

El refugio mediático: Espacios íntimos convertidos en escénicos, la imagen de un período de resiliencia

THE MEDIA SHELTER: INTIMATE SPACES TURNED INTO SCENIC, THE IMAGE OF A PERIOD OF RESILIENCE

ABSTRACT

In our mass media world, it is increasingly difficult to find the line between the other and the self. The human being is inherently social, since the search for oneself begins on that impersonal basis provided by the gaze of others. But group feedback is not enough to acquire an identity; we also need moments of disconnection from the group, which in a hyper-connected society is a big problem, since two great human needs come into play: the need to feel loved and the need to be in the group. The use of social networks made possible a new space for socialisation, with which we found a refuge from the difficulties experienced in 2020. During isolation, we turned our homes into a public location, which means that we began to inhabit the stage of life full time, which has had an impact on contemporary identities, the result of cyber-representations. These concepts are reflected in contemporary artistic creation from the beginning of globalisation to the present day, so we will use examples from photography, painting or performance to contextualise the facts.

Keywords:

Social Identity; Globalization; Mediatic Theater; Lockdown; Contemporary Art

RESUMEN

Dentro de nuestro mundo mediático, cada vez es más difícil encontrar la línea entre el otro y el yo. El ser humano es inherente a su carácter social, puesto que la búsqueda de uno mismo comienza sobre esa base impersonal que aporta la mirada ajena. Pero no solo basta con el *feedback* del grupo para adquirir una identidad, sino que también necesitamos momentos de desconexión grupal, cosa que en una sociedad hiperconectada supone un gran problema, ya que entran en juego dos grandes necesidades humanas, la de sentirnos queridos y la de estar en el grupo. El uso de las redes sociales posibilitó un nuevo espacio de socialización, con el que encontramos un refugio ante las dificultades vividas en 2020. Durante el aislamiento, convertimos nuestros hogares en una localización pública, lo que significa que comenzamos a habitar en el escenario de la vida a tiempo completo, lo que ha derivado en un impacto en las identidades contemporáneas, fruto de las ciber-representaciones. Estos conceptos se reflejan en la creación artística contemporánea desde el comienzo de la globalización hasta la actualidad, por lo que usaremos ejemplos desde la fotografía, pintura o la performance, para contextualizar los hechos.

Palabras clave

Identidad Social; Globalización; Teatro Mediático; Confinamiento; Arte Contemporáneo

1 INTRODUCCIÓN

El eje central de esta investigación gira en torno a las consecuencias de la ciber-representación en las identidades actuales. Aunque se considere una identidad como algo personal, es inevitable que dependamos de los otros para comprender nuestro papel en el mundo. La visión personal está condicionada desde el principio por la grupal, por las reacciones, gestos y comentarios de los demás, es decir, por la forma en la que sentimos que somos percibidos. En palabras de Zambrano, “solo al vernos en otro nos vemos en realidad, solo en el espejo de otra vida semejante a la nuestra adquirimos la certidumbre de la realidad” (1955, p. 79). La mirada ajena es clave, y es gracias a este punto de partida externo que podemos llegar a una idea propia. Por esta razón, diversos autores crearon teorías que relacionaban la vida con una representación teatral, como es el caso de Erving Gofman. Con la *Teoría Dramatúrgica*, expuesta en su libro *La presentación de la persona en la vida cotidiana* (1956), presentó la vida como un teatro permanente, en la que los individuos salen a escena vistiendo un disfraz que será juzgado y puesto en duda por su audiencia, y del que solo se podían liberar entre bambalinas, es decir, en el espacio privado. Desde nuestra mirada contemporánea, es inevitable ver en las redes sociales un teatro, donde siempre interpretamos un rol y existen unos entes superiores que deciden el curso de las mismas.

Durante la pandemia, en especial durante los meses de confinamiento, las redes sociales se convirtieron en refugio, en una vía de escape. Las consecuencias por el abuso del internet ya era un hecho notorio antes del año 2020, del mismo modo en que la línea entre lo público y lo privado ya llevaba una década desdibujándose. La semilla del cambio se plantó con años de diferencia, y se podía ver en los famosos *videoblogs*, los directos en las diferentes redes sociales o los *selfies* en el espejo, entre otros hechos, ya que irrumpieron con fuerza en nuestras vidas desde principios de 2010. Fue durante los meses de confinamiento que se aceleró de forma notoria este proceso. Los análisis de *We Are Social* (2022) demuestran que, a finales de 2020, se apuntó un crecimiento continuo, y pronosticaron un número superior a los 3.50 millones de usuarios para el año 2023. Esto significa que, en la actualidad, el escenario *online* alberga a un 82% de la población mundial total.

