

UACM

**Universidad Autónoma
de la Ciudad de México**

Nada humano me es ajeno

COLEGIO DE HUMANIDADES Y CIENCIAS SOCIALES

LICENCIATURA EN COMUNICACIÓN Y CULTURA

**“Los jóvenes y el uso de la fotografía en las redes sociales. El caso del
Fotolog”**

TRABAJO RECEPCIONAL

QUE PARA OBTENER EL TÍTULO DE LICENCIADA
EN COMUNICACIÓN Y CULTURA

PRESENTA:

VERÓNICA NOEMÍ CORONA CUEVAS

Director del trabajo recepcional

Mtra. Tania Barberán Soler

México, D.F. Junio 2012

SISTEMA BIBLIOTECARIO DE INFORMACIÓN Y DOCUMENTACIÓN



UNIVERSIDAD AUTÓNOMA DE LA CIUDAD DE MÉXICO COORDINACIÓN ACADÉMICA

RESTRICCIONES DE USO PARA LAS TESIS DIGITALES

DERECHOS RESERVADOS ©

La presente obra y cada uno de sus elementos está protegido por la Ley Federal del Derecho de Autor; por la Ley de la Universidad Autónoma de la Ciudad de México, así como lo dispuesto por el Estatuto General Orgánico de la Universidad Autónoma de la Ciudad de México; del mismo modo por lo establecido en el Acuerdo por el cual se aprueba la Norma mediante la que se Modifican, Adicionan y Derogan Diversas Disposiciones del Estatuto Orgánico de la Universidad de la Ciudad de México, aprobado por el Consejo de Gobierno el 29 de enero de 2002, con el objeto de definir las atribuciones de las diferentes unidades que forman la estructura de la Universidad Autónoma de la Ciudad de México como organismo público autónomo y lo establecido en el Reglamento de Titulación de la Universidad Autónoma de la Ciudad de México.

Por lo que el uso de su contenido, así como cada una de las partes que lo integran y que están bajo la tutela de la Ley Federal de Derecho de Autor, obliga a quien haga uso de la presente obra a considerar que solo lo realizará si es para fines educativos, académicos, de investigación o informativos y se compromete a citar esta fuente, así como a su autor ó autores. Por lo tanto, queda prohibida su reproducción total o parcial y cualquier uso diferente a los ya mencionados, los cuales serán reclamados por el titular de los derechos y sancionados conforme a la legislación aplicable.

A MIS PADRES

AGRADECIMIENTOS

A MIS PADRES ALI Y PEDRO POR CREER EN MÍ, POR TODO SU APOYO Y MOTIVACIÓN QUE ME HAN BRINDADO SIEMPRE.

A MI NOVIO HÉCTOR RIVAS POR SU GRAN APOYO Y COMPENSIÓN.

A MI DIRECTORA DE TESIS LA MTRA. TANIA BARBERÁN POR ACOMPAÑARME DURANTE TODO ESTE RECORRIDO.

A TODOS MIS PROFESORES DE LA LICENCIATURA Y LECTORES. AL INSTITUTO DE CIENCIA Y TECNOLOGÍA DEL DF (ICyTDF) POR SU APOYO EN LA REALIZACIÓN DE ESTE PROYECTO, ASÍMISMO A LA UNIVERSIDAD AUTÓNOMA DE LA CIUDAD DE MÉXICO POR EL APOYO ECONÓMICO PARA LA IMPRESIÓN DE ESTE TRABAJO.

A COMPAÑEROS Y AMIGOS DE LA LIC. DE COMUNICACIÓN Y CULTURA GENERACIÓN 2006, POR TODOS LOS MOMENTOS QUE HEMOS PASADO A LO LARGO DE ESTE CAMINO.

Y A LA UNIVERSIDAD AUTÓNOMA DE LA CIUDAD DE MÉXICO POR DARMER LA OPORTUNIDAD DE SER PARTE DE ELLA Y SER ORGULLOSAMENTE UACEMITA.

ÍNDICE

INTRODUCCIÓN	7
ESTADO DEL ARTE	11
<u>CAPÍTULO I. EL LENGUAJE VISUAL</u>	
1.1 EL ORIGEN DEL LENGUAJE	19
1.2 EL LENGUAJE VISUAL	22
1.2.1 CARACTERÍSTICAS DEL LENGUAJE VISUAL	23
1.2.2 HERRAMIENTAS DEL LENGUAJE VISUAL: DE ORGANIZACIÓN Y CONFIGURACIÓN	25
1.2.3 REPRESENTACIONES VISUALES	32
1.3 COMUNICACIÓN INTERPERSONAL	34
1.3.1 CARACTERÍSTICAS DE LA COMUNICACIÓN INTERPERSONAL	36
<u>CAPÍTULO II. JÓVENES Y LAS NUEVAS FORMAS DE INTERACCIÓN: LAS REDES SOCIALES</u>	
2.1 ¿QUÉ ES SER JOVEN?	41
2.2 IDENTIDAD	42
2.3 CULTURAS JUVENILES	44
2.4 LOS JÓVENES Y EL USO DE LENGUAJE EN LA VIDA COTIDIANA	47
2.5 LAS REDES SOCIALES: NUEVA FORMA DE COMUNICACIÓN ENTRE LOS JÓVENES	48
2.5.1 EL USO DEL INTERNET Y LOS JÓVENES	50
2.5.2 INTERNET: UN CONSUMO MÁS ENTRE LOS JÓVENES	53
2.6 LAS REDES SOCIALES COMO MEDIADORAS DE LA COMUNICACIÓN ENTRE LOS JÓVENES	56
2.6.1 ORIGEN DE LAS REDES SOCIALES EN INTERNET	56

2.6.2 ELEMENTOS QUE COMPONEN LAS REDES SOCIALES EN INTERNET	58
--	----

**CAPÍTULO III. EL USO DE LA IMAGEN FOTOGRÁFICA EN LAS REDES SOCIALES
ENTRE LOS JÓVENES**

3.1 LA TRANSFORMACIÓN DE LA FOTOGRAFÍA: DE LO ANALÓGO A LO DIGITAL	64
3.2 LA RELACIÓN DE LA FOTOGRAFÍA DIGITAL CON LAS NUEVAS TECNOLOGÍAS DE INFORMACIÓN	69
3.3 LOS NUEVOS SOPORTES EN LA FOTOGRAFÍA DIGITAL	71
3.4 FOTOGRAFÍA DIGITAL Y LAS REDES SOCIALES	72
3.5 EL FOTOLOG: UN SISTEMA DE BITÁCORA DE FOTOGRAFÍAS	74

CAPÍTULO IV. APARTADO METODOLÓGICO

4.1 DEFINICIÓN DE MÉTODO	83
4.2 DEFINICIÓN DE TÉCNICAS DE INVESTIGACIÓN DE LA ETNOGRAFÍA	85
4.3 ETNOGRAFÍA VIRTUAL	87
4.4 DISEÑO DE ESTRATEGIA METODOLÓGICA	89
4.5 SELECCIÓN DE MUESTRA/INFORMANTES	91

**CAPÍTULO V. HACÍA UNA INTERPRETACIÓN SOBRE EL USO DE LA IMAGEN
FOTOGRÁFICA POR LOS JÓVENES USUARIOS DEL FOTOLOG**

5.1 TEMÁTICAS ENCONTRADAS EN EL FLOG	96
5.2 FUNCIONES DE LA FOTOGRAFÍA EN EL FOTOLOG	99
5.3 NO TE OLVIDES PASAR POR MI FLOG: INTERACCIÓN	106
5.4 EL USO DE LA FOTOGRAFÍA EN LA CONSTRUCCIÓN DE UNA	

IDENTIDAD “VIRTUAL”	117
5.5 APROPIACIÓN DE LAS HERRAMIENTAS QUE LES PROPORCIONA LA TECNOLOGÍA	133
5.6 LOS NUEVOS ALBUMNES VIRTUALES: EL FOTOLOG	137
<u>CONCLUSIONES: CERRANDO LA SESIÓN</u>	143
<u>BIBLIOGRAFÍA</u>	151
<u>ANEXOS</u>	
ANEXO 1. PAUTA DE OBSERVACIÓN PARTICIPANTE	160
ANEXO 2. PAUTA DE ENTREVISTA A PROFUNDIDAD	169
<u>ANEXOS EN VERSIÓN DIGITAL</u>	
V ANEXO 3. TRANSCRIPCIÓN DE ENTREVISTA (CD)	
V ANEXO 4. OBSERVACIONES REALIZADAS (CD)	

INTRODUCCIÓN

El rápido desarrollo de las nuevas tecnologías de la información en los últimos tiempos así como la llegada de múltiples dispositivos tecnológicos (como cámaras fotográficas, celulares, las redes sociales en internet y diversos softwares) cada vez tienen un mayor público con una estrecha relación con la imagen fotográfica, con las formas de usar y crear imágenes digitales, así como con las estrategias para comunicar y expresar lo que vemos a nuestro alrededor por medio de la imagen.

Actualmente la fotografía digital es el medio más grande, aparte de ser accesible y efectivo de comunicación de todo el mundo, lo que permite tener un gran uso. Puesto como lo menciona Jacob Bañuelos, “en confrontación con la cultura fotográfica analógica, la fotografía digital implementa una nueva arquitectura tecnológica compleja, que rebasa las fronteras de la fotografía tradicional, y que modifica el modelo de producción y de socialización fotográfica”.¹

Es por esto que el objetivo central de esta investigación es explorar cómo contribuyen las imágenes que los jóvenes usan en el *fotolog* a la construcción de nuevas identidades virtuales determinadas por este medio; a su vez indagar qué imagen de su yo construyen estos jóvenes usuarios a través de la publicación de sus fotografías. Realizando una reflexión acerca de cómo actualmente se han modificado los procesos sociales de comunicación entre los jóvenes, con la llegada de estas nuevas páginas virtuales que nos ofrece internet. Ya que hoy en día la cibercultura, “es una nueva forma de construcción de vida social, a través de nuevas formas de contacto y de relación de vínculo”.²

1 Bañuelos, J. *Sociabilización fotográfica digital: competencias y prácticas culturales en nativos digitales*. Departamento de Estudios Culturales, Tecnológico de Monterrey – Campus Ciudad de México. En línea: <http://www.gabinetecomunicacionyeducacion.com/files/adjuntos/Socializaci%C3%B3n%20fotogr%C3%A1fica%20digital%20competencias%20y%20pr%C3%A1cticas%20culturales%20en%20nativos%20digitales.pdf>. Consultado el día 18 de Enero 2012.

2 Galindo, J. (1998). *Cibercultura, Cibercidad, Cibersociedad. Hacia la construcción de mundos posibles en nuevas metáforas conceptuales*. México, Colima. <http://ccdoc.iteso.mx/acervo/cat.aspx>. Consultada el día 27 de Octubre 2010.

El fotolog es un espacio virtual donde las personas que están inscritas pueden subir fotografías, así como comentar las de los demás usuarios. A través de la publicación regular de sus fotografías, los jóvenes van creando una imagen o fachada de ellos mismos, mostrando sus intereses, experiencias, etc., y creando nuevas formas de interacción. Igualmente, la fotografía es utilizada como forma de comunicación visual en los portales de las redes sociales, permitiendo crear entre l@s jóvenes formas alternativas de interacción y de presentación de lo que llamaremos sus identidades virtuales.

Entendiendo por este concepto como las identidades que surgen o se crean en las redes sociales en internet, mostrando elementos que los van caracterizando que van desde el nick, la fotografía hasta su información que presentan ante los demás usuarios, permitiendo configurar o reconfigurar su identidad como sujetos que se presenta ante los demás, que puede ser diferida a una identidad presencial, sin embargo para hablar de una identidad virtual hay pocos indicadores que me permitan afirmarla y llevaría hacer una extensa investigación acerca de esta construcción lo cual llevaría estudiar esta concepción desde un ámbito psicológico, social y hasta cultural.

