm provocado uma transformação profunda também na maneira como as notícias são relatadas e consumidas. O pesquisador McCombs (2020), autor da *teoria do agendamento*, que estabelece a relação entre os assuntos destacados pelos meios de comunicação e os temas discutidos pela sociedade, é uma referência importante na análise das mídias e do jornalismo. Cinquenta anos após a apresentação de seu estudo original, McCombs teve a oportunidade de examinar as transformações ocorridas com a chegada das mídias digitais e a multiplicação dos canais de informação, resultando em uma paisagem midiática expandida, que caracteriza uma *agenda difusa*:

Nadamos num vasto mar de notícias e de informações, uma *gestalt* de canais de comunicação onde o todo é muito maior do que a soma das suas partes. (...) Contudo, a *gestalt* de vozes dos media compostos por medias tradicionais e medias sociais –esse vasto mar de informações– é o coração do nosso tecido social. O conceito de fusão de agendas (*agenda-melting*) explica como os indivíduos respondem a esse mar de informações. (p. 31)

O fotógrafo, curador e escritor catalão Joan Fontcuberta tem se dedicado à questão da veracidade das imagens há um longo período, anterior à era digital. Em uma entrevista a *LensCulture* (2005), ele declarou: “Cada época adota seu regime de verdade. Hoje vivemos o regime da ‘mentirocracia’” (s/p). No mundo da pós-verdade, o paradoxo atual é que, para manipular informações, não é necessário mentir de forma explícita.

A pandemia da COVID-19 foi um campo sensível para a exibição dos efeitos da desinformação não apenas na ordem social, mas também na vida (ou morte) das pessoas. No Brasil, o então presidente Jair Bolsonaro (2019-2023) atuou diretamente para minimizar a doença, defendeu remédios como a Cloroquina, que não faziam efeito sobre o vírus e questionou a vacina, chegando a afirmar que poderia levar à contaminação dos doentes pelo HIV. Estas informações falsas, divulgadas a partir de redes proprietárias, como canais do YouTube ou contas no X (ex-Twitter), muitas vezes foram tratadas como notícias, apesar de terem sido desmentidas por serviços de checagem de fatos. Um exemplo foi a publicação de reportagem sobre a cura de pacientes com COVID-19 após o uso da cloroquina.

Uma das imagens mais compartilhada no WhatsApp entre 1º de março e 30 de junho de 2020 trazia uma manchete do site bolsonarista Senso Incomum. “Esperança: Quatro pacientes foram curados em SP com o uso da hidroxicloroquina” (Imagem 3), dizia o texto compartilhado 290 vezes para 95 grupos distintos.

Imagem 3. Efeito da cloroquina contra COVID-19 era *fake News*



Fonte: CartaCapital (Agência Pública, 2020).

Em relação à perda da credibilidade das imagens com a consolidação do uso de sistemas digitais, o professor de fotografia da Universidade de Nova York e ex-editor da revista do jornal *The New York Times*, Fred Ritchin, é um dos mais proeminentes debatedores das questões relativas à veracidade e credibilidade das imagens. Segundo Ritchin –junto com Francisco Quinteiro Pires–, anteriormente, as pessoas refletiam sobre eventos significativos, pois havia naturalmente uma seleção dos eventos que eram registrados pelas limitadas câmeras profissionais existentes, como evidenciado nos registros fotográficos da Guerra do Vietnã. Atualmente, a atenção do público diminuiu, diante do volume de imagens disponíveis e de origem duvidosa, isso impede que o conteúdo de uma imagem seja automaticamente considerado fidedigno (Quinteiro Pires, Ritchin & Mídia NINJA, 2014).

As questões de Ritchin e Quinteiro Pires sugerem mudanças que estimulam uma série de questionamentos éticos e práticos. Como podemos assegurar a autenticidade das imagens em um mundo onde qualquer pessoa com um *smartphone* pode capturar e compartilhar informações? De que forma os jornalistas podem se adaptar a esse novo ambiente e continuar fornecendo informações precisas e confiáveis? Tais questões são complexas e requerem um debate constante e uma reflexão aprofundada.

A publicação da informação diretamente através de redes proprietárias, como canais pessoais de YouTube, Facebook e Twitter, sem a intermediação das mídias tradicionais/profissionais, elimina a curadoria dos meios de comunicação e os mecanismos de verificação existentes no jornalismo por mais de dois séculos. Isso estabelece uma nova estética, associada à banalização da informação, que inunda as plataformas de conteúdo em uma escala infinita, onde os conceitos de hierarquia da informação, credibilidade e a própria noção de realidade são desafiados (Fontcuberta, 2012).

Ainda sem uma linguagem própria desenvolvida e reféns de um negócio que pressupõe a distribuição de qualquer conteúdo para manter a conexão com o usuário, as plataformas recorrem a códigos cognitivos e “normas comunicacionais” desenvolvidas por outras mídias, especialmente pelo jornalismo, porém fora de seu contexto, a fim de conferir valor ao conteúdo que divulgam. Fazem isso aproveitando-se dos meios que lhes cedem credibilidade e, desse modo, manipulam a opinião pública (van Dijk, Poell & de Waal, 2028).

No território da pós-verdade, a exibição de imagens descontextualizadas em vídeos curtos e repetitivos equipara a ciência a opiniões pessoais, desestabilizando os paradigmas associados à construção social da verdade e influenciando a percepção do real. Atualmente, vivemos em uma era marcada pela disseminação de *fake news* e desinformação. Um exemplo significativo desse fenômeno é a campanha eleitoral de Jair Bolsonaro, que utilizou amplamente a desinformação como estratégia para atacar seus adversários, propagando inverdades nas redes sociais, como o notório caso do “kit gay” (Imagem 4).

Imagem 4. Imagem espalhada nas redes sociais em que Bolsonaro atribui ao petista Fernando Haddad a criação do chamado “kit gay”



Fonte: *Globo.com* (G1, 2018).

Muniz Sodré (2021), sociólogo e professor da Escola de Comunicação da Universidade Federal do Rio de Janeiro, argumenta que as novas tecnologias configuram um novo regime de informação que impacta todas as atividades humanas. Ele afirma:

O que está realmente em curso é uma reconfiguração antropológica da vida humana; logo, do sujeito real. Nada de simples monopólio da fala, e sim de verdadeiro oligopólio, ao mesmo tempo econômico e cultural das variáveis que compõem a existência do sujeito em sua cotidianidade. (p. 13)

O novo ecossistema informacional, ou novo regime de informação, emergiu com o avanço das mídias sociais e opera em uma via dupla entre a sedução virtual e o sequestro do sujeito real. Além desse foco, também incorpora outros elementos na composição da “mensagem”. Recordando Barthes, mencionado no início do artigo: “A totalidade dessa mensagem é constituída por uma fonte emissora, um canal de transmissão e um meio receptor” (Barthes, 2009, p. 11).

A câmera do celular não se limita mais a capturar uma cena; ela enquadra o próprio sujeito em uma selfie, subvertendo a imagem factual de maneira intencional e revelando uma mudança de eixo na comunicação. Não se trata mais de retratar a cena, mas de posicionar o autor como referência de veracidade. Esse movimento, que tem sido amplamente observado, iguala informação e opinião, notícias e informações falsas, verdade e mentira. Transcendemos o campo do “isso foi!” da análise barthesiana da imagem para um novo momento do “eu estive aqui!” (Fontcuberta, 2016), que é impulsionado pelo desejo de que a publicação desse tipo de imagem em redes pessoais possibilite a identificação do indivíduo como um/a “influenciador/a”.

Podemos, portanto, afirmar que estamos vivenciando um momento histórico caracterizado pelo personalismo, vaidades e discursos exacerbados. Qual

é a estética das redes sociais? *Selfies*, *fake news*, memes? Esses são aspectos que merecem uma análise e um debate mais aprofundados. Seja por vaidade ou por outros interesses, as mídias sociais introduziram o uso intencional da mentira como um novo elemento no processo de comunicação.

Não se pode ignorar que a disseminação de inverdades sempre fez parte da história da humanidade. Marco Schneider (2022), em sua obra *A Era da Desinformação*, analisa como o fascismo e o nazismo demonstraram que a manipulação da informação é um recurso antigo utilizado para o controle das massas. A novidade reside no fato de que a desinformação não se restringe mais ao uso político da mídia; ela se configura como um projeto, servindo de base para um novo modelo de negócios no qual o fluxo incessante de informações adquire valor não pela mensagem em si, mas pela conexão que estabelece e sustenta uma operação milionária. Esta operação é conduzida com o auxílio de tecnologias sofisticadas, caracterizando o que é denominado como capitalismo de dados ou capitalismo de vigilância, conceitos que têm sido amplamente estudados.

A literatura sobre a ação das plataformas na difusão de mentiras é extensa, como evidenciado em *A Máquina do Caos*, de Max Fisher (2023), em *Info-ocracia*, de Byung-Chul Han (2022), e em *A era do Capitalismo de Vigilância*, de Shoshana Zuboff (2021). As pesquisadoras Ana Regina Rego e Marialva Barbosa também destacam a existência de um mercado de informações falsas, conforme discutido em *A Construção Intencional da Ignorância* (Rego & Barbosa, 2020).

A suposta neutralidade da rede, proclamada diante da possibilidade de acesso sem precedentes à informação, graças ao código aberto da Internet, tem sido sistematicamente questionada (Morozov, 2018). No Brasil, uma pesquisa realizada pelo laboratório de Internet da Universidade Federal do Rio de Janeiro (UFRJ), o NetLab, revelou que, nas eleições de 2022, o algoritmo do YouTube privilegiava a recomendação de conteúdos da extrema direita, de programas que apoiavam o então presidente Jair Bolsonaro. Foi criado um perfil “virgem”, sem antecedentes que pudesse justificar a alegação de que as informações oferecidas seriam resultado de preferências anteriores capturadas pelo algoritmo. A plataforma direcionou para este perfil conteúdos de programas de extrema direita (Mello, 2022).

A mesma constatação surgiu quando o Congresso começou a debater a regulação das mídias, após a invasão do Congresso em 8 de janeiro, subsequente à eleição do presidente Luiz Inácio Lula da Silva, resultado de uma forte ação de desinformação nas redes sociais que questionava o resultado da eleição e convocava uma ação golpista. Um projeto que ficou conhecido como Lei das *Fake News*. O Google distribuiu preferencialmente conteúdos que denominavam a proposta como “Lei da Censura”. A empresa chegou a publicar anúncios contra o projeto de combate à desinformação (Mello, 2023).

Uma ação semelhante foi repetida este ano pelo proprietário do X (ex-Twitter). O bilionário Elon Musk ameaçou não respeitar decisões da Justiça Brasileira que obrigavam as redes a evitarem conteúdos golpistas. Musk foi ao Congresso americano denunciar a existência de uma ditadura no Brasil e, na virada do ano, assumiu abertamente o ideário de Trump, investindo milhões de dólares na campanha do republicano (G1, 2024).

O questionamento da neutralidade das plataformas não acontece apenas no Brasil, mas em escala global. O recente vazamento de documentos do Google revela “as preferências” da empresa de buscas que regula a comunicação no planeta (Goodwin, 2024). Não é à toa que a regulamentação das plataformas aparece como tema prioritário da pauta de diversos países, como fez a União Europeia com a Publicação dos *Digital Services Acts* (UE, on-line), um pacote que estabelece normas e responsabilidades –e também punições nos casos de ações que representem risco à vida econômica e social.

No Brasil, como em outros países que assistiram à explosão das plataformas digitais e mídias sociais e o avanço da extrema-direita, através de ataques intencionais às instituições, com riscos à democracia, o tema não se restringe ao debate acadêmico. O Tribunal Superior Eleitoral adotou medidas severas para impedir o que considera “o sequestro da opinião pública”. No país, como acontece no mundo todo, a regulamentação das plataformas se torna urgente.

Vivemos um tempo intrincado, marcado pela naturalização do abuso da linguagem e pela falta de compromisso cívico, em que se deturpam sistematicamente fatos consolidados. Em que se semeia a antidemocracia (...). Essa é a manipulação –tentar sequestrar a ação comunicativa e, ao assim fazê-lo, sequestrar a própria opinião pública e a estabilidade política. (Fachin citado em Mendes & Ângelo, 2022)

Neste ponto, cabe retornar ao pensamento de Sodré (2021):

A autonomia potencial dos algoritmos no “comum” criado pela rede abre hoje caminho para discursos subterrâneos e humanamente incontroláveis, na medida em que os dígitos ampliam a sua capacidade de gerar uma realidade separada, dotada de lógica e “linguagem” próprias, ao modo de um novo bios, agora especificamente virtual. Isso equivale a dizer que o dito sequestro da fala é igualmente um sequestro do real; ou melhor, das representações do real que operamos por nossos tradicionais regimes discursivos. (p. 21)

Um exemplo da perda do valor de verdade da imagem pode ser observado no debate em torno da Comissão Parlamentar de Inquérito (CPI) destinada a apurar a invasão e destruição do Palácio do Planalto, do Congresso Nacional e do Supremo Tribunal Federal em 8 de janeiro de 2023 (Imagem 5). A ação, amplamente documentada por celulares dos próprios invasores, além

das numerosas fotografias realizadas por repórteres-fotográficos de veículos de comunicação, evidencia a violência do ataque à democracia e o discurso golpista. Esperava-se que as imagens encerrassem qualquer dúvida sobre o ocorrido. No entanto, a bancada bolsonarista liderou a abertura da CPI com o intuito de sustentar, com base nessas mesmas imagens, que o ocorrido teria sido uma ação orquestrada pelo governo do presidente Lula da Silva para incriminar os militantes pró-Bolsonaro. Como afirmou o jornalista Fernando Gabeira (2023), em *O Estado de São Paulo*, trata-se de “uma CPI em busca da pós-verdade” (s/p).

Imagem 5. Invasão aos Três Poderes - prédios do Congresso, Planalto e STF, em 8/1/2023



Fonte: Pereira (2023) - Imagem de Gabriela Biló.

Além disso, ainda nem estamos discorrendo sobre o uso de imagens produzidas por computador, através das ferramentas de inteligência artificial (IA). A intersecção entre a IA e fotojornalismo revela um cenário em que a representação da realidade nas plataformas digitais se torna cada vez mais complexa, contribuindo para a erosão da credibilidade das imagens e facilitando a disseminação de desinformação. (Pucarelli & Tavares, 2024). O anúncio de um aplicativo de IA para a construção de texto, o ChatGPT, que faz parte de um pacote de aplicativos de IA que também conta com o gerador de imagens DALL-E, trouxe novos elementos para o debate. A elaboração do texto já não necessita do escritor, assim como a geração de imagens prescinde da câmera e do olhar do fotógrafo e, deste modo, consequentemente, do próprio mundo real. A imagem do Papa num estiloso casaco de neve que ele nunca vestiu, produzida por meio de IA (Imagem 6), foi amplamente divulgada nas redes sociais e tomada como notícia, prenunciando a importância de que outros debates sobre as transformações das linguagens visuais entrem no campo de atenção da comunicação.

Imagem 6. Imagem do Papa com suntuosa jaqueta branca



Fonte: *Canaltech.com.br* - (Almenara, 2023).

6. CONSIDERAÇÕES FINAIS

Com base nas discussões teóricas que exploramos, podemos agora considerar as implicações práticas das nossas análises. Ao nos aprofundarmos na evolução da imagem no campo do jornalismo, buscamos compreender como a ideia de verdade é socialmente construída. Nosso objetivo foi contribuir para uma compreensão mais profunda da complexa interação entre imagem, verdade e mentira na era digital.

No início deste artigo, formulamos a hipótese de que as plataformas digitais, ao integrarem todos os meios de comunicação existentes sem respeitar seus códigos profissionais, promovem um ambiente onde fatos, realidade e fantasia se misturam de maneira indistinta. Isso resulta em uma desordem informacional que contribui para a difusão de *fake news* e desinformação, esgotando o poder da imagem como representação do mundo real.

Documentamos que as plataformas digitais propiciam a difusão de desinformação, utilizando simulações enganosas de reportagens, testemunhos de pseudocientistas, falsificações de relatórios de especialistas e, durante a pandemia da COVID-19, campanhas antivacina por meio de discursos negacionistas.

Embora não haja elementos suficientes para sustentar que a desinformação seja um projeto intencional das plataformas e mídias sociais, é inegável que suas práticas frequentemente favorecem a desinformação.

A nova mídia se apropria das normas de comunicação estabelecidas pelo jornalismo, empurrando-nos para um mundo de pós-verdade. Ela cria um simulacro de informações que esgota a força da imagem como representação do mundo real, utilizando códigos consagrados pela mídia tradicional para parecer autêntica. Se Baudrillard (1991) discutiu simulacro e simulação, hoje

ele poderia adicionar a falsificação à sua lista. Essa situação é definida por Sodré (2024) como um ecossistema da mentira.

Diante do crescimento acelerado da desinformação, a necessidade de regulamentação das plataformas digitais se torna uma questão premente. Nesse contexto complexo a pesquisa aponta para a necessidade de debate mais profundo sobre os caminhos para o futuro das plataformas e mídias sociais, que estão atualmente sob a mira de movimentos de regulação na Europa, nos Estados Unidos e no Brasil.

Os *Digital Acts* publicados na União Europeia para regular mercados e serviços digitais apontam um caminho para a regulamentação das atividades das plataformas e mídias digitais, estabelecendo regras, obrigações e responsabilidades para estas empresas, que, desta forma, deixam de estar acima da lei. Não chegam a estabelecer regras que não existem, mas enquadram a nova economia à legislação existente, como as leis antitruste e monopólio (European Parliament, 2021).

A névoa produzida pelo novo ecossistema de informação, mais densa do que aquela que Walter Benjamin apontou na origem da imprensa e no surgimento da fotografia, nos projeta em um universo multifacetado. Nesse cenário, a nova mídia não apenas imita a velha mídia, mas também a subverte, criando um ambiente confuso onde verdades e mentiras se entrelaçam, tornando-se cada vez mais difíceis de discernir.

Neste sentido, a pesquisa apontou para a existência de entendimento de que as ações do jornalismo profissional são fundamentais para o combate à desinformação, como o respeito aos fatos, a checagem de informações, a isenção, a objetividade. No Brasil, durante a pandemia e na campanha eleitoral, em 2022, especialmente, vimos o surgimento de iniciativas de checagem de fatos, como os serviços de “Fato ou Fake”.

Da mesma forma, foi possível verificar que as ações necessárias para o enfrentamento da desinformação não se limitam ao jornalismo e cabem à toda a sociedade. A destacar, no trabalho analisado de Wardle e Derakshan (2018), a recomendação de um esforço institucional para aprimorar ações de literacia crítica, em todos os âmbitos, nas escolas, empresas, instituições públicas.

A crescente presença das plataformas digitais em nosso cotidiano e a facilidade de criação de imagens têm levado à saturação informativa, resultando em ambiguidades e falsificações que desafiam nossa compreensão da verdade. Isso, por sua vez, contribui para o crescimento desmedido da desinformação, sem mencionar os riscos associados à produção de imagens por Inteligência Artificial.

Diante dessa situação, é essencial redobrar a atenção à centralidade que as imagens assumem nesse novo ecossistema de comunicação ampliando os debates e os questionamentos sobre a responsabilidade de cada um dos elos do processo de produção e divulgação das imagens e das informações. Pois, em um

mundo de simulacros, onde a imagem já não representa fielmente a realidade, é necessário um trabalho persistente de literacia crítica das imagens. Esse esforço visa promover uma melhor compreensão do papel das imagens e das normas de comunicação na “construção da verdade”, permitindo que possamos navegar de forma mais eficaz neste território de desinformação.

Por fim, a prática académica nos obriga a questionar se este modelo de desinformação e confusão cognitiva, que subverte a representação do real, não seria, na verdade, o propósito das plataformas digitais. Essa reflexão nos leva a considerar as responsabilidades tanto dos usuários, mas principalmente das próprias plataformas. Afinal, não se trata de uma consequência colateral, mas de uma característica central do modelo de negócios dessas plataformas: destruir o sentido do real para nos aprisionar em um fluxo incessante de informações sem processos de verificação. Assim, o debate sobre este tema ainda demanda novas investigações e questões, sendo central indagar: como navegar nesta névoa e encontrar a verdade em meio a tantas mentiras e desinformação?

REFERÊNCIAS

- Agência Pública. (2020). Sete das dez imagens mais compartilhadas em grupos de WhatsApp durante a pandemia são falsas. *CartaCapital*. Recuperado de: <https://www.cartacapital.com.br/politica/sete-das-dez-imagens-mais-compartilhadas-em-grupos-de-whatsapp-durante-a-pandemia-sao-falsas/>
- Almenara, I. (2023). Foto do Papa Francisco com casaco estiloso foi gerada por IA. *Canaltech.com.br*. Recuperado de: <https://canaltech.com.br/inteligencia-artificial/foto-do-papa-francisco-com-casaco-estiloso-foi-gerada-por-ia-244462/>
- Andrade, A. P. G. (2018) *Telejornalismo Apócrifo: a Construção da Notícia com Imagens Amadoras e de Vigilância*. Florianópolis: Insular.
- Barthes, R. (2009). *A mensagem fotográfica*. Em *O óbvio e o obtuso* (pp. 11-26). Lisboa: Edições 70.
- Baudrillard, J. (1991). *Simulacros e Simulações*. Lisboa: Relógio D'Água.
- Benjamin, W. (1996). Pequena história da fotografia. Em *Obras Escolhidas. Magia e técnica, arte e política*. (pp. 91-107). São Paulo: Brasiliense.
- Benjamin, W. (1996). A Obra de Arte na Era de Sua Reprodutibilidade Técnica. Em *Obras Escolhidas. Magia e técnica, arte e política* (pp. 165-196). São Paulo: Brasiliense.
- Berger, P. L., & Luckmann, T. (2014). *A construção Social da realidade*. Petrópolis: Vozes.
- Briggs, A., & Burke, P. (2006). *Uma história social da mídia: De Gutenberg à Internet*. Rio de Janeiro: Zahar.

- Deuze, M. (2024). La evolución de los medios y nuestra vida mediática. En Scolari, C., *Sobre la Evolución de los Medios – Emergencia, adaptación y supervivencia* (pp. 14-18). Madrid: Ediciones Ampersand.
- Dubois, P. (2004). *Cinema, vídeo, Godard*. São Paulo: Cosac Naify.
- European Parliament (2021). EU Digital Markets Act and Digital Services Act explained. *Topics European Parliament*. Available in: <https://www.europarl.europa.eu/topics/en/article/20211209STO19124>
- Fisher, M. (2023). *A Máquina do Caos*. São Paulo: Todavia.
- Flusser, V. (2014). Fotografia como objeto pós-industrial. *Revista Zum Revista de Fotografia*, 7. Recuperado de: <https://revistazum.com.br/zum-quarentena/fotografia-objeto-pos-industrial/>
- Fontcuberta, J. (2012). *A câmera de Pandora: A fotografia@depois da fotografia*. São Paulo: Editora Gustavo Gili.
- Fontcuberta, J. (2016). Dança sêlfica. *Zum Revista de Fotografia*, 11. Recuperado de: <https://revistazum.com.br/revista-zum-11/danca-selfica/>
- G1. (2013). Imagens feitas por cinegrafista amador mostram momentos após desabamento na Zona Leste. *Globo.com*. Recuperado de: <https://g1.globo.com/sp/sao-paulo/bom-dia-sp/video/imagens-feitas-por-cinegrafista-amador-mostram-momentos-apos-desabamento-na-zona-leste-2786456.ghtml>
- G1. (2018). É #FAKE que Haddad criou «kit gay» para crianças de seis anos. *Globo.com*. Recuperado de: <https://g1.globo.com/fato-ou-fake/noticia/2018/10/16/e-fake-que-haddad-criou-kit-gay-para-criancas-de-seis-anos.ghtml>
- G1. (2021). Os ataques de 11 de Setembro em 20 FOTOS. *Globo.com*. Recuperado de: <https://g1.globo.com/mundo/noticia/2021/09/11/os-ataques-de-11-de-setembro-em-20-fotos.ghtml>
- G1. (2024). Elon Musk, dono da X, ataca Alexandre de Moraes e ameaça reativar contas bloqueadas pela Justiça. *Globo.com*. Recuperado de: <https://g1.globo.com/politica/noticia/2024/04/07/elon-musk-dono-do-x-ataca-alexandre-de-moraes-e-ameaca-reativar-contas-bloqueadas-pela-justica.ghtml>
- Gabeira, F. (2023). Uma CPI em Busca da Pós-Verdade. *Estado de São Paulo*. Recuperado de: <https://www.estadao.com.br/opiniao/fernando-gabeira/uma-cpi-em-busca-da-pos-verdade/>
- Goodwin, D. (2024). HUGE Google Search document leak reveals inner workings of ranking algorithm. *Search Engine Land*. Recuperado de: <https://searchengineland.com/google-search-document-leak-ranking-442617?form=MG0AV3>
- Goulart de Andrade, A. P. (2014). Telejornalismo Apócrifo. Perspectivas sobre o uso de imagens amadoras e de videovigilância na construção da narrativa telejornalística.

Dissertação de Mestrado, Mestre pelo Programa de Pós-graduação em Comunicação Social, Departamento de Comunicação, Pontifícia Universidade Católica do Rio de Janeiro, Brasil. Recuperado de: https://www.maxwell.vrac.puc-rio.br/27236/27236_1.PDF

Han, B.-C. (2022). *Infocracia: Digitalização e a crise da democracia*. Petrópolis: Editora Vozes

Joly, M. (1996). *Introdução à análise da imagem*. Campinas: Editora.

Kramp, L. & Loosen, W. (2017). The Transformation of Journalism: From Changing Newsroom Cultures to a New Communicative Orientation? In Hepp, A., Breiter, A. & Hasebrink, U. (eds.), *Communicative Figurations. Transforming Communications. Studies in Cross-Media Research* (pp. 205-239). London: Palgrave Macmillan.

Latgé, L. C. (2016). O mundo pós-verdade. *O Globo*. Recuperado de: <https://oglobo.globo.com/opiniaio/o-mundo-pos-verdade-20522515>

LensCulture (2005). Wait a minute. Entrevista a Joan Fontcuberta. *LensCulture*. Recuperado de: <https://www.lensculture.com/articles/joan-fontcuberta-wait-a-minute>.

Marques, J. C. (2017). *Jornalismo e redes sociais: A nova era da comunicação*. Rio de Janeiro: Editora XYZ.

Martín-Barbero, J. (2004) *Ofício de Cartógrafo. Travessias latino-americanas da comunicação na cultura*. Ciudad: Edições Loyola.

McCombs, M. (2020). A Linguagem do Jornalismo – A linguagem dos efeitos do agendamento (Agenda-setting). In Camponez, C., Ferreira, G. B. & Rodriguez-Diaz, R. (Orgs.), *Estudos do agendamento: teoria, desenvolvimentos e desafios - 50 anos depois* (pp. 23-36). Covilhã: LabCom Books.

Mello, P. C. (2022). YouTube privilegia vídeos pró-Bolsonaro em recomendações a usuários, diz estudo. *Folha de São Paulo*. Recuperado de: <https://www1.folha.uol.com.br/poder/2022/09/youtube-privilegia-videos-pro-bolsonaro-em-recomendacoes-a-usuarios-diz-estudo.shtml>

Mello, P. C. (2023). Google lança ofensiva contra PL das Fake News. *Folha de São Paulo*. Recuperado de: <https://www1.folha.uol.com.br/poder/2023/05/google-lanca-ofensiva-contr-pl-das-fake-news.shtml>

Mendes, L. & Ângelo, T. (2022). Leia a íntegra do discurso de Fachin ao rebater Bolsonaro. *Poder 360*. Recuperado de: <https://www.poder360.com.br/justica/leia-a-integra-do-discurso-de-fachin-ao-rebater-bolsonaro/>

Morozov, E. (2018). *Big Tech: a ascensão dos dados e a morte da política*. São Paulo: Ubu Editora.

- Pereira, F. (2023). Senadores e deputados buscam munção sobre 8 de janeiro em CPI do DF. Imagem de Gabriela Biló/Folhapress. *Folha de São Paulo*. Recuperado de: <https://noticias.uol.com.br/politica/ultimas-noticias/2023/04/28/senadores-e-deputados-buscam-municao-sobre-8-de-janeiro-em-cpi-do-df.htm>
- Pucarelli, M. & Tavares, D. (2024). *IA e fotojornalismo: desafios de uma relação delicada e (ainda) em construção*. Revista GEMInIS, 14(3), pp. 38-58. DOI: <https://doi.org/10.14244/2179-1465.RG.2023v14i3p38-58>
- Rego, A. R. & Barbosa, M. (2020). *A construção intencional da Ignorância*. Rio de Janeiro: Mauad X
- Quinteiro Pires, F., Ritchin, F. & Mídia NINJA (2014). Fotojornalismo em crise? *Zum Revista de Fotografia*, 6. Recuperado de: https://revistazum.com.br/revista-zum_6/fotojornalismo-em-crise/
- Saperas, E. (2020). Novas direções na investigação sobre o agendamento: os processos de agendamento na era digital. In Camponez, C., Ferreira, G. B. & Rodriguez-Dias, R. (orgs.), *Estudos de agendamento: teoria, desenvolvimentos e desafios – 50 anos depois* (pp. 171-208). Covilhã: LabCom Books.
- Schaeffer, J.-M. (1990). *La imagen precaria del dispositivo fotográfico*. Madrid: Cátedra - Signo e imagem.
- Schneider, M. A. F. (2022). *A Era da Desinformação: pós-verdade, fake news e outras armadilhas*. Rio De Janeiro: Garamond.
- Schudson, M. (2010). *Descobrimos a notícia: uma história social dos jornais nos Estados Unidos*. Petrópolis: Vozes.
- Scolari, C.A. (2024). *Sobre la Evolución de los Medios – Emergencia, adaptación y supervivencia*. Ediciones Ampersand.
- Sodré, M. (2021). *A sociedade Incivil – Mídia, iliberalismo e finanças*. Vozes.
- Sodré, M. (2024). Avalanche de trevas. *Folha de São Paulo*. <https://www1.folha.uol.com.br/colunas/muniz-sodre/2024/06/avalanche-de-trevas.shtml>
- Sontag, S. (2006). *Sobre fotografia*. São Paulo: Companhia das Letras.
- van Dijck, J., Poell, T., & de Waal, M. (2018). *The Platform Society: Public Values in a Connective World*. Oxford: Oxford University Press.
- Wardle, C., & Derakhshan, H. (2018). *Information Disorder: toward an interdisciplinary framework for research and policy making*. Strasbourg: Council of Europe.
- Zuboff, S. (2021). *A era do capitalismo de vigilância*. Rio de Janeiro: Intrínseca.