Si bien es cierto que todo lo que se comparte en una red social con frecuencia se extiende a las demás, todas ellas están condicionadas por unos parámetros que hace que sus usuarios varíen la información que eligen compartir, es decir, que esta puede llegar a cambiar drásticamente en cuanto a la manera de expresar las ideas, de hablar, de existir entre los otros usuarios, e incluso la forma de vestir y de mostrarse en las fotografías. Cada plataforma es como una habitación con un público distinto o con una intencionalidad diferente, lo que supone que los roles interpretados pueden fluctuar según donde nos encontremos. Teniendo esto en cuenta, la red social en la que vamos a basar nuestro objeto de estudio es *Instagram*, ya que se trata de una de las aplicaciones de fotografía que en la actualidad cuenta con un mayor uso a nivel mundial. Así pues, esto hace de ella un gran banco de imágenes creadas para ser compartidas, darse a ver, y entrar en los grupos sociales, que cuentan con unos patrones comunes tanto a nivel formal como conceptual. Hemos de destacar que queda lejos de nuestro interés las cuestiones relacionadas con la desinformación y los *fake news* que se compartían, ya que las redes son un mundo en sí mismas y nuestro interés se centra en las formas de conexión y comunicación con los otros mediante el cuerpo virtual.

Dentro de la entrevista que Elorduy realizó con Fontcuberta, este expuso que “todos somos

fotógrafos ahora, somos *homo fotograficus*. Hacemos fotografías para informar, entretenernos, por introspección o para interaccionar con un grupo. Hay infinidad de usos de la imagen, igual que hay infinidad de usos de la palabra" (2019). Por su parte, según Moreno, cuando el yo crea una proyección dentro del ciberespacio, debe demostrar una coherencia entre su identidad real y la que presenta *online*, no obstante, lo cierto es que en una identidad *online* se identifica una sinergia entre "el autor, el narrador y el personaje" (2019, pp. 83-84). El contraste entre los conceptos de identidad y ciber-representación es clave dentro de este artículo, puesto que concebimos la identidad como ese factor que nos hace diferentes, que nos hace ser quiénes somos, mientras que nos encontramos dentro de un mundo en el que se han posibilitado infinitas posibilidades de catalogarse e incluso de rechazar etiquetas. La continua exposición a los medios no sólo implica un impacto en la construcción de una identidad personal, también supone el debilitamiento o el refuerzo de la misma. Recurrirremos a obras de arte contemporáneo de gran relevancia en lo que respecta a nuestro objeto de estudio. La fotografía de Fontcuberta y las performances de Amalia Ulman y Molly Soda, serán una muestra visual clave dentro del análisis de la construcción y las consecuencias de las identidades virtuales.

2 OBJETIVOS

1. Estudiar la construcción de la ciber-representación, así como la ruptura del límite entre el espacio público y privado, enfocándonos para ello en los períodos de cuarentenas derivados por el Covid-19.
2. Examinar los avances en las nuevas formas de representación de la persona y de escenificación del entorno, centrándonos para ello en la plataforma *Instagram*.
3. Analizar la relación entre la identidad personal y la representación en línea, así como sus efectos, considerando obras de arte contemporáneo de gran relevancia dentro de nuestro enfoque.

3 METODOLOGÍA

En primer lugar, hemos indagado en textos y estudios previos relacionados con la construcción de la persona y su papel en el mundo y, de igual forma, hemos investigado perspectivas actuales sobre la ciber-representación y el impacto de la misma en la construcción de las identidades. Para ello, hemos acudido a textos de autores como Erving Gofman, Remedios Zafra, Juan Martín Prada, Fernando Infante y Manovich, entre otros. Nuestra investigación y enfoque nos han llevado a dividir el texto en dos apartados:

El primero, se centra en analizar cómo el uso de las redes sociales desdibuja ese límite entre el espacio público y el privado, ya que es una cuestión relevante para entender los cambios en la sociedad y la escenificación del yo en el entorno *online*. Lo haremos a través de la comparación de un retrato vanguardista, que representa la privacidad y la intimidad desde una perspectiva convencional, con una imagen actual tomada de *Instagram*, donde se comparten aspectos personales independientemente del entorno presentado.

El segundo, continúa con un análisis del contexto social digital. La muestra de obras de arte contemporáneo será relevante para examinar la creación de las identidades digitales y sus consecuentes efectos en la persona. Para ello, recurrimos a referentes artísticos como Joan Fontcuberta, Amalia Ulman y Molly Soda. Si bien hay infinidad de referentes relacionados, estos destacan por demostrar un concepto claro y directo desde una representación formal que conserva la estética de nuestra red social de interés.

Tras realizar este estudio teórico, contrastar con datos estadísticos y analizar las diferentes imágenes y obras mencionadas, hemos alcanzado unas conclusiones sobre las consecuencias de la ciber-representación y las miradas ajenas en las identidades.

4

SOCIEDAD Y PUESTA EN ESCENA: EL YO-DIGNIFICADO VERSUS EL YO-OBJETO

Para formar parte del escenario virtual necesitamos crear, en primer lugar, un usuario. Es así como nace nuestra ciber-representación, en el instante en el que accedemos a una red social y nos registramos en ella. Nuestro cuerpo y habitación virtual dejarán de ser un espacio en blanco mediante la información que compartamos sobre nosotros, lo que involucra vídeos e imágenes, pero también la interacción que tengamos con los demás. Tanto la participación activa como la pasiva serán claves para el desarrollo de una ciber-identidad. Al inicio, algunos investigadores de las interacciones sociales *online* utilizaron el término “comunidades virtuales” para denominar a un grupo de personas que se reúne en una red social, donde, según Powers, “invierten suficiente tiempo en ellas como para considerarse una comunidad virtual” (Powers, 1998, p. 3).