En cuanto a la estructura de esta investigación, está dividida por un apartado que habla sobre el Estado del Arte y posteriormente por seis capítulos. En este primer apartado, se habla sobre todas las investigaciones que se relacionan con el tema principal que es fotografía y los jóvenes. En la cual se encontraron diversos autores y estudios que de cierta manera se acercan al objeto de estudio que se lleva a cabo en esta investigación, mostrando parte de que perspectivas abordan sus trabajos.

El primero de ellos es: *La imagen como lenguaje visual*. Este capítulo habla sobre el origen del lenguaje, abordando conceptos básicos como el lenguaje visual, sus características, elementos y sus herramientas que lo componen, así como las representaciones que encontramos dentro de este tipo de lenguaje. En una última parte se define que es la comunicación interpersonal y cuáles son sus características, lo cual nos permitirá entender los cambios dentro de la comunicación, cara a cara y vía pantalla.

En el segundo capítulo, titulado *Jóvenes y las nuevas formas de interacción: las redes sociales*, en una primera instancia se habla sobre el concepto joven, partiendo de la definición de Rossana Reguillo en su libro *Emergencias de culturas juveniles*³, donde define lo que implica ser joven desde un punto de vista sociocultural. Posteriormente se define y se reflexiona acerca de la identidad. También se habla sobre lo que son las subculturas juveniles o “micro sociedades juveniles”, es decir las experiencias sociales de adolescentes y jóvenes que constituyen una colectividad mediante la construcción de un estilo de vida diferente.

En otro apartado se habla sobre los jóvenes y el uso del lenguaje en las redes sociales, donde se da la definición, así como datos contextuales de cuándo y dónde inició internet. Posteriormente, se habla como marco contextual sobre el uso que tienen los jóvenes hacia este medio: internet, basándose en una encuesta realizada por el INEGI. Y por último dentro de este apartado se habla también sobre el internet como un consumo cultural.

El uso de la imagen fotográfica en las redes sociales entre los jóvenes, es el título del tercer capítulo, en el cual hablo sobre el uso que los jóvenes le dan a la imagen fotográfica en las redes sociales. Partiendo de distintos puntos como la transformación de la fotografía análoga a lo digital, que nos permite contextualizar la evolución que ha tenido la fotografía con las nuevas tecnologías. También dentro de este capítulo hay un apartado que habla sobre las características de fotografía digital, así como las nuevas formas y soportes que existen actualmente en la era digital, y su relación con las redes sociales en internet.

Así mismo, se aborda la relación de la fotografía con las nuevas tecnologías de información, puesto que el internet se ha desarrollado ampliamente como una nueva forma de comunicación entre los jóvenes que le permite ser un espacio donde encuentran infinidad de información, música, libros, textos, imágenes. Para analizar los usos que los jóvenes hacen de la fotografía digital en las redes sociales, se habla del

3 Reguillo, R. (2000). *Emergencias de culturas juveniles. Estrategias del desencanto*. México: Ed. Norma.

caso específico del fotolog y se describe esta red social, sus funciones y los servicios que ofrece.

En el cuarto capítulo, el *Apartado metodológico*, se define la metodología utilizada, la etnografía. Sin embargo la propuesta que se realiza dentro de esta investigación, por el objeto estudiado es la etnografía virtual. Para la realización de esta metodología se realizaron observaciones participantes dentro de la red social fotolog, donde se seleccionaron a siete usuarios de esta red, se hizo un monitoreo durante 40 días para conocer cuáles eran las temáticas fotográficas que los jóvenes usuarios subían a sus fotoblogs y cómo se relacionaban con los demás usuarios a partir de la publicación de sus imágenes. Posteriormente se realizaron cuatro entrevistas a profundidad a usuarios de esta red, para conocer más sobre la construcción de identidad en los jóvenes, así como para conocer cuáles son sus motivos, los usos que le dan a la fotografía.

El capítulo siguiente se presenta un análisis e interpretación de los datos a partir de los resultados que se obtuvieron durante la observación y las entrevistas a profundidad que se realizaron. El análisis se realizó a partir de categorías como identidad, recepción de mensajes, interacción, etc., que me permitieron hacer una reflexión acerca de las nuevas formas de relacionarnos a través de las nuevas interacciones vía pantalla. Así mismo como la presentación de los datos obtenidos acerca de los usos que le adjudican a la imagen fotográfica por parte de los jóvenes usuarios, así como las temáticas y la presentación de ellos mismos a partir de sus fotografías.

El último apartado que se presenta es el de *Conclusiones... cerrando la sesión*, el cual presenta una reflexión y recapitulación, acerca de las formas de relación que tienen los jóvenes con las nuevas formas de comunicación en las redes sociales, así como de la construcción de personajes ficticios o identidades virtuales dentro de estos nuevos medios digitales.

ESTADO DEL ARTE

Durante la búsqueda de fuentes para el proyecto de titulación, se realizó la visita a tres bibliotecas: Universidad Autónoma de la Ciudad de México (UACM), Universidad Autónoma Metropolitana plantel Xochimilco (UAM) y la Biblioteca Central de la Universidad Nacional Autónoma de México (UNAM). A su vez también se hizo la búsqueda en distintos portales especializadas en comunicación, como lo fueron: Documentación en Ciencias de la Comunicación (CCDOC), CONEIC, Razón y Palabra, Portal de la Comunicación y el Observatorio para la Cibersociedad (OCS) y el resultado en total fueron de 65 fuentes, de las cuales se realizó una selección de fuentes para realizar el Estado de Arte sobre los estudios que se relacionan con el tema de la fotografía y los jóvenes en las redes sociales.

En una primera instancia, existen varios autores que nos ayudarán a comprender a la fotografía desde una perspectiva cultural como lo hace la autora Sarah Corona,⁴ con un análisis que ella realizó basándose en las competencias comunicativas de los jóvenes a través de problemas sociales en una comunidad huichol, tomando como base de partida la fotografía. Por otro lado, también, se encontraron distintos ensayos, que hablan sobre la fotografía digital y su aprendizaje,⁵ ya que hoy en día los jóvenes utilizan este medio para poder comunicar, sin embargo, con la llegada de estas nuevas tecnologías es más fácil producir y realizar imágenes que permiten ser vistas en una mayor masividad. El autor de este ensayo, describe los rasgos epistemológicos que caracterizan al signo visual así como los rasgos distintivos de la producción del signo visual y audio digital.

4 Corona, S. (2002) *Análisis cultural de la fotografía*. En línea: En línea: <http://ccdoc.iteso.mx/acervo/cat.aspx?cmn=search&fulltext=FOTOGRAFIA&pos=21>. Consultada el día 20 de Septiembre 2010.

5 Buñuelos J. (2006) *Aprendizaje y cultura de la imagen fotográfica digital*. En línea: <http://ccdoc.iteso.mx/acervo/cat.aspx?cmn=search&fulltext=FOTOGRAFIA&pos=21>. Consultada el día 22 de Septiembre 2010.

Por otro lado, también se encontraron otros temas de investigación acerca de la fotografía como este trabajo como lo son: la fotografía como lenguaje,⁶ este texto nos permitirá conocer la fotografía como un medio que comunica, puesto que por medio de cómo está constituida nos permitirá comunicar, expresar, etc. A su vez, existe otro texto que habla sobre como son los lenguajes visuales, ya que el autor J. Costa,⁷ habla sobre como son los comportamientos que hay durante la producción fotográfica, dentro de sus análisis analiza la sumisión y la subversión.

Otro de los temas que nos ayudará con el tema relacionado de fotografía y jóvenes, es la práctica del acto fotográfico definida así por Dubois, P. El autor plantea en su texto que dentro de este acto, la fotografía no es sólo una imagen, sino que es el producto de una técnica y de una acción, siendo el resultado de un hacer y un saber hacer, una imagen de papel que se mira sencillamente en su soporte de objeto terminado, y que representa y significa algo.⁸

Durante la búsqueda de fuentes, se hallaron distintas tesis que hablan sobre la fotografía y su relación con el entorno social, ya que desde un autor es vista como una forma de herramienta de trabajo para comunicar algo,⁹ a su vez también es vista como un documento social.¹⁰ Todas estas tesis consultadas, ven a la fotografía desde distintos ámbitos: tanto sociales y culturales y así poder entender porque los jóvenes la utilizan como una forma de herramienta para comunicar algo.

Por otro parte, dentro del libro *Álbum de familia*,¹¹ del autor Armando Silva, habla sobre un estudio que realizó sobre la fotografía, analizando los albumes de distintas familias, ya que por medio de la imagen se van creando discursos, puesto que éstos pueden ser a través de la utilización de elementos como el plano, el encuadre, etc., sin

6 González, J. (1979) *La fotografía como lenguaje*. México, 1979. En línea <http://quijote.biblio.iteso.mx/catia/coneicc/cat.aspx?cmn=browse&id=4329>.

7 Costa, J. (1991) *La fotografía entre sumisión y subversión*. México: Trillas. P. 171.

8 Dubois, P. (1986) *El acto fotográfico. De la representación a la recepción*. Paidós, Ibérica. P. 187.

9 Sánchez, R. (1996) *La fotografía como herramienta de trabajo para el profesional de la comunicación*. Guadalajara, México. En línea: <http://quijote.biblio.iteso.mx/dc/ver.aspx?ns=000268101> Consultada el día 23 de Septiembre 2010.

10 Freud, G. (2001) *La fotografía como un documento social*. 9 Ed. Barcelona: G. Gilli. P. 207.

11 Silva, A. (1998) *Álbum de familia. La imagen de nosotros mismos*. Ed. NORMA, Bogotá, Colombia. p. 133.

embargo, a través del álbum fotográfico basa su estudio, mostrando que este está constituido por historias que pueden originar temas o ritos, ya que estos son ceremonias que se instauran de una forma visual y cultural.

Otro temas y autores enfocados sobre la imagen, mencionan que ésta juega un papel dentro de la fotografía, puesto que además del acto fotográfico también la imagen juega un papel importante dentro de esta práctica, ya que con la investigación de distintos autores se podrá estudiar a la imagen que producen los jóvenes al crear fotografías y pensar la imagen como una forma de creación de lenguaje visual, dentro de esta postura, están los autores como Zunzunegi S.¹² que en su texto habla sobre la información y la cultura que tiene el tratamiento de los textos visuales, se enfoca sobre los aspectos discursivos de las prácticas icónicas, por privilegiar una aproximación a la imagen como lenguaje. Se trata de producir un conocimiento dirigido a la “lectura” de las imágenes.

Asimismo otro de los autores que investiga acerca de la imagen es A. Moles, ya que el plantea en su texto *La imagen comunicacional funcional*,¹³ que la imagen es algo material y que ésta tiene un papel de transmisión de información en toda actividad social. Por otro lado, existen distintos autores que han estudiado la imagen, basándose en la semiótica ya que esta estudia al signo icónico y los procesos de significación a partir de la imagen, ya que uno de los autores que habla sobre esto es Tanius Karam,¹⁴ que estudia la imagen y las comunicaciones visuales, en donde hace un análisis estructural de la imagen, analizando desde la composición, los colores, los íconos, etc.