* Contribuição dos autores: a conceitualização e o desenvolvimento integral do artigo foram realizados em conjunto e em porcentagens iguais pelos autores.

* Observação: o Comitê Acadêmico da revista aprovou a publicação do artigo.

* O conjunto de dados que apóia os resultados deste estudo não está disponível para uso público. Os dados da pesquisa serão disponibilizados aos revisores mediante solicitação.



Artículo publicado en acceso abierto bajo la Licencia Creative Commons - Attribution 4.0 International (CC BY 4.0).

IDENTIFICAÇÃO DOS AUTORES

Michele Pucarelli. Doutor em Artes Visuais, Universidade Federal do Rio de Janeiro (Brasil). Mestre em Comunicação e Cultura, Universidade Federal do Rio de Janeiro. Docente de Graduação, Universidade Federal Fluminense (Brasil). Docente do programa de Pós-Graduação em Mídia e Cotidiano, Universidade Federal Fluminense (Brasil). Pesquisador do Grupo Multis: Núcleo de Estudos e Experimentações do Audiovisual e Multimídia, associado ao Conselho Nacional de Desenvolvimento Científico e Tecnológico (Brasil). Organizador do I Simpósio Latino-Americano de Fotografia do Rio de Janeiro, Universidade Federal Fluminense e Universidade do Estado do Rio de Janeiro (Brasil). Trabalhou como repórter-fotográfico para os jornais: *O Globo*, *O Estado de São Paulo* e *Jornal da Tarde*.

Luiz Claudio Costa Latgé. Mestre pelo programa de Mídias e Cotidiano, Universidade Federal Fluminense (Brasil). MBE em Macroeconomia, Universidade Federal do Rio de Janeiro (Brasil). Bacharel em Comunicação Social e Jornalismo, Universidade Federal do Rio de Janeiro. Jornalista, documentarista, colaborador do jornal *O Globo*.

Imágenes, archivo y memoria

Digitalización de la obra de la artista María Izquierdo

Images, archive and memory

Digitization of the artwork of artist María Izquierdo

Imagens, arquivo e memória

Digitalização da obra da artista María Izquierdo

DOI: <https://doi.org/10.18861/ic.2024.19.2.3770>

► LILIANA ELVIRA MOCTEZUMA

elvira.moctezuma@iceoaxaca.edu.mx - Oaxaca de Juárez -
Universidad Autónoma Benito Juárez de Oaxaca, México.

ORCID: <https://orcid.org/0009-0000-6741-8346>

► ABRAHAM NAHÓN

abraham.nahon@gmail.com - Oaxaca de Juárez - Universidad
Autónoma Benito Juárez de Oaxaca, México.

ORCID: <https://orcid.org/0000-0002-1997-7298>

CÓMO CITAR: Moctezuma, L. E. & Nahón, A. (2024). Imágenes, archivo y memoria. Digitalización de la obra de la artista María Izquierdo. *In Mediaciones de la Comunicación*, 19(2). DOI: <https://doi.org/10.18861/ic.2024.19.2.3770>

Fecha de recepción: 20 de mayo de 2024

Fecha de aceptación: 20 de noviembre de 2024

RESUMEN

El artículo reflexiona acerca de las implicaciones que tiene la digitalización de los archivos en tanto parte de la memoria material e histórica, en particular en lo referente a las imágenes y a las personas que las produjeron. En tal sentido, se hace referencia a la experiencia del Fondo María Izquierdo, archivo preservado, resguardado y difundido por el Museo de Arte Moderno en la Ciudad de México que ha servido para indagar en la obra de la pintora María Izquierdo, una de las mujeres artistas mexicanas que participaron en el entramado cultural posterior a la Revolución Mexicana (1910-1917). El artículo repone la participación que tuvo Izquierdo en proyectos culturales de la época y su marcado compromiso social y político. Asimismo, el acceso al Fondo María Izquierdo permitió ahondar en su propuesta creativa y repensar el lugar de la preservación archivística que ha abierto la digitalización, lo cual genera nuevas posibilidades y retos para el conocimiento de la cultura visual mexicana.

PALABRAS CLAVE: imágenes, archivo, memoria, mujeres, artes visuales.

ABSTRACT

The article reflects on the implications of the digitization of archives as part of the material and historical memory, particularly with regard to the images and the people who produced them. In this sense, reference is made to the experience of the María Izquierdo Fund, an archive preserved, safeguarded and disseminated by the Museum of Modern Art in Mexico City, which has served to investigate the work of the painter María Izquierdo, one of the Mexican women artists who participated in the cultural framework after the Mexican Revolution (1910-1917). The article reviews Izquierdo's participation in cultural projects of the time and her marked social and political commitment. Likewise, access to the María Izquierdo Fund made it possible to delve deeper into her creative proposal and to rethink the place of archival preservation opened up by digitalization, which generates new possibilities and challenges for the knowledge of Mexican visual culture.

KEYWORDS: *images, archive, memory, women, visual arts.*

RESUMO

O artigo reflete sobre as implicações da digitalização de arquivos como parte da memória material e histórica, particularmente em relação às imagens e às pessoas que as produziram. Neste sentido, faz-se referência à experiência do Fundo María Izquierdo, arquivo preservado, protegido e divulgado pelo Museu de Arte Moderna da Cidade do México que tem servido para investigar a obra da pintora María Izquierdo, uma das mulheres mexicanas artistas que participaram das atividades culturais após a Revolução Mexicana (1910-1917). O artigo relata a participação que Izquierdo teve em projetos culturais da época e seu marcante compromisso social e político. Da mesma forma, o acesso ao Fundo María Izquierdo permitiu-nos aprofundar na sua proposta criativa e repensar o lugar de preservação arquivística que a digitalização abriu, o que gera novas possibilidades e desafios para o conhecimento da cultura visual mexicana.

PALAVRAS-CHAVE: *imagens, arquivo, memória, mulheres, artes visuais.*

1. INTRODUCCIÓN

En México, la participación de las mujeres en las prácticas artísticas tuvo su primer auge durante la primera mitad del siglo XX. Aunque muchas de aquellas artistas y su obra han sido estudiadas, esto es mínimo si lo comparamos con sus colegas hombres, por lo que aún es necesario proponer metodologías y perspectivas que nos permitan acercarnos y recrear sus historias de maneras novedosas. Bajo esta premisa, se desarrolla la investigación doctoral “Autorrepresentación femenina en las artes visuales en México (1920-1953)” –realizada por Liliana Elvira y dirigida por Abraham Nahón¹–, la cual nos ha llevado a acercarnos a algunos archivos documentales e históricos resguardados por instituciones públicas. En este caso, nos enfocaremos al Fondo María Izquierdo, preservado en el Museo de Arte Moderno (MAM) en la Ciudad de México. En particular, nos centraremos en la importancia del archivo como un medio para el resguardo de la memoria y las tensiones que surgen a partir de la transición de su materialidad a la digitalización, así como las perspectivas e implicaciones que esto pudiera tener en un futuro para la investigación y las artes. Para ejemplificar, se mostrarán algunas imágenes que muestran cómo este acercamiento e interpretación del archivo nos brindan luces para la investigación del archivo y del análisis de la cultura visual.

Como antecedente histórico, es importante recordar que en la primera década del siglo XX estalló la Revolución Mexicana (1910-1917), un proceso que acabó con los más de treinta años en el poder de Porfirio Díaz (1876-1911) y propició cambios culturales y sociales que se reflejaron en las prácticas artísticas, entre ellas las artes visuales. El proyecto revolucionario radicalizó la demanda que proponía reemplazar los estándares europeizantes que primaban en el campo artístico mexicano y permitió la emergencia de una perspectiva creativa sostenida en una postura política de carácter colectiva y social que buscara integrar elementos del diverso contexto cultural. Los brillos de una modernización que había enfatizado la idea de “orden y progreso” ocultaban la inequidad generada y la represión ejercida durante el periodo porfirista. En el caso de las mujeres, aunque desde el siglo XIX contaron con ciertos espacios de instrucción artística e incluso participaron en algunas exposiciones artísticas (García, 2010), la efervescencia cultural posrevolucionaria les permitió estudiar y participar activamente en el medio artístico mexicano, aunque no exentas de problemas y obstáculos.

Durante la década de los años 20, el nuevo gobierno mexicano empezó un proceso de reformas institucionales que buscó instalar los ideales del nuevo modelo de nación que se estaba gestando. Gracias a la iniciativa y la gestión del abogado, filósofo y político oaxaqueño José Vasconcelos se creó la Secretaría de Educación Pública (SEP), desde la cual se impulsaron proyectos artísticos de

1 Vale aclarar que el artículo se elaboró en base a dicha investigación, realizada en el marco del Doctorado en Educación, Arte y Cultura de la Universidad Autónoma Benito Juárez de Oaxaca, México.

gran relevancia, siendo el muralismo el más notable y reconocido tanto a nivel local como internacional. Asimismo, la antigua Academia de San Carlos se convirtió en la flamante Escuela Nacional de Bellas Artes (ENBA) y se fortaleció un proyecto de Escuelas de Pintura al Aire Libre (EPAL), con las que se buscó sacar al estudiantado de las aulas, crear un arte nacional y que las personas de distintos orígenes sociales y geográficos pudieran recibir educación artística. Fue en ese contexto que algunas mujeres comenzaron a ejercer como pintoras, grabadoras, escultoras y fotógrafas.

Sibien se ha hecho un esfuerzo por rescatar y estudiar las prácticas artísticas de aquellas mujeres que participaron activamente de esa experiencia posrevolucionaria –como es el caso de Frida Kahlo–, muchas de ellas aún permanecen excluidas o son nombradas al margen, sin darles su lugar dentro del proceso de transformación artística que se vivía en ese momento, impidiéndoles alcanzar el mismo reconocimiento que sus pares varones. De allí que sea de suma importancia para los estudios interdisciplinarios conocer el papel de estas mujeres en la difusión, la docencia y la creación de hechos artísticos y políticos, algo que se ha empujado desde una perspectiva feminista.

Como se mencionó anteriormente, en este artículo ahondaremos en el caso de María Izquierdo (1902-1955), una artista que durante su vida gozó de cierto reconocimiento y quien tuvo un papel relevante en los movimientos y debates artísticos que tuvieron lugar en las décadas posteriores a la Revolución Mexicana. En particular, nos enfocaremos a la importancia que ha tenido para el estudio de su vida y obra el resguardo, la conservación, la difusión y la posterior digitalización de los documentos, correspondencia, material hemerográfico, fotografías e imágenes que conforman el Fondo María Izquierdo que desde el año 2005 realiza el MAM en la Ciudad de México gracias a la gestión de su hija Aurora Posadas Izquierdo y el entonces Instituto Nacional de Bellas Artes –hoy Instituto Nacional de Bellas Artes y Literatura (INBAL).

En ese marco, buscamos reflexionar acerca de las implicaciones que tiene la digitalización del fondo documental perteneciente a una artista, quien en vida compiló y organizó la mayor parte de los componentes de este archivo, pero que ahora es posible consultar gracias a que se encuentra en su mayor parte categorizado y digitalizado por el MAM de México. De este ejercicio surgen cuestiones acerca de la democratización del conocimiento mediante la preservación archivística; si el hecho de digitalizarlo posibilita la realización de nuevas investigaciones y prácticas artísticas; y, por último, si esto contribuye a ampliar el acervo de la cultura visual mexicana.

2. ANTECEDENTES Y CONSIDERACIONES METODOLÓGICAS

Para acercarse a la obra de las artistas, como en el caso María Izquierdo, es importante considerar las investigaciones que se han realizado en torno a su

período histórico –en este caso el de la posrevolución mexicana– y encontrar aquellos estudios a los que se refieren; pero también es relevante indagar en sus archivos para encontrar nueva información y materiales que han sido poco o nada difundidos. Aunque la búsqueda y la consulta de los archivos representa un reto dadas las dificultades de acceso y las condiciones para su consulta, los documentos e imágenes ahí contenidos son una fuente indispensable para acercarnos y ahondar en las prácticas artísticas y el contexto de aquellas mujeres dedicadas a la creación.

Indagar en los antecedentes y en el contexto histórico es relevante para situar una época, sin dejar de lado la necesidad de replantear los estudios del arte que vayan más allá de rescatar algunos nombres e integrarlos a lo que ya se han escrito; autoras como Linda Nochlin (1971), Griselda Pollock (2010), Roszika Parker (1981) y Eli Bartra (2003) han hecho críticas a las revisiones de la historia del arte y han exhortado a acercarse a las prácticas artísticas de las mujeres desde distintas metodologías y perspectivas que permitan entender su producción artística, así como su contexto sociopolítico. Redimensionar la obra de una artista perteneciente a este período posrevolucionario requiere profundizar en el contexto sociocultural, en el campo artístico, en la red de agrupaciones estético-políticas a las que perteneció, así como en la cultura visual para tratar de ahondar en la incidencia y aportes que tuvo en su época.

Es importante destacar la perspectiva y la mirada que apunta hacia la colectivización del arte, así como a la vinculación de los artistas con el Estado, lo cual generó empleos, formando a un grupo de profesionales en el ámbito de la cultura y las artes. La heterogeneidad de este vasto proceso cultural dio lugar a una pluralidad de lenguajes, enriquecidos por los sustratos sociopolíticos y creativos que los impulsaban. Este dinamismo abrió paso a nuevas formas de politicidad, dejando una huella profunda y tangible en toda América Latina.

En lo que respecta a su participación, en el siglo XX las mujeres lograron tener acceso a distintos campos laborales y de conocimiento, lo que implicó una mayor libertad para ejercer distintas prácticas artísticas e inclusive hacer de ellas su principal actividad y fuente de sostén económico. En México, las mujeres comenzaron a recibir instrucción en las artes, a participar en los distintos grupos artísticos y políticos y, en general, a involucrarse activamente en lo que respecta a la educación, creación y difusión del arte.

En el año 1911 –un año después del inicio de la Revolución Mexicana– estalló una huelga estudiantil en la Academia de San Carlos, lo que transformó la manera en la que se impartía la educación artística en el país, dándole un lugar más relevante a las mujeres. La huelga evidenció la necesidad que había de explorar nuevas formas artísticas y renovar los métodos de enseñanza y la planta docente, que en ese entonces era dirigida por el arquitecto Antonio Rivas Mercado. Durante los nueve meses que duró la huelga el alumnado comenzó a pintar fuera de los salones, solicitando una *academia libre* (Flores, 2013). Tras

la renuncia de Rivas Mercado, el pintor Alfredo Ramos Martínez fue nombrado director de la que desde ese momento se conocería como ENBA. Ramos Martínez había pasado una temporada en Europa, donde se interesó por el movimiento impresionista e, inspirado por éste, propuso como alternativa el proyecto de las EPAL. Muchos de los artistas e intelectuales de la época plantearon distintas maneras para dar continuidad a la enseñanza y la promoción de las artes, coincidiendo en que se debía revalorizar lo popular, lo indígena y lo obrero, así como resaltar los valores de la lucha revolucionaria (Franco, 2014). En este proceso surgieron tanto diálogos como tensiones, ya que continuamente se debatían cuestiones como la discusión entre crear un arte con compromiso social o uno de vanguardia, respondiendo a movimientos artísticos que se estaban desarrollando en otras latitudes del mundo, incluyendo al resto de América Latina.

A pesar de la inestabilidad política, la década de los años 20 fue de gran florecimiento en las artes, en particular en la capital del país: las EPAL estaban en pleno funcionamiento y la ENBA contaba ya con alumnas regulares, muchas de las cuales lograrían hacerse de un lugar en el medio artístico y cultural del país. Alumnas como Elena Huerta, Isabel Villaseñor y María Izquierdo convivían en las aulas y aprendían de la mano de profesores como el alemán Germán Gedovius y el mexicano Alberto Garduño. De Izquierdo se dice que dejó de asistir a clases presenciales porque su estilo moderno contrastaba con el tradicional; sin embargo, tuvo una participación importante en las exposiciones estudiantiles realizadas en los años 1928 y 1929, con lo que su trabajo incluso recibió elogios de Diego Rivera, al considerarlo uno de los mejores ahí presentes (Imagen 1).

Imagen 1. Diego Rivera, “María Izquierdo”, *El Universal*, 25 de septiembre de 1929



Fuente: © D.R Museo de Arte Moderno / Instituto Nacional de Bellas Artes y Literatura, México (2023).

María Izquierdo reunió documentos personales, correspondencia, fotografías y recortes de prensa de lo que ella consideraba relevante en su vida: recuerdos personales, invitaciones a exposiciones, críticas a su obra y demás fueron compilados dándole forma a su archivo, a su recuento personal del pasado. ¿Qué es lo que ella quería resguardar?, ¿Esperaba que en un futuro esto podría servir para contar su historia? Esas y otras preguntas surgen a partir del acercamiento a este fondo documental. Como menciona Wolfgang Ernst (2016), la creación de un archivo para un/a artista implica que tomó medidas para trascender más allá de su vida. Por lo tanto, la percepción que tenemos de la época en la que ella ejerció sus prácticas artísticas no sería posible sin la consulta exhaustiva de este archivo. Asimismo, la contextualización histórica de su obra nos lleva a destacar los procesos sociales y estéticos donde participó activamente.

El Fondo María Izquierdo cuenta con un gran potencial para el conocimiento y la indagación no solo de la vida y la obra de la artista, sino de los distintos hechos que estaban sucediendo en la esfera artística de ese momento. En el artículo “El periódico *¡Adelante!* Digitalización de archivos de prensa e historia local”, Barandiarán et al. (2024) se plantean, a partir de la digitalización y difusión de un periódico, preguntas relativas a “las condiciones sociohistóricas en las que se realiza el uso y la apropiación de esos archivos, así como las razones que dan origen a la necesidad de digitalizarlos” (p. 321). En el caso de esta artista nos surgen preguntas acerca del uso que se le da a este tipo de archivos y por qué es necesaria su digitalización y difusión, considerando desde una perspectiva crítica la creación de una memoria cultural más amplia, valorando la participación de artistas mujeres, ya que los cambios en nuestra percepción del pasado impactan sobre nuestro presente y los derroteros de la vida cultural contemporánea.

Ya que parte importante del Fondo María Izquierdo consta de imágenes –desde los recortes de prensa, las fotografías hasta imágenes de obras no localizadas–, su importancia no solo radica en la escritura de la historia sino también en el entendimiento de la cultura visual de la época. La investigadora Leticia Rigat (2019) llama a “analizar los cambios en la fotografía y en sus prácticas sociales, en relación con las modificaciones generales en las nuevas mediatizaciones y en las transformaciones que todo esto supone en los modos de vida en la actualidad” (p. 3). Aunque la autora se enfoca en los cambios que ha tenido la fotografía y lo fotográfico dentro de las transformaciones actuales, nos arroja ciertas luces con respecto a las prácticas sociales que puedan darse a partir de la digitalización de las imágenes y su impacto actual, lo que se entreteje con las reflexiones sobre la intervención del pasado en nuestro modo de ver actual, siendo las imágenes los soportes privilegiados que contienen esa valiosa memoria material.

Para la historiadora del arte Griselda Pollock (2010), los archivos anteriormente se concebían como “una especie de depósito inerte en el que el pasado es almacenado por medio de documentos” (p. 59) con la idea de que lo que estaba

ahí contenido era suficiente para escribir la historia. Sin embargo, observa que factores como el género, la clase, la racialización y, sobre todo, el poder, han determinado qué documentos se resguardan y se estudian. Por ello, como lo sugieren Rían Lozano y Deborah Dorotinsky (2022), se deben rescatar imágenes que han estado excluidas del canon y entenderlas en tanto a su significado cultural por medio de análisis de la cultura visual; para ellas las imágenes funcionan como testimonios para la memoria, por lo que podríamos decir que conocer y difundir los documentos que componen un archivo de una artista nos ayudan a trazar su historia y darles un espacio en la memoria colectiva.

Al respecto, el historiador del arte y filósofo Georges Didi-Huberman (2012), en *Arde la imagen*, ahonda en la importancia de las imágenes para la construcción de la memoria: una memoria de la otredad en la que corresponde a la persona que investiga acercarse a ellas para comenzar a ordenar los fragmentos de una historia. Pero también habla sobre cómo su materialidad responde a un interés particular por su conservación; por lo tanto, el hecho de que un archivo se resguarde, se difunda y se digitalice también nos debe llevar a hacernos preguntas sobre cómo se hace, para qué y cuál puede ser la utilidad. Por otro lado, también nos hace cuestionarnos aquellas ausencias de documentos que no llegaron a nuestros días ya sea por el carácter efímero que tienen –al poder arder en cualquier momento– o al no haber encontrado resguardo en alguna institución.

Una de las cuestiones que surgen tras la lectura de Pollock (2010) y Didi-Huberman (2012) son las implicaciones que tiene el hecho de que una artista haya decidido conformar y guardar sus memorias en forma de documentos, en un contexto en el que no muchas mujeres contaban con un archivo histórico y mucho menos preservado institucionalmente. Aparentemente, en un principio su continuación y su conservación se debió a su familia, surgiendo la necesidad de delegar su resguardo a una institución pública. Este interés por el Fondo María Izquierdo surge ante la necesidad de conformar una memoria cultural, pero también el hecho de haber transitado de lo material a lo digital abre las posibilidades de acercar a un mayor número de personas los documentos e imágenes ahí contenidos. Con miras a un futuro, esta digitalización reconfigura el archivo al no tener el mismo orden que la artista dictó, sin embargo, quizás sea el medio para posibilitar un acercamiento desde distintas disciplinas e incluso prácticas artísticas que permitan reinterpretarlo y dialogar con él.

En este sentido, el investigador Norman Bryson (1994) indica que el análisis de la cultura visual permite comprender las imágenes como parte de un discurso con significado propio dentro de otros discursos y prácticas sociales, lo cual nos permite entender su potencia en nuestro mismo momento histórico. Por lo tanto, podríamos afirmar que este acercamiento al archivo digitalizado facilita de alguna manera el establecer un diálogo con la artista y su historia a partir de las imágenes ahí contenidas. Este ejercicio de interpretación y difusión de las

imágenes a partir de la digitalización y su carácter reproducible es quizás uno de los puntos más relevantes para la conformación de una cultura visual que retome los productos artísticos y el contexto de las artistas.

3. LA OBRA DE MARÍA IZQUIERDO

Hoy en día a nivel internacional el arte mexicano del siglo XX tiene como una de sus mayores representantes a la pintora Frida Kahlo y al movimiento muralista, especialmente aquel producido por los llamados tres grandes: Diego Rivera, David Alfaro Siqueiros y José Clemente Orozco. Es decir, ha sobresalido el trabajo de artistas que ejercieron sus prácticas artísticas en el período posterior a la Revolución Mexicana gracias a la difusión que han tenido fuera del país en exhibiciones de arte nacional que muchas veces responde al ideal identitario y de mexicanidad que se difunde hasta el día de hoy, especialmente desde instituciones gubernamentales. En el caso de Kahlo, también ha influido en las últimas décadas el interés que despierta su vida privada y la reproductibilidad a la que se ha sometido su imagen, la cual es plasmada en todo tipo de objetos utilitarios, *souvenirs* y artesanías no solo en México, sino en algunos países del extranjero.

El interés en el arte posrevolucionario se debe en buena medida a que este período histórico trajo consigo un ambiente de gran efervescencia cultural que fomentó que numerosas personas tanto mexicanas como inmigrantes se dedicaran a la creación artística en el país. Fue una etapa en la que se buscó definir la identidad nacional, por lo cual hubo un rescate de las artes y expresiones populares, además de la creación del movimiento muralista, que buscó enseñar pasajes de la historia nacional a través de la pintura en muros de edificios públicos desde un discurso histórico propio de ese momento.

Con respecto a las mujeres, a partir del siglo XX ellas tuvieron la posibilidad de comenzar a estudiar y profesionalizarse en ciertos campos, especialmente en aquellos como la docencia. Adriana Zavala (2010) describe que, durante la gestión de José Vasconcelos en la SEP, el plan educativo difundía un arquetipo de maestra maternal y las comparaba con el ideal de monjas de la época colonial. A pesar de ello, en las artes se dio una mayor presencia femenina en espacios como las nuevas EPAL y en la ENBA. Además, comienzan a surgir algunos nombres de mujeres en las incipientes exposiciones que se realizaban con obras realizadas por el alumnado.

Fue en ese contexto histórico que María Izquierdo comenzó a ejercer sus prácticas artísticas. Izquierdo nació en el año de 1902 en San Juan de los Lagos, Jalisco, al occidente de México, y fue hasta los años veinte que llegó a la Ciudad de México para perseguir una carrera en las artes plásticas. Según la biografía escrita por Olivier Debrouse (1988), Izquierdo se inscribió a la ENBA en 1928 –cuando ya era madre de tres hijos–, donde fue alumna de los

profesores Antonio Garduño y Germán Gedovius; este último le permitió estudiar desde casa por algún tiempo. Año y medio después, en 1929, participó en una exposición organizada por la sociedad estudiantil, donde Diego Rivera, quien era el director de la institución en ese momento, manifestó su admiración por su obra: “Rivera alabó en María Izquierdo la aguda observación de su dibujo, la cálida paleta cromática empleada y su manejo de la materia plástica” (Lozano, 2002, p. 18). La recepción de su obra temprana la llevó a tener su primera exposición individual en la Galería de Arte Moderno ese mismo año. Paralelamente, se relacionó sentimentalmente con el pintor oaxaqueño Rufino Tamayo (1899-1991), con quien vivió durante cuatro años, en los cuales se influenciaron mutuamente en cuanto a características formales y temáticas de su pintura. Además, fue la primera mexicana en exponer en el extranjero al exhibir su obra en el *Art Center Gallery* de Nueva York en 1930 (Lozano, 2002).

Sobre el arte de María Izquierdo se mencionaba frecuentemente su utilización del color, sus formas y cómo esto dotaba de mexicanidad a su obra sin dejar de destacar su cualidad de arte moderno; es decir, más que el carácter autobiográfico que pudiera tener su obra, se destacaban los aspectos formales, algo importante para una mujer artista, cuyas obras frecuentemente se han buscado explicar a partir de sus experiencias personales e incluso por sus relaciones sentimentales. En sus lienzos plasmó escenas de circo, autorretratos, paisajes yermos y, en sus obras más tardías, bodegones y altares. En toda su obra se observa un diálogo entre el arte moderno y las expresiones populares mexicanas.

El interés que despertaba el arte de María Izquierdo hizo que pronto se le propusiera integrarse al medio de los muralistas, acaparado principalmente por hombres con algunas excepciones de ayudantes femeninas, quienes en un principio eran mayoritariamente extranjeras. A principios de los años treinta surgió el rumor de que se le otorgaría el contrato para la realización de un mural en el Palacio de Gobierno del estado de Veracruz; sin embargo, por cuestiones de cambio de gobierno estatal, el proyecto fue cancelado. Para ese entonces la artista ya había participado en exposiciones tanto nacionales como internacionales por lo que aparecía frecuentemente en la prensa y su obra era bien conocida en el país.

Aunque María Izquierdo no se consideró feminista e incluso hablaba abiertamente en contra de ellas al considerar que buscaban cierta superioridad sobre los hombres, según queda plasmado en el manuscrito “La mujer y el arte mexicano” realizado para una conferencia dictada en 1934 y contenido en su archivo. Sin embargo, en ese mismo documento también trató cuestiones de reconocimiento, igualdad y denunció distintas dificultades que enfrentaban las mujeres dedicadas a las artes, lo que quedó plasmado el siguiente fragmento:

Muchas veces he oído decir que la mujer nunca llegará a igualar a los grandes maestros de la pintura; es cierto que hasta ahora no ha surgido una mujer con la fuerza creadora de Miguel Ángel (además, no se necesita en nuestra época) pero hay razones muy explicable; ¿no es acaso una razón el hecho que la mujer primitiva, de la Edad Media, del Renacimiento, estuviera completamente desplazada de los trabajos artísticos e intelectuales? Todos sabemos que solo en nuestro siglo a la mujer se le empieza a dar oportunidad para que estudie y trabaje en lo que le guste, antes a la mujer no se le permitía hacer otra cosa que no fuera cocinar, bordar y atender a su esposo, ¿han olvidado la condición que en la que estaba la mujer en la Edad Media? Solamente ahora se le empieza a dar oportunidad a la mujer para que desarrolle su talento, por eso no me extraña que no haya igualado todavía a los maestros inmortales de la pintura. Pero creo que, si la mujer sigue conquistando más y más libertad de expresión, llegará tan alto en las artes plásticas. ¿Por qué no? (Izquierdo, 1934, p. 4)

Es de destacar cómo este argumento de la artista es similar al que Linda Nochlin (2021) retomaría en el ensayo *¿Por qué no han existido grandes mujeres artistas?*, de 1971, en el que afirmó que a lo largo de la historia a las mujeres se les había restringido el acceso a la educación artística por cuestiones sistemáticas que partían de los ideales femeninos tradicionales y que eso las había mantenido excluidas de la categoría de genio.