Instagram nació de la mano de Kevin Systrom y Mike Krieger, ambos informáticos y apasionados de la fotografía. Al principio fue una aplicación de geolocalización y *check-in*, hasta que sus creadores se dieron cuenta de que lo que interesaba a los usuarios eran las imágenes que se subían. Fue en ese momento cuando decidieron cambiar su rumbo y enfocarse solo en la edición y publicación de imágenes. Destacó por los filtros que ofrecía y por la obligación de publicar imágenes cuadradas, porque con ambos se podía dar una apariencia semejante o recordar a la Polaroid. Es decir, la intención inicial desde su lanzamiento fue que los usuarios fueran espontáneos y naturales, y compartieran las imágenes que realizaran con su móvil para conectar con los demás. Fue lanzada al mercado en octubre de 2010, ofreciéndose solo a usuarios de *Apple*. Tan solo tres meses después de su lanzamiento, ya figuraba entre las Apps del año, y no fue hasta 2012 que se hizo accesible para todos los dispositivos y se tradujo a veinticinco idiomas, y, además, por esas fechas, fue anunciado por *Facebook* su adquisición por mil millones de dólares.

Dentro de la pretensión inicial de *Instagram* de que sus usuarios crearan y compartieran las imágenes desde la misma plataforma, estos no tardaron demasiado en redirigir su función, y hacer de ellas algo mucho más superficial. La aplicación fluctuó por caminos diferentes a los predecidos, como las publicaciones de imágenes fotográficas provisionales con edición externa. Un tiempo después, tras el éxito de otras redes sociales diferentes, *Instagram* comenzó a incluir algunas de sus herramientas, como es el caso de las historias de *Snapchat*, en las que se podían publicar imágenes de duración temporal y además se podían utilizar filtros con los que modificar el color y la iluminación de la escena, pero también el rostro. Ana Pérez, Gema Barón

y Juana Rubio demuestran en su artículo una clara inclinación de los usuarios más jóvenes hacia esta red social, ya que a raíz de un estudio y una serie de encuestas descubrieron que un 78,3% de las personas encuestadas la usaban con frecuencia o siempre (2021, p. 200). Por esta razón hemos de volver a hacer referencia a la *Teoría Dramatúrgica* (Goffman, 1956), puesto que las plataformas *online* ofrecen espacios en los que representar los nuevos roles que demanda el medio, y, asimismo, todo un abanico de herramientas para que nos vistamos antes de salir a escena. Ciento es que el teatro de la vida ha sufrido una gran evolución, puesto que, ya hablamos de su sentido virtual o físico, ambos están continuamente conectados. Citando a Peute y a Rus, los usuarios comisarian su imagen *online* a través de una performance fotográfica cuyo objetivo principal es el entretenimiento, pero al mismo tiempo deben “conciliar sus aspiraciones personales y las expectativas sociales” (2021, p. 17).

Como afirmó Anabella di Piego, Hannah Arendt comprendía dentro de sus estudios filosóficos, dos espacios dentro de la dimensión humana (2005, pp. 42-43). Por un lado, el *Oikos* hace referencia al lugar en el que se abastecen las necesidades básicas, en otras palabras, el hogar. Y, por otro lado, la *Polis* o escena pública, que se rige por las leyes jurídicas, culturales y políticas. Los avances tecnológicos comenzaron a influir en el carácter privado del hogar, sin embargo, los confinamientos derivados por la pandemia acrecentaron considerablemente esta situación. En palabras de Rafael Delgado y Valeria Falleti, “la casa convoca a una imagen de intimidad protegida, que se ve trastocada y resignificada con las nuevas labores que exige el resguardo en casa, producto de un confinamiento estricto”. Continúan exponiendo que fueron “demasiadas actividades contenidas en un mismo espacio”, y fue por ello que los lugares en los que habitamos lograron adquirir “una especial significación” (2021, pp. 111-112). Los avances que han traído consigo estas situaciones y las nuevas tecnologías han hecho que las imágenes creadas deriven en resultados diferentes. Es por eso que, tanto nuestra forma de escenificar y enseñar nuestros espacios privados, como la de mostrarnos a nosotros mismos, parece haber cambiado drásticamente. Para contrastar estos hechos, haremos una breve comparación entre dos imágenes, una pintura de la vanguardia y una fotografía de *Instagram*. Nuestra pretensión es la de analizar sus similitudes y contrastes, para ver hasta qué punto se puede hallar una diferencia.