A su vez, Rafael Rodríguez dentro de su ensayo *Semiología de los mensajes fotoperiodísticos*,¹⁵ estudia los mensajes fotográficos, menciona que a través del análisis semiológico se pueden interpretar las imágenes en base a elementos fundamentales como lo estéticos, estructuras de composición, etc. A su vez, también

12 Zunzunegi, S. (1989) *Pensar la imagen*. Madrid: Cátedra, Universidad del país Vasco. P. 260.

13 Moles, A. (1991). *La imagen comunicacional funcional*. Trillas, México. p. 134

14 Karam, T. *Introducción a la semiótica de la imagen*. Diciembre, 2006. En línea <http://www.potalcomunicación.com/esp/pdf/aab lec/23.pdf>. Consultada el día 22 de Septiembre 2010.

15 Reséndiz R. *Semiología de los mensajes foto-periodísticos*. México. En línea <http://ccdoc.iteso.mx/acervo/cat.aspx?cmn=browse&id=1816> consultada el día 26 de septiembre 2010.

existe otro texto de investigación que nos ayudará a conocer la estética visual que están hechas las imágenes, ya que el autor R. Alonso con su texto *Análisis de la imagen estética audiovisual*,¹⁶ habla del papel que cumplen los medios audiovisuales en la actualidad, y al analizar a la imagen nos permitirá profundizar en el discurso visual y conocer cómo están constituidos los textos, ya que este artículo de investigación al igual que los anteriores permitirán estudiar y analizar cómo están constituidas las imágenes que realizan los jóvenes a través de la fotografía, utilizándola como un medio alternativo para comunicar.

También dentro de la búsqueda, se encontraron dos textos los cuales hablan de cómo la fotografía sirve como una forma de metodología. El autor Pablo Vila, menciona otro tipo de metodología que se puede aplicar para el estudio de la construcción de las narrativas identitarias, ya que él propone la *Antropología visual*,¹⁷ dice que esta metodología estuvo ligada a desarrollos teóricos que hacían hincapié en cómo la percepción de lo real está guiada por prejuicios y estereotipos que inevitablemente "sesgan" la percepción fotográfica.

Asimismo, se encontraron distintos textos que hablan sobre los jóvenes y comunicación, la autora Rossana Reguillo, habla sobre la *emergencia de culturas juveniles. Estrategias del desencanto*,¹⁸ habla en su libro sobre las prácticas juveniles que tienen los jóvenes para hacer visibles las relaciones entre estructuras y sujetos, ya que a base de una metodología cualitativa estudia al joven por medio de la observación y de entrevistas a profundidad.

Algunas investigaciones encontrados también, fueron sobre los nuevos medios y las nuevas tecnologías como medios de comunicación entre los jóvenes, uno de ellos es del autor Anselmo Cortés, con su texto *Nuevos medios y usuarios... viejos*

16 Alonso, R. (2001) *Análisis de la imagen estética audiovisual*. Ediciones Laberinto. P. 189.

17 Vila, P. *Hacia una reconstrucción de la antropología visual como metodología de investigación social*. DICIEMBRE 1987. En línea <http://ccdoc.iteso.mx/acervo/cat.aspx?cmn=search&fulltext=fotograf%c3%ada+digital&pos=51>. Consultada el día 22 de Septiembre 2010.

18 Reguillo, R. *Emergencia de culturas juveniles. Estrategias del desencanto*. Argentina. 2000. En línea <http://ccdoc.iteso.mx/acervo/cat.aspx?cmn=browse&id=3250>. Consultada el día 26 de Septiembre 2010.

problemas,¹⁹ donde habla sobre la relación entre los jóvenes y las tecnologías de información y comunicación, ya que analiza como desde el consumo se dan estas nuevas formas de comunicación con estos nuevos dispositivos que tenemos en la actualidad.

Este tema coincide con el texto titulado *El papel de las tecnologías de información y comunicación en la vida cotidiana*,²⁰ que habla de cómo es el papel de estas nuevas formas de comunicar, ya que entre los jóvenes se ha vuelto muy importante y les ha servido como nuevas formas de comunicar, por medio de diferentes medios como lo es el internet, las radios comunitarias vía por internet, la fotografía digital, etc.

Sin embargo, otro tema encontrado sobre el tema fotografía y jóvenes, fue el trabajo de la autora Mercedes Creel, ya que en su texto titulado *Los medios de comunicación en la construcción de la cultura de los jóvenes*,²¹ habla sobre como los medios de comunicación forman parte del universo cultural de los jóvenes urbanos pero es poco lo que conocemos sobre los efectos que se producen en este proceso de interrelación. Interrelación compleja que implica desde la motivación para acercarse a determinados productos, los criterios de selección, de preferencia o de rechazo, las condiciones y los procesos de recepción, el contenido de los mensajes, hasta la huella que dejan en la constitución de la cultura y de la identidad de los jóvenes.

Otro tema encontrado fue el de Marcelo Urresti, que habla sobre las *ciberculturas juveniles*,²² lo cual menciona como las nuevas generaciones juveniles están actualmente involucradas en el mundo de la tecnología digital y la comunicación. Describe los usos sociales de las nuevas tecnologías: computadoras, programas e

19 Cortés Arce David Anselmo. *Nuevos medios y usuarios... viejos problemas*. México. 2009. En línea <http://ccdoc.iteso.mx/acervo/cat.aspx?cmn=browse&id=5659> Consultado el día 26 de Septiembre 2010.

20 Zermeño Flores Ana Isabel, Aideé C. Arellano Ceballos y Vanesa Aidée Ramírez Vázquez. *El papel de las tecnologías de información y comunicación en la vida cotidiana*. Junio 2007. En línea <http://ccdoc.iteso.mx/acervo/cat.aspx?cmn=search&fulltext=fotograf%c3%ada+digital&pos=41>. Consultada el día 22 de septiembre 2010.

21 Charles Creel, Mercedes. *Los medios de comunicación en la construcción de la cultura de los jóvenes*. Perú. 1989 en línea <http://ccdoc.iteso.mx/acervo/cat.aspx?cmn=browse&id=650> Consultada el día 26 de Septiembre del 2010.

22 Urresti, M. (2008) *Ciberculturas juveniles*. La crujía. Buenos Aires, Argentina. p.13

internet desde el punto de vista de los usuarios. Los jóvenes tienen en común la pertenencia al universo hipertextual porque generacionalmente han sido socializados con el uso de esta tecnología.

Los usos que producen se alejan definitivamente entre sí y dependen de las experiencias cotidianas propias del mundo de vida particular en que cada segmento de jóvenes. Adolescentes y jóvenes de distintas clases sociales acceden a internet, los programas y la red de redes, pero el modo de acceso, los recursos y capacidades informáticos y cognitivos que utilizan, las formas de navegación o de comunicación por las que se deciden, describen universos disímiles.

Néstor García Canclini con su texto titulado: *Diferentes, desiguales y desconectados*,²³ habla sobre la interacción entre culturas se intensifica, impulsada por los intercambios tecnológicos y económicos, esto estudiándolo desde una perspectiva transdisciplinaria e intercultural, el autor experimenta su enfoque al analizar las culturas juveniles, las sociedades del conocimiento y el derrotero del cine latinoamericano en la globalización.

También, dentro de la consulta se encontraron dos tesis relacionadas sobre las nuevas tecnologías de comunicación, donde la primera de ellas bajo el título de *El uso de internet entre los estudiantes de la licenciatura en Comunicación y Cultura del plantel Centro Histórico de la UACM*,²⁴ el cual habla sobre el internet como un consumo más que tienen los estudiantes de este plantel y de una licenciatura en específico, la siguiente tesis titulada *Autopersepción de las y los jóvenes en las interacciones mediadas por computadoras*,²⁵ lo cual permite ver como los jóvenes utilizan la red como

23 García, N. (2004) *Diferentes, desiguales y desconectados. Capítulo 1: La cultura extraviada en sus definiciones*. España, Gedisa, p 34.

24 Rivera, I. (2007) *El uso del internet entre los estudiantes de la licenciatura de Comunicación y Cultura del plantel Centro Histórico de la UACM*. Trabajo recepcional para obtener el grado de Licenciada en Comunicación y Cultura. Universidad Autónoma de la Ciudad de México.

25 Cabrera, H. (2008) *Autopersepción de las y los jóvenes en las interacciones mediadas por computadoras*. Trabajo recepcional para obtener el grado de Licenciada en Comunicación y Cultura. Universidad Autónoma de la Ciudad de México.

los chats para generarse una identidad y a partir de que elementos la van construyendo.

Otro libro revisado fue el de *Redes Sociales. Investigar las nuevas relaciones Humanas*,²⁶ que es un compilado por Octavio Islas Carmona, que trae en conjunto de varios textos que hablan en relación a la importancia de dentro y fuera de la web de las redes sociales. Sin embargo uno de los textos es el del autor Jacob Bañuelos, titulado “Claves de la fotografía Digital Contemporánea: prácticas, competencias, sociabilización y tendencias”,²⁷ el cual habla sobre cómo entender a la fotografía en las nuevas tendencias del escenario digital en el que estamos inmersos en la actualidad.

Siguiendo con Jacob Bañuelos se encontraron otros dos textos el primero de ellos, *Socialización fotográfica digital: competencias y prácticas culturales en nativos digitales*,²⁸ habla sobre los resultados de un estudio sobre las formas de socialización fotográfica digital que realizan los llamados “nativos digitales”, para explorar así sus competencias en el manejo del flujo de trabajo fotográfico digital y sus prácticas culturales.

De la misma forma explora las formas de producir la fotografía digital, las problemáticas técnicas de la gestión fotográfica, y los usos finales que realizan los fotógrafos digitales en el entorno de las herramientas de la web 2.0, la telefonía móvil y las redes sociales. La tecnología fotográfica digital, cámaras compactas, teléfonos móviles con cámara, sitios web especializados en fotografía e Internet, generan nuevas formas de producción y estilos emergentes de socialización fotográfica digital. Por otro

26 Carmona, O. Compilador (2011) *Redes Sociales. Investigar las nuevas relaciones humanas*. Razón y Palabra, en línea: http://www.razonypalabra.org.mx/Editorial/Libros/Redes_Sociales.pdf. Consultada el día 11 de noviembre 2011.

27 Carmona, O. Compilador (2011) *Redes Sociales. Investigar las nuevas relaciones humanas*. Razón y Palabra, Consultada en línea: http://www.razonypalabra.org.mx/Editorial/Libros/Redes_Sociales.pdf. Consultada el día 11 de noviembre 2011. *Capítulo I Claves de la fotografía Digital Contemporánea: prácticas, competencias, sociabilización y tendencias de* Jacob Bañuelos. Razón y Palabra, en línea: http://www.razonypalabra.org.mx/Editorial/Libros/Redes_Sociales.pdf. Consultada el día 11 de noviembre 2011.

28 Capistrán, J. *Socialización fotográfica digital: competencias y prácticas culturales en nativos digitales*. en línea: <http://www.gabinetecomunicacionyeducacion.com/files/adjuntos/Socializaci%C3%B3n%20fotogr%C3%A1fica%20digital%20competencias%20y%20pr%C3%A1cticas%20culturales%20en%20nativos%20digitales.pdf> Consultada el día 15 de Noviembre del 2011.

lado, está también su texto: *Fotografía móvil, redes sociales y derechos de autor*,²⁹ el cual habla sobre la fotografía digital en cuanto al adquirecimiento de un dinamismo tecnológico-sociocultural sin precedentes con la llegada de la cámara integrada al teléfono móvil. De esta forma, la producción de fotografía móvil se incrementa exponencialmente con el arribo de los teléfonos inteligentes y el medio privilegiado de socialización son precisamente las redes sociales. En su investigación analiza el escenario de la fotografía móvil, su perspectiva histórica, así como las características de su convergencia mediática.