Por eso no es de sorprender que Izquierdo, además de formar parte de grupos de vanguardia mexicanos como los *Contemporáneos* y los *Treintatreintistas*, en los que se discutían cuestiones relativas al debate entre el arte por el arte y el arte social, también participara en distintos grupos políticos e incluso algunos relativos a cuestiones femeninas. En el año de 1934 y en respuesta al inicio del gobierno de Lázaro Cárdenas, algunos artistas e intelectuales encabezados por Leopoldo Méndez, fundaron la Liga de Escritores y Artistas Revolucionarios (LEAR). Esta organización, autodenominada de izquierda y vinculada estrechamente al Partido Comunista Mexicano (PCM), llegó a contar con más de 600 personas afiliadas (Hernández, 2022), entre quienes se encontraron numerosas artistas visuales como fueron: María Izquierdo, Frida Kahlo, Nahui Olin, Isabel Villaseñor, Aurora Reyes, Angelina Beloff y Elena Huerta. A diferencia del Sindicato de Obreros Técnicos Pintores y Escultores (SOTPE), la LEAR no apelaba enteramente por hacer un arte social, mas sí un arte más cercano a la sociedad y de carácter menos individualista; además, se posicionaron contundentemente contra el fascismo, lo cual manifestaban en su revista *Frente a frente*, publicada entre 1934 y 1938.

La LEAR se fortaleció con la unión de otras organizaciones como la Federación de Escritores y Artistas Proletarios (FEAP), posteriormente se formó un grupo llamado “Asociación de Trabajadores del Arte” (ATA), formado por Gabriel Fernández Ledezma, María Izquierdo, Rufino Tamayo, Carlos Mérida y otros” (Prampolini, 2016, p. 599).

En 1935 estuvo a cargo de la Sección Femenina de la Sección de Artes Plásticas perteneciente a la SEP, donde organizó la *Exposición de Carteles Revolucionarios* al

lado de la fotógrafa Lola Álvarez Bravo (1907-1993), en ésta participaron diversas artistas y se llevó a cabo tanto en la Ciudad de México como en Guadalajara. Este tipo de acciones develan que, incluso cuando se mantuvo al margen de movimientos feministas, actuó en favor de la creación artística de las mujeres y de su participación activa en movimientos políticos y sociales.

El inicio de la década de los cuarenta marcó una época de gran importancia para las artes visuales en México, lo cual fue de la mano con una mayor difusión del trabajo de muchas de las artistas activas en ese momento. En 1940 se llevó a cabo la exposición *Twenty Centuries of Mexican Art* en el Museum of Modern Art (MoMA) de Nueva York, contando con la participación de Frida Kahlo y María Izquierdo, aunque Nancy Deffebach (2015) afirma que lo más probable es que también incluyera obras de Rosa Rolanda, Olga Costa y Lola Álvarez Bravo. Esta exhibición dio pie a que tanto Izquierdo como las otras participantes, establecieran nexos con gente que promovió sus obras en el extranjero y les permitió a algunas de ellas una mayor internacionalización.

Durante los siguientes años Izquierdo viajaría y expondría en países como Francia y Chile, logrando una buena recepción a nivel internacional. Sin embargo, fue en 1945 cuando sucedió un caso paradigmático que marcaría el resto de su carrera: a la artista se le había encomendado un proyecto mural con el tema “La historia y el desarrollo de la Ciudad de México” que cubriría 200 metros cuadrados de los muros del Palacio del Ayuntamiento, edificio donde se ubicaban las oficinas del entonces Departamento Central del Distrito Federal a cargo de Javier Rojo Gómez. A pesar de haber firmado un contrato donde se establecían los términos y condiciones de éste, el mural fue cancelado sin previo aviso ese mismo año, aun cuando los bocetos ya habían sido aceptados, los andamios estaban ya listos para comenzar a trabajar y mucha gente había comenzado a trabajar (Imagen 2). La pintora denunció repetidamente que habían sido Rivera, Orozco y Siqueiros los responsables de la cancelación del proyecto. A decir de Luis-Martín Lozano (2002), no existían fundamentos para la acusación, y al denunciar públicamente a los pintores se vio envuelta en un escándalo, que solo le generaría críticas sobre su capacidad pictórica y por lo cual saldrían a defenderla algunas amistades.

En las notas de prensa recopiladas por la artista se puede leer que existía un fuerte debate en la sociedad tanto por el desagrado a sus bocetos, como por rumores sobre la cantidad de dinero que recibió. La investigadora Dina Comisarenco (2017) cita motivos políticos, aunque también pudo haber sido la temática plasmada en los bocetos, donde se hace énfasis en el papel de las mujeres en la modernización del país, algo que no se observa en murales de otros edificios públicos realizados por hombres. Como menciona Nancy Deffebach (2015), la mayoría de las figuras femeninas presentes en el trabajo de los muralistas tenían características bien definidas: mujeres ejerciendo la maternidad, maestras, soldadoras, vendedoras de mercado o alegorías; en general, todas ellas se encontraban reproduciendo roles estereotípicos que servían a la ideología del gobierno que veía en

estas labores una manera de ejercer ciudadanía, especialmente si recordamos que el voto femenino a nivel federal no se concedió hasta el año 1953.

Imagen 2. María Izquierdo (1945). Boceto para mural de Palacio del Departamento Central del Distrito Federal, México



Fuente: Museo de Arte Moderno / Fotografía de Liliana Elvira Moctezuma (2024).

Hay que destacar que aunque algunas mexicanas como Isabel Villaseñor y Aurora Reyes, además de las estadounidenses Marion y Grace Greenwood, ya habían tenido la oportunidad de realizar murales, estos fueron en muros de mercados, centros escolares e incluso en proyectos privados, excluyéndolas de los edificios gubernamentales donde pintaban sus pares masculinos. Por ello, el proyecto mural de María Izquierdo era de gran relevancia al ser el primer muro en un edificio de gobierno importante que se le otorgaba a una mujer.

Al parecer, los conflictos generados por la crítica, pero también al haberse quedado endeudada por lo que ya había invertido para la realización del mural, le generaron a la pintora severos problemas de salud, sufriendo una hemiplejía que le paralizaría la mitad del cuerpo y la privaría del habla a principios de 1948. A pesar de que se dice que realizó más de 500 obras (Arcq, 2013), tras la hemiplejía solo pudo realizar 25 cuadros más sosteniendo su mano derecha con la izquierda. Durante casi siete años, sufrió numerosos episodios, muriendo de una embolia en 1955.

4. DIGITALIZACIÓN Y ACTUALIZACIÓN DEL ARCHIVO

Hay que considerar que las expresiones artísticas y las obras están vinculadas a una temporalidad histórica y una técnica determinada, incluyendo los procesos, influencias y grupos que constituyen el campo artístico en ese momento. Para Walter Benjamin (2008), el arte en su reproductibilidad técnica alteraría a las sociedades y a los colectivos humanos transformando su *percepción sensorial*, ya que toda obra está históricamente organizada y condicionada. Así es como

en los distintos intervalos de la historia, las técnicas y tecnologías han influido de manera creciente en su producción, circulación y recepción. Por ello, no es suficiente centrarnos solamente en los procesos de producción tecnológica (como el paso de lo analógico a lo digital en fotografía), sino pensar cómo los medios sociales, el contexto y las singularidades culturales también influyen en las formas y lecturas de la recepción. Lo anterior abre la posibilidad de pensar las imágenes a partir de sus diversos significados, considerando, por ejemplo, la digitalización y difusión que se haga de archivos de autoras todavía no suficientemente visibilizadas. Redimensionar la obra de María Izquierdo implica la contextualización sociohistórica en su indagación, para escapar de la simplificación con la que muchas veces es mediatizada su vida y obra, pero también es necesaria la valoración de la dimensión social, estética y política que puede adquirir en el presente.

Indudablemente, las innovaciones técnicas y el crecimiento de las industrias mediáticas han generado cambios profundos en la construcción y circulación de imágenes, formas simbólicas y subjetividades, y hoy en día se puede pensar en una *mediatización de la cultura* (Thompson, 1998) que se ha acelerado en un sistema global de comunicación e información. Lo anterior implica que las experiencias y construcciones artísticas actualmente están tecnológicamente mediadas y requieren de genealogías artísticas que den muestra de la potencia inscrita en las significaciones, complejidades y retos del pasado. Por ello, la indagación y digitalización de archivos, como en el caso de una autora con posibilidad de ser más conocida como María Izquierdo, cobra sentido al rescatar sus contextos y la dimensión política, social y estética de su obra, pero sobre todo al democratizar su obra para nuevas artistas que se sientan interpeladas por sus preguntas, cuestionamientos o aportes creativos y estéticos. Las posibilidades de acceso y expansión de su archivo, así como los usos sociales y creativos que provoque, le pueden otorgar una actualización que potencie sus significados al hacerse presente o resonar en otras artistas o investigaciones.

La conformación de su archivo como memoria material e histórica, convertido ahora a su digitalización, además de poder combatir el centralismo, posibilita su acceso desde distintas regiones del país y de Iberoamérica, principalmente. A lo largo de su vida María Izquierdo resguardó fotografías, notas periodísticas relativas a ella y su trabajo, así como materiales provenientes de sus exposiciones, conferencias, correspondencia, catálogos e invitaciones. Tras su muerte, su familia también recopiló algunas notas con lo que se escribía acerca de ella, resguardando el archivo hasta el año 2005, cuando el MAM lo recibió para poder resguardarlo, estudiarlo y darlo a conocer.

Como parte de su difusión, en el año 2013 el MAM realizó una exposición y publicó el catálogo *Archivo María Izquierdo del Museo de Arte Moderno*; este último contiene reproducciones de una selección de documentos organizados en ejes temáticos, con lo que es posible conocer algunos hechos de su vida, pero

también nos permite identificar obras cuyo paradero es desconocido hasta el día de hoy (Imagen 3), como el caso de un autorretrato en el que aparece frente a un lienzo y portando un godete que aparece en una nota periodística contenida en su archivo. Actualmente el Fondo María Izquierdo se encuentra digitalizado y es posible su consulta presencial con fines académicos y de investigación, aunque falta habilitar este archivo para que se pueda acceder desde otras coordenadas geográficas.

Imagen 3. Margarita Michelena, “María Izquierdo, alma y color de México”.
Presente, 32, 10 de febrero de 1949



Fuente: © D.R Museo de Arte Moderno / Instituto Nacional de Bellas Artes y Literatura, México (2023).

Al tratar de dimensionar su obra podemos considerar que el arte de María Izquierdo en su momento logró reconocimiento gracias a su particular uso del color y por haberse insertado tanto en la búsqueda de una estética de lo mexicano, como en la exploración de un arte de vanguardia. Izquierdo fue conocida como una artista transgresora al tratar temáticas como el desnudo femenino –cuando pocas mujeres lo hacían– y el arte metafísico de paisajes yermos y elementos simbólicos, al mismo tiempo que rescataba expresiones como el circo y el arte popular. Aunque en su discurso defendía la búsqueda de la creatividad y el arte, también se llegó a expresar abiertamente a favor de brindar oportunidades a las mujeres en las artes y otros ámbitos. A diferencia de otras artistas que frecuentemente se les ha interpretado a partir de distintos hechos biográficos, a esta pintora se le conoció en su momento por su experimentación e innovación temática y formal.

Además de la creación artística, María Izquierdo participó activamente en los movimientos políticos, artísticos y sociales, manifestándose, por ejemplo,

en contra del fascismo o a favor de la expropiación petrolera, como parte del grupo de los *Contemporáneos* o de la ya mencionada LEAR (Lozano, 2002). En los documentos del Archivo incluso nos es posible observar cómo fomentó la participación de mujeres en los mismos, teniendo como ejemplo la *Exposición de carteles revolucionarios* organizada en 1935, en la que colaboraron artistas que, al igual que ella, se interesaban por la expresión plástica y los acontecimientos políticos y sociales (Imagen 4). Adentrarse en sus documentos tanto escritos como gráficos significa entender y profundizar no solo en el papel que tuvo Izquierdo como artista, activista e incluso escritora con sus columnas periodísticas, sino que además nos da luces sobre el contexto en el que ella y otras mujeres ejercieron sus prácticas artísticas, lo cual es de suma relevancia para conocer la genealogía de las mujeres artistas en el país e incluso en el resto de América Latina.

Imagen 4. María Izquierdo y Lola Álvarez Bravo (al centro), *Exposición de carteles revolucionarios*, pintoras del sector femenino de la Sección de Artes Plásticas, Guadalajara, 1935



Fuente: © D.R Museo de Arte Moderno / Instituto Nacional de Bellas Artes y Literatura, México (2023).

Por ello, la preservación, digitalización y el posterior estudio y difusión de los documentos e imágenes contenidos en el Fondo María Izquierdo es de vital importancia para la conformación de una memoria material e histórica que nos permita conocer y ahondar en las prácticas artísticas de esta pintora, pero también del contexto artístico y cultural de esa época, así como el papel que tenían las artistas dentro del México posrevolucionario. Sin embargo, surgen cuestiones relativas a qué tan democrático es el acceso a fondos documentales cuando incluso si se pertenece a una institución educativa o de investigación pública, consultarlos implica acudir físicamente a instituciones que, dada la centralización del país, se encuentran en la Ciudad de México, lo que complica su consulta para personas de otros estados o incluso de otros países. La vitalidad y actualización de un archivo, en una cultura mediática como la actual, radica en sus posibilidades de preservación, acceso y difusión.

5. REFLEXIONES FINALES

El acceso a los documentos contenidos en un archivo histórico, específicamente los dedicados a mujeres artistas, como es el caso de María Izquierdo, nos permiten dimensionar y conocer con mayor profundidad el papel que tuvieron ellas y su obra dentro del México posrevolucionario. Un estudio académico con una lectura más profunda de su trayectoria requiere del análisis de su contexto sociopolítico, de consultar investigaciones afines y de las percepciones sobre la artista, inscritas en la cultura visual y en los documentos preservados para el análisis de su época. Izquierdo vivió y creó en un periodo convulso de la historia mexicana, participando en diversos movimientos políticos, sociales y culturales que, además de aportar nuevas ideas para el arte, marcaron la trayectoria de las mujeres dedicadas al arte. En el Fondo María Izquierdo podemos encontrar debates, resistencias y alcances en torno a su vida, ideas y producción artística, lo cual nos permite construir una historia y una memoria cultural de manera más factual, que se aleje de los mitos, desinformación y superficialidad con la que muchas veces se aborda –en la inmediatez y celeridad contemporáneas– la obra y legado de las artistas.

Las interpretaciones y conocimientos acerca de la obra de esta artista no hubieran sido posibles sin la consulta exhaustiva del archivo, el cual nos proporciona no solamente imágenes de un trabajo prolífero, sino recortes de prensa, correspondencia, fotografías o escritos que ella y su familia recopilaban tanto en su vida como después de la muerte de la artista. Asimismo, una reflexión a partir de los abordajes teóricos e históricos nos permitió situar su obra, dimensionando la importancia que tuvieron las agrupaciones y redes de colectividad, con un marcado compromiso social y político, donde participó activamente.

El material hemerográfico, las imágenes y la correspondencia que componen este archivo no solo nos aportan luces para conocer a la artista y su contexto, sino que nos permiten plantearnos más dudas y preguntas sobre ella dando pie a abrir las posibilidades de una reflexión crítica en torno a su vida, su obra y su archivo. De igual manera, dialogar con el archivo nos permite tener una mayor comprensión del medio artístico mexicano y las condiciones en las que las mujeres ejercieron sus prácticas artísticas; lo anterior, con el objetivo de entender cómo la historia ha permeado e influenciando nuestra realidad, hasta el día de hoy. Volver la mirada a los archivos históricos es de suma relevancia para reflexionar acerca de las problemáticas en torno al reconocimiento y la cultura visual que rodea a las artistas y a su obra. Asimismo, las posibilidades de acceso y expansión de su archivo, así como lo usos sociales y creativos que provoque, le pueden otorgar una *actualización* que potencie sus significados al hacerse presente o resonar en otras artistas o investigaciones. Continuamente debemos cuestionar la relevancia que tiene que los documentos e imágenes se hayan conservado y cómo podemos establecer diálogos entre ese pasado ahí presente y nuestra realidad actual.

En lo que respecta al arte, existe cada vez un mayor interés por crear exposiciones virtuales o repositorios que nos permitan acercarnos de manera virtual, democratizando su acceso; aunque aparentemente hay menor interés en los archivos históricos, en México hay algunos casos exitosos, como el archivo de la Fototeca Nacional y el archivo del Instituto Nacional de los Pueblos Indígenas (INPI), siendo posible consultar las imágenes –con sus fichas técnicas– desde organismos públicos e instituciones privadas. Asimismo, es valorable lo que se viene realizando en la Universidad de las Américas de Puebla, que actualmente se encuentra digitalizando distintos fondos documentales, como el del artista mexicano Miguel Covarrubias, que a su vez contiene material de la fotógrafa, pintora y bailarina Rosa Rolanda².

La digitalización, a su vez, abre nuevas posibilidades para los archivos, especialmente aquellos dedicados a las mujeres artistas. Las nuevas tecnologías, e incluso la reciente expansión del uso de herramientas de inteligencia artificial, plantearán en un futuro nuevas posibilidades tanto para la investigación como quizás el entrecruzamiento entre disciplinas y prácticas artísticas. Aunque hoy en día quizás la materialidad de los archivos sea incomprensible, seguramente las nuevas tecnologías brindarán otras posibilidades, por lo que también será importante plantear hasta dónde existe un interés por mantener esta memoria digital vigente.

Si bien en este artículo se buscó evidenciar la importancia de la digitalización y la accesibilidad pública y abierta, esto nos arroja la idea de la necesidad de la creación de políticas culturales que promuevan la designación de recursos para su resguardo y el acceso libre en línea de archivos como el de María Izquierdo, pero también de otras artistas todavía invisibilizadas o poco reconocidas. Mientras la consulta de los archivos se limite a acudir personalmente a instituciones que se encuentran centralizadas en la Ciudad de México, habrá mayores obstáculos para el estudio y el conocimiento de las prácticas artísticas de las mujeres desde las distintas aristas, discusiones e interrogantes que surgen al acercarnos a su actividad creativa.

REFERENCIAS

- Arcq, T. (2013). María Izquierdo: una pintora moderna. En *Archivo María Izquierdo del Museo de Arte Moderno* (s/p). Ciudad de México: CONACULTA.
- Barandiarán, L., Iturralde, M. E., Funaro, F. & Silva, A. (2024). El periódico *¡Adelante!* Digitalización de archivos de prensa e historia local. *InMediaciones de la Comunicación*, 19(1), pp. 319-339.
- Bartra, E. (2003). *Frida Kahlo, mujer, ideología y arte*. Barcelona: Icaria, Editorial.

² Véase: Fototeca Nacional - [https://mediateca.inah.gob.mx/repositorio/islandora/object/fototeca%3A62/Acervo del Instituto Nacional de los Pueblos Indígenas](https://mediateca.inah.gob.mx/repositorio/islandora/object/fototeca%3A62/Acervo%20del%20Instituto%20Nacional%20de%20los%20Pueblos%20Indigenas) - <https://www.inpi.gob.mx/acervos/fototeca.html> / Colecciones digitales de la Universidad de las Américas Puebla: http://catarina.udlap.mx/u_dl_a/acervos/

- Benjamin, W. (2008). *Obras. Libro I, Vol. 2*. Madrid: Abada Editores.
- Bryson, N., Holly, M.A. & Moxey, K. (1994). *Visual Culture. Image and Interpretation*. New Hampshire: Wesleyan University Press.
- Comisarenco, D. (2017). *Eclipse de siete lunas. Mujeres muralistas en México*. Ciudad de México: Artes de México.
- Debroise, O. (1988). María Izquierdo. En *María Izquierdo*. Ciudad de México: Centro Cultural de Arte Contemporáneo.
- Deffebach, N. (2015). *María Izquierdo & Frida Kahlo. Challenging Visions on Modern Mexican Art*. Austin: University of Texas Press.
- Dorotinsky, D. & Lozano, R. (compiladores) (2022). *Culturas visuales desde América Latina*. Ciudad de México: UNAM.
- Flores, T. (2008). Strategic Modernists: Women Artists in Post-Revolutionary Mexico. *Women's Art Journal*, 29(2), pp. 12-24.
- García Lescaille, T. (2010). La entidad femenina en los salones de los remitidos en San Carlos: dinámica entre discursos y normas (1850-1898). *Dimensión antropológica*, 50(17), pp. 73-105.
- Izquierdo, M. (1934). La mujer y el arte mexicano. Recuperado de: *Fondo María Izquierdo*, Museo de Arte Moderno, Ciudad de México (México).
- Lozano, L. M. (2002). *María Izquierdo. Una verdadera pasión por el color*. Ciudad de México: CONACULTA.
- Didi-Huberman, G. (2012). *Arde la imagen*. Madrid: Serie Ve.
- Nochlin, L. (2021). *Why Have There Been No Great Women Artists?* London: Thames & Hudson.
- Parker, R. & Pollock, G. (1981). *Old Mistresses. Women, Art and Ideology*. London: I.B. Tauris.
- Pollock, G. (2010). *Encuentros en el museo feminista virtual*. Madrid: Ediciones Cátedra.
- Rodríguez Prampolini, I. (2016). *La crítica de arte en el siglo XX*. Ciudad de México: Instituto de Investigaciones Estéticas UNAM.
- Rigat, L. (2019). De lo fotográfico a la fotografía digital contemporánea. *Questión. Revista especializada en periodismo y comunicación*, 23(1). DOI: <https://doi.org/10.24215/16696581e175>
- Thompson, J. B. (1998). *Los media y la modernidad. Una teoría de los medios de comunicación*. Barcelona: Paidós.
- Wolfgang, E. (2016). El arte del archivo. *Archivo Churubusco*, 1(1). Recuperado de: <https://archivochurubusco.encyrm.edu.mx/n1letras4.html>
- Zavala, A. (2010). *Becoming Modern. Becoming Tradition. Women, Gender and Representation in Mexican Art*. Filadelfia: Pennsylvania University Press.

FUENTES / ARCHIVO

Fondo María Izquierdo, Museo de Arte Moderno, Ciudad de México (México).

* Contribución de autoría: Liliana Elvira Moctezuma realizó la búsqueda documental en el archivo, además de parte de la investigación bibliográfica sobre el contexto de la artista y el marco teórico sobre archivos y digitalización. Abraham Nahón realizó parte de la búsqueda bibliográfica con respecto al contexto histórico y al marco teórico del presente artículo. La redacción fue realizada por ambos autores, quienes además discutieron y reflexionaron de manera conjunta acerca de las implicaciones y las contribuciones de la digitalización del Fondo María Izquierdo.

* Nota: el Comité Académico de la revista aprobó la publicación del artículo.

* El conjunto de datos que apoya los resultados de este estudio no se encuentran disponibles para su uso público. Los datos de la investigación estarán disponibles para los revisores, si así lo requieren.



Artículo publicado en acceso abierto bajo la Licencia Creative Commons - Attribution 4.0 International (CC BY 4.0).

IDENTIFICACIÓN DE LOS AUTORES

Liliana Elvira Moctezuma. Doctora (cand.) en Educación, Arte y Cultura, Universidad Autónoma Benito Juárez de Oaxaca (México). Maestra en Estudios de la Mujer, por la Universidad Autónoma Metropolitana - Unidad Xochimilco (México). Licenciada en Estudios Latinoamericanos, Universidad Nacional Autónoma de México (México). Su trabajo enfoca en la investigación y a la divulgación de cuestiones relativas a las mujeres en el arte mexicano, tema sobre el que ha impartido cursos y conferencias en espacios como la Universidad Autónoma Metropolitana y el Museo Nacional de Arte (México). Ha coordinado los libros: –junto con Eli Bartra– *Estrategias creativas de sobrevivencia. Feminismo y arte popular* (2021, UAM), –junto con Eli Bartra y Marisol Cárdenas– *Interculturalidad estética y prácticas artesanales. Mujeres, feminismo y arte popular* (2019, UAM), y *¿Se necesita talento para ser artista?* (2018, Editorial Manivela).

Abraham Nahón. Doctor en Sociología, Benemérita Universidad Autónoma de Puebla (México). Profesor-Investigador, Instituto de Investigaciones en Humanidades, Universidad Autónoma Benito Juárez de Oaxaca (México). Miembro, Sistema Nacional de Investigadores, Consejo Nacional de Humanidades, Ciencia y Tecnología (México). Ha realizado estancias académicas en la Universidad de Buenos Aires (Argentina), la Universidad Finis Terrae (Chile), el Instituto Mora (México) y la Universidad de Ciencias y Artes de Chiapas (México). Ha participado en numerosas antologías literarias, además de haber coordinado, editado y/o sido coautor en más de 20 libros sobre arte, poesía, fotografía y estudios sobre la diversidad cultural. Entre sus publicaciones: *Imágenes en Oaxaca. Arte, política y memoria* (2017, CIESAS), –coordinó junto con María Briseño Maas, Lorena Córdova-Hernández y Alda Romaguera– *Arte, educación y diversidad transcultural: prácticas creativas, identidades y conocimientos comunitarios* (2021, Scriptus), y –coordinador editorial– *La modernidad como laberinto: visiones y subversiones* (2021, UNAM). Ha dictado numerosas conferencias en México, Uruguay, Chile, Argentina, España y Estados Unidos. Sus líneas de investigación actuales cruzan arte, literatura, fotografía y cultura, teniendo como foco de interés principal a las comunidades indígenas, mestizas y afromexicanas.

Memos y *fan art* políticos

Imágenes en la conversación electoral argentina de 2023¹

Political Memes and Fan Art

Images in the argentinian electoral conversation of 2023

Memos e *fan art* políticos

Imagens na conversa eleitoral argentina de 2023

DOI: <https://doi.org/10.18861/ic.2024.19.2.3763>

► NICOLÁS CANEDO

canedonicolas@gmail.com - Ciudad Autónoma de Buenos Aires -
Universidad de Buenos Aires, Argentina.

ORCID: <https://orcid.org/0009-0009-6596-1973>

CÓMO CITAR: Canedo, N. (2024). Memos y *fan art* políticos. Imágenes en la conversación electoral argentina de 2023. En *InMediaciones de la Comunicación*, 19(2). DOI: <https://doi.org/10.18861/ic.2024.19.2.3763>

Fecha de recepción: 20 de mayo de 2024

Fecha de aceptación: 20 de noviembre de 2024

RESUMEN

Este artículo analiza, desde una perspectiva sociosemiótica, las imágenes compartidas en Twitter (hoy, red social X) sobre dos hechos mediáticos que involucraron a Javier Milei y Ramiro Marra, integrantes de La Libertad Avanza (LLA) y candidatos, respectivamente, a presidente de la nación y jefe de gobierno

de la Ciudad Autónoma de Buenos Aires durante la campaña electoral de 2023 en Argentina. Estas imágenes, en formato de memos y *fan art*, jugaron un rol importante en la campaña electoral y se seleccionaron dos consignas participativas de ese universo productivo para su posterior análisis: el meme de “Marra, el Español” y el *affair* ficticio entre Javier Milei y Myriam Bregman. A partir de un corpus de 44 capturas reunidas entre el 24 de septiembre y el 10 de octubre de 2023, se realizó un análisis enunciativo y de la *propuesta reidera* desplegada en las imágenes, además de clasificar a los usuarios según su postura sobre LLA. Se sostiene que los usuarios adherentes de este espacio político buscaron encauzar la conversación hacia sus temas de interés, utilizando el humor y la provocación para reforzar su propio enmarcado político. Se plantea que la producción y la circulación de piezas visuales de *producción amateur*, realizadas en el contexto de bromas colectivas, constituyen formas de participación que pueden ser aprovechadas políticamente por militantes y espacios políticos, siendo expresión de un nuevo predominio de lo *icónico-indicial* en la conversación política *hipermediatizada*.

PALABRAS CLAVE: *hipermediatización, conversación política digital, cibermilitancias, memos de Internet, fan art.*

¹ La investigación para este artículo fue realizada en el marco de los proyectos UBACyT “Retomas discursivas en tiempos de convergencia: Producción, circulación, consumo” (2018-2021), dirigido por María Rosa Del Coto y Graciela Varela, y “Fenómenos discursivos emergentes, consolidados y residuales: retomas en épocas de hipermediaciones” (2023-2024), dirigido por Amparo Rocha Alonso. Ambos proyectos radicados en la Facultad de Ciencias Sociales de la Universidad de Buenos Aires, Argentina.

ABSTRACT

This article analyzes, from a socio-semiotic perspective, the images shared on Twitter (today, social network X) about two media events involving Javier Milei and Ramiro Marra, members of La Libertad Avanza (LLA) and candidates, respectively, for president of the nation and head of the Autonomous City of Buenos Aires, during the 2023 electoral campaign in Argentina. These images, in the form of memes and fan art, played an important role in the electoral campaign and two participatory slogans from that productive universe were selected for later analysis: the “Marra, the Spaniard” meme and the fictional affair between Javier Milei and Myriam Bregman. Based on a corpus of 44 screenshots collected between September 24 and October 10, 2023, an enunciative analysis was carried out and the *laughing proposal* displayed in the images was also analyzed, in addition to classifying users according to their position on LLA. It is argued that users of this political space sought to direct the conversation towards their topics of interest, using humor and provocation to reinforce their own political framing. It is argued that the production and circulation of *amateur* visual pieces, carried out in the context of collective jokes, constitute forms of participation that can be politically exploited by activists and political spaces, being an expression of a new predominance of the *iconic-indexical* in an *hypermediated* political conversation.