Figura 1. Matisse, H. (1926). *Odalísca con pandereta*. [Óleo sobre lienzo]. Fuente: <https://bit.ly/3XqLSIX>

Figura 2. Keely (Nombre real desconocido). (2021). *I wish it was still summer so I could wear these pants every day*. [Fotografía digital realizada con smartphone]. Fuente: <https://bit.ly/43JBckC>

La primera imagen que vemos tiene su origen en el fauvismo de Matisse (ver Fig. 1). Es una de las más de cien obras que realizó para su serie de Las Odaliscas, con las que realizó un estudio de la figura femenina dentro de la vivienda musulmana. Vemos una composición es frontal, en la que podemos apreciar una modelo que aparece estar en una actitud natural y espontánea, sobre una alfombra y entre paredes estampadas. Este cuadro en concreto recrea un espacio sencillo, construido con telas y con un atrezo limitado, puesto que solo encontramos un jarrón con flores y una especie de manta con estampado floral sobre este, ambos situados en la esquina inferior derecha para hallar un equilibrio dentro de la composición general. La imagen de la derecha fue encontrada gracias a la herramienta “explora” de *Instagram*, y fue facilitada por el perfil de la usuaria @k_eelz (ver Fig. 2), quién siempre se autorretrata para mostrar su *outfit* dentro de diferentes rincones de su casa. En este caso, el cuerpo mantiene la actitud del anterior y su frontalidad dentro de la escena, mientras que se muestra una búsqueda diferente en cuanto a la composición. Carece de alfombras y patrones decorativos, pero no deja de ser un espacio preparado, con una buena iluminación, y delimitado por el marco elegido por la propia creadora de la fotografía. En adición, hemos de tener en cuenta que, una vez modificados los elementos, lo más seguro es que los autores los hayan adaptado en función a sus búsquedas. Estas pueden responder a un resultado formal, o a las necesidades concretas de la performance que se va a interpretar, ya que la pose varía según el lugar, “diferirá en función de los significados transmitidos que los sujetos pretendan expresar” (2022, p. 2343). Por su parte, en ambas muestran el interior del hogar con naturalidad, lo que demuestra que las esferas públicas y privadas “no estarían claramente separadas, pues interactúan constantemente y sus límites serían dinámicos” (Zafra, 2019, p. 56). No obstante, la representación del hogar en un período anterior al de la globalización nos obliga a leer la primera imagen bajo otros códigos. Es por eso que, en la pintura, responde a una muestra de lo cotidiano y de la vida doméstica. Por otro lado, la fotografía de *Instagram* actúa ante un período en el que el espacio público nos fue prohibido, por lo tanto, el privado tuvo que actuar “como un producto de las relaciones sociales” frente a una “lógica de restricción que limitó el derecho a la ciudad” (Delgado y Falleti, 2021, p. 120).

En lo que respecta a las figuras femeninas, ninguna de las imágenes demuestra veracidad, puesto que el hecho de que muestren una falsa casualidad es un recordatorio de que ambas están posando. En palabras de Fernando Infante, “la pose en el arte nos cuenta la historia del cuerpo desde un filtro simbólico y excepcional”, no obstante, podemos leer también nuestros álbumes de fotos en esta clave y observar la idea que teníamos de nuestro propio cuerpo en diferentes etapas” (2019, p. 88). Es por este hecho que, el factor conductual de las mujeres que aparecen en las imágenes es una de las cuestiones que más destacan entre sus diferencias. Por una parte, la intención de la pintura es la de mostrar la belleza de la persona y dignificarla, acentuando para ello sus rasgos personales y considerando, en ocasiones, las preferencias de la misma en cuanto a cómo quiere ser vista. En la publicación de *Instagram*, la modelo pretende mostrarse desde las características que una usuaria de esta red social tiene que poseer para considerarse exitosa, es decir, debe mostrar felicidad, una apariencia acorde a las exigencias del canon, y una popularidad visible en los *likes* y comentarios. En los dos casos hay una clara necesidad de ser vistos y apreciados por los demás. Para Siegel, Tussyadiah y Scarles, se encuentra un claro objetivo de “que los demás acepten las imágenes que los individuos reivindican para sí mismos” y para ello, “los individuos deben presentarse de acuerdo con sus roles sociales y asegurarse de que los demás evalúan positivamente sus imágenes” (2022, p. 2335).

Ya hablemos de una pintura de cámara para un particular, o de una fotografía para las redes sociales, todo lo que ocurre en ellas tiene una razón comunicativa. Ciento es que este tipo de imágenes existen desde tiempo inmemorial, y siglos después se posibilitaron para todos por los avances tecnológicos. Se convirtieron en una parte significativa de nuestras vidas durante la pandemia, porque “la imagen circula como presencia en apariencia inútil, pero en tanto normalizada forma parte de los rituales cotidianos” (Zafra, 2016, p. 135). Ante la situación de aislamiento social y la prohibición del espacio público, no tuvimos otra opción que recurrir a estas imágenes para conectar con los demás, por lo que facilitaron “la búsqueda de sentido y normalización de la vida cotidiana remecida por la pandemia” (Martínez, 2021, p. 181).

5 LA PRESENTACIÓN DEL ALTER EGO E INTERPRETACIONES DEL ARTE CONTEMPORÁNEO

Habitamos en un contexto en el que afirmarnos como poseedores de una identidad propia es una contrariedad. Si bien consideramos que partimos de la base externa para entendernos e interpretarnos a nosotros mismos, la globalización no sólo es algo que intervenga en ese proceso desde edades tempranas, ya que lo hace en cualquier etapa del individuo. Cabe mencionar que, como expone la teoría del Efecto Rosenthal (Jacobson y Rosenthal, 1968), dentro de una situación en la que se incita a generar las condiciones para conseguir algo, tenemos la tendencia a perder el autocuestionamiento y el análisis de la información que recibimos. Hemos de mencionar los datos adquiridos por Digital News Report en 2020, ya que demuestran que “el 65% de los encuestados españoles afirma que le preocupa no saber discernir lo que es verdadero o falso en internet” (Negredo et al., 2020). Mientras tanto, según el estudio de Pérez, Barón y Rubio, un alto porcentaje de la población cree reconocer las *fake news*, siendo un 48% los que afirman hacerlo con frecuencia, un 40%, a veces, y tan solo un 11%, siempre (2021, pp. 201-202).