Todos estos textos, ensayos, tesis, artículos de investigación, textos académicos y de investigación fueron seleccionados y revisados, porque de cierto modo son textos que se aproximan a través de sus contenidos a investigaciones que se han realizado en base al tema que se presenta que es la fotografía y los jóvenes.

29 Capistrán, J. (2011) *Fotografía móvil, redes sociales y derechos de autor* Revista de Comunicación y nuevas tecnologías. En línea:

https://docs.google.com/viewer?a=v&q=cache:Rc7tKI00MfcJ:www.icono14.net/ocs/index.php/2csd/sociedaddigital2/paper/download/151/91+Capistr%C3%A1n,+J.+Socializaci%C3%B3n+fotogr%C3%A1fica+digital:+competencias+y+pr%C3%A1cticas+culturales+en+nativos+digitales.&hl=es&gl=mx&pid=bl&srcid=ADGEEShxDsFEOSIGkQ44qH05sXtjzwQ1XHRw40ECHcorMfNiUGjiugosiNtRdrOpV1hhhAJviKPQAE307rcZhmZYWUZlrprFfSnOVqiTj8WnPQus2FiY45MTZh1mIwjJ4KDmB-a_m5V&sig=AHIEtbSOPfh0Zwwi11OVFxKhg3pCkKRexQ

Consultada el día 27 de Noviembre del 2011.

Capítulo I. EL LENGUAJE VISUAL

1.1 EL ORIGEN DEL LENGUAJE

Los organismos que habitaron la tierra en sus etapas más tempranas desarrollaron mecanismos primitivos para intercambiar información sobre la especie, así como los propósitos que los guiaban.³⁰ La transmisión de estos mensajes se producía a través del medio natural más sofisticado: la comunicación química. La permanente necesidad que durante millones de años urgía a los seres a contactar con otros de la misma especie para procrear, exigía métodos de comunicación cada vez más complejos. De este proceso evolutivo nació el lenguaje. Entendiendo este inicialmente como “mecanismo de intercambio de información”,³¹ que actualmente puede darse a través de expresiones faciales, gestuales, de posturas, silbidos, signos manuales, orales; así como de la escritura y recientemente a través de diversos medios tecnológicos, etc.

Por medio de la observación de los gritos de ciertos animales superiores, se piensa que tales gritos fueron los cimientos del lenguaje hablado. Sin embargo el hombre por medio de los sentidos por ejemplo la vista, captaba la mayor cantidad posible de información del mundo exterior, así mismo por el sistema auditivo captaba las ondas sonoras. Por medio de estos dos sentidos principalmente era como el hombre se empezaba a comunicar, eran primordiales para su relación con los otros.

Posteriormente, el hombre necesitó una forma más sistemática para entenderse y representar la realidad. Su objetivo era intercambiar y comunicar sus experiencias, que surgió a partir de escrituras y trazos. Esto se dio alrededor de 35.000 años antes de nuestra era, durante el periodo de Chatelperron³², a través de herramientas como huesos, arcillas y piedras que el hombre utilizaba para poder comunicarse a través de signos e imágenes que pintaba sobre las paredes de piedra. Lo que permitió que hacia el año 20.000 a.C, la figuración gráfica evolucionara rápidamente. Ya que durante el

30 Fisher, S. (1999) *Breve historia del lenguaje*. Alianza, Editorial, Madrid. p.11.

31 Op. Cit. pp. 11-12.

32 Kristeva, J. (1988) *El lenguaje ese desconocido. Introducción a la lingüística*. Editorial Fundamentos. p. 34.

año 15.000 a.C. hubo un control técnico del grabado y la pintura rupestre por medio de signos, puntos, líneas, entre otras.³³

Nosotros como seres humanos actualmente nos comunicamos por medio del habla y de la escritura. ¿Pero qué es el lenguaje?, y ¿cómo se relaciona el ser humano con el lenguaje oral y escrito? El lenguaje puede ser definido como una serie de códigos que nos permiten relacionarnos con otras personas, nos permite dar significados y comunicarnos, ya que por medio de códigos como la escritura, los gestos y la voz podemos expresar, producir y comunicar lo que llamamos pensamiento.³⁴

Como menciona la autora Julia Kristeva: “el lenguaje es la única forma de ser del pensamiento y al mismo tiempo su realidad y realización”,³⁵ por lo que podemos definir que el lenguaje es el sistema de signos que permite la articulación comunicativa que hay dentro del proceso de significado y significante que existe dentro de los sujetos, y que gracias a la comunicación se erige la sociedad y la cultura, lo cual permite que dentro de las personas exista la comunicación a través de la interacción.

Entonces el lenguaje es la materia del pensamiento. A su vez es el elemento más importante dentro de la comunicación, puesto que si dentro de una sociedad no existiera el lenguaje tampoco existiría la comunicación. Concluyendo se puede decir que el lenguaje es un proceso de comunicación, entendiendo como esta, “la relación comunitaria humana consistente en la emisión-recepción de mensajes entre interlocutores en estado de total reciprocidad, siendo por ello un factor esencial de convivencia y un elemento determinante de las formas que asume la sociabilidad del hombre”.³⁶

La comunicación parte de la interacción entre dos o más sujetos que acoplan sus respectivas conductas frente al entorno mediante la transmisión de mensajes. Por otro lado, dentro de la vida social el lenguaje tiene un papel muy importante ya que es una

33 Baldellou M. Vicente. (1984-1985) *El arte rupestre post-paleolítico en la zona del río Vero. Ars Prehistórica*. 3-4, pp. 111-137.

34 Kristeva, J. (1988) *El lenguaje ese desconocido. Introducción a la lingüística*. Editorial Fundamentos. p.14

35 Op. Cit. p. 14.

36 Pasquali, A. (2007) *Comprender la Comunicación*. Barcelona (España): Editorial Gedisa, S.A., p. 101.

característica compartida por todos los miembros de la especie, como lo menciona el autor J. Bronckart: “El lenguaje, asume en el interior del grupo, cierto número de funciones útiles, e incluso indispensables a su supervivencia, el objetivo esencial del lenguaje es asegurar la comunicación de las ideas, deseos y emociones en el interior del grupo”.³⁷

Es decir, el lenguaje es parte fundamental dentro de la sociedad, puesto que a partir de él, podemos comunicarnos y podemos informar, expresar, nuestros pensamientos e ideologías, etc. A su vez, por medio de este es como sociabilizamos con el grupo al que pertenecemos y nos comunicamos por medio de distintos comportamientos como la palabra, el gesto, la mirada, la mímica, etc. “El lenguaje constituye un instrumento de intercambio social, formado por unidades o símbolos, que corresponden no a la experiencia individual del sujeto, sino a categorías de experiencia o conceptos”.³⁸

El lenguaje remite a experiencias de los interlocutores, por medio del proceso comunicativo a través de intercambios de mensajes porque a través de todo tipo de lenguaje, es como podemos captar e interpretar la realidad. Sin embargo nuestro conocimiento no solamente depende de la integración de nuestros sentidos (visual, olfativo, táctil, etc.); sino que también a partir de las asociaciones significativas que realizamos con las experiencias, es como se percibe la realidad.

Estos intercambios se pueden dar con distintos tipos de lenguaje, por ejemplo el escrito; otro tipo de lenguaje es el corporal, que se transmite a través de movimientos y gestos que producimos, ya que al comunicarnos con los demás, podemos transmitir y producir información. Otro lenguaje muy importante en la comunicación humana es el no verbal, que se da por medio de símbolos, señales, gestos; entre otros.

En particular dentro de esta indagación, el principal tipo de lenguaje en que me basaré será el lenguaje visual. Este tipo de lenguaje lo podemos observar en lo gráfico:

37 Sapir, E. citado en Bronckart. P., J. (1980). Teorías del lenguaje. *Capítulo quinto. Aproximaciones antropológicas del lenguaje*. Editorial Herder, Barcelona. p. 103.

38 Op. Cit. p. 105.

fotografías, ilustraciones, imágenes, símbolos, etc. En resumen, para concluir este apartado, el concepto de lenguaje con el que se trabajará en esta investigación es un conjunto de códigos que nos permite comunicar y establecer relaciones con los seres humanos por medio de la interacción.

El proceso de la comunicación se da a través de un emisor y un receptor mediante un mensaje (ideas, datos, actitudes, opiniones) que es transmitido por un código de signos y por un canal o medio determinado y todo ello condicionado por el contexto en el que se encuentre, y dentro de un proceso social, como lo menciona Marta Rizo: “la interacción comunicativa, es un proceso de organización discursiva entre sujetos que mediante el lenguaje actúan en un proceso de constante afectación recíproca. La interacción es la trama discursiva que permite la socialización del sujeto por medio de sus actos dinámicos, su adaptación al entorno y la comprensión de las acciones”.³⁹

1.2 EL LENGUAJE VISUAL

El lenguaje visual es una forma de representación,⁴⁰ es decir por medio de los elementos que lo componen podemos significar lo que pensamos, creamos, etc., y formamos nuestra visión a través de la información captada por el sentido de la vista. “El lenguaje visual es el código específico de la comunicación visual; es un sistema con el que podemos enunciar mensajes y recibir información a través de la vista”.⁴¹

El lenguaje visual ha sido utilizado como vehículo de información a lo largo de nuestra historia. En la actualidad es muy extendido su uso e infinidad de mensajes se transmiten con este tipo de sistema de comunicación, pues gracias al avance tecnológico el lenguaje visual se ha desarrollado mucho, creando infinidad de mensajes en distintos formatos. Vemos imágenes en todas partes, desde la publicidad que está en la calle, fotografías impresas en el periódico, hasta imágenes que aparecen en la

39 Rizo M. (2004) *El Camino Hacia la “Nueva Comunicación”*. Breve Apunte Sobre las Aportaciones de la Escuela de Palo Alto. Publicada en la Revista Razón y palabra N. 40. Consultada en <http://www.razonypalabra.org.mx/anteriores/n40/mrizo.html>, el día 04 de Mayo 2011.

40 Acaso, M. (2006) *El lenguaje visual*. Paidós, Madrid. p. 15.

41 Op. Cit. p. 25.

televisión. Se puede decir que las observamos como algo cotidiano que nos rodea y con lo que estamos en contacto continuo.

1.2.1 CARACTERÍSTICAS DEL LENGUAJE VISUAL

El lenguaje visual tiene ciertas características particulares que lo diferencian de otros tipos de lenguaje. La autora María Acaso en su libro *El lenguaje visual*,⁴² plantea que es un tipo de comunicación que se caracteriza porque no necesita aprenderse para entender su significado, puesto que a comparación del lenguaje escrito, no se necesita de un procedimiento para poderlo manejar. Otra característica peculiar del lenguaje visual, es que es de carácter universal, esto se refiere a que el mensaje que se emite puede ser entendible por cualquier sujeto y para diferentes culturas.

También el lenguaje visual es el sistema de comunicación que mayor parecido tiene a la realidad; el lenguaje visual hace una representación de la realidad, por medio de imágenes, estamos representado algo, que puede estar o no presente, a través de signos. El origen etimológico del término *imagen*, proviene de la palabra griega *eikon*, que significa “representación visual que posee cierta similitud o semejanza con el objeto al que representa”⁴³.

A partir de esto se puede decir que la imagen es un sistema de representación que está constituida por unidades de significación o de signos, que sin embargo a través del tiempo y el espacio podrán tener una significación e interpretación diferente. Una imagen es un mensaje en forma de signo gráfico, con el cual podemos representar la realidad. Dentro de esta forma de representar la realidad encontramos una gran diversidad: por medio de la información gráfica, por productos visuales como lo es la fotografía, el video, el texto visual, artefactos visuales o representaciones visuales como carteles, etcétera.