KEYWORDS: *hypermediatization, digital political conversation, cyberactivism, Internet memes, fan art.*

RESUMO

Este artigo analisa, desde uma perspectiva sociosssemiótica, imagens compartilhadas no Twitter (hoje, rede social X) sobre dois eventos midiáticos que envolveram Javier Milei e Ramiro Marra, membros de La Libertad Avanza (LLA) e candidatos a presidente da nação e chefe da Cidade Autônoma de Buenos Aires durante a campanha eleitoral de 2023 na Argentina. Essas imagens, no formato de memes e *fan art*, tiveram importante papel na campanha eleitoral e foram selecionados para análise dois slogans participativos desse universo produtivo: o meme “Ramiro Marra espanhol” e o *affair* fictício entre Javier Milei e Myriam Bregman. Com base em um corpus de 44 capturas coletadas entre 24 de setembro e 10 de outubro de 2023, foi realizada uma análise declarativa da *proposta engraçada* exibida em ambas as imagens, além de classificar os usuários de acordo com sua posição sobre LLA. Argumenta-se que em ambos os casos os usuários favoráveis a este espaço político procuraram direcionar a conversa para os seus temas de interesse, recorrendo ao humor e à provocação para reforçar o seu próprio enquadramento político. Desta forma, propõe-se que a produção e circulação de peças visuais de *produção amadora*, realizadas no contexto de brincadeiras coletivas, constituam formas de participação que podem ser utilizadas politicamente por militantes e espaços políticos, sendo expressão de um novo predomínio do icônico-indicial na conversação política hipermediatizada.

PALAVRAS-CHAVE: *hipermediatização, conversação política digital, ciberativismos, memes da Internet, fan art.*

1. INTRODUCCIÓN

La conversación política contemporánea está marcada por los cambios que trajo Internet en las formas de mediatización e intercambios discursivos. La mediatización política comenzó en la era predigital, pasando de una *discursividad simbólico-argumentativa* a una *icónico-indicial*, adaptada a la radio y la televisión². Con Internet, esta tendencia se intensificó y, a partir de la emergencia de las redes sociales, la interacción entre producción y reconocimiento se volvió más cercana, entrelazando discursos (Carlón, 2019 y 2020; Fernández, 2021). En la actualidad, las respuestas de los usuarios a los discursos políticos son casi instantáneas en las redes sociales y los portales de noticias, donde se expresa también ese viraje hacia lo icónico-indicial, con imágenes producidas por personas sin vínculo aparente a instituciones políticas o mediáticas (Carlón, 2016).

Estos procesos han redefinido el lugar de las imágenes en la vida cotidiana, que pasaron de ser consumos culturales a recursos expresivos en conversaciones mediatizadas, tanto públicas como privadas (Gutiérrez De Angelis, 2016). Los *smartphones* permiten tomar fotografías, descargar imágenes y compartirlas fácilmente. *Emojis*, *stickers*, memes y *gifs* son comunes en los chats de WhatsApp. Además, proliferan las aplicaciones que permiten a usuarios sin formación en edición de imágenes hacer sus propias intervenciones (Marino, 2020), así como también elaborar nuevas piezas gracias a la inteligencia artificial (IA). Todo esto ha dado lugar a nuevas disponibilidades y usos sociales de las imágenes.

Según Gutiérrez De Angelis (2016), el auge de lo visual privilegia *el mostrar* por sobre *el decir* (p. 5). En el debate público, esto aumenta la polisemia y la ambigüedad (Barthes, 1986), pero también la capacidad de construir verosímiles descriptivos sobre la política y sus actores, alimentando los circuitos de constatación y convicción propios de los públicos actuales, dirigidos algorítmicamente por las plataformas digitales (Phillips & Milner, 2018).

Estudiar los memes de Internet y otras formas de producción *amateur* de imaginaria política (Carlón, 2016; Canedo & Urbanitsch, 2017; Canedo, Urbanitsch & Sierra, 2019), contribuye a la comprensión de los modos actuales del debate político, la formación de opiniones y la toma de decisiones sobre nuestras democracias. En este artículo analizamos, desde una perspectiva sociosemiótica, imágenes compartidas en Twitter (hoy, red social X) sobre dos casos mediáticos que involucraron a Javier Milei y Ramiro Marra, integrantes de La Libertad Avanza (LLA), candidatos a presidente de la nación y jefe de gobierno de la Ciudad Autónoma de Buenos Aires durante la campaña electoral

2 La discursividad simbólico-argumentativa supone un predominio de la materia significativa verbal (ya sea oral o escrita) organizada –en lo retórico– a través de entimemas y silogismos, así como de secuencias narrativas, descriptivas y/o explicativas; mientras que la discursividad icónico-indicial se basa en signos no verbales (gestualidad, entonación, usos del cuerpo, imágenes, etc.), que por lo general guardan una relación motivada, semejante y/o contigua con sus referentes, lo cual produce formas de verosimilitud más próximas a lo evidente que a lo razonable y efectos de reconocimiento más regidos por la emoción.

de 2023 en Argentina. Según observamos, en ambos casos la participación del público a través de este tipo de imágenes fue importante para la discusión y la disputa por la representatividad electoral.

Nuestra hipótesis es que las imágenes generadas y puestas en circulación por usuarios en el entorno digital influyen en la opinión pública y la toma de posición política, especialmente en contextos electorales, dado que dichas imágenes imponen encuadres interpretativos y caracterizaciones de los actores a través de enfoques lúdicos, participativos y reideros. El objetivo es relevar algunos procedimientos y lógicas participativas en la producción y circulación de estas imágenes en un contexto electoral, al tiempo que reflexionar sobre las formas contemporáneas de conversación política.

2. UN NUEVO ACTOR POLÍTICO

La elección de 2023 fue un punto de inflexión en la vida política contemporánea. Javier Milei, un economista de extrema derecha que se hizo conocido por sus participaciones estrambóticas en programas de televisión, y se volvió muy popular, especialmente entre jóvenes que replicaban sus discursos y apariciones a través de las redes sociales, fue electo presidente de Argentina. Su llegada a la Casa Rosada en representación de un nuevo partido político, La Libertad Avanza (LLA), alteró drásticamente la dinámica *bicoalicionista* que caracterizó la última década, dominada por la polarización entre el espacio de fuerzas peronistas y aliados –en 2019 en el Frente de Todos, luego devenido Unión por la Patria (UP)³ y el llamado “macrismo” –conformado por la alianza de Propuesta Republicana (PRO) y la Unión Cívica Radical, entre otros sectores, reunidos en frente Cambiemos, luego renombrado Juntos por el Cambio (JxC)⁴.

La campaña de Milei supo hacer uso de las redes sociales como ninguna otra, especialmente por contar con un activo y coordinado grupo de *cibermilitantes* y partidarios que participaron produciendo contenidos que celebraban al candidato y denostaban a sus rivales. Mientras que las otras fuerzas políticas incurrieron en formas más tradicionales de comunicación proselitista, con grandes inversiones presupuestarias, el espacio de Milei logró implementar una comunicación exitosa con muy poca inversión económica, a través de una gran cantidad de cuentas no oficiales dedicadas a replicar apariciones del economista libertario en los medios, hostigando públicamente a referentes de otras fuerzas políticas y promoviendo sus ideas. Una parte importante de esta estrategia recurrió a memes de Internet –e imagería de comentario político– a través de cuentas de usuarios con grandes cantidades de seguidores, viralidad y alcance. Tanto fue así que en el transcurso mismo de la campaña,

³ La principal referente del espacio es la expresidenta Cristina Fernández de Kirchner (2007-2011 / 2011-2015), quien actualmente preside el Partido Justicialista (PJ). Entre 2019 y 2023 fue vicepresidenta de la nación.

⁴ La alusión “macrismo” remite al principal referente del sector, el expresidente Mauricio Macri (2015-2019).

usuarios votantes de UP organizaron una suerte de “contraofensiva memética” que buscó –con cierto éxito– replicar la estrategia libertaria mileismo⁵, aunque no le alcanzó para evitar el triunfo de Milei.

A continuación, se analizarán algunas de las piezas visuales compartidas durante la campaña electoral de 2023 en relación a sucesos mediáticos que involucraron a dos figuras importantes de La Libertad Avanza: el propio Javier Milei y su por entonces candidato a Jefe de Gobierno por la Ciudad de Buenos Aires, Ramiro Marra. Previamente haremos un repaso de los conceptos de meme de Internet y *fan art*, así como del abordaje teórico-metodológico de este trabajo.

3. MEMES DE INTERNET Y FAN ART EN LA CREACIÓN CULTURAL PARTICIPATIVA

Si bien los memes de Internet y el *fan art* son dos formas de expresión diferentes, tienen en común la reapropiación de textos mediáticos conocidos por parte de sus consumidores, quienes los reelaboran y producen algo nuevo, de forma colectiva y con la validación de sus pares (Jenkins, 2008). En relación a la producción de los *fans*, Henry Jenkins (2008) retoma el concepto de *espacios de afinidad*, de James Paul Gee, a los que define como “culturas del aprendizaje informal (...) [donde] la gente puede participar de varias maneras en función de sus capacidades e intereses” (p. 182). El mismo concepto utilizan Knobel y Lankshear (2007) para pensar los memes de Internet, “haciendo foco en el meme como parte de una serie mayor de interacciones sociales y modos de lograr cosas” (p. 207)⁶. La idea de espacios de afinidad –que proviene de la discusión sobre la *alfabetización mediática*– sirve para pensar el aspecto colectivo de estas prácticas, que estimulan y fomentan la participación de más personas en la creación de material visual.

Mucha de la literatura sobre memes de Internet se ciñe a la conceptualización original de Richard Dawkins (1979) sobre el meme como unidad de replicación cultural que se propaga por medio de imitación. Esta –a nuestro entender– es demasiado amplia, y, además, provee una comprensión teórica aparatosa y simplificada sobre los procesos de producción de sentido al presentar al meme como una suerte de unidad cerrada y homogénea –similar a la noción de *signo*, en tanto que unidad aislada de sentido– (Verón, 1995; Deacon 1999). Siguiendo a Eliseo Verón (1993), pensamos a las imágenes meméticas como *paquetes textuales* que comprenden diversas materias significantes (palabra, imagen ilustrada, imagen fotográfica, espacio y cuerpo) que operan, en simultáneo, de maneras diversas en los tres órdenes de la producción de

⁵ Expresado de un modo general, esta consistió en un sistema de cuentas de usuario con muchos seguidores y alcance que replican contenido celebratorio del dirigente y/o descalificante de sus rivales políticos, y logran acaparar las conversaciones que son tendencia en Twitter (hoy llamada X). Esto se despliega de manera coordinada, siguiendo indicaciones de cabecillas twitteros que llaman a retwittear ciertas publicaciones o a hostigar a determinados usuarios (entre ellos dirigentes políticos y periodistas), a veces también consensuando previamente sus líneas argumentales y formas de intervención en grupos privados de WhatsApp, Telegram y Discord.

⁶ Traducción del autor del artículo.

sentido: indicial, icónico y simbólico (Verón, 1993; Rocha Alonso, 2008; Bitonte & Siri, 2021).

En relación a los trabajos más específicos sobre memes de Internet, nos resulta más operativa y útil la definición del concepto que hace Limor Shifman (2014) como conjuntos de elementos que comparten características de forma, contenido y posicionamiento, y son replicados, transformados y puestos en circulación por los usuarios en el entorno digital⁷; así como la noción de *lo memético* de Ryan Milner (2016), entendida como un conjunto de prácticas mediáticas de creación, circulación y transformación de textos colectivos, que siguen una “gramática de la multimodalidad y la reapropiación” (p. 177). Estas conceptualizaciones sitúan a los memes en el contexto específico de los intercambios discursivos que surgen mayormente en las plataformas digitales, superan la limitación monádica dawkinsiana del meme como unidad discreta, y trascienden su comprensión procesual limitada exclusivamente a la imitación, incluyendo otras formas de reconfiguración discursiva.

Concordamos con Milner (2016) en que la idea de meme tiene, para la sociedad, una identidad lábil, abierta a múltiples interpretaciones. Sin embargo, a partir de investigaciones anteriores hemos definido algunos elementos que nos parecen elementales de la comunicación memética. Esto son: 1) participación de diversos usuarios/enunciadores dentro de un conjunto de reglas implícitas (*consigna de participación*) de generación de nuevos textos (visuales, audiovisuales, escritos o performáticos) a partir de un patrón reconocible; 2) *reescripciones* de mediatizaciones previas (fotos, capturas de pantalla, videos, etc.)⁸ y 3) *tráfico* de investiduras de sentido del material preexistente hacia distintos temas, referentes e incluso ámbitos discursivos⁹. Lo último permite ver qué es lo que pervive de una mediatización determinada, en su memeficación y circulación posterior: una caracterización, un procedimiento reidero, una analogía, argumento, etc.

Esto propicia, en la conversación política, una utilización de imagería y símbolos de la cultura del entretenimiento como no se había visto antes, así como nuevas formas de discurso sobre la política que retoman estéticas de la cultura *gamer*, el *fan art*, la cultura *otaku*, y mucho del *nonsense* de Internet en general (Katz & Shifman, 2017), entre otros insumos.

7 En el texto original: “I suggest defining an Internet meme as (a) a group of digital items sharing common characteristics of content, form, and/or stance; (b) that were created with awareness of each other; and (c) were circulated, imitated, and/or transformed via the Internet by many users” (Shifman, 2014, pp. 7 y 8). Elegimos traducir el término stance (postura) como posicionamiento, ya que nos resulta afín a la idea de posicionamiento enunciativo, más común de nuestro campo.

8 Aquí seguimos la teoría de Gabriele Marino (2020) que clasifica a los memes en las dimensiones sintáctica, semántica y pragmática, lo que resulta en una tipología bastante extensa, de la cual nos interesan los conceptos de ready mades, remezclas y remakes (Marino, 2020), repeticiones meméticas con grados de transformación del material preexistente nulo, medio y total, respectivamente.

9 François Jost (2023) habla de desvíos, idea que aquí adoptamos, aunque nos atrae más la metáfora del tráfico por su cercanía a la idea de contrabando. Entendemos que la utilización política de los memes es una especie de contrabando de sentido.

Además de la dificultad para identificar categóricamente qué publicaciones digitales son y no son memes de Internet (Milner, 2016), hay también una ambigüedad primordial sobre lo que designa el término en relación a publicaciones específicas (como cuando decimos: “me compartieron un meme”) o a una serie de publicaciones que siguen un mismo patrón y consigna de participación (como cuando nos referimos a la circulación o propagación de cierto meme en múltiples publicaciones). Gabriele Marino (2020) propone, para el primer caso, hablar de *meme/token* y para el segundo, de *meme/type*, idea que tiene resonancias de la noción peirceana del *signo-réplica* (Peirce, 1987) y que se alinea con el concepto de *manifestación* del meme de Patrick Davison (2012) en un trabajo pionero sobre el tema.

Siguiendo todo lo anterior entendemos a lo memético como el conjunto de expresiones en redes sociales y entornos digitales que reescriben o reelaboran uno o más textos previos, traficando así configuraciones de sentido de estos hacia nuevos temas y/o referentes, dentro de una o varias consignas de participación que se manifiestan, simultáneamente, en otras expresiones discursivas de naturaleza similar. Estas son, para nuestra investigación, las condiciones fundamentales del objeto de nuestro estudio al que, por mera economía de lenguaje, denominamos *memes de Internet*¹⁰.

Sumamos a nuestra caracterización y comprensión de los memes las nociones de *humor hipermediático* de Damián Fraticelli (2023) y sus clases de lo reidero, entre las que se destacan la *sátira política* y la *situación cómica*, que serán de particular utilidad para este análisis, así como su diferenciación enunciativa de tres niveles: la *hipermediática* (la voz y el punto de vista de una cuenta de usuario, a lo largo de sus múltiples publicaciones y dentro de su *contrato de interacción*¹¹ con sus seguidores); la *mediática* (la voz y punto de vista en una publicación específica); y la *diagética* (las voces y puntos de vista en la diégesis de una publicación, como ocurre con los personajes de diversas ficcionalizaciones y chistes meméticos, que en los memes políticos, por lo general, son figuras como funcionarios, dirigentes, candidatos, periodistas).

Volviendo al *fan art*, este se enmarca en una voluntad de participación de los consumidores en la producción cultural que es de su agrado y la creación de *fantasías conjuntas* (Jenkins, 2008). A diferencia de los memes (por lo general fotomontajes o ediciones de imagen), el *fan art* recurre a la técnica más artesanal de la ilustración, aunque gran parte de la producción actual se realiza de manera digital. Marjorie Cohee Manifold (2009) identifica esta práctica con el trabajo de los artesanos medievales, en tanto que ambas requieren el aprendizaje de habilidades expresivas en función de satisfacer las necesidades de la comunidad,

¹⁰ “La principal razón para sostener que los memes de Internet constituyen un género dentro de las múltiples producciones que los usuarios comparten online es su reconocimiento como tal por parte de los “nativos” (Siri, 2016, p. 20).

¹¹ José Luis Fernández (2021) retoma este concepto de Carlos Scolari para el análisis de los sistemas de intercambio discursivo mediáticos. Plantea, de algún modo, la continuidad de la noción clásica de contrato de lectura para mediatizaciones contemporáneas interactivas (Fernández, 2021).

que a su vez aporta validación y status a estos realizadores. En el caso del *fan art*, esta comunidad es el *fandom* determinado de una serie, saga de libros o películas. En nuestro caso de estudio pareciera darse una doble validación: por un lado, de parte de otros ilustradores de *fan art* y, por otro, de usuarios en general que son consumidores de noticias y contenidos sobre política (sin embargo, este trabajo no puede corroborar estas conjeturas).

Por último, y dado que estamos hablando de piezas de conversación política (aunque no estrictamente de discursos políticos), retomamos la noción de Eliseo Verón (1987) de *colectivos de identificación*, que sumada a la idea de Milner (2016) de *counterpublics* (o *colectivos de oposición*, término que hemos acuñado en trabajos previos), nos permite pensar la participación lúdica digital (tanto en la creación de memes como de *fan art*) como políticamente orientada, sobre la base de creencias compartidas que delimitan relaciones de apoyo/afinidad, oposición/adversidad y neutralidad/indecisión –semejantes a las figuras de *pro*, *contra* y *paradestinatario* en el discurso político (Verón, 1987)–.

Dentro de esa lógica de confirmación/refutación de las ideas en torno a la que se organizan los *colectivos de identificación*, entendemos que los memes proveen material visual que alimenta lo que George Lakoff (2007) denominó el *framing* (“enmarcado”) de la comunicación política mediante el cual se interpreta y se comenta la agenda pública de acontecimientos, abonando a alimentar las creencias y verosímiles preexistentes de cada grupo.

4. CORPUS Y METODOLOGÍA DE ANÁLISIS

El artículo analiza la participación alrededor de dos tendencias meméticas que hemos denominado: “*Marra, el Español*” y “*Milei x Bregman*” –que serán explicadas más adelante–, las cuales se suscitaron a partir de dos series de hechos mediáticos durante la campaña electoral de 2023. Es un trabajo de tipo interpretativo que utiliza un enfoque metodológico cualitativo basado en la Teoría de los discursos sociales de Verón (1987), la cual apunta a la construcción de hipótesis sobre los procesos de producción social de sentido. En este caso será en relación a cómo públicos políticamente orientados intervienen en tendencias populares para promover las virtudes de su espacio y desalentar el apoyo a competidores.

El corpus recabado comprende un total de 44 capturas de imagen reunidas entre el 24 de septiembre y el 10 de octubre de 2023 en la red social digital Twitter/X¹². Todas estas piezas refieren a alguno de los dos candidatos de LLA, Javier Milei y Ramiro Barra. En su mayoría son capturas de piezas visuales y solo en algunos pocos casos de *tweets* y expresiones escritas. La recolección de estas piezas no siguió una lógica especial de muestreo y por lo tanto carece de representatividad

¹² Vale aclarar que las imágenes incluidas en el cuerpo de texto no comprenden la totalidad del corpus. De hecho, se incluyen otras que no lo componen a modo de referencia visual de tendencias y antecedentes relevantes. Solamente se incluyeron del corpus las imágenes que sirvieran mejor para ilustrar los casos y procedimientos discursivos pertinentes a este trabajo.

estadística. Sin embargo, las recurrencias halladas en el material (temáticas, retóricas y enunciativas) sí nos parecen conceptualmente representativas de las gramáticas de producción (Verón, 1993) de este tipo de discursos y de las lógicas de participación de los usuarios que intervienen en la conversación política.

Para estas 44 capturas se realizó una clasificación según la tendencia política de la pieza y del *enunciador hipermediático* que la publicó, con la finalidad de establecer la orientación favorable, contraria o neutral de cada uno y su relación mutua (por ejemplo, si una pieza es neutral pero su enunciador no lo es, o viceversa).

Para clasificar las piezas según la tendencia política adoptamos una serie de criterios: el primero es que todas las piezas se definirían en sentido de apoyo, crítica o neutralidad solamente con respecto a los candidatos de LLA, por ser el foco del trabajo. Para determinar esto último realizamos un análisis enunciativo (Verón, 1987) y de la propuesta reidera (Fratlicelli, 2023) de cada pieza con el objetivo de determinar si la caracterización de las figuras y voces de LLA coincide o no con la autopercepción de este colectivo de identificación.

Para establecer la tendencia política de cada enunciador hipermediático se exploró en sus otras publicaciones y lo compartido dentro del mismo período. Los usuarios que hayan expresado adhesión a Javier Milei, aliados políticos o usuarios que son reconocidos por su simpatía o militancia a LLA, fueron considerados *pro* LLA. Aquellos que tuvieran o hubieran compartido expresiones críticas son considerados *anti* LLA. Por último, quienes no hubieran mostrado publicaciones ni favorables ni en contra (lo cual, por lo general, coincide con no tener publicaciones de temática política) entre sus últimas veinte, serían considerados, para los propósitos de este trabajo, *neutrales*.

4.1. Caso 1: “Marra, el español”

El primer caso tiene como protagonista al entonces legislador y candidato a Jefe de Gobierno de la Ciudad Autónoma de Buenos Aires por LLA, Ramiro Marra, un *youtuber* financiero muy influyente en las redes sociales, conocido por sus declaraciones controversiales. El episodio en cuestión se desata, precisamente, a partir de sus dichos en dos entrevistas televisivas, el 24 y el 26 de septiembre. En la primera, Marra se refirió a los medios públicos de comunicación en general y al canal infantil de televisión Pakapaka en particular, y anunció la intención de cerrarlo, en una eventual presidencia de Milei, por considerarlo un instrumento de adoctrinamiento. Durante la segunda entrevista, consultado por estas declaraciones, Marra explicó que Pakapaka promovía una visión negativa de los españoles y agregó que él, como hijo de españoles, se sentía ofendido por esas representaciones¹³.

Estas declaraciones del candidato fueron objeto de críticas y burlas en las redes sociales por parte de usuarios que acusaron al legislador de promover

¹³ Ramiro Marra hace referencia a uno de los programas más exitosos de Pakapaka: El Asombroso Mundo de Zamba, en el que a menudo se relata la historia de la independencia argentina y se incluye, como villanos y antagonistas, a los colonizadores españoles.

sentimientos anti patrióticos (“cipayos”). Las publicaciones en contra de Marra se sirvieron también de una caracterización de su persona, también extensiva al colectivo libertario en general, como varones inmaduros sexoafectivamente que viven con sus padres, a menudo condensada en el mote peyorativo “pubertario” (mezcla de “púber” y “libertario”). Tal caracterización se ve plasmada en una de las piezas virales sobre dicho episodio, en la que se combinan los logotipos del canal de televisión Pakapaka (modificado como “paja paja”, alusivo a la masturbación) y del canal de YouTube *El Pibe Marra*, dedicado a compilar y celebrar apariciones del legislador en los medios de comunicación (Imagen 1):

Imagen 1. Pieza que combina los logotipos de Pakapaka (devenido “Pajapaja”) y el canal de YouTube *El Pibe Marra*



Fuente: “Martha M. Lamartha” – @marthalamartha – Twitter/X (25 de septiembre de 2023).

Además de esta operación de infantilización del candidato, otras piezas críticas producidas en respuesta a estas declaraciones operan también dentro de una tópica que ha sido motivo de muchos memes y discusiones online en el pasado: *argentinidad vs. españolidad*, y que suele resurgir como tema de conversación en las redes sociales durante las efemérides que celebran al prócer de la independencia Juan José de San Martín o como reacción a *tweets* y declaraciones peyorativas sobre la Argentina por parte de cuentas españolas –como Vox, partido político de la ultraderecha española, que celebra y reivindica el colonialismo– (imágenes 2, 3 y 4). San Martín es un personaje recurrente de estos memes, que sanciona o castiga las expresiones “antisoberanas”¹⁴.

¹⁴ El análisis de los memes de San Martín en las discusiones entre argentinos y españoles puede encontrarse en la página Medium (Canedo, 2022), donde el autor de este trabajo publica periódicamente artículos no académicos que sirven luego como insumo para investigaciones. Véase: <https://medium.com/@nicocanedo/un-correntino-con-asma-memes-y-argentinidad-en-la-semana-de-san-martin-8d13a676bba7>

Imagen 2. Publicación en Twitter/X en respuesta a la publicación de un fragmento de entrevista con Ramiro Marra. En la imagen el prócer confronta al candidato: “*Qué decís, la liberada concha de tu madre?*”



Fuente: “Cande” – @heladita – Twitter/X (25 de septiembre de 2023).

Imagen 3. Publicación en Twitter/X del día 17 de agosto de 2022, fecha que conmemora el Paso a la Inmortalidad de Juan José de San Martín, en la que se lo celebra con la imagerie memética de los Wojak Comics. Es una de las tantas expresiones del meme del “correntino con asma”, que disminuye –de forma humorística– las cualidades reconocidas al histórico prócer a las de un provinciano enfermo, como forma de ridiculizar la derrota del imperio español.



Fuente: “Profe Carlos” – @Mhshm_OK – Twitter/X (17 de agosto de 2022).

Imagen 4. Publicación de un usuario anti LLA en respuesta a una noticia sobre las declaraciones de Marra sobre Pakapaka, donde el simpático Zamba –de *El Asombroso Mundo de Zamba*– pierde su ternura característica, furioso por los dichos del legislador. El personaje (que representa para este público un símbolo de soberanía cultural) ejerce una función de sanción similar a la de San Martín en otros memes



Fuente: “Mauro” – @MauroFdZ – Twitter/X (24 de septiembre de 2023).

En las siete piezas que siguen (imágenes de 5 a 11) aparece lo que entendemos como un nuevo meme sobre Ramiro Marra al que hemos llamado “*Marra, el español*”. En estos la consigna de participación es producir imágenes y relatos de este personaje que, más que ser español, *se cree español* –como se verá, en ninguna de las piezas, ya sea a favor o en contra, se toma en serio la supuesta españolidad del candidato, que es siempre ridiculizada–. Dentro de este pequeño corpus de ocho publicaciones (dos se encuentran incluidas en la imagen 9), los seis primeros son de tendencia crítica y los últimos dos (imágenes 10 y 11) de tendencia favorable al candidato. Cinco son piezas visuales estáticas y tres son *tweets* escritos (8 y 9): en estos se reflota el género popular de chistes conocidos como “de gallegos”, que promueven una estereotipación denigrante de los españoles –como brutos y de corto intelecto–, en este caso aplicada a Marra.

Siguiendo las reglas de producción de los memes de Internet, las ocho publicaciones se realizaron como una reescritura o alteración de textos preexistentes: en el caso de las cinco piezas visuales (imágenes 5, 6, 7, 10 y 11) mediante la operación *quién es quién* (Canedo & Urbanitsch, 2017), que emplea lo que Gastón Cingolani (2023) denomina “rostros fungibles”, condición que “se basa en la relación de equivalencia con personajes en una situación nueva” (p. 61). Dos de estas recurren a *memes/types* muy conocidos y prolíficos: “mi familia es judío” (Imagen 7) y “muy bien pibe, seguí así” (Imagen 11). También se ven personajes (Siri, 2016) recurrentes como San Martín (Imagen 10), el niño judío (Imagen 7) y *Flork* (Imagen 6).

Imagen 5. Marra, en lugar de *Manolito*, el personaje de la exitosa tira cómica argentina *Mafalda* (hijo de inmigrantes españoles que administran un almacén de dudosa calidad) se aprovecha del Día de la Independencia para promocionar su negocio y recibe la desaprobación de sus amigos



Fuente: “El 9 de Nepal” – @El9deNepal – Twitter/X (25 de septiembre de 2023).

Imagen 6. Template en el que un Flork adulto arroja a su hijo sobre la reja de una escuela cerrada. En esta versión del meme, el niño es un Ramiro Marra obligado a asistir a clases durante el feriado por el Día de la Independencia



Fuente: “El Profe Romero” – @romerodiario – Twitter/X (26 de septiembre de 2023).

Imagen 7. Sobre el template “mi familia es judío”, original de un móvil televisivo de 2018, en vísperas de Navidad, en el que un niño entrevistado dice no festejarla porque su familia “es judío (sic)” (en esta versión Marra no festeja la independencia porque su familia “es español”)



Fuente: “Duro” – @duroms – Twitter/X (26 de septiembre de 2023).

Imágenes 8 y 9. Tres tweets con “chistes de gallegos” con Marra español como protagonista



Fuente: Anónimo – Twitter/X (26 de septiembre de 2023).



Fuente: “Ex persona” – @Exforradelengua – Twitter/X (26 de septiembre de 2023).

En todas estas piezas críticas, *la autopercepción de españolidad* es sancionada de distintos modos, ya sea por la mirada desaprobadora de sus pares (Imagen 5), por su exclusión de la celebración patria (imágenes 5, 6 y 7) o por la mera idiotez del personaje (imágenes 8 y 9). Es decir que estas piezas realizan una *sátira política*, en la que “el enunciador se alía con el enunciatario con el fin de ridiculizar y criticar la moral y las prácticas de los políticos” (Fratice, 2023, p. 156), en este caso, de Marra, con el efecto pragmático de sancionarlo por sus expresiones antipatrióticas.