Al no existir limitaciones geográficas ni estar obligados a mostrar nuestra auténtica cara, todos podemos olvidar que existe una persona real tras la pantalla, y perder el filtro a la hora de hablar con ella. La relación entre los individuos dentro del mundo online y las interacciones, sean de forma activa o pasiva, va a tener una gran influencia en la formación de valores, la actitud interna y la percepción de uno mismo. Para Aristóteles, el ser humano es un ser dual, es decir, posee cuerpo y alma. En otras palabras, “en *De anima*, hablaba del alma como sinónimo de vida: el alma es el principio de la vida, o si se quiere, en lenguaje aristotélico, la forma-acto del cuerpo” (Páramo, 2012, p. 563). Gracias a esto, puede reflexionar y realizar un diálogo interior que le permite expresar su individualidad. Este proceso es el que hace posible el crecimiento y el cambio, y es esto mismo lo que nos envuelve en un constante estado de evolución y renacimiento. La excesiva dependencia hacia el medio y la necesidad de ser aceptados e incluidos en el grupo no solo acaba con la dualidad Aristotélica, también supone un punto de inflexión en todo nuestro proceso de construcción identitaria. Desde la perspectiva de Fernando Infante, “la imagen que se funda en el propio cuerpo es una representación por anticipación de la imagen resultante y de la recepción posible” por lo tanto, el cuerpo actúa para “una mirada que todavía no se han producido”, y la pose ocurre por un juego “entre ideal y realidad, entre *yo quiero* y *yo puedo*” (2019, p. 94). El abuso de estos medios y del acto de posar tienen su reflejo en las identidades contemporáneas, puesto que se reducen de forma significativa esos momentos de desconectar con el grupo para conectar con uno mismo.

A propósito de estas cuestiones, comenzaremos mencionando los conceptos expuestos por Fontcuberta en 2010, a raíz de su investigación sobre la red social *Myspace*. El autor utilizó la palabra “Reflectograma” para denominar lo que más tarde todos conoceríamos como *selfie*, referenciando los dos elementos que componían la imagen, es decir, el espejo y la cámara. Por otro lado, acuñó también el término “Googlegrama”, para hablar sobre el mosaico de imágenes ofrecidas por las búsquedas de *Google*. Estas ideas fluctuaron en el proyecto artístico titulado *A través del Espejo* (ver Fig. 3), con el que, mediante las imágenes que los usuarios publicaron en esa red social, Fontcuberta invitaba a reflexionar sobre cómo nos mostramos en las redes sociales, con independencia del sentido privado o público de los lugares. Predominaron los autorretratos en los espejos de baños y habitaciones del hogar, de discotecas y otros lugares de ocio. Demostró con ello una búsqueda de la diversión y la comunicación con los otros, por encima de construir un recuerdo o documentar algo.

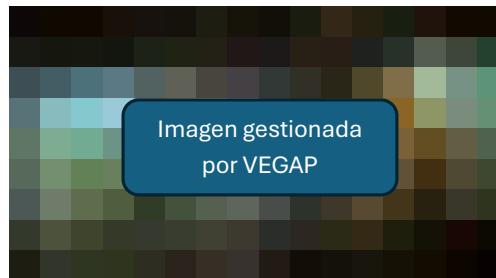


Figura 3. Fontcuberta, J. (2010). *A través del espejo*. [Fotografía digital].
Fuente: <https://bit.ly/3Pm0SiD>

En la actualidad, todos compartimos lo que sentimos (o queremos sentir) como nuestra realidad. En palabras de Martín Prada, “con la proliferación de las cámaras digitales, ese principio de que no se fotografía cualquier cosa, o que sólo se fotografía lo singular, ha dejado hoy de tener sentido (2018, p. 36). En la era digital, lo fotografiable ya no significa algo en concreto”. Hallamos un ejemplo en *Excellences & Perfections* (ver Fig. 4), obra performática de Amalia Ulman realizada en 2014. Fue una serie de fotografías hechas con *smartphone* que fueron publicadas en su cuenta de *Instagram*, donde ella misma también aparecía, jugando con la creación y la interpretación de un personaje que podría pasar por *influencer*. Interpretaba un rol que se encontraba sujeto a los estereotipos femeninos surgidos en la red, y a las exigentes expectativas demandadas en las plataformas. Uno de los intereses de este proyecto fue el de estudiar cómo las apariencias son la base de las conexiones entre los individuos actuales, lo que supuso la construcción de un diálogo ficticio que destruiría más tarde. Esta obra sigue siendo de gran relevancia en la actualidad, puesto que se incluyó dentro de la muestra expositiva titulada *Role Play*, disponible en el Observatorio de Milán durante el pasado 2022.



Figura 4. Ullman, A. (2014). *Excellences & Perfections*. [Fotografía tomada con smartphone].