42 Op. Cit. p. 27-31.

43 Aparaci, R. Matilla G.A., Baena f. J., Acedo O. S. (2006) *La Imagen. Análisis y representación de la realidad*. Cap. 2 Imagen, comunicación y realidad. Barcelona. p.31.

Por otra parte, Roland Barthes menciona que una imagen está constituida por signos y códigos, y que a su vez estos dos revelan significados.⁴⁴ Todos los signos incluyendo los signos visuales, trabajan desde dos niveles: el denotativo y el connotativo. El primer nivel, el denotativo tiene que ver con el significante y se refiere al aspecto material del signo, es decir a la parte física. De este aspecto se desprende el *discurso denotativo*,⁴⁵ que Roland Barthes, define como todos los signos que componen algún medio visual, como una imagen o una fotografía.

En otras palabras, podríamos definir el nivel denotativo como la descripción verbal de todos los elementos por los cuales está compuesta la imagen, es decir aquellos elementos que observamos al estar interpretando la imagen.⁴⁶ Dichos elementos pueden ser desde el texto, el color, los símbolos, los objetos que aparecen en la imagen, tamaño, forma, etc. Esto sin adjudicarles algún significado o valor a los componentes que en conjunto conforman la imagen.

El otro nivel que encontramos es el *connotativo*, Barthes menciona que se refiere al significado o el conocimiento de la interpretación que nosotros como sujetos le damos, será a partir de nuestros referentes culturales.⁴⁷ La connotación, se refiere a todos los significados posibles del contenido del dicho discurso comunicativo.⁴⁸ Dentro de este nivel connotativo, el individuo utilizará sus conocimientos para poder interpretar las imágenes, siempre a partir de la ideología, y pensamiento que posea.

Es decir, la connotación será la lectura que le dará el intérprete, a base de su conocimiento y de su experiencia, como lo menciona Barthes: “La imagen en su connotación, estaría constituida entonces por una arquitectura de signos extraídos de

44 Barthes, R. (2005) *La retórica de la imagen* en *Lo obvio y lo obtuso: imágenes, gestos y voces*. Traducción de C. Fernández Medrano, Barcelona, Paidós, pp. 29-47.

45 Acaso, M. (2006) *El lenguaje visual*. Paidós, Madrid p. 41-42.

46 Barthes, R. (2005) *La retórica de la imagen* en *Lo obvio y lo obtuso: imágenes, gestos y voces*. Traducción de C. Fernández Medrano, Barcelona, Paidós, p.36.

47 Entendiendo referentes culturales, como pensamientos e ideas que posee cada sujeto, esto será designado por variables como la edad, género, clase social.

48 Barthes, R. (2005) *La retórica de la imagen* en *Lo obvio y lo obtuso: imágenes, gestos y voces*. Traducción de C. Fernández Medrano, Barcelona, Paidós, p. 42.

una profundidad variable de léxicos de (idiolectos), y cada léxico por profundo que sea, seguirá siendo codificado”.⁴⁹

Una característica importante que determina los significados posibles del lenguaje visual, es el contexto en la cual se crea y en el que se da la interpretación de dicho mensaje visual. El sujeto juega un papel muy importante pues el que crea o produce una imagen, va a mostrar lo que piensa o siente a través de sus pensamientos ideológicos, como lo menciona Roland Barthes, “la ideología general tiene su correspondencia en significantes según la sustancia elegida”.⁵⁰

Por lo tanto se puede decir que la imagen (en este caso de esta investigación particularmente la fotografía) tiene una forma ideológica, puesto que muestra las inquietudes y conocimientos del autor, y esto se expresa por medio de las diversas tácticas o técnicas que la persona emplee para mostrar dicha imagen, creando distintas experiencias estéticas en los individuos, así como posibles diversas lecturas o interpretaciones.

1.2.2 HERRAMIENTAS DEL LENGUAJE VISUAL

Encontramos distintas herramientas que componen el lenguaje visual que nos permiten crear imágenes a partir de diversos elementos como el color, la forma, soporte, por mencionar algunas. Estas herramientas se organizan en dos grupos: las herramientas de configuración y las de organización. Estas dos tipos de herramientas nos permitirán construir significados y significantes de los mensajes que queremos comunicar por medio de la imagen.⁵¹

Herramientas de configuración:

Este tipo de herramientas son elementos básicos que configuran y componen la imagen. Dentro de este tipo de herramientas, encontramos los siguientes elementos:

49 Op. Cit. p. 43.

50 Op. Cit. p. 45.

51 Acaso, M. (2006) El lenguaje visual. *Capítulo II Herramientas del lenguaje visual*. Paidós Madrid .pp. 49-50.

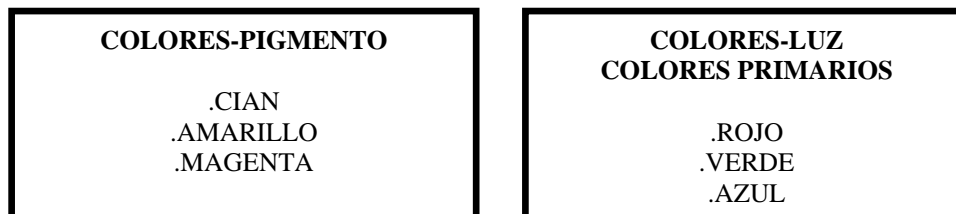
- a) El tamaño: que se selecciona en relación con la escala del espectador, es decir el tamaño en la cual se quiere representar el producto visual. La selección de las dimensiones físicas de un producto visual puede realizarse bajo tres criterios que propone la autora María Acaso, las cuales son las siguientes: impacto psicológico, el efecto de notoriedad y la comodidad de manejo de ubicación.

Según la autora, define el *impacto psicológico* como una relación que se establece físicamente entre el espectador y la representación visual, por ejemplo: ante una pequeña imagen, se establece una relación de predominio por parte del espectador, mientras que ante una grande se establece una relación de predominio por parte de la imagen. Las consecuencias del predominio psicológico son las diferentes sensaciones que experimentamos al ver una fotografía en gran formato (habitualmente en un espectacular) o al ver una foto en un portarretrato de medida estándar.

Por otro lado, el *efecto de notoriedad*, se refiere a cuando el producto visual es de gran tamaño y supera los límites de lo habitual, de tal manera que su visualización se convierte en grande. Este recurso es utilizado en las representaciones artísticas como museos o galerías, así mismo por compañías publicitarias. Por último, está el criterio de *comodidad*, que también se puede llamar manejo o ubicación. Este recurso es más utilizado en la elección de la herramienta de tamaño y que es seleccionado cuando el tamaño le viene impuesto al creador de la imagen.

- b) La forma: es la determinación exterior de la materia, los límites exteriores del material visual. La forma se puede clasificar en dos grupos: en formas orgánicas estas tienden a ser irregulares y ondulantes, la segunda son las formas artificiales, estas son de tipo geométrico que en mayoría son creadas por el hombre y suelen ser regulares y rectas.
- c) Color: es una herramienta visual, que generalmente está cargada de información, y constituye uno de los recursos más importantes para transmitir significados por

medio del lenguaje visual. Dentro de este elemento existen dos tipos de colores: los colores- pigmento, que son aquellos colores en los que se trabaja el color como materia. Un ejemplo de este tipo de color son los que se emplean para la reproducción de las ilustraciones de algún libro, y las cuales pueden ser visibles y táctiles, y que se puede tocar físicamente y por otro lado están los colores de carácter intangible.



Con respecto a las características del color, para transmitir un mensaje, es necesario tomar en cuenta tres aspectos que se relacionan con el color: luminosidad, saturación y temperatura. El primero de ellos, la luminosidad, se refiere a la cantidad de luz que posee un color como característica propia, dentro de este aspecto lo relevante es el valor simbólico, que el sujeto le otorgará en su interpretación, esto dependerá también del contexto en el que se encuentre el interpretante.

La saturación y/o desaturación, son los niveles del color en relación al gris: mientras más saturado está el color mayor será su nivel de pureza, y más alejado se encuentra con respecto al gris; por el contrario cuanto más desaturado sea, menor es el nivel de pureza y más cercano a este último color se encuentra.⁵²

- d) La iluminación: este elemento transmite significado desde dos niveles, el primero se refiere al tipo de iluminación que elige el autor para el contenido intrínseco del propio objeto y se utiliza en las representaciones bidimensionales, como es el caso de la fotografía. El segundo se refiere al tipo de luz que se ocupa para

52 Op. Cit. pp. 60-62.

iluminar un objeto desde su exterior, como ocurre en los productos tridimensionales. Los criterios de selección del tipo de iluminación se pueden reducir a cuatro: -Tipo de fuente: natural o artificial. La primera de estas puede ser producida por los rayos solares, la artificial es producida por dispositivos eléctricos como focos o lámparas. En ambas pueden transmitir diferentes mensajes, como lo menciona la autora María Acaso.

- Cantidad: claves altas o claves bajas. En cuanto a la cantidad podemos elegir entre las claves altas que son propias de la imagen con mucha cantidad de luz, y las claves bajas propias de la imagen con poca luz.
- Temperatura: caliente o fría. Este es un aspecto importante en la temperatura subjetiva de la luz, ya que cuando es caliente como la luz anaranjada de una vela, se transmiten significados relacionados con la protección, por el contrario el tono azulado de algunas luces eléctricas connota frialdad.
- Orientación: a favor de lectura, a contralectura, picado o contrapicado. En esta parte se refiere al sentido de orientación de la luz que se le dé, ya que esto podrá darle diversas significaciones a la imagen. Estas orientaciones pueden ser de derecha/ izquierda, arriba/abajo, etc.

c) La textura: es el material que se elige como soporte y construcción de la imagen se le domina textura, y se define como la materia de la que está constituida un producto visual, así como la representación visual de cualquier materia. Dentro de cualquier representación visual se trabaja con dos tipos de textura: la textura del soporte la cual es la superficie en la cual podemos llegar a ver una imagen y la textura de los materiales que se aplican sobre el soporte, un ejemplo de esto es la luz que se proyecta sobre la imagen para poder verla.

La textura se refiere, por un lado a las características del soporte, la superficie a través de la cual podemos llegar a ver la imagen, es decir si tenemos una imagen que está en una computadora, el soporte será el medio por el cual estamos viendo la imagen, y que puede ser el monitor o pantalla. Este será el medio el

cual nos permite observar la fotografía, y por otro lado la textura de los materiales que conforman la imagen (ropa, accesorios, etc.). Dentro de este tipo de herramienta se encuentran tres tipos de sistema de representación de la textura las cuales son las siguientes:

- a) Textura real: la información de la representación visual que percibimos a través de la vista coincide con la información que percibimos por medio del tacto, un ejemplo es cuando percibimos escultura que está hecha de bronce y al tocarla reafirmamos coincide con la información visual y la información tangible.
- b) Textura simulada: este tipo de textura se percibe por medio de la vista y lo que se ve por medio del tacto no coincide, un ejemplo de esto la imagen en un retrato fotográfico de un personaje, la información que recibe la vista es completamente diferente, según María Acaso menciona que la información que se recibe por medio de la vista es diferente a la que recibe el tacto, ya que este último le dice al cerebro “esto es papel” mientras que los ojos perciben cierto elementos del que está compuesto el sujeto que va desde el pelo, el fondo, etc.⁵³
- c) Textura ficticia: consiste en el tipo de textura que por definición engaña al receptor, María Acaso dice que hace creer que el producto visual es de una calidad, cuando realmente es de otra. Este tipo de textura es muy utilizada dentro de la imagen comercial, que consiste en objetos decorativos.