Exceptuando los “chistes de gallegos” de las imágenes 8 y 9, en las que no está especificada la edad o madurez de su protagonista (simplemente caracterizado,

acorde con el género de estos chistes populares, como un “bruto”), en la participación crítica del candidato se da esta misma operación de infantilización de la imagen 1, consistente con la calificación de “pubertarios”. Comparando con la participación más favorable a Marra, en las siguientes piezas se verifica una interesante disputa por la caracterización de su madurez y hombría. Mientras que las imágenes 5, 6 y 7 lo infantilizan, las imágenes 10 y 11 mantienen su corporalidad de hombre adulto y suman, a su vez, caracterizaciones más activas y presumiblemente masculinas, siempre dentro de la consigna de participación del meme (Marra se cree español)¹⁵. Estas características, como se verá, son: rudeza (Imagen 10) y picardía (Imagen 11). Recuerdan a la figura del bromista, que según Fraticelli (2023) “invita al enunciario a ser cómplice de una travesura, reírse por un momento de las normas de la vida social” (p. 59), en este caso la solemnidad con la que el progresismo, su colectivo de oposición evoca a la figura de San Martín o se indigna por los llamados a reprimir manifestantes. El enunciador diegético Marra es un bromista más, al igual que los enunciadores hipermediáticos que *memean*.

Imagen 10. “Marra, el Español” conduce a *Los Tercios de Flandes* (conjunto de unidades militares españolas de los siglos XVI y XVII) contra los piqueteros (manifestantes)



Fuente: “ElBuni” – @therealbuni – Twitter/X (26 de septiembre de 2023).

¹⁵ Las dos cuentas de Twitter/X que publicaron las piezas que siguen son activas promotoras de Javier Milei y Ramiro Marra.

Imagen 11. Remake de la secuencia “muy bien, pibe, seguí así”, en el que un personaje en falta (en este caso Marra) elude la sanción de otro con autoridad (San Martín)



Fuente: “Los Herederos de Alberdi” – @LHDA16 – Twitter/X (28 de septiembre de 2023).

Otra diferencia con las piezas críticas es que en estas iteraciones de “*Marra, el Español*” su autopercepción de españolidad no le reporta sanciones ni adversidades, sino que es más bien narrada apenas como una excentricidad, quizás hasta simpática. Contrariamente a la caracterización peyorativa, estas piezas establecen el antagonismo Marra / “piqueteros” (Imagen 10), afín a propuestas del candidato para limitar las manifestaciones y protestas en la Ciudad Autónoma de Buenos Aires, mientras que la imagen 11 lo presenta como un transgresor astuto. Una última diferencia clave entre estas piezas y las críticas es que se distancian de la antinomia argentinidad/españolidad que caracteriza a la participación en memes de San Martín y en polémicas contra enunciadores pro-España. De ahí que la españolidad impostada de Marra no sea motivo de sanción en las piezas a favor suyo.

La participación pro Marra de este meme –que nace y prolifera con afán crítico–, muestra una estrategia interesante de desviación de la conversación: si para los usuarios críticos la percepción de españolidad de Marra es una expresión necesaria de sus malas cualidades como dirigente (antipatriotismo), en la reinterpretación libertaria del meme estas son cualidades excéntricas sin relación necesaria con sus capacidades o ideas de gestión, pero que lo acercan a su público, afín a las bromas que desmontan las solemnidades progresistas.

Respetando la consigna de participación original, las versiones libertarias del meme se desmarcan de los memes sobre la antinomia argentinidad/españolidad e introducen en la conversación nuevas apariciones del personaje que lo retratan de forma más elogiosa, e incluso en el caso de la imagen 10 refuerzan una de las propuestas de campaña del candidato a Jefe de Gobierno: su política antipiquetes.

4.2. Caso 2: el ship “Milei x Bregman”

El segundo caso se dio a partir del primero de los tres debates presidenciales, el 1 de octubre de 2023, en el que participaron los cinco candidatos: Javier Milei de LLA, Sergio Massa de UP, Patricia Bullrich de JxC, el Gobernador de la Provincia de Córdoba, Juan Schiaretti, de Hacemos por Nuestro País, y Myriam Bregman del Frente de Izquierda de los Trabajadores. Esta última tuvo un rol central en el episodio en cuestión¹⁶. Un intercambio entre los dos candidatos fue objeto de mucha conversación y bromas en las redes sociales, cuando Bregman, haciendo alusión a un apodo común que le dan a Milei sus partidarios (“el león”) declaró: “no es un león, es un gatito mimoso del poder económico”.

Parte importante del *live tweeting* (Fratlicelli, 2023) sobre el debate se centró en el apodo de Bregman a Milei. Una de las publicaciones con mayor alcance (a pocos minutos del hecho) consistió en un hilo de *tweets* que narra un *affaire* ficcional (una especie de *fan fiction* política) entre los dos (Imagen 12). A partir de esta ocurrencia, otros usuarios comenzaron a publicar imágenes que celebraban el improbable romance, las cuales en su mayoría consistieron, por un lado, en remezclas de series y *templates* de memes conocidos, con los rostros de los dos candidatos, y, por otro lado, en ilustraciones *fan art* con estética de *manga* y *animé* japoneses, muchas de ellas, como *remakes de pósters* y portadas de productos ya existentes de esa industria cultural. Siguiendo a Manifold (2009), el *fan art*

reinterpreta las narrativas originales (...) se hace evidente, por ejemplo, en imágenes que ilustran a personajes masculinos feminizados, yuxtaponen personajes en relaciones no canónicas (...) o sugieren, por medio de la representación visual, nuevas complejidades de la psicología de los personajes. (p. 13)¹⁷

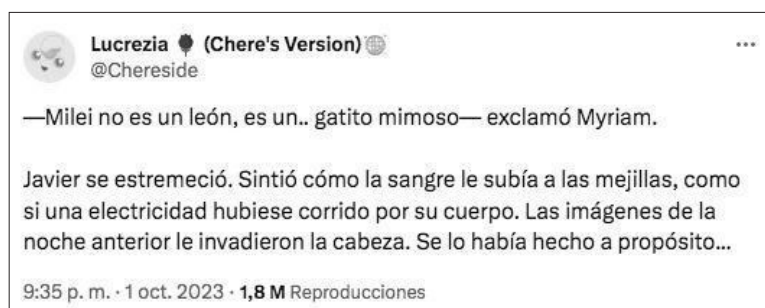
En este caso, sin embargo, el *fan art* político reinterpreta, no una narrativa comercial de la cultura del entretenimiento sino la de la vida pública, que opone a Milei y Bregman como figuras ideológicamente antagónicas, a las que, al decir de Manifold (2009), “yuxtaponen en una relación no canónica” (p. 13).

¹⁶ Se trata de una dirigente de la izquierda trotskista, abogada, que trabajó en la defensa de empresas recuperadas por los trabajadores y la condena a criminales de lesa humanidad durante la última dictadura militar argentina (1976-1983). Fue legisladora por la Ciudad de Buenos Aires y luego Diputada Nacional. Es feminista y militó a favor de la Ley de Interrupción Voluntaria del Embarazo, aprobada en el Congreso en 2020. Su posición ideológica y su militancia en materia de trabajo, derechos humanos, igualdad de género y medio ambiente (entre otras) la ubican en el extremo opuesto a Javier Milei.

¹⁷ Traducción propia.

Estas piezas repercutieron en otras plataformas y sitios web, como TikTok y Wattpad (de literatura amateur), donde otros usuarios subieron más historias de amor entre los candidatos. La ocurrencia del tweet original adquirió rápidamente el carácter de consigna de participación: producir texto, video e imágenes sobre el affaire ficcional. El *ship* –jerga de Internet que proviene de *relationship*– “*Milei x Bregman*” se constituyó así en un meme muy participativo.

Imagen 12. Primer tweet del hilo de @Chereside que detonó el meme “*Bregman x Milei*”, con casi dos millones de reproducciones



Fuente: “Lucrezia” – @Chereside – Twitter/X (domingo 1 de octubre de 2023).

Imagen 13. Versión del meme “*Helga I hate you but I love you*” (“*Helga te odio pero te amo*”) –proveniente del show infantil *Hey Arnold!*– en respuesta al tweet original con la *fan fiction*, unos minutos después de su publicación



Fuente: “Rodrigo Alejandro” – @abknBLXfMn – Twitter/X (domingo 1 de octubre de 2023).

Imagen 14. Otra versión del mismo meme en Imagen 13, publicada al día siguiente del debate, con una captura de imagen de una placa del diario *La Nación* (en su versión online) sobre las palabras más mencionadas por Bregman en el debate de la noche anterior (siendo "Milei" la primera) – @Usdtermo es un conocido usuario partidario de LLA



Fuente: "Termo" – @usdtermo – Twitter/X (lunes 2 de octubre de 2023).

En estos casos, el objeto de risa parece ser el hecho suscitado en el debate, de un apodo cariñoso (originalmente irónico) entre dos antagonistas políticos que, además, resultan ser varón y mujer. Siguiendo las clases de lo reidero que propone Fraticelli (2023), entendemos que se trata de lo que el autor denomina *situación cómica* donde:

hay una alianza entre el enunciador y el enunciatario en el rebajamiento del blanco. No obstante, su razón no se fundamenta en una propiedad del referente, como ocurre en la burla, ni existe una crítica sobre su conducta o su moral, como en la sátira. Lo que hace risible al referente es la particular situación en la que se encuentra. Vale aclarar que esa situación no se halla en el evento transmitido en sí, sino en la discursividad del tuit, aunque él es su condición de producción. (p. 161)

Y sigue, un poco más adelante:

Una cuestión que diferencia a las situaciones cómicas de la sátira política y la burla es que el mismo meme suele ser compartido por *proficialistas* y *antioficialistas*. Una hipótesis que puede esgrimirse es que, al no estar lo reidero fundamentado en lo político, se eluden las censuras ligadas a la identidad partidaria que inhibirían el placer de la risa. Eso posibilitaría una mayor propagación en la red en comparación a la sátira política y la burla. (Ibíd.)

Nuestro análisis del corpus corrobora esta participación heterogénea por lo que parece una consigna de participación que no está orientada políticamente (que convoca a *pros* y *contras*). De ahí que estas piezas pueden parecer de tendencia neutral.

Los enunciadores hipermediáticos de estas publicaciones tienen posiciones diversas en relación a los candidatos, que se hacen más explícitas en otras publicaciones. A diferencia de “*Marra, el Español*”, que comenzó con una tendencia marcadamente crítica, “*Milei x Bregman*” parece ser más bien expresión de lo que en Internet se conoce como “*for the lulz*”, “por los LOLs”, las risas (Milner, 2016). Una broma divertida que convocó a usuarios de distintas alineaciones políticas, sin que estas repercutieran necesariamente en la caracterización, ya que, como dice Fraticelli (2023), no se fundamenta en una propiedad del referente –es decir de las dos figuras antagónicas–. Las imágenes que se muestran a continuación fueron compartidas cada una por enunciadores hipermediáticos *anti* LLA (Imagen 15), *neutral* (Imagen 16) y *pro* LLA (Imagen 17), y circularon en compartidas de usuarios diversos, sin que existan diferencias políticamente significativas en la caracterización de los personajes de cada una de las imágenes.

Imágenes 15. De un enunciador hipermediático crítico de LLA



Fuente: usuario – @Sh1nji_Galli – Twitter/X (2 de octubre de 2023).

Imágenes 16. De un enunciador hipermediático neutral respecto de LLA



Fuente: "Tyna.Mo" – @mo_tyna – Twitter/X (2 de octubre de 2023).

Imágenes 17. De un enunciador hipermediático favorable a LLA



Fuente: "Gerrelk" – @eldragondeoscu1 – Twitter/X (2 de octubre de 2023).

En todas estas imágenes los candidatos llevan los mismos atuendos que en el debate: Milei de traje oscuro, Bregman de blazer verde. Muchas de las piezas producidas como participación de este meme son ilustraciones de artistas profesionales o semiprofesionales que pudieron llevar la atención del público hacia su trabajo y así darse a conocer. Esto fomentó aún más la participación de tendencia neutral que tomaba el descabellado romance como objeto de burla.

Por otro lado, al tratarse de ilustraciones, es decir, de imágenes producidas de forma artesanal, sin recurrir a fotomontajes, la participación de este meme muestra una suerte de plusvalor estético que resalta aún más lo cómico de estos discursos. La abundancia de ilustraciones generadas por el evento resulta notable y, en muchos casos, justificadamente hilarante, como se evidencia en diversos hilos de tweets (Imagen 18) y videos de TikTok (Imagen 19) que recopilan distintas obras visuales.

Imagen 18. Primer tweet de un hilo que compila piezas visuales (memes e ilustraciones) del *ship*. Adjunta una fotografía de Milei y Bregman en la cámara de diputados, durante una sesión. La intervención de la imagen pone un dibujo de dos corazones sobre Milei, mientras observa la disertación de Bregman



Fuente: “Pri”, @Prichusita. (2023, lunes 02 de octubre). Twitter/X

Imagen 19. Captura de video de TikTok, del influencer Michelo, que repasa distintas piezas del meme.



Fuente: “Michelo” – @Michelo – TikTok (2 de octubre de 2023).

La mayoría de las ilustraciones encontradas reproducen las estéticas *kawaii*, del manga y el animé japoneses (imágenes 20 a 25). Muchas de estas piezas se realizaron como remakes de imágenes de series conocidas de estos géneros. De esta manera, aunque la técnica de producción de imagen difiere de la mayoría de los memes de Internet, se inscribe en la lógica memética de la reescritura de material preexistente. Se trata de procedimientos intertextuales de tipo alusivos y paródicos que, como tales, apelan al reconocimiento de un público conocedor de las referencias, familiarizado con estos consumos culturales (Phillips & Milner, 2017). Por haberse producido al calor de una participación de redes sociales sobre una única consigna de participación es que consideramos que estas imágenes, sin ser estrictamente memes/tokens, se inscriben en la lógica de lo memético (Milner, 2016).

Imagen 20. Pieza de un tuitero libertario (ElBuni) con una ilustración de Bregman y Milei y el texto: “Mi candidata de izquierda no puede ser tan linda”



Fuente: “ElBuni” – @therealbuni – Twitter/X (4 de octubre de 2023).

Imágenes 22. Publicaciones en Twitter/X. Ilustración propia de Milei y Bregman, inspirada –según sus palabras– en una conocida ilustración (adjunta en la imagen 23) de los personajes Akane Tendo y Ranma Saotome, del anime *Ranma ½*. Aclara que “El perro faldero –en referencia al cachorro que sostiene Bregman en el dibujo– es (Nicolás) Del Caño”, compañero de fórmula presidencial de Bregman



Fuente: “Black Lotus Jael”, @blacklotusjael4. (2023, miércoles 04 de octubre). Twitter/X

Imagen 21. Ilustración de la novela “Mi hermana menor no puede ser tan linda” en la que se basa la imagen anterior



Fuente: Hiro Kanzaki. Ilustración de tapa de la novela *Ore no Imôto ga Konna ni Kawaii Wake ga Nai* (“Mi hermana menor no puede ser tan linda”), de Tsukasa Fushimi (2009) – Google Images.

Imagen 23. Ilustración de los personajes Akane Tendo y Ranma Saotome, del anime *Ranma ½*, en la que se basa la Imagen 22



Fuente: “Black Lotus Jael” – @blacklotusjael4 – Twitter/X (4 de octubre de 2023).

Imagen 24. Milei y Bregman como “furries” (animales antropomórficos, por lo general sexualizados)



Fuente: “MIMI” – @GyamMimi – Twitter/X (5 de octubre de 2023).

Imagen 25. Ilustración de una pareja, parecida a la del affaire ficcional. Según la usuaria, fue realizada “meses” antes del episodio, aunque no especifica que los retratados hayan sido pensados originalmente como los dos candidatos



Fuente: “Madam Juls Art” – @Juls_Berri – Twitter/X (4 de octubre de 2023).

Como dijimos, la participación y la producción de piezas de este meme parecen haberse disparado a partir del debate y del hilo de tweets de @Chereside el 1 de octubre de 2023. Sin embargo, una de las piezas más compartidas data de unos días antes y corresponde a otro ilustrador, aunque de estética occidental, Patrick O'Jota, realizador de los cómics *Tania, la última pelirroja* y *La nave de los inocentes*. El 27 de septiembre, el dibujante compartió en Twitter/X un dibujo donde la candidata Myriam Bregman está distraída del amor de su compañero de fórmula Nicolás Del Caño por los recuerdos o fantasías de un encuentro amoroso con Javier Milei (Imagen 26).

Imagen 26. Ilustración de Patrick O'Jota (realizada, según el tweet, por indicación de otro usuario) del 27 de septiembre de 2023, cuatro días antes del debate y del meme Milei x Bregman, y que tuvo mucha replicación luego del debate



Fuente: "Patrick O'Jota" – @PatrickAbrazos – Twitter/X (27 de septiembre de 2023).

Esta pieza se acerca más a una sátira política, dentro del "régimen de lo cómico degradante (reírse del otro rebajándolo)" (Fratlicelli, 2023, p. 210), donde la candidata de izquierda se vuelve objeto de una burla sexista: por ser mujer, se la rebaja como dirigente política a una chica enamorada, y su sociedad con Nicolás Del Caño (su compañero de fórmula) a la de una pareja trunca. Desde esa concepción de los roles de género, la Bregman en la diégesis anhela otro amor: el de Javier Milei, que se construye así como el "mejor hombre", el que se gana a la chica. A diferencia de lo que ocurría en las piezas anteriores, mucho más inocentes, aquí Milei y Bregman son representados visualmente en el acto sexoafectivo del beso. Esta explicitación del acto sería continuada y escalada

en las siguientes participaciones, en una deriva del *mostrar* que se acercará a la *imaginería pornográfica*.

Si bien esta pieza no fue producida como participación del meme, sí fue compartida y replicada a partir de este, así como incluida en hilos y tiktoks compilatorios de imágenes del *ship* (imágenes 27 y 28). El propio dibujante publicó en su cuenta de Twitter/X, luego del debate, memes que continuaban el chiste del affaire sobre esa misma caracterización y línea satírica, que muestran a Bregman secretamente enamorada de Milei y atribulada por sus sentimientos.

Imagen 27. Sobre el template *Wolverine Crush*, Bregman (en lugar del emblemático personaje de *X-Men*) mira con anhelo una foto de Milei durante el debate



Fuente: "Patrick O'Jota" – @PatrickAbrazos – Twitter/X (2 de octubre de 2023).

Imagen 28. Retoma del gag de *The Simpsons* de “la jirafona insípida” (según el doblaje latinoamericano) donde Bart Simpson/Myriam Bregman prefieren la seducción de Jessica Lovejoy/Javier Milei por sobre la “jirafona insípida” (una chica alta y sin gracia) / Nicolás Del Caño (“vendedor de pan relleno”, según un conocido chiste despectivo sobre la militancia de izquierda y universitaria)



Fuente: “Patrick O’Jota” – @PatrickAbrazos – Twitter/X (3 de octubre de 2023).

Esta segunda línea de representaciones exhibe un elemento que puede encontrarse en algunas piezas anteriores, como por ejemplo en las dos versiones del meme *Helga I hate you but I love you* (imágenes 13 y 14) que es el anhelo de Bregman por Milei, que en el caso de la imagen 14 (de un enunciador hipermediático *pro* LLA) es sugerida como una obsesión de la candidata por su competidor. Más allá de ese elemento en común, estas piezas desentonan con las anteriores por la presencia de imágenes explícitas de los personajes involucrados físicamente (que en las próximas piezas alcanzan composiciones y estilos pornográficos) y una caracterización más activa de Milei, que excita con deliberación a una indefensa y pasiva Bregman, puesta así en ridículo (imágenes 29 y 30).

Imagen 29. Fotomontaje de Milei y Bregman, de sus apariciones en el debate, en el que él parece estar estimulándola sexualmente a ella, sumisa



Fuente: “El Yisus” – @yisus_censurado – Twitter/X (4 de octubre de 2023).

Imagen 30. Fotomontaje que pone las caras de Bregman y Milei a los actores en una imagen erótica



Fuente: “Usuarios siendo domados” – @sindicatodedom4 – Twitter/X (4 de octubre de 2023).

La imagen 29 agrega (en el texto del tweet) diálogos a una imagen que ya había tenido una circulación previa entre usuarios libertarios. El diálogo ficticio entre los personajes tematiza en la venta ilegal de dólares¹⁸ que Milei promueve y figuras como Bregman, presumiblemente, no.

Reutiliza una conocida secuencia dialogal memética, generada por usuarios como un chiste sobre un *frame* de la película italiana *Chiamami col tuo nome*, que narra la historia de amor de dos varones. En el template, el más joven de ellos apoya su mano sobre los genitales del otro. Los chistes de usuarios suelen emular un diálogo entre los personajes, donde el que toca le toca el genital a otro, le hace una pregunta alusiva a su pene erecto, con denominaciones vulgares y ocurrentes (ejemplo: “¿sos conductor? / “no, ¿por qué?” / “¿y esta *palanca de cambios*?”). Siguiendo esa misma lógica, la “cueva” –que es como se conoce popularmente las casas de compra y venta de dólares– alude vulgarmente a los genitales de la candidata.

La imagen 30 se enfoca en otra parte del cuerpo femenino comúnmente cosificada: el busto. Al igual que en la pieza anterior, se muestra al personaje femenino como un *recurso sexual disponible* para el masculino.

Todos estos usuarios que compartieron estas piezas son declaradamente simpatizantes (cuando no promotores) de Milei, clasificados como *pro LLA* en nuestro relevamiento de enunciadores hipermediáticos. Ya sea a través de sus alias de usuario como de sus publicaciones abiertamente celebratorias, estos participantes de la conversación se presentan como afines al candidato libertario.

Estas participaciones pueden entenderse entonces como provocaciones: expresiones deliberadamente ofensivas que buscaron suscitar la reacción y el enojo de sus contradestinatarios progresistas, quienes electoralmente se inclinaban ya sea por Myriam Bregman o por el entonces candidato del oficialismo, Sergio Massa. La participación coordinada de usuarios libertarios en este ataque a la dirigente trotskista, durante esos días, sirvió para darle centralidad y protagonismo a aquella, en detrimento del candidato del gobierno, apelando al feminismo como un valor común entre ambos electores, pero al cual la candidata de izquierda dio un lugar mayor en su campaña que el del peronismo (cuya estrategia fue apelar a un voto más bien de centro, con un llamado a defender las instituciones democráticas). Vale aclarar también que Massa había ganado la interna del peronismo contra Juan Grabois, un competidor de su espacio con una plataforma más de izquierda, y que había dudas sobre si algunos de sus votantes apoyarían a Massa o se irían con Bregman en las elecciones generales.

De esta forma, el “mileismo” buscó cambiar el eje de la confrontación, con la esperanza de dividir los apoyos en el espectro progresista. En la imagen 31, un usuario pro LLA celebra la probable migración de votos de Grabois a Bregman, con otro meme del affaire:

¹⁸ El Estado argentino por entonces regulaba la compra y la venta de dólares para evitar su encarecimiento desmedido. Milei no solo fue promotor de la libre circulación de la moneda, sino que proponía la dolarización y el cierre del Banco Central, entre sus ejes centrales de campaña.

Imagen 31. Fotomontaje de las caras de Bregman y Milei sobre una foto de Eva Duarte y Juan Domingo Perón. “Massa ya no sabe qué hacer mientras ve el 5% de (los votos de) Grabois, yendo para la rusita (Bregman)”, en respuesta a un tweet del 4 de octubre GordoDan (libertario) que celebraba irónicamente a Bregman como una “candidataza”



Fuente: “Rodrigo” – @jrodbtc – Twitter/X (4 de octubre de 2023).

En el repaso de estas piezas se ve cómo con el correr de los días y el aumento de la participación, usuarios afines a LLA buscaron convertir una consigna neutral sobre una situación divertida, en una forma de celebrar a su candidato, y a su vez de provocar a una de sus competidores e invisibilizar a otro. Este tipo de maniobras se vuelven recurrentes en la conversación política digital, donde la producción y circulación de imágenes –ya sea a través de memes como de *fan art*– van ganando centralidad y relevancia.

A continuación, siguen algunas reflexiones, a modo de conclusión.

5. CONCLUSIÓN: LA DISPUTA POR EL CONTROL DE LOS MEMES

En este trabajo se intentó dar cuenta de cómo públicos políticamente orientados hacen uso de las consignas de participación memética para fijar sus encuadres y caracterizaciones de los actores políticos, es decir, para producir creencias (Verón, 1984). La aparición de memes exitosos en relación a algún suceso que es tema de conversación pública trae consigo la atención de ciudadanos y de medios informativos, y, con ello, grandes niveles de circulación y alcance. A su vez, el tono lúdico y “no serio” (Fratlicelli, 2023), así como la activación en cascada (Calvo & Aruguete, 2020) y proliferación de estos contenidos pueden dotar a estos discursos de una vastísima verosimilitud. Esto explica por qué puede ser de interés, para grupos políticamente orientados, adentrarse en estas zonas de participación y disputar el control de esos memes para imponer sus propios encuadres.

En el caso de *“Marra, el Español”*, que nació como un meme crítico, vimos intentos de cuentas libertarias de participar revirtiendo algunos de los componentes peyorativos más comunes: infantilización del candidato, sanción de la autopercepción de españolidad y antagonismo entre las identidades argentina y española. A estos lugares comunes de la crítica, estos usuarios opusieron una representación de Marra como un bromista adulto con el cual reírse de la solemnidad progresista. Todo eso sin transgredir la consigna de participación de crear situaciones ficcionales y cómicas en las que Marra se cree español.

En el caso de *“Milei x Bregman”*, más abundante en material, observamos primero un cruce interesante entre la política y el *fan art*, con ilustradores y aficionados aprovechando una broma muy convocante para dar a conocer su trabajo e interactuar, de manera lúdica, con otros participantes dentro de espacios de afinidad políticamente transversales. Sin embargo, también observamos que esa transversalidad facilitó a usuarios libertarios para apropiarse del meme e ir torciendo el flujo de participaciones y discursos a su favor, posiblemente con más éxito y visibilidad que en el caso anterior.

La participación de usuarios pro LLA permitió, en el primer caso, hacer circular ideas como la de que Marra es intransigente y severo con las protestas en la vía pública, o que es astuto para eludir las censuras. En el segundo caso, en cambio, buscaron reforzar el antagonismo con Bregman para desplazar de la conversación al competidor del oficialismo.

Naturalmente, todo esto abre una serie de preguntas e hipótesis sobre los efectos de reconocimiento, que se deberán seguir estudiando. Nuestra intuición es que, si bien es posible que buena parte de la circulación de estas producciones tenga lugar entre cuentas y usuarios políticamente afines, cierta ambigüedad en la producción de sentido de estos textos puede permitir una circulación transversal a los distintos colectivos de identificación, y con ello la posibilidad de incidir entre sus participantes menos convencidos.

Dicha ambigüedad proviene del carácter polisémico de la imagen (Barthes, 1986) así como de la ironía y ambivalencia de los textos reideros, que permite que los usuarios que los ponen en circulación se enmarquen y desmarquen con facilidad de “lo serio”, según convenga en los intercambios polémicos que tienen lugar en las redes sociales.

De esta manera, la participación memética puede ser una nueva instancia de disputa política con lógicas de intervención diferentes a las de la comunicación y acción política tradicionales. En ese sentido, este trabajo también provee algunas claves para pensar de qué se trata: multiplicidad de usuarios/enunciadores que no exhiben una militancia orgánica; reescritura de textos y consumos culturales; y una proliferación de estilos visuales que desentonan con la imaginería política tradicional. Esto último vale especialmente para el *fan art*. Si bien los memes son también disonantes, la facilidad para producirlos los vuelve una suerte de “moneda corriente” en los espacios digitales. El *fan art*, en cambio, es más de nicho. Como muestra este artículo, las participaciones del *fan art político* parecieron más motivadas por la afición misma a esa práctica de artistas amateur en busca de mostrarse, divertirse y buscar la validación entre pares (Manifold, 2009). Sin embargo, la participación masiva llevó a que públicos políticamente orientados aprovecharan ese flujo de atención para intervenir de formas tendenciosas y colar en el corpus de imágenes compartidas sus propias creaciones. Nuestra hipótesis es que este tipo de acciones son formas de intervención en la circulación discursiva, es decir, intentos de encauzar el flujo de discursos sociales y conducirlos hacia las interpretaciones y lecturas funcionales a un proyecto político determinado. Son intervenciones menos estratégicas que tácticas, más espontáneas que premeditadas, pero que siguen patrones comunes de supervisión e intervención de la conversación digital, el nuevo territorio en donde disputar sentido y representatividad políticas.

REFERENCIAS

- Barthes, R. (1986). Retórica de la imagen. En *Lo obvio y lo obtuso. Imágenes, gestos, voces* (pp. 29-47). Barcelona: Paidós.
- Bitonte, M. E. & Siri, L. (2021). Mediatización de la pandemia a través de memes de Internet: construcción semiótica de espacios y temporalidades sociales. En *Interacciones mediatizadas: contactos y vínculos antes y durante la pandemia* (pp. 128-160). Rosario: UNREditorial.
- Calvo, E. & Aruguete, N. (2020). *Fake news, trolls y otros encantos: Cómo funcionan (para bien y para mal) las redes sociales*. Ciudad Autónoma de Buenos Aires: Siglo XXI Editores.
- Canedo, N. & Urbanitsch, V. (2017). Humor político en las redes sociales: ¿nuevas mediatizaciones de la conversación política? *Actas de las IX Jornadas de Jóvenes*

Investigadores del Instituto de Investigaciones Gino Germani. Ciudad Autónoma de Buenos Aires: Instituto de investigaciones Gino Germani – Universidad de Buenos Aires.

Canedo, N. (2022). Un correntino con asma. Memes y argentinidad en la semana de San Martín. *Medium*. Recuperado de: <https://medium.com/@nicocanedo/un-correntino-con-asma-memes-y-argentinidad-en-la-semana-de-san-mart%C3%ADn-8d13a676bba7>

Canedo, N., Urbanitsch, V. & Sierra, D. (2019). Llorando en el colón. Retomas discursivas del g-20 en los Internet memes. *Actas del 14° Congreso Mundial de Semiótica*, International Association for Semiotic Studies. Ciudad Autónoma de Buenos Aires: Asociación Argentina de Semiótica y Universidad Nacional de las Artes.

Carlón, M. (2016). Registrar, subir, comentar, compartir: prácticas fotográficas en la era contemporánea. En *Estética, medios y subjetividades* (pp. 31-54). Santiago de Chile: Universidad Pontificia Católica de Chile.