Fuente: <https://bit.ly/46enkR8>

El tipo de imagen que se produce en redes tiene una intención comunicativa desde lo estético. En palabras de Manovich, “la producción de imágenes, interfaces, objetos y experiencias bellas es fundamental para el funcionamiento económico y social, así como para la identidad de millones de personas” (2019, p. 3). Las publicaciones de *Instagram* se rigen por unas reglas no escritas, y estas son la de demostrar belleza, espontaneidad y cumplir con las expectativas sociales, para poder recibir la aceptación en forma de interacciones positivas como “moneda social” (Bard y Magallanes, 2021, p. 9). Por esta razón, la gran exposición a las redes sociales durante la pandemia ha supuesto también un aumento en los índices de enfermedades mentales. Tal y como expone Mercedes Alexandra Pozo, se realizó un estudio titulado *Mental health problems and social media exposure during COVID-19 outbreak*, cuyo objetivo era demostrar la relación entre el abuso de estas plataformas y el impacto en la salud mental. Para ello, se contó un total de 4872 personas, de las cuales el 82% afirmó una alta exposición a las redes, el 48,3% demostró sufrir depresión, el 22,6% ansiedad, y el 19,4% una combinación de los síntomas de ambas (2022, p. 17).

No nos cabe duda de que el mundo que habitamos es un constante vaivén de emociones genuinas e interpretadas, una actitud posada o una performance donde se niega el sentir verdadero. Molly Soda presentó en el año 2017 la videoperformance *Who's Sorry Now* (ver Fig. 4.), que fue filmada en el interior de una casa en la que vemos a la propia artista posando para unas *selfies*. El juego entre la emoción real y la actuada es el concepto de la obra, puesto que sonríe para la cámara pero se derrumba el resto del tiempo, y este ejercicio se convierte en una dinámica constante. Señalan Bard y Magallanes que la tendencia es la de compartir la tristeza, pero desde la parodia o la autosuperación, ya que “no vas a dar asco subiendo fotos o cosas deprimentes, en todo caso le das un giro para que parezca gracioso o bizarro para que genere risa” (2021, p. 8). Lo cierto es que, en algún momento del auge de las redes sociales, todo lo que se pueda considerar negativo se convirtió en algo para ocultar. Podemos considerar que todo lo natural del humano ha pasado a convertirse en aquello que reservamos para nosotros y nuestros más cercanos, o, en otras palabras, en una nueva intimidad. Mostrarse entonces desde este aspecto significaría “autonarrarse desde la intimidad propia” (Zafra; 2019, p. 53), lo que implicaría una de las pocas formas de ver a la persona más allá del personaje.

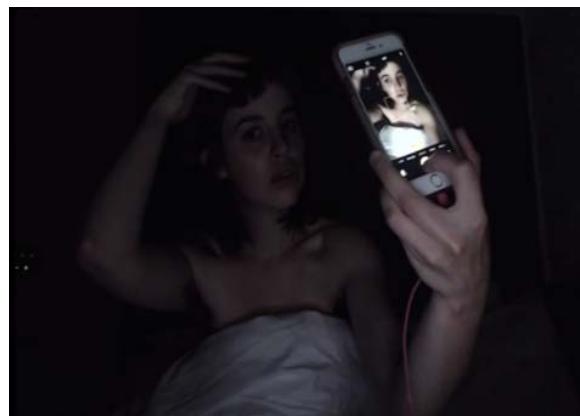


Figura 5. Soda, M. (2017). *Who's Sorry Now*. [Videoperformance].

Fuente: <https://vimeo.com/221276950>

Durante los confinamientos derivados de la pandemia, las redes sociales se convirtieron en una escapatoria ante una realidad compleja. Nos permitieron conectar con los demás, y paliar las dificultades del aislamiento. Por ello, se incrementó tanto el uso de estas plataformas, como la exposición de nuestros hogares, ante una necesidad de socializar a pesar de las limitaciones. Los espacios virtuales nos permitieron abordar los problemas del contexto con otra perspectiva, pero también pusieron en manifiesto una alta dependencia, lo que, como hemos visto, demostró un impacto en la salud mental. Las imágenes actuales, repetidas de forma continua, derivan en la formación de unos discursos que excluyen estos efectos que hemos mencionado. Señala Pamela Martínez que existe una carencia de imágenes sobre las consecuencias físicas, psicológicas y sociales que representen el escenario real tras la pandemia, sin embargo, estas responden ante diferentes objetivos (2021, pp. 182-183). Los espacios virtuales nos permitieron abordar los problemas del contexto con otra perspectiva.