Todas estas herramientas, que se han mencionado anteriormente, constituyen parte de la configuración del lenguaje visual, lo cual nos permiten clasificar nuestra imagen según su forma, tamaño, uso del color, la iluminación y la textura, para poder entender y poder significar el mensaje que se nos muestra. Por otro lado tenemos las de:

Herramientas de organización:

Permiten la construcción de un producto visual, es decir el orden de las herramientas del lenguaje visual dentro del espacio que abarcan los límites del soporte pues el

53 Acaso, M. (2006) El lenguaje visual. Capítulo II *Herramientas del lenguaje visual*. Paidós Madrid .pp. 70-76.

“componer una imagen consiste en ordenar las herramientas en función del mensaje que se quiere transmitir, de manera que cada elemento encaje con todos, con el fin de que se alcance un conjunto”.⁵⁴

Dentro de estas herramientas está el encuadre, que concreta los límites de la imagen, y permite determinar la parte seleccionada de la realidad representada. Dentro del encuadre encontramos los planos de composición, que son los siguientes:

- a) Panorámico (gran plano general, *big long shot*): En este tipo de plano, los sujetos y objetos ocupan una pequeña fracción del cuadro. Sirve para ubicar al público en el lugar de los hechos y el ambiente que los rodea, ya que destaca principalmente el escenario.
- b) Plano de conjunto (*group shot*): este plano se utiliza para presentar a un grupo de personas, puesto que lo que más resalta es la valorización de los personajes dependiendo de su disposición.
- c) Plano general (*long shot*): la figura humana ocupa las $\frac{3}{4}$ partes de la altura del cuadro. Incluye una buena proporción de fondo mostrando al mismo tiempo la figura.
- d) Plano entero o completo (*plano total, full shot, médium long shot*): en este tipo de plano se muestra la figura humana completa, y por lo tanto el personaje tiene un gran valor.
- e) Plano americano: ($\frac{3}{4}$ *shot*): Por la parte inferior del plano el sujeto es cortado por encima de la rodilla, lo cual valoriza las actitudes del personaje.
- f) Plano medio: (*médium close up*): Por la parte inferior del plano el sujeto es cortado a nivel de la cintura, lo cual hace una referencia las expresiones del personaje.

54 Op. Cit. pp. 78-79.

- g) Primer plano (*close up, acercamiento*): en este tipo de plano se representa el rostro y hombros o parte del sujeto, dándole énfasis en los gestos o expresiones del personaje.
- h) Gran acercamiento (*big close up*): presentación del rostro ocupando la mayor parte del cuadro.
- i) Primer primerísimo plano: es el detalle del rostro (la boca, un ojo, etc.).

Otro elemento que hay dentro de estas herramientas es el punto de vista, es decir la angulación que se le debe de dar a la imagen para darle un valor y significado, de los cuales encontramos lo siguientes:

- a) Toma a nivel: Es cuando la fotografía se realiza desde la misma altura o nivel que la del elemento tomado, ni por encima ni por debajo.
- b) Toma en picado: Es cuando realizamos una se toma desde una posición más alta que el elemento fotografiado, desde arriba hacia abajo.
- c) Toma en contrapicado: Es cuando la fotografía se realiza desde un lugar más bajo que el motivo tomado, quedando este más alto que la cámara. Este tipo de ángulo connota enaltecimiento, importancia o poder.
- d) Toma cenital: Es cuando la imagen se toma en un ángulo totalmente de arriba hacia abajo, en posición perpendicular con respecto al suelo, es decir, lo más extremo posible de una toma en picado.

Por otro lado, el formato también es una herramienta de organización la cual determina el espacio donde se desarrolla la composición y que hace referencia a las relaciones de altura y anchura de la imagen, y que puede ser:

- Horizontal. El autor busca equilibrios triangulados
- Cuadrado. El autor busca simetrías
- Vertical. El autor busca resaltar la precariedad de los objetos.

Todas estas herramientas permiten una ordenación de la imagen puesto que son las que dan significado para obtener un resultado visual, las relaciones que se establecen entre los elementos de la representación visual. Para que la imagen visual pueda significar y crear discursos, debe de estar organizada y tener relación entre sus elementos que la componen como el tamaño, el color, la textura, etc. Tal y como lo menciona Roberto Aparaci, acerca de la composición: “componer es agrupar, ordenar todos los valores visuales (línea, punto, color, luz, formas, planos, ángulos, objetos, etc.) para obtener imágenes con sentido, según una idea guía, según un estilo, para alcanzar un efecto estético, informativo o narrativo determinado”.⁵⁵

1.2.3 REPRESENTACIONES VISUALES

Anteriormente se definió lo que es el lenguaje visual y cuáles son sus componentes principales, ahora en este apartado se hablará sobre el tipo de representaciones que existen. Por ejemplo, hoy en día con las nuevas tecnologías, las cámaras digitales y las nuevas posibilidades que existen con las redes sociales, se pueden generar diversos tipos de representaciones visuales por medio de diferentes soportes y sus funciones.⁵⁶

Las representaciones visuales que podemos encontrar se pueden clasificar dependiendo de las características físicas del soporte. Además el creador del mensaje tendrá que determinar conceptualmente el mensaje que va a emitir, así mismo tendrá que seleccionar las herramientas del lenguaje visual que ocupará para crearlo. En un primer momento María Acaso, propone que el elemento primordial para crear dicho mensaje es el soporte, y menciona que existen dos tipos de representaciones visuales según las características del soporte: las representaciones bidimensionales y las tridimensionales.

55 Aparaci, R. Matilla G.A., Baena f. J., Acedo O. S. (2006) La Imagen. Análisis y representación de la realidad. *Cap. I La percepción de la realidad*. Barcelona, pp.17-18.

56 Acaso, M. (2006) El lenguaje visual. *Capítulo III Representaciones mediante el lenguaje visual*. Madrid, Paidós. p. 105.

La primera de ellas se refiere a una representación en la que la realidad tridimensional, se transforma en una superficie a dos dimensiones, lo ancho y lo alto de una imagen. Este tipo de productos visuales los observamos en las imágenes fijas como las fotografías. Por otra parte, están las representaciones visuales tridimensionales, estas son como su nombre lo indica representadas en tres dimensiones, por ejemplo en las esculturas.

Otra manera de clasificar las representaciones visuales es en base a su función.⁵⁷ Las representaciones visuales informativas es la primera categoría general y tiene como objetivo el traspaso de información entre el emisor y el receptor, y dentro de esta existen tres categorías:

a) *Informativos epistémicos*. Tienen como función básica representar la realidad de forma verosímil posible. Es decir asemejan la realidad en el mayor grado posible. Dentro de estos podemos encontrar las imágenes de radiografías médicas, fotografías pequeñas que forman parte de documentos de identificación entre otras.

b) *Informativos simbólicos*. Su objetivo es transmitir determinada información, es de carácter abstracto de manera que no se puede recurrir a la realidad para configurar dicha imagen, ejemplo de este tipo de representación son las señales de tráfico, así como las imágenes de instrucciones de algún aparato, etc.

c) *Informativos didácticos*. Transmite determinada información para que el receptor aprenda uno o varios conceptos. Son imágenes que intentan enseñarnos algo, su objetivo es que interioricemos estos mensajes y que realicemos diferentes acciones como resultado de dicha interiorización, ejemplo de esto son las imágenes de banderas, mapas, etc.

Las siguientes son las representaciones visuales comerciales o publicitarias, según la autora María Acaso, las define como la venta de un producto o de un servicio, y dentro de estas hay dos categorías: las primeras son las que intentan vender un

57 Op. Cit. p. 109.

producto y entretener, las segundas son las de colocación del producto, es decir productos visuales situados para un punto de venta.

Las últimas son las representaciones visuales artísticas, estas tienen el objetivo de crear conocimiento crítico que genere un significado personal en el espectador es decir, crear un conocimiento mediante un código nuevo. Representaciones de este tipo las encontramos en la pintura, cine, fotografía, body art, entre otras.

Para finalizar este apartado, se puede decir que el lenguaje es de suma importancia para el ser humano, puesto que es la manera que desarrollamos para poder comunicarnos con otras personas, sin lenguaje no habría comunicación y sin comunicación no seríamos parte de una sociedad y no tendríamos una cultura. Sin embargo, todos los tipos de lenguaje gestual, oral, escrito, visual nos permiten sociabilizar con nuestro entorno y así podernos comunicar, informar e interactuar con otros sujetos.

En particular el lenguaje visual, es uno de los lenguajes que más comúnmente vemos a nuestro alrededor. Al estar rodeados de imágenes muchas veces no nos damos cuenta de todo lo que miramos, no obstante este tipo de lenguaje lo usamos muchas veces para dar a conocer infinidad de información. Además interpretamos las imágenes dependiendo de nuestro contexto social en donde nos ubiquemos, así mismo dependiendo de nuestras experiencias y conocimientos.

1.3 COMUNICACIÓN INTERPERSONAL

La comunicación se da por medio de un emisor y un receptor/destinatario, un mensaje, por medio de códigos y un canal, como veíamos anteriormente. Muchas veces la comunicación que se da es interpersonal, es decir una comunicación que se da cara a cara entre dos personas, donde pueden estar presente lenguajes verbales y no verbales. Los seres humanos formamos parte de una trama interpersonal que nos

moldea y a la que contribuimos moldeándola a través de nuestra red social,⁵⁸ entendiendo como red social los vínculos sociales que tenemos en la vida cotidiana.

El autor Carlos Sluzki menciona que la red social personal “puede ser definida como la suma de todas las relaciones que un individuo percibe como significativas o define como diferenciadas de la masa anónima de la sociedad”.⁵⁹ Es decir, dentro de una sociedad, nosotros como seres humanos, nos relacionamos a partir de nuestra propia red social personal, ya que por medio de estas relaciones interpersonales, podemos tener distintos tipos de relación que pueden ser íntimas, ocasionales, y relaciones personales de menor grado de compromiso.

Una red social personal, se da a partir de las relaciones interpersonales entre individuos con los que se interactúa. Y esta relación se puede dar con cuatro tipos de cuadrantes.⁶⁰ A continuación se presentan: a) familia, b) amistades c) relaciones laborales o escolares (compañeros de trabajo o estudios), d) relaciones comunitarias de servicio. Es decir con éstos tipos cuadrantes es como los individuos conformamos nuestras redes sociales, a partir de la interacción con diferentes sujetos.

Esta trama está constituida al inicio por nuestra familia, pero ya a los pocos años se extiende a amigos, compañeros de estudio y de trabajo, y a relaciones basadas en actividades culturales, deportivas, de culto y de cuidados de la salud. Esto se determina por los contextos culturales y subculturales en los que estamos sumergidos: contextos históricos, políticos, económicos, religiosos, entre otros.

Sin embargo, a través de los contextos nuestra red micro social contribuye de manera substancial a generar nuestras prácticas sociales y nuestra visión del mundo. Un ejemplo de comunicación interpersonal, lo podemos observar cuando dos sujetos jóvenes entablan una comunicación cara a cara, una conversación sobre temas de interés particular, por ejemplo la música de sus bandas favoritas.

58 Sluzki, C. (2002) La red social: frontera de la práctica sistémica. *Capítulo II La red social: proposiciones generales*. Gedisa, España, Barcelona, p.37.

59 Op. Cit. p. 42.

60 Op. Cit. pp.42-45.

En un sentido más general, la comunicación interpersonal se define como “el proceso de usar el lenguaje (así como señales o indicadores no verbales) para enviar y recibir mensajes (entre individuos) que tienen la intención de despertar tipos especiales de significados”.⁶¹ Dentro de la sociedad, este tipo de comunicación se da entre los jóvenes, puesto que al estar conviviendo entre amigos interactúan y se comunican, y establecen y mantienen relaciones emocionales.