Carlón, M. (2019). Individuos y colectivos en los nuevos estudios sobre circulación. *In Mediaciones de la Comunicación*, 14(1), pp. 27-46. Recuperado de: <https://revistas.ort.edu.uy/inmediaciones-de-la-comunicacion/article/view/2884/2924>

Carlón, M. (2020). *Circulación del sentido y construcción de colectivos en una sociedad hipermediatizada*. San Luis: Nueva Editorial Universitaria.

Cingolani, G. (2023). I-memes: operaciones de identificación en mediatizaciones con rostros fungibles y no fungibles. En Fernández, J. L., Leone, M., Soro, E. & Voto, C. (eds.), *Mitos, narrativas y obsesiones de las plataformas digitales* (pp. 9-13). Roma: Aracne.

Danung, J. & Aattaway, L. H. (2008). All your media are belong to us: An analysis of the cultural connotations of the Internet meme. *Literature, culture and digital media*, 17, pp. 1-20. Available in: https://www.academia.edu/2211887/All_Your_Media_Are_Belong_To_Us_An_Analysis_of_the_Cultural_Connotations_of_the_Internet_Meme

Davison, P. (2012). The Language of Internet Memes. In Mandiberg, M. (ed.), *The Social Media Reader* (pp. 120-134). New York: New York University Press.

Dawkins, R. (1979). *El gen egoísta*. Barcelona: Labor.

Deacon, T. (1999). Memes as Signs in the Dynamic Logic of Semiosis: Beyond Molecular Science and Computation Theory. *The Semiotic Review of Books*, 10(3), (pp. 1-3). Available in: https://www.researchgate.net/publication/221648972_Memes_as_Signs_in_the_Dynamic_Logic_of_Semiosis_Beyond_Molecular_Science_and_Computation_Theory

Fernández, J. L. (2021). *Vidas mediáticas. Entre lo masivo y lo individual*. Ciudad Autónoma de Buenos Aires: La Crujía.

- Fraticelli, D. (2023). *El Humor Hipermediático. Una nueva era en la mediatización reidera*. Ciudad Autónoma de Buenos Aires: Teseo.
- Gutiérrez De Angelis, M. (2016). Del Atlas Mnemosyne a GIPHY: La supervivencia de las imágenes en la era del GIF. *e-imagen Revista*, 2(3). Recuperado de: <https://www.e-imagen.net/del-atlas-mnemosyne-a-giphy-la-supervivencia-de-las-imagenes-en-la-era-del-gif/>
- Jenkins, H. (2008). *Convergence Culture. La cultura de la convergencia en los medios de comunicación*. Barcelona: Paidós.
- Jost, F. (2023). *Dígalos con memes. De la parodia al mundo digital*. Ciudad Autónoma de Buenos Aires: La Crujía.
- Katz, Y. & Shifman, L. (2017). Making sense? The structure and meanings of digital memetic nonsense. *Information, Communication & Society*, 20(6), pp. 825-842. DOI: <https://doi.org/10.1080/1369118X.2017.1291702>
- Lakoff, G. (2007). *No pienses en un elefante. Lenguaje y debate político*. Madrid: Editorial Complutense.
- Manifold, M. C. (2009). Fanart as craft and the creation of culture. *International Journal of Education through Art*, 5(1). pp. 7-21. Available in: https://www.researchgate.net/publication/249919110_Fanart_as_Craft_and_the_Creation_of_Culture
- Marino, G. (2020). Semiótica de la propagabilidad: Un enfoque sistemático de las imágenes virales a través de Internet. *La Tadeo de Arte*, 6(6), pp. 22-55. DOI: <https://doi.org/10.21789/24223158.1415>
- Milner, R. M. (2016). *The World Made Meme: Public Conversations and Participatory Media*. Cambridge: The MIT Press.
- Peirce, C. S. (1987). *Obra lógico-semiótica*. Madrid: Taurus
- Phillips, W. & Milner, R. M. (2017). Decoding memes: Barthes' punctum, feminist standpoint theory, and the political significance of # YesAllWomen. In *Entertainment Values* (pp. 195-211). London: Palgrave Macmillan.
- Phillips, W. & Milner, R. M. (2018). *The ambivalent Internet: Mischief, oddity, and antagonism online*. Cambridge: Polity Press.
- Rocha Alonso, A. (2008). De lo indicial, lo icónico y lo simbólico en las manifestaciones del sentido. En *Semiótica de los Medios*, Cátedra Prof. María Rosa del Coto, Facultad de Ciencias Sociales, Universidad de Buenos Aires, Argentina.
- Shifman, L. (2014). *Memes in Digital Culture*. Cambridge: The MIT Press.
- Siri, L. (2016). Memes en Internet: el escándalo Snowden. *L.I.S. - Letra. Imagen. Sonido. Ciudad mediatizada*, VIII(16). Recuperado de: <https://publicaciones.sociales.uba.ar/index.php/lis/article/view/3835>

Verón, E. (1987). La palabra adversativa. En AA.VV., *El discurso político. Lenguajes y acontecimientos* (pp. 12-26.) Ciudad Autónoma de Buenos Aires: Hachette.

Verón, E. (1993). *La semiosis social: Fragmentos de una teoría de la discursividad*. Barcelona: Gedisa.

Verón, E. (1995). *Semiosis de lo ideológico y del poder/La mediatización*. Ciudad Autónoma de Buenos Aires: CBC-UBA.

* Contribución de autoría: la conceptualización y el desarrollo integral del artículo fue realizado por el autor.

* Nota: el Comité Académico de la revista aprobó la publicación del artículo.

* El conjunto de datos que apoya los resultados de este estudio no se encuentran disponibles para su uso público. Los datos de la investigación estarán disponibles para los revisores, si así lo requieren.



Artículo publicado en acceso abierto bajo la Licencia Creative Commons - Attribution 4.0 International (CC BY 4.0).

IDENTIFICACIÓN DEL AUTOR

Nicolás Canedo. Licenciado en Ciencias de la Comunicación, Universidad de Buenos Aires (Argentina). Docente, Universidad de Buenos Aires. Columnista especializado en conversación política digital en el diario *elDiarioAR*. Investigador con perspectiva cualitativa sobre temas de opinión política en consultoras privadas. Ha escrito artículos académicos en los que cruza memes y política y participa de proyectos de investigación radicados en la Universidad de Buenos Aires.

ENTREVISTAS

INTERVIEWS

ENTREVISTAS

ENTREVISTA A FRANÇOIS JOST

Contra una creencia ciega en la imagen

Against blind belief in images

Contra uma crença cega na imagem

DOI: <https://doi.org/10.18861/ic.2024.19.2.3865>

► POR ARIEL GUREVICH

arielgure@gmail.com – Ciudad Autónoma de Buenos Aires – Universidad de Buenos Aires, Argentina.

ORCID DEL ENTREVISTADOR: <https://orcid.org/0009-0006-1879-9983>

CÓMO CITAR: Gurevich, A. (2024). Entrevista a François Jost. Contra una creencia ciega en la imagen. *InMediaciones de la Comunicación*, 19(2). DOI: <https://doi.org/10.18861/ic.2024.19.2.3865>

François Jost es profesor emérito en la Sorbona de París (Francia), especialista en análisis del discurso, narratología y enunciación audiovisual. Profesor invitado en numerosas universidades, es uno de los referentes más destacados de la semiología mundial. Ha escrito o coordinado treinta y cinco libros sobre cine, televisión y medios digitales, así como dos novelas, guiones y films. Tenemos otro privilegio: sigue produciendo activamente y pensando las problemáticas del presente, con una mirada que asombra por su lucidez, destaca por su rigor teórico e invita al juego en el placer por abordar objetos en apariencia laterales, triviales y siempre anclados en nuestra época. El ejercicio de la semiología en Jost pareciera al mismo tiempo una necesidad, una aventura y una urgencia.



El origen de su último libro en español, *Dígalos con memes. De la parodia al mundo digital* (2023) se remonta a su participación en la conferencia plenaria durante el Congreso Mundial de Semiótica realizado en Buenos Aires en 2019, donde Jost revisó su recorrido teórico. Su trayectoria de investigación, que partió en la semiología del cine y luego fue hacia imágenes mucho menos “nobles”, como las de la televisión, los *reality shows* y las series, recientemente se ha centrado en las imágenes provenientes del mundo digital, especialmente los memes.

Interesado por conocer este nuevo universo de imágenes, *Dígalos con memes* puede ser leído como una suerte de policial. Jost se enfrenta a un caso –*Confused Travolta*, un pasaje de la película *Pulp Fiction* de Quentin Tarantino que es retomado como meme¹– y emprende una investigación para develar y explicar ese misterio que es la vida de los memes, y al final también se encuentra descubriendo algo sobre sí mismo: un placer personal, que al igual que los memes, siempre remite a algo anterior, a la impronta y los móviles de su trabajo analítico.

En Jost conviven la honestidad intelectual del semiólogo consagrado, el desafío de pensar los fenómenos digitales inscriptos en una tradición y la vocación de hablarle a un público no necesariamente especialista, y el humor elegante de un investigador que decide abordar la complejidad del sentido social entrando por sus objetos “malos” o “ilegítimos”, por su cotidianeidad más prosaica. Una prueba de que la investigación puede ser un juego serio, tanto más entretenido cuanto más se compromete con las reglas de su método. Y que el conocimiento en su caso es una creación que no podría hacerse sin el placer y el gusto por lo que ama.

ARIEL GUREVICH (A.G.): En *Dígalos con memes* es bien interesante el relato de *Confused Travolta* (Imagen 1) como primera experiencia que le dio de probar “el gusto por este objeto”, por el meme. En su larga producción pareciera que la investigación va asociada a un rigor metodológico no exento de cierto placer personal, sostenido en la idea de que no estudiamos un tema o un objeto por azar. ¿Cuándo empezó a interesarse por las imágenes?

FRANÇOIS JOST (F.J.): Mi interés por la imagen apareció cuando fui a ver un film, tenía unos veinte años. Esa película, estrenada en 1968, era *L'Homme qui ment* (*El hombre que miente*), de Alain Robbe-Grillet, conocido por poner en crisis los códigos de la narración. Entonces traté de comprender qué era aquello que me había gustado en ese film. Me volví hacia la semiología del cine, que acababa de ser emprendida por Christian Metz. Y muy pronto me di cuenta de que esa semiología no podía pensar ese tipo de relato. Esto dio lugar a mi primer libro, que publiqué en 1979 con Dominique Chateau: *Nouveau cinéma, nouvelle sémiologie. Essai d'analyse des films d'Alain Robbe-Grillet*. En ese

1 Véase: <https://www.youtube.com/watch?v=RqJV0fl01w>

momento, el cine no formaba parte de una disciplina académica y ni siquiera sabía que me iba a convertir en investigador universitario.

Imagen 1. Meme variación de *Confused Travolta*



A.G.: Como estudioso de las imágenes y los medios de comunicación, ¿cuáles considera que han sido los principales cambios en los temas y en las metodologías de análisis desde el sistema mediático basado en el *broadcasting* y las grandes instituciones mediáticas, a un sistema híbrido como el contemporáneo, donde aquel coexiste con medios y plataformas con base en Internet?

F.J.: Pienso que el cambio principal es que tuvimos que salir de la inmanencia del texto, de una semiología estructural que no podía dar cuenta de la importancia del contexto de las imágenes, y, especialmente, de su circulación.

A.G.: ¿Cuáles son los principales desafíos en los estudios de los actuales fenómenos comunicativos en las sociedades hipermediatizadas?

F.J.: El principal desafío, para mí, es construir saberes transmisibles que luchen contra la creencia ciega en la imagen. Hoy, en las comunicaciones en red, las imágenes son a la vez informativas y divertidas. Estos dos funcionamientos no son nuevos, pero hoy se mezclan. Si consideramos los memes, parecen hechos para reír, mientras que en realidad juegan para algunos el rol de un editorial o de una pieza de información.

A.G.: La vacilación entre lo antiguo y lo nuevo, que usted retoma en una de las variaciones de *Distracted boyfriend*², pareciera ser no sólo exclusiva de los memes, también de los investigadores. Usted pareciera más preocupado en pensar prácticas y géneros digitales anclados en una historia, que en observar una ruptura radical.

² Las variaciones en memes de *Distracted boyfriend* se basan en una fotografía de Antonio Guillem.

F.J.: Siempre estoy interesado en distinguir lo que en la Web es totalmente nuevo, y lo que es continuación de otras manifestaciones, de otros fenómenos. Es un poco en esta óptica que quise estudiar los memes. Por esta razón el subtítulo de *Dígalo con memes* es una trayectoria: *de la parodia al mundo digital*. Es decir, preguntarme si eran imágenes totalmente nuevas, completaban una ruptura total, o si, al contrario, estaban en continuidad con muchos otros fenómenos. Entonces, advertí que la parodia es uno de los procedimientos que encontramos con frecuencia en los memes, en gran parte de la producción *memética*. Por eso, mi primer trabajo fue diferenciar lo que pertenece a la parodia y lo que los memes cambian con respecto a la parodia.

A.G.: ¿Y cuáles son esos puntos de contacto y diferencia?

F.J.: Además de la continuidad, para mí hay algo más: me interesé mucho por lo banal en un libro propio, *El culto de lo banal. De Duchamp a los reality shows* (2012), y en lo que el escritor Georges Perec (2013) llamó *lo infraordinario*, es decir, todo lo que es tan habitual que no le prestamos más atención. Esto, además, cuesta mucho que se introduzca en las universidades, que suelen preferir mantener una aprehensión por los objetos legítimos.

La parodia, que a menudo es burla, diría que es también un fenómeno antropológico. Se trata de estudiarla desde un punto de vista semiológico. Aunque más que de parodia, habría que hablar de *travestismo*, porque uno de los puntos importantes para comprender los memes es que son degradantes. Las parodias pictóricas, al contrario, son una manera de magnificar a su objeto.

A.G.: Trasversal a su análisis, pareciera haber una reivindicación del placer: placer personal por el objeto y del investigador que lo analiza. Placer por la risa, pero también placer “malicioso”, placer por la repetición y la variación.

F.J.: Si me interesé por los memes, es también porque amo el humor, pero también, evidentemente, la parodia. Amo las variaciones. Este interés casi afectivo por cierto número de figuras y tropos me llevaron hacia los memes.

A.G.: *Dígalo con memes* es altamente instructivo, entretenido y didáctico. Allí usted propone una definición *pocket de meme* (*ad mínima*) que los lectores tendrán que buscar. ¿Dónde termina y empiezan los memes? ¿Nos puede hablar de la construcción de este perímetro?

F.J.: La viralidad, que atribuimos seguido a los memes, no es para mí un punto de partida en la medida que es más bien un “éxito” del meme, pero no una condición que lo define. Por ejemplo, podemos diferenciar la imagen viral del meme por el hecho que una imagen viral es, por ejemplo, el *Gangnam Style*, que muestra una danza que imita el galope del caballo y que circula sin necesitar adjunciones verbales y que obtienen muy rápido millones de visualizaciones.

Esto se convierte en meme desde el momento en que añadimos, por ejemplo, palabras o bien alteramos la imagen introduciendo, por ejemplo, al presidente de los Estados Unidos o el candidato a la presidencia junto al *Gangnam Style*. Por esta razón el meme debe ser comprendido bajo una óptica pragmática. Es muy difícil pensar el meme en una lógica puramente estructural porque el meme reenvía a su contexto de dos maneras diferentes.

Por un lado, hay que tener conocimientos de otros memes. Muy a menudo, los memes son variaciones diferentes en torno a un mismo tema. Segundo, hay que conocer evidentemente la actualidad. Algunos memes escapan totalmente a la comprensión del espectador si no conoce la actualidad. Por ejemplo, no podría haber entendido las intenciones paródicas en los memes del presidente Javier Milei si no investigaba que pasaba en Argentina para comprender perfectamente el sentido de ciertos memes.

A.G.: ¿Por qué considera importante investigar los memes en la actual cultura contemporánea?

F.J.: Porque, como decía, los memes son una forma nueva de comentar la actualidad que se inscribe a la vez en géneros antiguos como la caricatura o la parodia. Pero también porque tomaron una dimensión global, como la pandemia. Sus variaciones de un punto a otro del planeta son a veces el síntoma del miedo universal, al tiempo que sus variaciones nos enseñan y explican desde un punto de vista cultural acerca del país que los modifica o que los hace circular.

A.G.: En esta línea, usted rastrea distintos “clásicos”, o memes que se volvieron virales e icónicos de la pandemia memética referida al COVID-19: Confused Travolta, variaciones de La última Cena de Leonardo da Vinci (Imagen 2) y, sobre todo, la Coffin Dance. ¿Cómo es que un meme se vuelve viral?

F.J.: Para que un meme “ideal”, no en el sentido de forma perfecta, sino en el sentido de un meme que vehiculiza una idea o una información a través de una imagen, se convierta en viral, epidémico o pandémico, debe intervenir en un contexto en el que responda a expectativas o se adhiera a creencias comunes, un poco a la manera del funcionamiento de las noticias falsas según el historiador Marc Bloch (2019).

Como vemos, nos equivocaríamos al considerar a los memes sólo como una diversión, última recaída humorística de la cultura pop practicada por jóvenes ociosos. Si estas “imaginaciones ya preparadas” pueden hacer creer y fermentar noticias falsas, también pueden ser el origen de representaciones que las hacen aflorar en el espacio público como síntomas de una creencia o



Jost, F. (2023). *Dígalos con memes. De la parodia al mundo digital*. Ciudad Autónoma de Buenos Aires: La Crujía. (Trad. Ariel Gurevich).

de un miedo que no se expresa directamente. De ahí el interés de examinar los memes cuya viralidad es mayor, como la *Coffin Dance*, que acompañó a la humanidad confinada.

Imagen 2. Meme en los inicios de la pandemia por COVID-19



Fuente: imgflip - <https://imgflip.com/tag/the+last+supper>.

A.G.: ¿Podría explicar la metodología que construyó para analizar materiales tan difíciles de “inmovilizar” y de circunscribir?

F.J.: Es muy difícil resumirlo en pocas líneas. Lo más difícil es conformar un corpus. En lo que a mí respecta, elegí analizar los diez memes más populares para los usuarios del sitio *Know your meme*. Los analicé en función de varios criterios: su mundo de referencia (real, ficticio, lúdico) y las plataformas en las cuales aparecen, sus fechas de aparición, sus funciones, y otras referencias y criterios analíticos.

A.G.: ¿Cuáles serían, a su entender, las características más representativas de los memes y los usos que éstos adquieren en la sociedad contemporánea?

F.J.: Los memes desacralizan sus objetos y ofrecen una suerte de posibilidad abierta a cada uno para comentar la actualidad del mundo.

A.G.: Pareciera que los memes en sus múltiples posibilidades de variantes y variaciones no tienen rasgos retóricos, temáticos y enunciativos estables. Sin embargo, pareciera que también podemos encuadrarlos como géneros discursivos. ¿Cómo salimos de este escollo?

F.J.: Creo que hacer una teoría general no puede dar cuenta de los memes. Si uno considera el relato literario, hay una pluralidad de formas (novela, poema, *nouvelle*, poesía, cuento, por nombrar algunas). Hay que adaptar la teoría a cada uno de los géneros. Es lo mismo para los memes.

A.G.: Acaba de publicar, en 2024, *L'opinion qui ne dit pas son nom. Le pluralisme des médias en démocratie (La opinión que no revela su nombre. El pluralismo mediático en democracia)*. ¿Cómo surge este libro y la motivación para escribirlo?

F.J.: Este libro es una continuación de la tarea que asigno a la semiología: comprender un mecanismo con miras a una utilidad social. En este caso, hace algunos años apareció en Francia una emisora llamada *CNews*, que es más un canal de opinión que un canal de información. Promueve valores de extrema derecha. Desprecia y vulnera el pluralismo interno, que obliga según la ley a representar todas las corrientes de pensamiento. Por lo tanto, resulta para mí un objetivo político. Lamentablemente, el *populismo* se burla del análisis de los medios, apela a una emoción que se burla de la argumentación. Así vemos los resultados en Francia, con el triunfo de la extrema derecha en las elecciones legislativas, en Argentina, en Estados Unidos. Y la lista sigue creciendo cada día.

A.G.: Según una afirmación clave en este libro, que una opinión sea sostenida por diez más que por uno no la vuelve más diversa. La distinción entre pluralidad y pluralismo, ¿de qué forma puede transponerse al análisis de la mediatización de las imágenes en la contemporaneidad?

F.J.: La idea es ir contra la idea preconcebida según la cual cuantas más fuentes mediáticas tenemos (emisoras, periódicos), más se favorece la pluralidad de los contenidos. Ahora bien, la pluralidad puede convertirse en un veneno: es el caso en Francia, donde un gran industrial, Bolloré, posee periódicos, radios, canales, ediciones, que martillea una y otra vez las mismas ideas nauseabundas.

A.G.: La relación entre medios y democracia en su última publicación vuelve a estar en el centro del debate. ¿El análisis colabora en cierta forma con una vigilancia crítica sobre las imágenes?

F.J.: No puedo entrar en detalles, pero este libro se originó cuando la ONG *Reporteros sin fronteras* me pidió que probara que la autoridad de regulación audiovisual no sancionaba la falta de pluralismo del canal CNews. Elaboré un análisis que ha convencido con claridad al Consejo de Estado de Francia. La cuestión del pluralismo de opiniones está en la base de la democracia: la semiología puede y debe ayudar a formular rigurosamente aquello que no es más que intuitivo.

REFERENCIAS

- Bloch, M. (2019). *Réflexions d'un historien sur les fausses nouvelles de la guerre*. Paris: Éditions Allia.
- Chateau, D. & Jost, F. (1979). *Nouveau cinéma, nouvelle sémiologie. Essai d'analyse des films d'Alain Robbe-Grillet*. Paris : Union générale d'éditions.
- Jost, F. (2012). *El culto de lo banal. De Duchamp a los reality shows*. Ciudad Autónoma de Buenos Aires: Librería.
- Jost, F. (2023). *Dígalos con memes. De la parodia al mundo digital*. Ciudad Autónoma de Buenos Aires: La Crujía.
- Jost, F. (2024). *L'Opinion qui ne dit pas son nom. Du pluralisme des médias en démocratie*. Paris: Gallimard.
- Perec, G. (2013). *Lo infraordinario*. Ciudad Autónoma de Buenos Aires: Eterna Cadencia.

* Nota: el Comité Editorial de la revista aprobó la publicación de la entrevista.



Artículo publicado en acceso abierto bajo la Licencia Creative Commons - Attribution 4.0 International (CC BY 4.0).

IDENTIFICACIÓN DEL ENTREVISTADO

François Jost. Profesor emérito, Universidad de la Sorbonne Nouvelle (Francia). Fundador del Centro de imagen y sonido del Institut National de Recherche Scientifique Mediatiques, Universidad de la Sorbonne Nouvelle. Semiólogo especialista en enunciación audiovisual, análisis del discurso y narratología. Profesor invitado en numerosas universidades en todo el mundo. Entre otros libros, publicó –junto con André Gaudreault– *El relato cinematográfico. Cine y narratología* (1995, Paidós), *Introduction à l'analyse de la télévision* (1999, Ellipses), *El culto de lo banal. De Duchamp a los reality shows* (2012, Librería), *Los nuevos malos. Cuando las series estadounidenses desplazan las líneas del Bien y del Mal* (2015, Librería), *Dígalos con memes. De la parodia al mundo digital* (2023, La Crujía) y *L'opinion qui ne dit pas son nom. Du pluralisme des médias en démocratie* (2024, Gallimard). Autor de las novelas *Les Thermes de Stabies* (1990, MK Littérature) y *#balancetonprof* (2023, Atlande). Guionista y realizador cinematográfico. Director de la revista *Télévision* (CNRS Éditions).

ORCID DEL ENTREVISTADO: <https://orcid.org/0000-0003-0641-9200>

ENTREVISTA A MARIO CARLÓN

¿Ante una Segunda fase de la contemporaneidad?

Facing a Second Phase of Contemporaneity?

Diante de uma Segunda fase da contemporaneidade?

DOI: <https://doi.org/10.18861/ic.2024.19.2.3923>

► POR JACOB BAÑUELOS CAPISTRÁN

jcapis@tec.mx - Monterrey - Tecnológico de Monterrey, México.

ORCID DEL ENTREVISTADOR: <http://orcid.org/0000-0003-1919-7088>

► POR LETICIA RIGAT

rigat@iech-conicet.gob.ar - Rosario - Consejo Nacional de Investigaciones Científicas y Técnicas / Universidad Nacional de Rosario, Argentina.

ORCID DE LA ENTREVISTADORA: <https://orcid.org/0000-0002-4761-7142>

CÓMO CITAR: Bañuelos Capistrán, J. & Rigat, L. (2024). Entrevista a Mario Carlón. ¿Ante una Segunda fase de la contemporaneidad? *In Mediaciones de la Comunicación*, 19(2). DOI: <https://doi.org/10.18861/ic.2024.19.2.3923>

Mario Carlón es una figura destacada en el campo de los estudios sobre mediatización y circulación del sentido. Sus investigaciones han aportado una perspectiva innovadora y profunda sobre las transformaciones que ha experimentado la sociedad contemporánea, especialmente en relación con la emergencia de las *redes sociales mediáticas* y los nuevos *actores/enunciadores* que han



JULIO - DICIEMBRE 2024

337

IN MEDIACIONES

surgido gracias a ellas. La relevancia de su trabajo radica en su capacidad para analizar y conceptualizar estos fenómenos desde un enfoque multidisciplinario, que combina la semiótica, la comunicación y la teoría social.

A lo largo de su trayectoria académica, Carlón ha desarrollado conceptos clave. Uno de ellos es *Primera fase de la contemporaneidad*, término que señala el inicio de una nueva era caracterizada por la fragmentación de Internet, la personalización de los contenidos y la crisis de los medios masivos tradicionales. Sus reflexiones sobre el *presentismo expandido* y la coexistencia de miles de millones de actores/enunciadores conectados en tiempo presente han contribuido a comprender mejor la naturaleza de la sociedad hipermediatizada en la que vivimos.

Además, las recientes indagaciones de Carlón sobre la posible emergencia de una *Segunda fase de la contemporaneidad*, impulsada por los algoritmos y la inteligencia artificial (IA), abren nuevas vías de investigación y plantean desafíos para los estudios sobre la memoria y la construcción de imaginarios históricos en la era digital. Su capacidad para identificar y analizar estas transformaciones lo convierte en un referente indispensable para quienes buscan comprender las complejas dinámicas de la comunicación y la cultura en el siglo XXI.

JACOB BAÑUELOS CAPISTRÁN (J.B.C.) & LETICIA RIGAT (L.R.):
En los últimos años has desarrollado fecundas investigaciones sobre la *contemporaneidad* y la *sociedad hipermediatizada*. ¿Cuáles consideras que son las principales características de la sociedad contemporánea inmersa en plataformas con base en Internet en la que coexisten los medios masivos?

MARIO CARLÓN (M.C.): La dominancia de los medios masivos durante parte del siglo XIX y en el siglo XX, hasta la primera década del siglo XXI, fue enorme. Esa cultura mediática no sólo influyó a quienes se asumieron acríticamente como sus consumidores, sino también a todo lo que se le resistió, empezando por importantes segmentos de la filosofía, el arte y la cultura, además de las ciencias sociales. Por eso pienso que la diferencia entre modernidad y posmodernidad, al margen de lo apasionantes que fueron sus debates, no es comparable con la emergencia y las transformaciones de la *contemporaneidad*, a la que ubico, en función del enfoque que he asumido cuando me refiero a este tema, en la primera década del siglo XXI. La reflexión sobre la posmodernidad se dio en el mismo contexto en el que se desarrolló la modernidad de los medios masivos: no hay que olvidar aquí que hasta ese momento histórico seguían reinando en la circulación pública del sentido los discursos producidos por los *medios y las instituciones*, y que aún se pensaba que se podían distinguir lo público, lo privado y lo íntimo mediatizado que estructuran la vida social, al igual que los tiempos del ocio y el del trabajo, de modo semejante al modo en que esas dimensiones se habían establecido en la modernidad debido al trabajo

conjunto de múltiples instituciones. Por entonces existían nítidas diferencias entre los tiempos del ocio y los del trabajo, en cuya delimitación los medios masivos ocupaban un lugar muy importante junto con otras instituciones, como las educativas, dado que programaban desde la oferta la vida social, como muy bien destacó en su análisis de la televisión Eliseo Verón (2009).

En la primera década del siglo XXI, con la expansión de la digitalización y la convergencia tecnológica, se instalaron una serie de procesos que nuevamente presentaron importantes tensiones entre sí y reconfiguraron la situación, definiendo lo que llamamos una *Primera fase de la contemporaneidad*. Uno de ellos es la emergencia de Facebook (2004-2005), Youtube (antes de que lo comprara Google y lo *broadcastizara*, es decir, en la época de *Broadcast Yourself*, 2005) y Twitter (2005). La emergencia de este tipo de redes sociales mediáticas, que son de producción y de circulación del sentido más que de intercambios de bienes y servicios (Uber, Pay-pal, Mercado Libre, etcétera), establece una fragmentación de Internet en islas corporativas, es decir, las llamadas aplicaciones, junto con el inicio de la *personalización*, como sostiene en *The filter bubble (El filtro burbuja)* Eli Pariser (2017), quien expuso un análisis que desencadenó importantes estudios sobre ciertos efectos de los algoritmos (del mismo modo que este tipo de análisis llevó a pensar en cómo las lógicas comerciales influían en la polarización política, como sostuvo Ernesto Calvo (2015) en su análisis del tuit #Nisman a través de la teoría de la cámara eco). Esta conceptualización se expande, por sobre todo desde el influyente campo de análisis de la cibercultura, que comienza a advertir, de modo apocalíptico, comprensiblemente, el fin de Internet como un proyecto utópico y emancipador, horizontal y democrático.