6 CONCLUSIONES

Durante este trabajo de investigación hemos analizado la forma en la que la ciber-representación se ha convertido en una parte más de nuestras vidas, alcanzando su máximo apogeo durante los períodos de confinamiento, y como la forma de mostrarnos dentro de la imagen es equiparable a como lo hacíamos antes de que existieran la fotografía e internet. Si bien es cierto que, limitándose únicamente al carácter formal, las escenas pasadas parecen delatar una mayor preocupación en cuanto a la belleza estética (Manovich, 2019, p. 3). No obstante, hemos hallado más semejanzas de las esperadas, puesto que en ambas existe una falsa sensación de espontaneidad, gracias a la pose, la construcción del espacio y, por supuesto, una necesidad de encajar en los patrones identitarios exigidos por la sociedad. Por lo contrario, la mayor diferencia la hallamos en la producción y difusión. Los medios actuales se encuentran al alcance de cualquiera, por lo que se tiende al abuso y a la sobreproducción de imágenes que, a nivel formal, pueden resultar iguales. Por último, hemos de considerar la intencionalidad de ambas,

ya que, mientras que en un período anterior el hecho de poseer un retrato de uno mismo ya suponía un símbolo de status, en la actualidad, se necesita una buena acogida de las imágenes por parte del grupo. De este modo, el status actual se sostiene sobre la “moneda social” (Bard y Magallanes, 2021, p. 9).

Caminamos por un espacio *online* donde nadie enseña la vida tal cual es, mientras muchos afirman reconocer la falsedad, otros tantos se preocupan por no poder identificarla siempre, y donde una inmensa mayoría habita a diario. A pesar de esto, no podemos confiar en la percepción que tenemos de lo que ocurre dentro del mundo virtual, por muy convencidos que podamos estar de algo, porque lo que creamos o no “nunca ha tenido por qué coincidir con la verdad, porque no hay un vínculo necesario entre la verdad y lo que creemos” (Zafra, 2017, p. 1). Por lo tanto, encontramos una respuesta ante el contraste entre los conceptos de identidad y ciber-representación. Aunque se encuentren interconectados, presentan discrepancias, puesto que la identidad se construye con el tiempo y de forma orgánica a lo largo de la vida, mientras que la ciber-representación es una construcción rápida que depende más de las exigencias del contexto social. La primera es genuina y difícil de cambiar, y, por el contrario, la segunda es una creación del individuo, puede amoldarse con facilidad a cualquier medio, y cambia de forma continua. El objetivo de la representación virtual es el “invertir la lógica de compartir lo vivido por compartir lo que quiero que crean que he vivido” (Zafra, 2017, p. 4), por consiguiente, de recrear la realidad sobre la identidad, considerando tanto su forma de ser, su apariencia y su vida. Tanto el abuso de las redes sociales, como nuestros cuerpos virtuales, fueron un hecho durante los períodos de confinamiento. Nos permitieron continuar en contacto con los demás y sobrellevar la pandemia, pero también nos mantuvieron expuestos a un “exceso de información que nos aleja de la capacidad de concentración, de reflexión y de pensamiento” (Fontcuberta, 2010). Asimismo, los medios que se nos facilitan nos hacen vivir en la falsa creencia de que somos más libres que nunca. Pensamos que salimos y entramos cuando queremos del *reality* de las redes, no obstante, estamos atrapados casi de forma permanente dentro del nuevo teatro. Estas cuestiones encuentran un reflejo en el arte contemporáneo, ya que se encuentra reflexionando sobre estas nuevas formas de habitar en el mundo desde que comenzaron. Hemos recurrido a obras de Fontcuberta, Amalia Ulman y Molly Soda para explicar estos hechos, ya que exploran cuestiones como las actuaciones *online*, los estereotipos, las expectativas sociales y la forma en la que se construyen las identidades virtuales. Trabajan desde diferentes perspectivas, pero coinciden en una preocupación por la forma en la que nos relacionamos en el entorno digital, y en la duda hacia la autenticidad de las imágenes compartidas.

Por su parte, en lo que respecta a la ruptura entre el espacio público y privado, podría decirse que se nos ha abierto la puerta a una nueva construcción de la privacidad. Aunque podamos acceder al hogar del otro y formar parte de este cuando queramos, la intimidad es mucho más que el interior de una casa, las actividades que realice una persona y los pensamientos que se comparten. Tenemos la impresión (y las evidencias) de que muchos usuarios cuentan su vida al detalle, sin embargo, no debemos olvidar que se trata, en todo momento, de una construcción perfectamente elaborada. Compartir nuestros espacios privados y nuestras vidas construidas no significa que mostremos nuestros verdaderos pensamientos y emociones. Es por eso que, en este sentido, debemos preguntarnos si todo esto supone el fin de la intimidad, o no es más que una redefinición de las ideas asociadas a la misma.

En síntesis, el cuerpo físico y el digital se construyen al mismo tiempo, en sintonía y en discrepancia con el otro. Son las miradas ajenas definen nuestras identidades. Nos hacen

grandes o pequeños, nos dicen cómo debemos ser y actuar. Nos deconstruimos con frecuencia en los espacios online, lo que inevitablemente tiene un impacto en el cuerpo físico. En este sistema, la misma realidad está absorta por la virtualidad. Es el mundo de las falsas convicciones, de apariencias que se convierten en recuerdos, y las experiencias que ocurren, no para ser vividas, sino para ser expuestas. Virtualidad y realidad son, por lo consiguiente, conceptos casi opuestos, de igual modo que lo son apariencia y esencia. La vida contemporánea parece ser un mundo ideal, porque nos hace creer que actuamos desde nuestras propias ideas y decisiones, cuando lo cierto es que estamos más condicionados por el contexto de lo que lo hemos estado nunca. Cabría entonces cuestionarse si realmente participamos del mundo virtual por decisión propia, o si es la presión del entorno el que nos absorbe dentro del mismo.