1.3.1 CARACTERÍSTICAS DE LA COMUNICACIÓN INTERPERSONAL

Algunas características de este tipo de comunicación son por ejemplo que el proceso de comunicación interpersonal puede darse en dos momentos. Autores como Margaret DeFleur, Patricia Kearney mencionan que la comunicación interpersonal tiene lugar en la diada, es decir que se da la relación entre dos personas que tienen una relación social relativamente duradera, y por otra parte se da cuando los individuos involucrados llegan a conocerse mejor, y su relación tiende a pasar de interpersonal a personal.⁶²

Otra de las características peculiares que hay, es que la comunicación interpersonal comienza con el YO. Es decir el yo será el término central para el proceso de la comunicación interpersonal. Lo cual se define como “el patrón de creencias, significados y comprensiones que cada individuo desarrolla relativo a sus características personales, capacidades, limitaciones y valor como ser humano”,⁶³ el papel del yo en la comunicación interpersonal será el que definirá nuestra concepción como sujetos es decir, quiénes somos, qué somos y qué somos dentro del orden social.

A partir del yo es como nos prefiguramos ante los demás, y que las personas con las que nos comunicamos forman una imagen de nosotros como sujetos. Esto lo podemos observar entre la juventud, cuando dos personas se quieren conocer muestran ciertas actitudes al entablar una comunicación, puesto que mientras se da el

61 DeFleur, Margaret; Kearney, P.; Plax, T.; DeFleur Melvin (2005). Fundamentos comunicación humana. *Capítulo 5 Comunicación interpersonal*. 3ª. Edición México: Mc Graw Hill, p. 101.

62 Op. Cit. p. 101.

63 Op. Cit. pp. 101-102.

proceso comunicativo cada sujeto empieza a mostrar características propias: preferencias musicales, de género, de vestir, de hablar, etc.

Sin embargo, las imágenes que construimos ante los otros y que proyectamos durante el proceso de comunicación interpersonal, se les domina *personae*, o máscaras,⁶⁴ entendiendo éstas como la personalidad que se muestra durante un intercambio comunicativo, esta personalidad exhibe los rasgos psicológicos y las características sociales que posea un individuo, como lo menciona Erving Goffman, en su libro *La presentación de la persona en la vida cotidiana*,⁶⁵ dice que todo individuo ofrece una actuación y presenta su función para el beneficio de otra gente.

Una característica importante dentro de la comunicación interpersonal, es que de da a través de la proximidad física, es decir los sujetos tienen que estar físicamente cerca, unos de otros para participar y tener un proceso de comunicación interpersonal, por ejemplo, cara a cara. Pero en ciertos casos esta interacción puede estar mediada por el teléfono o la pantalla de la computadora. Lo cual modifica las características del intercambio comunicativo.

Concibiendo como interacción, la base de la existencia dentro de todo ámbito social. Los seres humanos, establecen relación con otros por medio de esta. En términos generales, la interacción es concebida como la acción que se realiza entre dos o más sujetos dentro de un proceso de comunicación, puesto que se establecen relaciones con diversas personas por medio de los procesos sociales a los que está expuesto el ser humano.

Además por medio de la interacción el individuo socializa a través de sus rituales. Entendiendo por ritual como una forma de proceso o rutina que realizan los sujetos que puede ser de manera individual o colectivamente. El ritual tiene que ver mucho con la cultura, ya que es parte de los procesos sociales en la cual el individuo

64 Op. Cit. p. 102.

65 Goffman, E. (2001) *La representación de la persona en la vida cotidiana. I. Actuaciones*. Ed. Amorroutu, Buenos Aires, 1ra. Ed. en 1958, p. 29.

ésta emergente y que le adjudica cierto valor simbólico a sus prácticas, rutinas o procesos sociales a los que vive en la cotidianidad.

Por otro lado, partiendo de los enfoques sistémicos de comunicación, el interaccionismo simbólico parte de varias premisas como son las siguientes: (Blumer, 1969^a; Manis y Meltzer, 1978; Rose, 1962).

- a) La capacidad del pensamiento es dada a través de la interacción social.
- b) Dentro de la interacción social los individuos incorporan significados y símbolos a través de la interacción, es decir dentro de la comunicación, se desprenden ciertos significados por medio de la relación entre sujetos.
- c) Los sujetos son capaces de modificar o alterar los significados y símbolos, es decir que cada sujeto dependiendo de sus referentes contextuales, va a modificar o aceptar los significados, dependiendo de la interpretación que cada individuo le dé a los símbolos, esto va depender del resultado dentro de un proceso de interacción.

Estas premisas nos van a permitir comprender cómo los individuos adquieren y construyen significados de objetos, situaciones o hechos a través de la interacción, modificando estos significados a través de los procesos interpretativos que cada individuo les dé. Sin embargo, el interaccionismo simbólico, plantea que el lenguaje (puede ser tanto oral como escrito), es simbólico que permite la comunicación.

A partir del lenguaje se establecen las acciones de los sujetos. El lenguaje es considerado por esto como “un vasto de sistema de símbolos”,⁶⁶ las palabras son consideradas símbolos que se utilizan para significar cosas, así como los actos, los objetos y las palabras que existen tienen un significado, porque han sido y pueden ser descritas por el uso de las palabras.

66 Ritzer, G. (2002). *Interaccionismo simbólico*. En Teoría sociológica moderna. Ed. MacGraw Hill, Madrid. pp. 247-300.

También esta teoría menciona que los símbolos van a permitir que las personas actúen de cierto modo ya que el lenguaje y los símbolos van a determinar funciones específicas de los individuos.⁶⁷ Como son las siguientes:

- a) Los símbolos van a permitir que los sujetos puedan relacionarse con el mundo social y material.
- b) Los símbolos incrementan la capacidad de las personas para percibir su entorno.
- c) Los símbolos aumentan la capacidad de pensamiento.
- d) Los símbolos ensanchan la capacidad para resolver diversos problemas.
- e) El uso de símbolos permite a los actores trascender el tiempo, el espacio e incluso sus propias personas.
- f) Los símbolos permiten imaginar una realidad metafísica, es decir imaginar algo real o irreal.

Los símbolos y objetos que están presentes durante una interacción forman parte de la identidad personal de cada sujeto. Por medio de los símbolos es cómo podemos percibir mensajes, códigos, ideas, etc., así como relacionarnos con lo material y social. Por ejemplo dentro de una fotografía publicada por un sujeto en una red social aparecen símbolos u objetos como: una hamaca, botella de cerveza, entre otros, podría significar descanso, fiesta, playa, etc., y esto permite tener una interacción acerca de algunos de estos temas. Pues dentro de las interacciones sociales, se da la relación de conocimiento, por medio de relacionarse con el otro podemos conocer e intuir sobre los otros y viceversa.

Otro de los puntos que les interesan a los interaccionistas simbólicos es la relación que existe entre los significados, los símbolos en la acción y la interacción humana. La interacción social implica la relación de símbolos con sus significados. Dentro de la comunicación interpersonal, la interacción es primordial, puesto como veíamos por medio de esta es como se va dar el proceso de comunicación, a su vez dentro de la comunicación interpersonal, habrá papeles sociales o roles que cada

⁶⁷ Op. Cit. pp. 247-300.

individuo tendrá dependiendo de la participación que tenga cada uno durante el proceso de comunicación.

Para concluir este apartado, se puede decir que la comunicación interpersonal es la base sobre la cual se construyen los vínculos humanos íntimos. Las relaciones interpersonales de los jóvenes se pueden dar entre amigos, familia, etc. Sin embargo, hoy en día la comunicación interpersonal, se ha modificado puesto que antes los jóvenes se relacionaban por medio de la interacción física, y ahora los jóvenes se comunican en gran medida por medio de la computadora y el internet. Dentro de este nuevo medio, pueden encontrar diversas formas expresivas como textos, imágenes, sonidos, etc. Apoyándose en las nuevas redes sociales de internet, pueden comunicarse, pasando de una interacción física a una interacción mediática por alguno de los dispositivos como son las computadoras o los teléfonos celulares, que permiten estar conectados al mundo.

Sin embargo, a partir de lo que presento, todavía no se ha reflexionado lo suficiente sobre los cambios que implican estas formas de interacción por medio de las herramientas que nos ofrecen estas tecnologías así como los nuevos medios de comunicación, ya que más adelante hablaremos sobre los cambios y las consecuencias que han tenido todos estos elementos en cuanto a la relación que tienen los jóvenes y las nuevas formas de relación digital.

Capítulo II. JÓVENES Y SUS NUEVAS FORMAS DE INTERACCIÓN: LAS REDES SOCIALES EN INTERNET

2.1 ¿QUÉ ES SER JOVEN?

Rossana Reguillo en su libro *Emergencias de culturas juveniles*,⁶⁸ define lo que implica ser joven desde un punto de vista sociocultural. Para esta autora ser joven no se define con delimitaciones biológicas, como la edad. Sin embargo a pesar de que es considerado joven quien está en la edad que va desde los 16 a los 28 años, a lo largo del tiempo, las distintas sociedades han desarrollado sus concepciones acerca de las características que hacen a un individuo joven y cuándo pasa a la etapa adulta.

Por lo tanto vemos que debido a diferentes factores socioculturales, el ser joven no es sólo una cuestión de edad, sino una apropiación simbólica de lo que significa serlo y lo cual se hace evidente en la interacción que se lleva a cabo en los episodios de su vida diaria, es decir se ha establecido que también se es joven cuando en el encuentro con el otro se utiliza el lenguaje, los ritos, los artefactos sociales, etc., propios o que socialmente se han determinado para cumplir este rol.

Como lo menciona Rosana Reguillo: “un conjunto social heterogéneo dinámico y discontinuo en donde el vestuario, la música las palabras, objetos emblemáticos (piercing, gorras, etc.) son una mediación para la construcción de las identidades de las y los jóvenes y que se configuran no solamente como símbolos, sino en modos de entender al mundo”.⁶⁹

68 Reguillo, R. (2000). *Emergencias de culturas juveniles. Estrategias del desencanto*. Grupo Editorial Norma 1º Edición. Argentina pp. 25

69 Op. Cit. pp. 24-25

2.2 IDENTIDAD

Hablar de identidad implica hacerlo en relación a categorías como cultura, normas, valores, estatus, socialización, educación, roles, clase social, territorio/región, etnicidad, género, medios de comunicación, etc.⁷⁰ La palabra identidad se puede definir como el conjunto de rasgos propios de un individuo que lo caracteriza ante los demás rasgos, como género, generación, clase social, lugar de origen, etc. Es un hecho simbólico construido en y por el discurso social común, ya que es objeto de representaciones y creencias tanto sociales como históricamente condicionadas.

Por otro lado, poseer una determinada identidad implica conocerse y hacerse reconocer como tal mediante la confrontación con otras identidades. La identidad se afirma y se reconoce en los contextos de interacción y comunicación social.⁷¹ Puesto que dentro de una interacción los sujetos dan presencia de rasgos distintivos por los cuales el sujeto se ve así mismo y es reconocido como tal por el otro sujeto. La identidad es un proceso social, en el que se desarrolla la interacción cotidiana. La identidad no es una esencia, atributo o propiedad del sujeto, sino que tiene un carácter intersubjetivo, relacional y racional.⁷²

Así mismo como lo menciona Gilberto Giménez “la identidad es una construcción social que se realiza en el interior de marcos sociales que determinan la posición de los actores, y por lo mismo, orientan sus representaciones y acciones”,⁷³ puesto que los sujetos van configurando representaciones sociales relacionadas a sus estilos de vida y con las que se sientan con mayor identificación.