Asimismo, es interesante registrar que, casi en paralelo, sucede la emergencia de estudios que comienzan a enunciar la crisis de los medios masivos, y no sólo advierten sobre caídas en las audiencias tradicionales, que con el tiempo se van a volver dramáticas, sino que ponen acento en la crisis de la programación desde la oferta de la vida social, con todo el peso que esta cuestión tiene en la estructuración de los tiempos del ocio, del trabajo y de la vida cotidiana –programas de la tarde para “amas de casa”, del *prime time* con ofertas de información y entretenimiento, etcétera–. Pensemos bien a qué nos referimos, porque tendemos a olvidarlo: a la crisis de medios que, con sus mediciones de audiencia, investigaciones cuantitativas, *focus groups*, determinaciones de nichos de mercado, entrevistas personalizadas y estrategias de marketing, entre otros recursos, habían incidido en todos los aspectos de la vida social, principalmente durante los últimos sesenta años, desde la consolidación de la televisión en adelante. Es decir que no sólo hablamos de programación de



El fin de los medios masivos. El comienzo de un debate. Libro coordinado por Mario Carlon y Carlos Scolari que publicó La Cruja en 2009.

la vida social desde la oferta sino también de un conjunto de dispositivos de acumulación de saber de las instituciones mediáticas que actuaban sin que los consumidores fueran necesariamente conscientes de ellos. Esto muchas veces se olvida: tiende a creerse que lo que sucede ahora con los algoritmos y su poder en la *mediatización profunda* es algo totalmente nuevo. De ningún modo digo que son procesos idénticos, porque no lo son, dado que no son lo mismo estos saberes que lo que André Lemos (2019) llama PDPA –*plataformas, dataficación y performatividad algorítmica*–, pero me parece interesante recordar el poder que tenían estas instituciones cuando nos referimos a la crisis de los medios masivos.

J.B.C. & L.R.: ¿Qué diferencias destacarías respecto a otros tiempos más ligados al sistema mediático basado en el sistema *broadcasting* y las grandes instituciones mediáticas?

Pensemos en una fecha muy interesante: 2009 sería, según Pariser (2017), es el año del fin de *Google standard*, es decir, el del inicio de la personalización. Ese mismo, junto con Carlos A. Scolari, y bajo la importante influencia de Verón, publicamos *El fin de los medios masivos. El comienzo de un debate* (Carlón & Scolari, 2009), mientras que en el campo académico anglosajón autores como Elihu Katz también se estaban preguntando si la televisión estaba muriendo). Todo este conjunto de macro-procesos en tensión, que habitualmente no son puestos en relación entre sí, en mi opinión, reconfiguran el escenario y se constituyen en un momento histórico específico, de emergencia de la *contemporaneidad*, para los estudios sobre mediatización y circulación del sentido.

Pero siempre he creído que si se atiende solamente a estos procesos resultaría insuficiente. Porque para entender ese momento histórico hay que conceptualizar otros elementos emergentes que tienden a ser subestimados, pero que estructuran la constitución de una *sociedad contemporánea* en la que hay más de un sistema mediático y en la que otros actores/enunciadores –ya no sólo institucionales– comienzan a transformar, gracias a los discursos que comparten, la circulación pública, privada e íntima del sentido. Es decir, se estructura una *sociedad hipermediatizada e hipersemiotizada* sometida a un constante proceso de *hipermediatización*.

La emergencia de estos actores/enunciadores que administran sus propios *medios de comunicación* en las redes sociales mediáticas (corporativas) y que, además, operan con otras lógicas, es de gran importancia porque con sus prácticas de producción y de apropiación del sentido mediatizado transforman su relación con los otros y consigo mismos. Visto desde este ángulo lo esencial de las redes sociales mediáticas no es tanto su estatuto de corporaciones (este aspecto siempre hay que explicarlo, muchas veces cuando se ven los gráficos con los que trabajamos se cree que al ubicar a estos *medios de medios* en la zona con base en Internet nos estamos refiriendo a ellas), sino que habilitaron nuevos

medios de comunicación (esta conceptualización viene siendo lateralizada por muchos estudios que, aunque no lo digan, siguen pensando a los medios a partir de su reconocimiento como instituciones) gracias a los cuales cualquier individuo y/o colectivo orgánico, finito, se encontró con la posibilidad de generar *flujos de sentido* que pueden escalar a los medios masivos (por ejemplo, las punto.com, en las que trabajan los periodistas profesionales) o ser retomados desde el *Underground* (es decir, en *Whatsapp*, en los chats de *Instagram*, etcétera). Tiende a minimizarse este aspecto, porque muchas veces esos flujos de circulación del sentido los generan individuos amateurs, pero es un error no tenerlo en cuenta porque frecuentemente esos flujos generan controversias centrales para comprender el funcionamiento de la agenda pública, construyen colectivos sociales (#NiUnaMenos, en Argentina, por ejemplo, comenzó con un diálogo en *Twitter*) e, incluso, de su acción se deriva la transformación de las normativas existentes que nos afectan a todos (como sucedió, también en Argentina, con el “caso” Justina Lo Cane, cuyo efecto fue la Ley Justina por la cual todos pasamos a ser donantes de órganos, o la ley sobre femicidios, consecuencia en parte de #NiUnaMenos).

J.B.C. & L.R.: ¿Y en esos flujos del sentido cómo opera el estadio de mediatización profunda que se vive actualmente?

M.C.: Eso es algo que tampoco se dice con frecuencia, que ese tipo de generación de flujos de sentido son posibles de hacer, también, gracias al trabajo de los algoritmos, que con sus notificaciones y sugerencias automáticas ayudan a los actores/enunciadores emergentes a vincularse con otros y a construir colectivos sociales. Porque los algoritmos si bien están al servicio de las instituciones, el Estado y las corporaciones, como explica Kate Crawford (2022), no sólo “trabajan” para ellas: también conectan a otros actores/enunciadores –desde individuos a movimientos sociales– mientras se mantengan dentro de sus marcos corporativos. Es decir que nos encontramos inmersos en una red semiótica que no sólo está estratificada en distintos sistemas (al margen de que permanentemente estén haciendo actualizaciones que hay que atender), sino en la cual interactúan constantemente actores humanos y no humanos. Este es otro motivo, si hacía falta alguno, para entender que necesitamos análisis no antropocéntricos. Ya necesitábamos este tipo de análisis en la era de los medios masivos, como traté de demostrar en *Después del fin. Una perspectiva no antropocéntrica sobre YouTube, el post-cine y la post-tv* (Carlón, 2016), básicamente porque los dispositivos de los medios masivos, derivados de la Revolución Industrial, son de registro automático. Ahora lo necesitamos mucho más para comprender los ambientes generados por las redes sociales y los algoritmos basados en inteligencia generativa.



Libro que es fruto de un proyecto de investigación colectivo dirigido por Mario Carlón (2023, IIGG-UBA).

Entonces, volviendo a la pregunta, me gustaría expresar que actualmente estoy tratando de conceptualizar mejor ese momento de emergencia que acabo de esbozar, y que he comenzado a preguntarme si no constituye, en comparación a un conjunto de procesos actuales, una *Primera fase de la contemporaneidad*. Es una pregunta de trabajo, una tesis reciente. Y hay aquí dos cuestiones que deseo agregar.

Por un lado, que la emergencia de la *contemporaneidad* en la primera década del siglo XXI es producto de la articulación sistémica de un conjunto de transformaciones que se producen en simultáneo respecto a la modernidad/ posmodernidad en los cuatro campos de análisis a los que atiendo en estos estudios: semiosis, mediatización, actores/enunciadores y circulación del sentido – intenté hacer una síntesis de estas cuestiones en el artículo *Bajo el signo del presentismo: mediatización, cultura y sociedad contemporánea* (Carlón, 2017).

Por otro lado, que estos cuatro cambios deben pensarse en relación con otro, que es la emergencia de un nuevo régimen de historicidad que según Francois Hartog (2007) surge en la posmodernidad, que es el presentismo. La tesis de Hartog dice que en los años 80, es decir, en plena posmodernidad, emerge un nuevo régimen histórico, el presentismo, que instala una *crisis del tiempo* y transforma las relaciones entre pasado, presente y futuro, que se resignifican. Lo que he sostenido es que cuando se instala definitivamente el proceso de la hipermediatización, cuyo resultado es que vivimos en una sociedad hipermediatizada, en la que hay más de un sistema mediático, y los actores/enunciadores comienzan a gestionar sus propios “medios de comunicación” en los primeros años del siglo XXI, ese presentismo cambia de estatuto porque pasa a ser enunciado por actores/enunciadores orgánicos mediatizados – llamé a este fenómeno *presente expandido* (Carlón, 2014). El presente cambia de escala, se mediatiza y se globaliza. Emerge entonces incluso una noción de actualidad que ya no es la de los medios masivos: es la de lo que están viviendo los colectivos y los individuos, que se refieren a la actualidad, pero también a sus vivencias, sus sueños, sus dolencias, sus felicidades y sus dramas – recomendando un gran texto de Fernando Andacht (2017) titulado *Tiranos temblad: Signos paródicos para una comunidad latinoamericana imaginada*.

La *contemporaneidad* tiene sus antecedentes, como ha indicado Armand Silva (2023), y tiene a sus fundadores (Charles Peirce y Erving Goffman, como sostiene Andacht (2023); y yo mismo he reflexionado sobre las operaciones que instaló Duchamp – como apropiación e intervención – y su influencia sobre la cultura mediática contemporánea), pero para los estudios sobre mediatización y circulación ese momento histórico no puede pasar desapercibido. Porque si uno de los sentidos de la contemporaneidad es la coexistencia o copresencia, en la primera década del siglo XXI miles de millones de actores/enunciadores se conectan en tiempo presente entre sí

y ponen sus discursos a circular. No había sucedido antes en la historia de la humanidad.

J.B.C. & L.R.: A partir de lo recorrido, ¿qué es lo que debería entenderse por Segunda fase de la contemporaneidad y cómo afectaría, particularmente, a la producción visual?

M.C.: La pregunta acerca de si no estamos ingresando en una *Segunda fase de la contemporaneidad* he comenzado a pensarla hace poco. Aún no he escrito sobre ella, apenas si empecé a enunciarla en dos ponencias que realicé en Congresos a los que asistí este año¹, pero con gusto intentaré responder algo.

Surge de una serie de observaciones respecto de cambios que están aconteciendo que me hicieron pensar, en primer lugar, que hubo una *Primera fase*. Tengo la impresión de que aunque mucho de esa *Primera fase* aún perdura, se está desplegando una nueva “crisis del tiempo” en la que, otra vez, las relaciones entre presente, pasado y futuro se están reconfigurando. Algo de esto está dicho en el final de “Hipermediatización y circulación del sentido en los acontecimientos contemporáneos” (Carlón, 2023), un artículo que es resultado de la investigación que hicimos con el Proyecto UBACYT “La mediatización en el entretejido de los vínculos sociales. Cambios en la circulación del sentido a partir de la nueva mediatización de individuos, colectivos, medios e instituciones en la sociedad contemporánea” (2018-2022). Allí planteo que tenemos que pensar a los acontecimientos contemporáneos con otras lógicas, diferentes de las que caracterizaban a los modernos y posmodernos, porque han cambiado y los actores/enunciadores mediatizados operan temporalmente de modo diferente a como lo hacían quienes se involucraban o estudiaban los acontecimientos posmodernos. Y además señalo que quienes vienen desencadenando esta nueva “crisis del tiempo” son los algoritmos y la IA, aunque la crisis se viene desarrollando también en otros campos, como el de las revoluciones de la genética, que está permitiendo, por ejemplo, que padres fallecidos tengan hijos. ¿Cuándo había sucedido algo así en la historia de la humanidad?

Pero manteniéndonos en el campo de la mediatización y de la circulación del sentido, la pregunta acerca de si no estamos ingresando en una *Segunda fase* se debe especialmente a la apropiación que cada vez más actores/enunciadores están realizando de la IA. Es decir, no hablo aquí, como lo hacen los análisis dominantes, del uso que hacen las instituciones, aunque de eso no hay dudas. Lo que me está interesando actualmente, otra vez, es lo que están haciendo quienes administran en las redes sus propios medios de comunicación.

Pensemos en lo que hacían en la *Primera fase* y en lo que están empezando a hacer, cada vez más, sobre todo con discursos que contienen imágenes. En la

¹ Se refiere a dos ponencias presentadas en el VI Seminario Internacional de Pesquisas em Mediatização e Processos Sociais y en el X Congreso Latinoamericano de Semiótica: “Semiótica del futuro, futuro de la semiótica”. Ambos eventos académicos se realizaron en la Universidade de São Paulo (Brasil) en 2024.

Primera fase, gracias a *Facebook*, *YouTube* o *Twitter*, se producían discursos con dispositivos de producción de sentido de la era de los medios de comunicación masiva, aunque estuvieran digitalizados: la escritura (símbolo); una fotografía digital que aún enunciaba para quien se encontraba en reconocimiento el noema “esto ha sido”, de carácter icónico-indicial (aunque fuera débil); los videos en “grabado” (“esto ha sido, pero se da a ver ahora”, como dicen el cine y la televisión en grabado; y el “esto es ahora” –las distintas posibilidades del video en vivo y el *streaming*–). La publicación y la enunciación de esos discursos se hacía en tiempo presente, y eso permitía, en muchos casos, enunciar con tensiones temporales. Por ejemplo, una fotografía, que nos habla siempre del pasado, es decir, nos muestra siempre un fantasma o un espectro –noema “esto ha sido”–, puede tener otro valor político en tiempo presente si es publicada en el marco de una manifestación. O, como analicé en el caso del primer video que se subió a *YouTube*, titulado *Me at the zoo*, la temporalidad del discurso, que es en grabado (“esto ha sido, pero se a ver ahora con las marcas del estar vivo”), al ser publicada se transforma, como acto de enunciación, en tiempo presente. Pero de poco las posibilidades de enunciación en las redes sociales mediáticas se han ido ampliando y se generan nuevas tensiones temporales. Así, por ejemplo, cada uno pudo, hace unos años, programar una publicación: se programa hoy para que se publique mañana (o la semana que viene). Con esa simple posibilidad la relación entre presente y futuro se transformó.

Hoy esas tensiones son mucho mayores. Por ejemplo, @petacas_posting, una cuenta de un fan del músico Charly García, publicó una canción en la que la voz de un Charly joven (tomada en parte de “Nollore por mí Argentina” y parte de un recital del Luna Park de 1982) hace un *cover* de un tema que un Charly de mayor edad publicó en 2017 (*Spector*). No hay aquí sólo una nueva tensión temporal, una nueva relación entre presente, pasado y futuro, sino un nuevo desarrollo de la “crisis del tiempo”. Además, resulta evidente que gracias a la clonación de voz algo diferente de lo que se hacía en la mayoría de los discursos editados digitalmente se está pudiendo hacer con la indicialidad.

J.B.C. & L.R.: En esta misma línea, ¿está en riesgo la imaginación humana ante la imaginación maquínica? ¿Qué papel jugará la IA en la construcción de la memoria (visual, mediática, histórica)?

M.C.: Para responder mínimamente esta pregunta intentaré brindar otro ejemplo que estoy estudiando en este momento. En *Instagram*, la cuenta *IA-buelas*² de alguna manera “imagina” como serían hoy, más de cuarenta y cinco años después, los nietos buscados por las Abuelas de Plaza de Mayo gracias al uso del programa de IA *Midjourney*. Santiago Barros, el creador de *IAbuelas*,

² Véase: perfil de *IAbuelas* en Instagram - <https://www.instagram.com/iabuelas/?hl=es> (Abuelas de Plaza de Mayo es una asociación civil argentina que busca localizar y restituir a sus legítimas familias a todos los bebés y niños apropiados por la dictadura cívico-militar que tuvo lugar entre 1976 y 1983).

genera con ese programa esas imágenes –de fuerte vínculo perceptivo con la fotografía histórica y su poder particularizante; un análisis comparativo que no puede evitarse– a partir de las fotos de los padres y las madres desaparecido/as publicadas en la página de Abuelas de Plaza de Mayo. Así desencadena otra fuerte “crisis del tiempo”, en la que se reconfiguran, de modo novedoso las relaciones entre presente, pasado y futuro (un antecedente importante de esta posibilidad fue, por ejemplo, el desarrollo de *Faceapp* en 2016). Es mucho decir, en mi opinión, “imagina”, pero sin dudas contribuye al desarrollo de un potente imaginario histórico, presente y viviente en un importante colectivo social. Y no sólo eso: su práctica influye, o debería influir en el campo de los estudios sobre la memoria, originados en otra “crisis del tiempo”: cuando Hartog (2007) advirtió el ascenso del presentismo en la posmodernidad.

REFERENCIAS

- Andacht, F. (2017). Tiranos temblad: Signos paródicos para una comunidad latinoamericana imaginada. *DeSignis*, 26, pp. 151-160.
- Andacht, F. (2023). *La relevancia de lo irrelevante. El pensamiento intempestivo de Peirce, Goffman y Borges*. En Carlón, M. (Dir.), *Lo contemporáneo: una indagación sobre el cambio de época en/desde América Latina* (pp. 215-240). Ciudad Autónoma de Buenos Aires: IGG-UBA.
- Bolin, G. (2024). Communicative AI and Techno-Semiotic Mediatization: Understanding the Communicative Role of the Machine. *Human-Machine Communication*, 7, pp. 65-81. DOI: <https://doi.org/10.30658/hmc.7.4>
- Calvo, E. (2015). *Anatomía política de Twitter en Argentina*. Ciudad Autónoma de Buenos Aires: Capital Intelectual.
- Carlón, C. (2017). *Bajo el signo del presentismo: mediatización, cultura y sociedad contemporánea*. En *Circulación del sentido y construcción de colectivos: en una sociedad hipermediatizada* (pp. 187-210). San Luis: Nueva Editorial Universitaria.
- Carlón, M. & Scolari, C. A. (Coordinadores) (2009). *El fin de los medios masivos. El comienzo de un debate*. Ciudad Autónoma de Buenos Aires: La Crujía.
- Carlón, M. (2014). *¿Del arte contemporáneo a una era contemporánea? Efecto “arte” y nuevo valor del presente en la era de Internet*. En Rovetto, F. & Reviglio, M. C. (Compiladoras), *Estado actual de las investigaciones sobre mediatizaciones* (pp. 24-42). Rosario: UNR Editora.
- Carlón, M. (2016). *Después del fin. Una perspectiva no antropocéntrica sobre YouTube, el post-cine y la post-tv*. Ciudad Autónoma de Buenos Aires: La Crujía.
- Carlón, M. (2023). *¿El fin de la retransmisión de la historia? Hipermediatización y circulación del sentido en los acontecimientos contemporáneos*. En Carlón,

- M. (Dir.), *Lo contemporáneo: una indagación sobre el cambio de época en/desde América Latina* (pp. 179-203). Ciudad Autónoma de Buenos Aires: IGG-UBA.
- Crawford, K. (2022). *Atlas de inteligencia artificial. Poder, política y costos planetarios*. Ciudad Autónoma de Buenos Aires: Fondo de Cultura Económica.
- Hartog, F. (2007). *Regímenes de historicidad. Presentismo y experiencias del tiempo*. Ciudad de México: Universidad Iberoamericana.
- Lemos, A. (2019). Plataformas, dataficação e performatividade algorítmica (PDPA): Desafios atuais da cibercultura. Em Prata, N. & Pessoa, S.C. (Orgs.), *Fluxos Comunicacionais e Crise da Democracia* (pp. 117-126). São Paulo: Intercom.
- Pariser, E. (2017). *El filtro burbuja. Como la red decide todo lo que leemos y lo que pensamos*. Barcelona: Taurus.
- Silva, S. (2023). Imaginarios y arte: dos entradas a lo contemporáneo. En Carlón, M. (Dir.), *Lo contemporáneo: una indagación sobre el cambio de época en/desde América Latina* (pp. 15-34). Ciudad Autónoma de Buenos Aires: IGG-UBA.
- Verón, E. (2009). El fin de la historia de un mueble. En Carlón, M. & Scolari, C. A. (coordinadores), *El fin de los medios masivos. El comienzo de un debate* (pp. 229-250). Ciudad Autónoma de Buenos Aires: La Crujía.

* Nota: el Comité Académico de la revista aprobó la publicación de la entrevista.



Artículo publicado en acceso abierto bajo la Licencia Creative Commons - Attribution 4.0 International (CC BY 4.0).

IDENTIFICACIÓN DEL ENTREVISTADO

Mario Carlón. Doctor en Ciencias Sociales, Universidad de Buenos Aires (Argentina). Licenciado en Historia del Arte, Universidad Nacional de Plata (Argentina). Investigador, Instituto de Investigaciones Gino Germani, Universidad de Buenos Aires. Profesor Asociado, Semiótica de los géneros contemporáneos, FSOC/UBA. Director, Proyecto UBACYT "Mediatización, circulación y ciudadanía digitales en una contemporaneidad no antropocéntrica" (IIGG, Universidad de Buenos Aires). Como Profesor invitado ha dictado múltiples Seminarios y conferencias Internacionales. Miembro, Red Internacional en Investigación sobre Mediatizaciones y Observatorio en Ciudadanía Digital. Algunos de sus libros publicados son: *Circulación del sentido y construcción de colectivos en una sociedad hipermediatizada* (2020, NEU), *Después del fin. Una perspectiva no antropocéntrica sobre la post-tv, el post-cine y YouTube* (2016, La Crujía), *Las políticas de los internautas. Nuevas formas de participación –junto con Antonio Fausto Neto–* (2012, La Crujía), *Colaborarte. Medios y artes en la era de la producción colaborativa* –junto con Carlos A. Scolari– (2012, ICRJ), *El fin de los medios masivos. El comienzo de un debate* –junto a Carlos A. Scolari– (2009, La Crujía), *Delo cinematográfico a lo televisivo. Metatelevisión, lenguaje y temporalidad* (2006, La Crujía), *Sobre lo televisivo: dispositivos, discursos y sujetos* (2004, La Crujía), *Imagen de arte/imagen de información. Problemas actuales de la relación entre el arte y los medios* (1994, Atuel). Recientemente, dirigió la publicación del libro *Lo contemporáneo: una indagación sobre el cambio de época en/desde América Latina* (2023, IIGG-UBA).

ORCID DEL ENTREVISTADO: <http://orcid.org/0000-0002-5303-1308>

El Comité Académico de *InMediaciones de la Comunicación* agradece la colaboración de los asesores de la revista, a los colaboradores permanentes y, en particular, a los evaluadores *ad hoc* que se mencionan a continuación, quienes realizaron una lectura comprometida y rigurosa de los artículos postulados y permitieron completar el proceso de arbitraje necesario para el armado de los números publicados.

- Alejandro Hernández. Universidad Nacional de Rosario, Argentina. alehrosario@gmail.com
- Aline Roes Dalmolin, Conselho Nacional de Desenvolvimento Científico e Tecnológico, Brasil. aline.dalmolin@ufsm.br
- Ana Cilimbini, Universidad Nacional de Córdoba, Argentina. ana.cilimbini@unc.edu.ar
- Carla Möller Zunino, Pontificia Universidad Católica de Chile, Chile. carla.mozu@gmail.com
- Carolina Cravero. Universidad Nacional de Rafaela, Argentina. carolina.cravero@unraf.edu.ar
- Cecilia Echecopar, Universidad Nacional de Rosario, Argentina. cechecopar@gmail.com
- Cecilia Perren. Universidad Nacional de Rafaela, Argentina. cecilia.perren@unraf.edu.ar
- Cecilia Yornet, Universidad Nacional de San Juan, Argentina. ceinyor@gmail.com
- Charis Guiller, Universidad Nacional de La Plata, Argentina. chguiller@gmail.com
- Christian Aiello, Universidad Nacional de La Plata, Argentina. aiellochr@gmail.com
- Claudia Benassini, Universidad La Salle, México. claudia.benassini@lasalle.mx
- Constanza Abeille. Universidad Nacional de Rafaela, Argentina. cabelleie@gmail.com
- Cora Gamarnik, Consejo Nacional de Investigaciones Científicas y Técnicas, Argentina. coragamarnik@gmail.com
- Diego Ormella, Universidad Pedagógica Nacional, Argentina. diegormella@gmail.com
- Dorismilda Márquez, Universidad La Salle, México. dfloresm@delasalle.edu.mx
- Enrique Tamés, Tecnológico de Monterrey, México. etames@tec.mx
- Flavia Samaniego. Universidad de Buenos Aires, Argentina. flavirsa@gmail.com
- Florencia Botta. Universidad de Buenos Aires, Argentina. florbotta@gmail.com
- Florencia Trentini, Universidad Nacional de Quilmes, Argentina. flortrentini@gmail.com
- Gabriel Pérez Salazar. Universidad Autónoma de Coahuila, México. gabrielperezsalazar@gmail.com
- Gabriela Arévalo. Universidad Nacional de Tres de Febrero, Argentina. gabriela.b.arevalo@gmail.com
- Gabriela Mayoni, Universidad de Buenos Aires, Argentina. mgmayoni@gmail.com
- Gabriela Vilarino, Universidad Nacional de Luján, Argentina. vilarinogabriela@gmail.com
- Gerardo Boetto, Consejo Nacional de Investigaciones Científicas y Técnicas, Argentina. gerardo.boetto@unraf.edu.ar
- Gómez Navarro, Dulce Angélica. Consejo Nacional de Ciencia y Tecnología, México. dgomeznarvarro@ciesas.edu.mx
- Gustavo López, Universidad Nacional de la Patagonia San Juan Bosco, Argentina. galopez@gmail.com
- Irina Garbatzky, Universidad Nacional de Rosario, Argentina. irinitag@gmail.com
- Iris Fernández. Universidad Nacional de José C. Paz, Argentina. irisfernandez@gmail.com
- Isabella Valle, Universidade Federal da Paraíba, Brasil. isabella.valle@academico.ufpb.br
- Jairo Ferreira. Universidad de Vale do Rio dos Sinos, Brasil. jageferre@hotmail.com
- Jesús Antuña, Universidad Nacional de Rosario, Argentina. jesuantunia@gmail.com
- Jorge Alberto Hidalgo, Universidad Anáhuac, México. jhidalgo@anahuac.mx
- José Enrique Finol, Universidad del Zulia, Venezuela. joseenriquefinol@gmail.com
- José Luis Rodríguez Ritte, Tecnológico de Monterrey, México. jlritte@tec.mx
- Julio Horta, Universidad Nacional Autónoma de México, México. julio_horta@hotmail.com
- Karina Ferrando, Universidad Tecnológica Nacional, Argentina.

- karinaferrando@gmail.com
- Laura Castañeda, Universidad Nacional Autónoma de México, México laura.castaneda.g@gmail.com
- Lorena Betta, Universidad de Buenos Aires, Argentina. lorena.betta@unraf.edu.ar
- Lucas Bang, Consejo Nacional de Investigaciones Científicas y Técnicas, Argentina. lucasbang.lp@gmail.com
- Luis Porta, Universidad Nacional de Mar del Plata, Argentina. luisporta510@gmail.com
- Luis Sandoval, Universidad Nacional de la Patagonia San Juan Bosco, Argentina. luisricardo.sandoval@gmail.com
- Marcela Chaves Barino do Valle, Universidade Federal do Rio de Janeiro, Brasil. marcelachaves@gmail.com
- María Cecilia Olivari, Universidad Nacional de Rosario. mceciliaolivari@gmail.com
- María Giulia Dondero, Université de Liège, Bélgica. MariaGiulia.Dondero@uliege.be
- María Graciana Zarauza, Consejo Nacional de Investigaciones Científicas y Técnicas, Argentina. gracionazarauza@gmail.com
- Mariángela Abbruzzese Tecnológico de Monterrey, México. angyabbruzzese@gmail.com
- Mariano Fernández, Universidad Nacional de La Plata, Argentina. marianofo81@gmail.com
- Mariano Zukerfeld, Consejo Nacional de Investigaciones Científicas y Técnicas, Argentina. marianozukerfeld@e-tcs.org
- Mario Russo, Consejo Nacional de Investigaciones Científicas y Técnicas, Argentina. marioc.russo@unraf.edu.ar
- Martín Aceval, Universidad Nacional del Litoral, Argentina. martinacebal@gmail.com
- Mauricio Manchado, Consejo Nacional de Investigaciones Científicas y Técnicas, Argentina. dr.mauriciomanchado@gmail.com
- Maximiliano De la Puente, Universidad de Buenos Aires, Argentina. maxidelapunte@gmail.com
- Natalia Raimondo Anselmino, Consejo Nacional de Investigaciones Científicas y Técnicas, Argentina. natalia_raimondo@hotmail.com
- Oksana Tymoshchuk, Universidad de Aveiro, Portugal. oksana.agueda@gmail.com
- Oscar Lutczak, Universidad Nacional de La Plata, Argentina. oluchak@gmail.com
- Pablo Escandón, Universidad Andina Simón Bolívar, Ecuador. pablo.escandon@uasb.edu.ec
- Pablo Porto López, Universidad de Buenos Aires, Argentina. pabloportolopez@gmail.com.ar
- Pamela Gionco, Universidad de Buenos Aires, Argentina. pamelagionco@gmail.com
- Patricia Valdivia, Centro de Investigación y de Estudios Avanzados del Instituto Politécnico Nacional, México. cp.valdivia91@gmail.com
- Paula Bertúa, Universidad Nacional de Tres de Febrero, Argentina. paula.bertua@gmail.com
- Ricardo Diviani, Universidad Nacional de Entre Ríos, Argentina. ricardodiviani@hotmail.com
- Rodrigo Martínez Martínez, Universidad Autónoma Nacional, México. rodrigomtzm@hotmail.com
- Rubén Biselli, Universidad Nacional de Rosario, Argentina. rubenbiselli@gmail.com
- Sandra Valdettaro, Universidad Nacional de Rosario, Argentina. sandravaldettaro@gmail.com
- Sebastián Gastaldi, Universidad Nacional de Córdoba, Argentina. sebastiangastaldi@gmail.com
- Sebastián Strá, Universidad Nacional de Rosario, Argentina. sebastianmstra@gmail.com
- Sheila Amado, Universidad de Buenos Aires, Argentina. sheilajamado@gmail.com
- Vanesa Magnetto, Consejo Nacional de Investigaciones Científicas y Técnicas, Argentina. vanesamagnetto@gmail.com
- Vera França, Universidade Federal de Minas Gerais, Brasil. veravfranca@yahoo.com.br
- Vicente Castellanos, Universidad Autónoma de Madrid, España. vcastellanos@gmail.com
- Víctor Rendon, Universidad Nacional Autónoma de México, México. victor_rendon@cuaieed.unam.mx
- Virginia Brussa, Universidad de Buenos Aires, Argentina. virbrussa@gmail.com
- Yamila Heram, Consejo Nacional de Investigaciones Científicas y Técnicas, Argentina. yaheram@yahoo.com.ar

DECLARACIÓN DE ÉTICA EDITORIAL Y BUENAS PRÁCTICAS

La Universidad ORT Uruguay se compromete a garantizar la ética de los manuscritos que se publican en la revista *InMediaciones de la Comunicación*. Es imprescindible que todas las partes implicadas en el proceso editorial, tanto el equipo editorial —dirección, Editores Asociados, Comité Académico, Personal Técnico, Editor/a Invitado/a— como los autores y los árbitros externos, conozcan y acaten los criterios establecidos y respeten las directrices fijadas para la publicación de artículos, reseñas, entrevistas y otros géneros de la producción académica. *InMediaciones de la Comunicación* adhiere al código ético y la declaración de buenas prácticas editoriales señaladas por el Committee on Publication Ethics (COPE) y a las sugerencias y recomendaciones establecidas en la Declaración de San Francisco sobre la Evaluación de la Investigación (DORA) para garantizar las buenas prácticas relativas a la evaluación de las producciones científico-académicas. Asimismo, *InMediaciones de la Comunicación* se rige de acuerdo con lo establecido en la Declaración de Singapur de Integridad de la investigación.