7 REFERENCIAS

Bard, G. y Magallanes, M. (2021). Instagram: La búsqueda de la felicidad desde la autopromoción de la imagen. *Culturales*, 9, e519. <https://doi.org/10.22234/recu.20210901.e519>

Centre d'Arts Contemporànies. (2 de diciembre de 2010). *A través del espejo, Joan Fontcuberta*. ACVIC. <https://tinyurl.com/yt4sbdt5>

Collado, S. (9 de febrero de 2013). Cuando Joan Fontcuberta reflexiona de Reflectogramas y llega a la duda y el humor. *El Diario*. <https://bit.ly/46gxHnt>

Delgado, R. y Falleti, V. (2021). Casas tomadas. Habitabilidad, comunidad y espacios públicos en tiempos de pandemia. *Política y Cultura*, 56, 107-129. <https://tinyurl.com/3y5nsyhz>

Di Piego, A. (2005). Lo social y lo público en la obra de Hannah Arendt: Reconsideraciones sobre una relación problemática. *Intersticios*, 10(22-23), 39-69. <https://bit.ly/3pcP1ci>

Elorduy, I. (16 de marzo de 2019). La fotografía es un gesto que tenemos los humanos para detener el tiempo. *El Correo*. <https://tinyurl.com/43fpvsth>

Fontcuberta, J. (2010). *A través del espejo*. ACVIC, Centro de Arte Contemporáneo. <https://bit.ly/46e0Q2j>

Gao J, Zheng P, Jia Y, Chen H, Mao Y, Chen S, et al. (2020). Mental health problems and social media exposure during COVID-19 outbreak. *PLoS ONE*, 15(4), e0231924. <https://doi.org/10.1371/journal.pone.0231924>

Goffman, E. (1956). *La presentación de la persona en la vida cotidiana*. Amorrortu.

Infante, F. (2021). Estética y fenomenología de la pose. *Investigaciones Fenomenológicas*, 16, 85-108. <https://doi.org/10.5944/rif.16.2019.29677>

Manovich, L. (2019). *The Aesthetic Society: Instagram as a Life Form*. Autopublicación bajo CC License. <https://tinyurl.com/52kxupwz>

Martínez, P. (2021). Covid Photo Diaries Activism in the visual communication of the Covid-19 pandemic. *Revista Internacional*

de *Cultura Visual*, 8(2), 179-190. <https://doi.org/10.37467/gkarevvisual.v8.2934>

Martín-Prada, J. (2018). *El ver y las imágenes en el tiempo de Internet*. Akal.

Moreno, S. (2019). La estilización del yo en redes sociales: la proyección online de la identidad personal como artificio semiótico. *DeSignis*, 30. 77-89. <https://tinyurl.com/3yppjs2m>

Negredo, S., Amoedo, A., Vara, A., Moreno, E. y Kaufmann, J. (2020). Gobiernos, políticos y redes sociales, principales responsables del auge de los bulos. *Digital News Report.es 2020*. <https://tinyurl.com/x6c6mzwd>

Observatorio de Milán. (4 de febrero de 2022). *Rope Play*. Fondazione Prada. <https://tinyurl.com/aks925yn>

Pérez-Escoda, A., Barón-Dulce, G. y Rubio-Romero, J. (2021). Mapeo del consumo de medios en los jóvenes: redes sociales, 'fakes news' y confianza en tiempos de pandemia. *Index. comunicación*, 11(2), 187-208. <https://doi.org/10.33732/ixc/11/02Mapeod>

Peute, M. y Rus, A. (2021). *Displays of Vanity on Instagram: A Reflection on the Making of Instaworthy*. Etnofoor, (33)1. 11-20. <https://tinyurl.com/2p97sab7>

Powers, M. (1997). *How to program a virtual community*. Ziff-Davis Press.

Pozo, M. A. (2022). Impacto del uso de la tecnología, redes sociales e información relacionada con COVID-19 sobre la salud mental durante la pandemia. Revisión bibliográfica. [Tesis de pregrado, Universidad Central del Ecuador, Facultad de Ciencias Médicas]. <https://bit.ly/3JkQ6Fy>

Rosenthal, R. y Jacobson, L. (1968). *Pygmalion in the Classroom*. Crown House.

We Are Social (2022). Digital Report 2022: El informe sobre las tendencias digitales, redes sociales y mobile. <https://bit.ly/3pdjGpP>

Zafra, R. (2015). *Ojos y capital*. Editorial Consonni.

Zafra, R. (2016). I like your image. Políticas de la afectividad
y cultura de archivo en la red. *Visualidades*, 14(1). 130-149.
<https://doi.org/10.5216/vis.v14i1.43065>

Zafra, R. (2017). Redes y posverdad. En J. Ibáñez (Ed.) *En la era
de la Posverdad* (pp. 181-192). Calambur.

Zafra, R. (2019). La (im)posibilidad de un mundo sin párpados.
Ensayo sobre la intimidad conectada. *Isegoría, Revista
de Filosofía Moral y Política*, 60, 51-68. <https://tinyurl.com/28zr8y4w>

Zambrano, M. (1955). *El hombre y lo divino*. Alianza.