1. Ética para el Equipo Editorial

- Se responsabilizan de publicar o no los manuscritos postulados. Los mismos serán evaluados sin tener en cuenta la religión, la orientación sexual o política, el origen étnico, la pertenencia institucional, la ciudadanía o cualquier otra particularidad ajena a los parámetros académicos y criterios editoriales fijados por *InMediaciones de la Comunicación*.
- Se comprometen a publicar directrices actualizadas para los autores en las que se establecen las responsabilidades de quienes envíen la postulación de manuscritos y las normas de estilo que deben presentar los materiales enviados a la revista (Directrices para autores/as). También se comprometen a especificar el sistema de arbitraje utilizado para evaluar los manuscritos y los parámetros de evaluación que los árbitros externos deben tener en cuenta.
- Se comprometen a garantizar la confidencialidad del proceso de evaluación. El mismo engloba el anonimato de los árbitros externos y de los autores y la privacidad del dictamen producido, de los contenidos evaluados y de los intercambios o consultas que le sean planteados a los Editores Asociados, el Comité Académico y el Editor/a Invitado/a.
- Garantizan la publicación de las correcciones, aclaraciones y/o disculpas en todos los casos que se considere necesario.
- Se responsabilizan de que los artículos recibidos no serán utilizados como insumo de otras investigaciones ni serán objeto de ningún tipo de manipulación sin el consentimiento de sus autores.

- Se comprometen a tener un estricto respeto por la autoría. Los textos serán sometidos a control de plagio usando el servicio de prevención Turnitin (Control y detección de plagio) y se tomarán medidas razonables para impedir la publicación de manuscritos en los que se hayan producido casos de mala conducta en la investigación.
- Procurarán evitar conflictos de intereses teniendo en cuenta las fuentes de financiamiento y la afiliación de los autores a la hora de seleccionar a los árbitros externos.
- Declaran su compromiso por el respeto y la integridad de los manuscritos que ya se han publicado.

2. Ética para los autores

- Se hacen responsables de las postulaciones, del contenido y de las opiniones expresadas en los manuscritos enviados a *InMediaciones de la Comunicación*. Deben garantizar que son titulares o cotitulares del manuscrito postulado y, por lo tanto, son también propietarios de sus derechos de propiedad intelectual (Documento de derechos de los autores y originalidad).
- Deben enviar manuscritos originales redactados por quienes declaran su autoría y garantizar que no serán sometidos a consideración de otras publicaciones mientras se encuentre en proceso de evaluación. La revista considera que un manuscrito es original cuando no ha sido publicado en una revista académica o como capítulo de un libro digital o impreso, ni se encuentra en proceso de evaluación en otra publicación.
- En caso de que el manuscrito postulado recoja adelantos de investigaciones previamente presentadas en Jornadas, Coloquios y/o Congresos o tenga su origen en una tesis de grado o posgrado, los autores deben incluir una nota explicativa en la que se indique el primer lugar en que fueron presentados. *InMediaciones de la Comunicación* no considera como una publicación previa a los resúmenes o adelantos expuestos en eventos académicos como los anteriormente mencionados o están disponibles como documentos de investigación en repositorios institucionales, temáticos o generales. Asimismo, los manuscritos postulados pueden tener su origen en tesis de grado o posgrado. No podrán, en ningún caso, conservar el mismo título de su primera versión.
- Deben expresar que los contenidos, materiales o recursos utilizados en el manuscrito no infringen los derechos de autor de terceros. En caso de reproducir material con derechos de autor (fotografías, imágenes fijas o en movimiento, figuras, videos, infografías o cualquier tipo de material publicado anteriormente) deben ser citados o indicados en el cuerpo

del manuscrito y, en caso de ser necesario, obtener y enviar el permiso correspondiente para ser publicado en *InMediaciones de la Comunicación* en formato impreso y en línea. Se supondrá que cualquier material recibido sin estas citas o permisos proviene de los autores del manuscrito postulado.

- En el caso de manuscritos postulados por dos o más autores deben indicar el orden de aparición y, al final del manuscrito, señalar las contribuciones o aportes realizados por cada autor/a tal como se indica en Envíos (Directrices para autores/as). Además, deben presentar una constancia que exprese el consentimiento de todos los autores para su publicación.
- Se comprometen a reconocer e indicar posibles conflictos de intereses que podrían ser percibidos como sesgo del manuscrito. En tal sentido, y en caso de que los autores del manuscrito reciban algún tipo de apoyo financiero, deberán incluir una nota en la que se indique su procedencia.
- Se comprometen a informar al Director, a los Editores Asociados, el Comité Académico y el Editor/a Invitado/a cuando detecten un error relevante en los manuscritos publicados, con el fin de rectificar e introducir las correcciones que sean necesarias.

3. Ética para los árbitros externos

- Se comprometen a hacer una revisión rigurosa, crítica e imparcial del manuscrito evaluado. Deben garantizar su aceptación o su rechazo de acuerdo a la pertinencia y relevancia temática, la innovación o novedad de los contenidos, el planteamiento de la metodología utilizada, la coherencia del análisis realizado y el cumplimiento de las normas de presentación exigidos por la revista. Para tal fin, el arbitraje debe tener en cuenta los parámetros o rúbricas de evaluación que se establecen en la Ficha de evaluación.
- Deben tener en cuenta las mismas recomendaciones éticas y de confidencialidad señaladas en Ética para el Equipo Editorial.
- Se comprometen a no difundir ni utilizar, bajo ninguna circunstancia, los contenidos de los artículos evaluados. Solamente será posible con el permiso explícito de los autores y la dirección y/o los Editores Asociados y el Comité Académico de la revista *InMediaciones de la Comunicación*.
- Se comprometen a respetar el plazo de evaluación establecido por los Editores Asociados y el Comité Académico: 20 días a partir del envío

del manuscrito postulado. En caso de contingencias que impidan su cumplimiento deben anotar a la dirección de la revista o a un miembro de los Editores Asociados o el Comité Académico con la antelación suficiente para que la revista pueda tomar una decisión y responder al cronograma de evaluaciones previsto.

- Deberán comunicar a la dirección de la revista o a un miembro de los Editores Asociados o el Comité Académico la existencia de conflictos de intereses o falta de idoneidad y experticia para evaluar el manuscrito asignado.
- Deberán comunicar a la dirección de la revista o a un miembro de los Editores Asociados y el Comité Académico en caso de detectar un posible plagio o incumpliendo ético.
- Evitarán sugerir citas de sus propios artículos o producción académica con el fin de ampliar citas propias o del equipo de investigación al cual pertenece.

4. Violación de la ética editorial

InMediaciones de la Comunicación hará un estricto seguimiento para garantizar el cumplimiento de la ética y las buenas prácticas editoriales. En tal sentido, y en concordancia con lo establecido por COPE, las acusaciones de presuntas faltas o la detección de una posible anomalía implicará la activación de un protocolo que, en términos generales, dispone de los siguientes pasos:

- Se realizará una reunión entre los Editores Asociados y el Comité Académico en la que se evaluará la pertinencia de la acusación realizada o de la detección de una posible anomalía.
- Los Editores Asociados y miembros del Comité Académico elaborarán un informe en el que se contemplarán las medidas o acciones a seguir de acuerdo a los criterios generales y la Declaración de ética editorial y buenas prácticas de *InMediaciones de la Comunicación*.
- Se les comunicará a los autores la acusación recibida o la detección de una posible falta o anomalía.
- Se establecerá un plazo no mayor a 10 días, de acuerdo al tipo de falta o anomalía sujeta a consideración, para que los autores realicen las aclaraciones o el descargo que estimen pertinentes.
- En caso de ser necesario, se consultará a los asesores legales de la Universidad ORT Uruguay.
- Los Editores Asociados y el Comité Académico aplicarán las medidas que se determinen. De comprobarse la anomalía o la falta denunciada: el manuscrito postulado será rechazado. En caso de que el manuscrito ya estuviera publicado: será retirado del número de *InMediaciones de la Comunicación* y se realizará la retractación correspondiente. El autor no podrá publicar más en la revista.

5. Revisiones y correcciones posteriores a la publicación

InMediaciones de la Comunicación garantiza la publicación de las correcciones, aclaraciones y/o disculpas en todos los casos que se considere necesario. Los reclamos se recibirán en el siguiente correo electrónico: inmediaciones@ort.edu.uy

6. Control y detección de plagio

Los manuscritos serán sometidos a control de plagio usando el servicio de prevención Turnitin que sirve para revelar copias textuales de los recursos procedentes de Internet. Dicho control se hace en dos instancias del proceso de evaluación: al recibir la postulación de un manuscrito y, posteriormente, antes de su publicación (es decir, luego de haber atravesado el proceso de evaluación y una vez que se hayan realizado las modificaciones sugeridas por los árbitros externos). En caso de identificar un posible plagio, los Editores Asociados y el Comité Académico de la revista darán inicio al protocolo establecido por *InMediaciones de la Comunicación* conforme a los criterios establecidos en *Violación de la ética editorial*. Dicho control incluye el autoplagio o el uso extendido de frases idénticas de un manuscrito ya publicado por el mismo autor. Los Editores Asociados y el Comité Académico le comunicarán los resultados del control de plagio a los autores responsables y se les solicitará que en un plazo de 10 días realicen las aclaraciones pertinentes antes de definir si se trata de un comportamiento de plagio. Aquel manuscrito en el que se compruebe tal comportamiento no será publicado.

STATEMENT OF EDITORIAL ETHICS AND GOOD PRACTICES

The School of Communication of the Faculty of Communication & Design, Universidad ORT Uruguay is committed to guaranteeing the ethics of the manuscripts that are published in the journal *InMediaciones de la Comunicación*. It is essential that all parties involved in the editorial process, both the Editorial Team —Director, Associate Editors, Academic Committee, Technical Staff, Guest Editor— as well as the authors and external referees, know and abide by the established criteria and respect the guidelines established for the publication of articles, reviews, interviews and other genres of academic production. *InMediaciones de la Comunicación* adheres to the code of ethics and the declaration of good editorial practices indicated by the Committee on Publication Ethics (COPE) and to the suggestions and recommendations established in the San Francisco Declaration on Research Evaluation (DORA) to guarantee good practices related to the evaluation of scientific-academic productions.

1. Ethics for the Editorial Team

- The Editorial Team is responsible for publication or not the postulated manuscripts. They will be evaluated without taking into account religion, sexual or political orientation, ethnic origin, institutional membership, citizenship or any other peculiarity outside the academic parameters and editorial criteria set by *InMediaciones de la Comunicación*.
- They undertake to publish updated guidelines for authors, establishing the responsibilities of those who submit the manuscript application and the required style standards for the materials sent to the journal (Guidelines for authors). They also undertake to specify the arbitration system used to evaluate the manuscripts and the evaluation parameters that external referees must take into account.
- They undertake to guarantee the confidentiality of the evaluation process. It encompasses the anonymity of external referees and authors and the privacy of the opinions produced, the content evaluated and the exchanges or queries raised to the Associate Editors, Academic Committee and the Guest Editor.

- They guarantee the publication of corrections, clarifications and/or apologies in all cases deemed necessary.
- They are deemed responsible for the articles received not to be used as input for other research, nor be subject to any type of manipulation without the consent of their authors.
- They undertake to have strict respect for authorship. The texts will be subjected to plagiarism control using the Turnitin prevention service (Plagiarism control and detection) and reasonable measures will be taken to prevent the publication of manuscripts in which there have been cases of misconduct in the research.
- They will try to avoid conflicts of interest, taking into account the sources of funding and the affiliation of the authors when selecting the external referees.
- They declare their commitment to the respect and integrity of the manuscripts already been published.

2. Ethics for authors

- Authors are responsible for the applications, the content and the opinions expressed in the manuscripts sent to *InMediaciones de la Comunicación*. They must guarantee they are the owners or co-owners of the nominated manuscript and, therefore, they are also owners of its intellectual property rights (Document of authors' rights and originality).
- They must send original manuscripts written by those who declare their authorship and guarantee that they will not be submitted for consideration by other publications while it is in the evaluation process. The journal considers a manuscript to be original when it is unpublished: that is, when it has not been published in an academic journal or as a chapter in a digital or printed book, nor is it undergoing evaluation in another publication.
- In the event the postulated manuscript includes advances in research previously presented in Conferences, Colloquia and / or Congresses, or has its origin in a graduate or postgraduate thesis, the authors must include an explanatory note indicating the first place in which the advances were presented. *InMediaciones de la Comunicación* does not consider as a prior publication the abstracts or advances presented in academic events such as those mentioned above or are available as research documents in institutional, thematic or general repositories. Likewise, the postulated manuscripts may have their origin in undergraduate or graduate thesis. They may not, in any case, keep the same title as its first version.

- They must express that the contents, materials or resources used in the manuscript do not infringe the copyrights of third parties. In case of reproducing copyrighted material (photographs, still or moving images, figures, videos, infographics or any type of previously published material) they must be cited or indicated in the manuscript's body and, if necessary, obtain and send the corresponding permission to be published in *InMediaciones de la Comunicación* in print and online. Any material received without these citations or permissions will be presumed to come from the authors of the nominated manuscript.
- In the case of manuscripts postulated by two or more authors, they must indicate the order of appearance and, at the end of the manuscript, indicate in percentages the contributions or contributions made by each author. In addition, they must present a certificate that expresses the consent of all the authors for its publication.
- They undertake to recognize and indicate possible conflicts of interest that could be perceived as bias in the manuscript. In this sense, and in the event the authors of the manuscript receive any type of financial support, they must include a note indicating their origin.
- They undertake to inform the Director, the Associate Editors, the Academic Committee and the Guest Editor when they detect a relevant error in the published manuscripts, in order to rectify and introduce the necessary corrections.

3. Ethics for external referees

- They undertake to make a rigorous, critical and impartial review of the evaluated manuscript. They must guarantee their acceptance or rejection according to the thematic relevance and relevance, the innovation or novelty of the contents, the approach to the methodology used, the coherence of the analysis carried out and compliance with the presentation rules required by the journal. For this purpose, the arbitration must take into account the evaluation parameters or rubrics that are established in the Evaluation Form.
- They must take into account the same ethical and confidentiality recommendations indicated in *Ethics for the Editorial Team*.
- They undertake not to disseminate or use, under any circumstances, the contents of the articles evaluated. It will only be possible with the explicit permission of the authors and the directors and/or the Associate Editors and the Academic Committee of the *InMediaciones de la Comunicación* journal.

- They undertake to respect the evaluation period established by the Associate Editors and Academic Committee: 20 days from submission of the nominated manuscript. In case of contingencies preventing compliance, they must notify the Director or a member of the Associate Editors or the Academic Committee sufficiently in advance so that the journal can make a decision and respond to the planned evaluation schedule.
- They must notify the Director or a member of the Associate Editors and the Academic Committee of the existence of conflicts of interest or lack of suitability and expertise to evaluate the assigned manuscript.
- They must notify the Director or a member of the Associate Editors and the Academic Committee in the event of detecting possible plagiarism or breach of ethics.
- They will avoid suggesting citations from their own articles or academic production in order to expand their own citations or those of the research team they belong to.

4. Violation of editorial ethics

InMediaciones de la Comunicación will monitor strictly to ensure compliance with ethics and good editorial practices. In this sense, and in accordance with the provisions of COPE, the accusations of alleged misconduct or the detection of a possible anomaly will imply the activation of a protocol, in general terms, with the following steps:

- A meeting will be held between the members of the Associate Editors and the Academic Committee where the relevance of the accusation made, or the detection of a possible anomaly, will be evaluated.
- The Associate Editors and the Academic Committee will prepare a report contemplating the measures or actions to be undertaken in accordance with the general criteria and the Declaration of Editorial Ethics and Good Practices of the journal.
- The authors will be informed of the accusation received or the detection of a possible fault or anomaly.
- A period of no more than 10 days will be established, according to the type of fault or anomaly subject to consideration, for the authors to make the clarifications or discharge they deem pertinent.
- If necessary, the legal advisors of Universidad ORT Uruguay will be consulted.

- The Associate Editors or the Academic Committee will apply the measures determined. If the anomaly or fault reported is verified: the manuscript will be rejected. If the manuscript is already published: it will be removed from the *InMediaciones de la Comunicación*. Issue and the corresponding retraction will be made. The author will be prevented from any future publishing in the journal.

5. Revisiones y correcciones posteriores a la publicación

InMediaciones de la Comunicación garantiza la publicación de las correcciones, aclaraciones y/o disculpas en todos los casos que se considere necesario. Los reclamos se recibirán en el siguiente correo electrónico: inmediaciones@ort.edu.uy

6. Plagiarism control and prevention

Manuscripts will be subjected to plagiarism control using the Turnitin prevention service that is used to reveal verbatim copies of resources from the Internet. This control is carried out in two stages of the evaluation process: upon receipt of a manuscript's application and, subsequently, before its publication (that is, after having gone through the evaluation process and once the modifications suggested by the external arbitrators, have been made). In case of identifying a possible plagiarism, the members of the Associate Editors and the Academic Committee of the journal will initiate the protocol established by in accordance with the criteria established in *Violation of editorial ethics*. Such control includes self-plagiarism or the extended use of identical phrases from a manuscript already published by the same author. The Associate Editors and the Academic Committee will communicate the results of the plagiarism control to the responsible authors and they will be asked to make the pertinent clarifications within 10 days before defining whether it is plagiarism behaviour. Manuscripts in which such behaviour is verified will not be published.

DECLARAÇÃO DE ÉTICA EDITORIAL E BOAS PRÁTICAS

A Universidad ORT Uruguay tem o compromisso de garantir a ética dos manuscritos publicados na revista *InMediaciones de la Comunicación*. É imprescindível que todas as partes envolvidas no processo editorial, tanto a equipe editorial – diretoria, Editores Associados, Comitê Acadêmico, Funcionários Técnicos, Editor/a Convidado/a – quanto os autores e pareceristas externos, conheçam e aceitem os critérios propostos e respeitem as diretrizes estabelecidas para a publicação de artigos, resenhas, entrevistas e outros gêneros de produção acadêmica. *InMediaciones de la Comunicación* adere ao código de ética e à declaração de boas práticas editoriais delineadas pelo Committee on Publication Ethics (COPE) e às sugestões e recomendações estabelecidas na Declaração de São Francisco sobre Avaliação de Pesquisa (DORA) para garantir boas práticas na avaliação das produções científico-acadêmicas. Da mesma forma, *InMediaciones de la Comunicación* é regida conforme as disposições da Declaração de Singapura de Integridade da Pesquisa.

1. Ética para a Equipe Editorial

- Responsabiliza-se pela publicação ou não publicação dos manuscritos enviados. Os manuscritos serão avaliados sem levar em conta a religião, orientação sexual ou política, origem étnica, afiliação institucional, cidadania ou qualquer outra particularidade fora dos parâmetros acadêmicos e critérios editoriais estabelecidos pela revista *InMediaciones de la Comunicación*.
- Compromete-se a publicar diretrizes atualizadas para os autores que estabelecem as responsabilidades daqueles que submetem pedidos de manuscritos e os padrões de estilo que devem ser aplicados aos materiais submetidos à revista (Diretrizes para autores/as). Também, compromete-se a especificar o sistema de arbitragem utilizado para avaliar os manuscritos e os parâmetros de avaliação que os pareceristas externos devem levar em conta.
- Compromete-se a garantir a confidencialidade do processo de avaliação. Isto inclui o anonimato dos pareceristas externos e dos autores e a privacidade do parecer produzido, do conteúdo avaliado e das trocas

ou consultas que são levantadas com os Editores Associados, o Comitê Acadêmico e o Editor Convidado.

- Garante a publicação de correções, esclarecimentos e/ou desculpas em todos os casos em que for considerado necessário.
- Responsabiliza-se por garantir que os artigos recebidos não serão utilizados como insumo para outras pesquisas ou que não estarão sujeitos a qualquer tipo de manipulação sem o consentimento de seus autores.
- Compromete-se a ter um respeito estrito pela autoria. Os textos serão verificados quanto a plágio utilizando o serviço de prevenção de plágio de Turnitin (Controle e detecção de plágio) e serão tomadas medidas razoáveis para evitar a publicação de manuscritos nos quais tenham ocorrido casos de má conduta na pesquisa.
- Procurará evitar conflitos de interesse levando em conta as fontes de financiamento e a afiliação de autores ao selecionar pareceristas externos.
- Declara seu compromisso com respeito e integridade dos manuscritos que já foram publicados.

2. Ética para os autores

- São responsáveis pelas submissões, conteúdo e opiniões expressas nos manuscritos enviados à *InMediaciones de la Comunicación*. Os autores devem garantir que são os titulares ou cotitulares do manuscrito apresentado e, portanto, são também os proprietários de seus direitos de propriedade intelectual (Documento de direitos de autoria e de originalidade).
- Devem apresentar manuscritos originais escritos por aqueles que declaram sua autoria e garantir que não serão submetidos à consideração de outras publicações enquanto o manuscrito estiver em avaliação. A revista considera um manuscrito original quando é inédito: isto é, quando não foi publicado em uma revista acadêmica ou como capítulo de um livro digital ou impresso, nem está em processo de avaliação em outra publicação.
- Caso o manuscrito enviado recolher avanços de pesquisa previamente apresentados em Conferências, Colóquios e/ou Congressos ou tenha sua origem em uma tese de graduação ou pós-graduação, os autores devem incluir uma nota explicativa indicando o primeiro lugar em que foram apresentados. *InMediaciones de la Comunicación* não considera como prévia publicação resumos ou avanços apresentados em eventos acadêmicos como os mencionados acima ou disponíveis como documentos de pesquisa em repositórios institucionais, temáticos ou gerais.

Da mesma forma, os manuscritos enviados podem ter sua origem em teses de graduação ou pós-graduação. Sob nenhuma circunstância, poderão manter o mesmo título que sua primeira versão.

- Devem declarar que os conteúdos, materiais ou recursos utilizados no manuscrito não infringem os direitos autorais de terceiros. No caso de reprodução de material protegido por direitos autorais (fotografias, imagens fixas ou em movimento, figuras, vídeos, infografias ou qualquer tipo de material publicado anteriormente) devem ser citados ou indicados no corpo do manuscrito e, se necessário, obter e enviar a permissão correspondente para ser publicado na *InMediaciones de la Comunicación* em formato impresso e on-line. Qualquer material recebido sem estas citações ou permissões será assumido como sendo dos autores do manuscrito submetido.
- No caso de manuscritos submetidos por dois ou mais autores, eles devem indicar a ordem de aparecimento e, ao final do manuscrito, indicar em porcentagens as contribuições feitas por cada autor/a, conforme indicado em Envios (Diretrizes para autores/as). Além disso, devem apresentar uma declaração expressando o consentimento de todos os autores para a publicação.
- Comprometem-se a reconhecer e indicar possíveis conflitos de interesse que poderiam influenciar em uma avaliação imparcial do manuscrito. A este respeito, e caso os autores do manuscrito recebam qualquer tipo de apoio financeiro, eles devem incluir uma nota indicando a fonte de tal apoio.
- Comprometem-se a informar à diretoria, aos Editores Associados, ao Comitê Acadêmico e ao Editor/a Convidado/a quando descobrirem um erro relevante nos manuscritos publicados, a fim de retificar e introduzir as correções necessárias.

3. Ética para os pareceristas externos

- Comprometem-se a realizar uma revisão rigorosa, crítica e imparcial do manuscrito avaliado. Eles devem garantir sua aceitação ou rejeição de acordo com a pertinência e relevância temática, inovação ou novidade do conteúdo, abordagem da metodologia utilizada, coerência da análise realizada e o cumprimento das normas de apresentação exigidas pela revista. Para isso, o parecerista deve levar em conta os parâmetros ou rubricas de avaliação estabelecidos na Ficha de avaliação.
- Devem levar em conta as mesmas recomendações éticas e de confidencialidade indicadas na Ética para a Equipe Editorial.

- Comprometem-se a não divulgar ou utilizar, sob nenhuma circunstância, o conteúdo dos artigos avaliados. Isto só será possível com a permissão explícita dos autores e da diretoria e/ou dos Editores Associados e o Comitê Acadêmico da revista *InMediaciones de la Comunicación*.
- Comprometem-se a respeitar o prazo de avaliação estabelecido pelos Editores Associados e o Comitê Acadêmico: 20 dias a partir da data de apresentação do manuscrito. Em caso de contingências que os impeçam de cumprir, devem notificar o editor ou um membro do Comitê Acadêmico com antecedência suficiente para que a revista possa tomar uma decisão e responder ao cronograma de avaliação planejado.
- Deverão notificar a diretoria da revista ou um membro dos Editores Associados ou o Comitê Acadêmico sobre quaisquer conflitos de interesse ou falta de adequação e especialização para avaliar o manuscrito designado.
- Deverão comunicar a diretoria da revista ou um membro dos Editores Associados e o Comitê Acadêmico no caso de detecção de possível plágio ou não conformidade ética.
- Evitarão sugerir citações de seus próprios artigos ou produção acadêmica para aumentar suas próprias citações ou as da equipe de pesquisa à qual pertencem.

4. Violação da ética editorial

InMediaciones de la Comunicación monitorará estritamente para assegurar o cumprimento da ética editorial e das boas práticas editoriais. A este respeito, e de acordo com as disposições da COPE, as acusações de supostas más condutas ou a detecção de uma possível irregularidade ativarão um protocolo que, em termos gerais, prevê os seguintes passos:

- Será realizada uma reunião entre os Editores Associados e o Comitê Acadêmico na qual será avaliada a relevância da acusação feita ou a detecção de uma possível irregularidade.
- Os Editores Associados e membros do Comitê Acadêmico elaborarão um relatório que incluirá as medidas ou ações a serem tomadas de acordo com os critérios gerais e a Declaração de ética editorial e boas práticas da *InMediaciones de la Comunicación*.
- Os autores serão informados da acusação recebida ou da detecção de uma possível falha ou irregularidade.
- Será estabelecido um período não superior a 10 dias, de acordo com o tipo de falha ou irregularidade em consideração, para que os autores façam quaisquer esclarecimentos ou defesas que considerem apropriados.

- Se necessário, serão consultados os assessores jurídicos da Universidad ORT Uruguay.
- Os Editores Associados e o Comitê Acadêmico aplicarão as medidas determinadas. Se a irregularidade ou falha denunciada for comprovada, o manuscrito será rejeitado. Se o manuscrito já tiver sido publicado, ele será retirado da edição da *InMediaciones de la Comunicación* e uma retração correspondente será feita. O autor não poderá mais publicar na revista.

5. Revisões e correções pós-publicação

InMediaciones de la Comunicación garante a publicação das correções, esclarecimentos e/ou desculpas em todos os casos que forem necessários. As reclamações serão recebidas pelo seguinte e-mail: inmediaciones@ort.edu.uy

6. Controle e detecção de plágio

Os manuscritos serão controlados quanto a plágio usando o serviço de prevenção de plágio de Turnitin, que é usado para revelar a cópia literal dos recursos procedentes da Internet. Esta verificação é realizada em duas etapas do processo de avaliação: ao receber um manuscrito submetido e depois antes da publicação (ou seja, após o manuscrito ter passado pelo processo de avaliação e após terem sido feitas as modificações sugeridas pelos pareceristas externos). No caso de identificar um possível plágio, os Editores Associados e o Comitê Acadêmico da revista iniciarão o protocolo constituído pela revista *InMediaciones de la Comunicación* de acordo com os critérios estabelecidos em *Violación da ética editorial*. Esta verificação inclui autoplágio ou o uso estendido de frases idênticas de um manuscrito já publicado pelo mesmo autor. Os Editores Associados e o Comitê Acadêmico da revista comunicarão os resultados da verificação do plágio aos autores responsáveis e eles serão solicitados a prestar esclarecimentos pertinentes dentro de 10 dias antes de decidir se há um caso de plágio. O manuscrito que apresentar plágio comprovado não será publicado.



DICIEMBRE 2024

Facultad de Comunicación
Escuela de Comunicación

Av. Uruguay 1185, 11.100, Montevideo Uruguay. Tel.: (0598) 2 902 1505 - <https://fcd.ort.edu.uy>
www.ort.edu.uy