El concepto de identidad es inseparable de la idea de cultura, debido a que todas las identidades sociales se dan a partir de la conformación de las diversas culturas y

70 Giménez, G. (2007) Estudios sobre la cultura y las identidades sociales. *Capítulo II Cultura e identidades*. ITESO, p.53.

71 Marín, M. V. (2006) *Jóvenes, identidad y telefonía móvil*. Observatorio para la Cibersociedad. E-5. La mediatización de la telefonía móvil en el marco de la sociedad de la información. En línea: <http://www.cibersociedad.net/congres2006/gts/comunicacio.php?id=693>, Consultada el día 16 de abril del 2012.

72 Giménez, G. (2000). *Teoría y análisis de la Cultura*. Vol.2. México, pp. 1-5.

73 Op cit. p. 39.

subculturas a las que se pertenece o en las que se participan.⁷⁴ Como lo menciona Stephen Frosh: Para desarrollar sus identidades, la gente echa mano de recursos culturalmente disponibles en sus redes sociales inmediatas y en la sociedad como un todo. Por consiguiente, las contradicciones y disposiciones del entorno sociocultural tienen que ejercer un profundo impacto sobre el proceso de construcción de identidad.⁷⁵

Este autor plantea que la identidad se lleva ligada con la cultura, puesto que un sujeto que quiera pertenecer o sentirse identificado con algún grupo social definido, tiene que cumplir ciertas características determinadas por la cultura dentro del grupo social definido, puesto que la cultura como menciona Gilberto Giménez es “la organización social del sentido, interiorizado de modo relativamente estable por los sujetos en forma de esquemas o de representaciones compartidas y objetivando en formas simbólicas, todo ello en contextos históricamente específicos y socialmente estructurados”.⁷⁶

La identidad, además de ayudar a conformar e integrar a un grupo, es un elemento distintivo entre los individuos de la misma especie que conforman la sociedad. Éstos pueden diferenciarse y ser reconocidos por otros a través de la construcción de los elementos antes mencionados. La identidad se manifiesta por medio de los procesos de interacción y de comunicación entre individuos.

Sin embargo, la identidad puede ser modificada o reestructurada cuando los sujetos entran a un nuevo mundo de relación como son las redes sociales en internet, lo cual permite moldear o crear personajes con ciertas identidades virtuales, que más adelante se hablará sobre este término en sí.

74 Giménez, G. (2007) Estudios sobre la cultura y las identidades sociales. *Capítulo II Cultura e identidades*. ITESO, p.54.

75 Frosh, S. (1999), citado por Giménez, G. (2007) Estudios sobre la cultura y las identidades sociales. *Capítulo II Cultura e identidades*. ITESO, pp. 54-55

76 Giménez, G. (2007) Estudios sobre la cultura y las identidades sociales. *Capítulo II Cultura e identidades*. ITESO, pp. 56-57

2.3 CULTURAS JUVENILES

La expresión “culturas juveniles”, se refiere a las experiencias sociales de adolescentes y jóvenes que constituyen una colectividad mediante la construcción de un estilo de vida diferente, de una identidad también se les ha llamado “micro sociedades juveniles”,⁷⁷ la noción de culturas juveniles se remite a las culturas subalternas. La articulación social de las culturas juveniles aborda tres escenarios que son los medios de comunicación, los espacios y los momentos específicos. (Hall y Jefferson, 1983).⁷⁸

La relación de los jóvenes con la sociedad está mediatizada por las diversas instancias en las cuales los jóvenes tienen relación con los medios de comunicación, como la televisión y la radio principalmente y más recientemente el internet; estos medios tienen el poder de transmitir dichos contenidos, mientras tanto, los jóvenes tienen la opción de negociar los contenidos a los que están expuestos.

La cultura para García Canclini,⁷⁹ es el conjunto de procesos sociales de significación, abarca el conjunto de procesos sociales de producción, circulación y consumo de la significación en la vida social,⁸⁰ es decir dentro de la cultura nosotros como individuos podemos aceptar o rechazar ciertas ideas, objetos, rituales que se nos presentan, ya que podemos usarlos o no y a su vez, compartir estas ideas colectivamente, determinando roles y preferencias hacia ciertos campos del consumo cultural.

Sin embargo la idea de culturas generacionales se refiere a la experiencia específica que los jóvenes adquieren en el seno de los espacios institucionales, espacios parentales y en espacios de ocio.⁸¹ Dentro de estos últimos podemos

77 Feixa, C. (1988) *De jóvenes, bandas y tribus*. Ariel, Barcelona, pp. 84-87

78 Hall y Jefferson (1983), citado en Feixa, C. (1988) *De jóvenes, bandas y tribus*. Ariel, Barcelona, pp. 84-87

79 Canclini, G. N. (2004) *Diferentes, desiguales y desconectados. Capítulo 1: La cultura extraviada en sus definiciones*. España, Gedisa, p 34.

80 Op. Cit. p. 84-87

81 Feixa, C. (1988) *De jóvenes, bandas y tribus*. Ariel, Barcelona, pp. 88

considerar en la actualidad las redes sociales (como *Fotolog*, *Facebook*, *Myspace*, *Twitter*, por mencionar algunas), pues los jóvenes ingresan para comunicarse y formar parte de un grupo social reconocido.

Una característica importante que existe entre las culturas juveniles es que no son homogéneas ni estáticas. Dentro de ellas se dan intercambios entre los estilos, puesto que los jóvenes no acostumbran a identificarse siempre con un mismo estilo, si no que reciben influencias de varios estilos estéticos, musicales, formas de hablar, de escribir, de relacionarse con otros, etc.

Además, uno de los principales factores que determina las culturas juveniles es la generación, que puede considerarse como nexo que une biografías, estructuras e historia. Por todos estos factores la noción de identidad de un grupo socializado se va a remitir a una edad en un mismo tiempo histórico.⁸² En los jóvenes las identidades se van conformando a través de ciertos elementos característicos que adoptan y que los hacen ser diferentes. La edad, es una variante que está muy presente dentro de las culturas juveniles, puesto que determina las formas de relación entre sujetos.

Los jóvenes al encontrarse con otros sujetos interactúan por medio de la identificación con determinados comportamientos y valores diferentes a los de un adulto. Como lo menciona Carles Feixa, “la cultura es vista como una instancia simbólica de la producción y reproducción de la sociedad”.⁸³ Puesto que la cultura no es algo inherente que está dentro de la sociedad, si no es una construcción que se va dando a partir de los procesos socioculturales que va teniendo el individuo dentro de una sociedad.

Las subculturas, son grupos de gente que comparte diferentes tipos de comportamientos y creencias que los diferencia de una cultura mayor de la cual forman parte (transgresiones de los códigos de conducta y etiqueta, infracción de la ley, etc.). “Son expresiones profanas y a menudo se les censura, significativamente como

82 Op. Cit. p. 88

83 Feixa, C. (1988) *De jóvenes, bandas y tribus*. Ariel, Barcelona, p.37

antinaturales”.⁸⁴ Al surgir una nueva subcultura, se van a establecer nuevas tendencias hacia los jóvenes, generando nuevos looks y entra el mercado industrializador, que genera productos que les vende a los jóvenes, para que estos se hagan consumidores de su propia subcultura.

Esta tiende a aparecer como un organismo independiente, cuya función es ajena a los contextos sociales, políticos y económicos.⁸⁵ No obstante expresan lo que por definición es un continuo imaginario de relaciones, que se transmite a los miembros individuales de una subcultura a través de diferentes canales como: la escuela, la familia, el trabajo, los medios de comunicación, etc.

Los espacios de relación son considerados como lugares en los cuales se dan los procesos de interacción entre sujetos, espacios que los jóvenes usan como es la calle, lugares de recreación, etc. Generalmente son lugares de resistencia donde son escuchados por otros y a su vez son lugares donde los jóvenes se van identificando, donde pueden interactuar con otros sujetos que tengan las mismas necesidades que ellos y donde pueden compartir determinados códigos culturales que les permiten resignificar, sus identidades, sus relaciones personales, etc.

Otra característica importante que se da en las subculturas, es que estas representan por un momento distintivo y contextual. Esto quiere decir que cada subcultura o grupo social definido, va a tener su propio momento (tiempo y espacio) a través de la historia y de un contexto determinado. Puesto que en cada situación social, cultural, económica etc., cada grupo tendrá las posibilidades de poder desarrollarse en todos los ámbitos, pasando por procesos socioculturales.

Sin embargo este tipo de culturas, al interactuar con otras, modifican o incorporan elementos de la nueva cultura como son las prácticas socioculturales, rituales, valores, creencias, etc. (proceso denominado aculturación que es la adaptación de elementos específicos de la nueva cultura adquirida).

84 Op. Cit. p. 10

85 Hebdige, D. (2004) *Subcultura: el significado del estilo*, Barcelona, Paidós, p. 127

2.4 LOS JÓVENES Y EL USO DEL LENGUAJE EN LA VIDA COTIDIANA

Como hemos visto, el lenguaje es utilizado como una forma de comunicación entre los seres humanos y al igual que toda persona, los jóvenes lo utilizan con esa misma función, sin embargo hoy en día por los diferentes contextos sociales en los que interactúan los jóvenes utilizan diversos tipos de lenguaje para poderse expresar.

El lenguaje principal de los jóvenes es el habla, según del sector social al que pertenezcan, se manifestará el tipo de dialecto a usar. Es decir, entre los jóvenes un dialecto-sociolecto, va de acuerdo a su clase social, ya que cada joven utiliza un dialecto (o una forma de hablar o expresarse) dependiendo de la clase social o al grupo social definido al que pertenece. Además los jóvenes utilizan un registro coloquial (léxico informal) y dentro de su vocabulario usan muy comúnmente palabras que las caracterizan como: “chale”, “que ondita”, “la neta”, “que tranza”, “chido”.

Los jóvenes utilizan el lenguaje de muy diferentes maneras, a través de acciones y hechos. También lo utilizan como forma de expresión de sus identidades. A través de distintas prácticas socioculturales, como el baile, el graffiti, la música, la poesía, la pintura, la fotografía, la danza, el teatro, la mímica, etc. Cada joven tiene un léxico que lo identifica.

La identidad no es una esencia, atributo o propiedad intrínseca del sujeto, sino que tiene un carácter intersubjetivo y relacional, pues como ya definimos es la auto percepción de un sujeto en relación a otros. La identidad de un sujeto emerge y se afirma en la confrontación con otras identidades en el proceso de interacción social, ejemplo un joven de la calle no utiliza el mismo lenguaje que un estudiante universitario, esto se debe a que cada quien tiene un propio léxico y registro diferente.

2.5 LAS REDES SOCIALES: NUEVA FORMA DE COMUNICACIÓN ENTRE LOS JÓVENES

En la actualidad los adolescentes y jóvenes van usando las nuevas tecnologías de comunicación e información para relacionarse.⁸⁶ La tecnología como el internet y las redes sociales, se ha convertido en los nuevos espacios de interacción, donde van construyendo lazos de comunicación y una gran diversidad de relaciones donde van forjando sus identidades. En estos espacios, permite que los jóvenes se vayan relacionando con otros sujetos virtuales, donde van compartiendo y generando nuevos códigos culturales que se van dando a través del intercambio de información.

Internet permite la conexión de miles de millones de computadoras en todo el planeta, permite el intercambio de información de todo tipo. Su nombre proviene de la unión de dos palabras: *International Network*.⁸⁷ (Red de trabajo internacional) Internet cobra su auge comienzos de la década de los noventa, en el año de 1991 cuando el británico sir Tim Berners – Lee crea la *World Wide Web*. Esta innovación consistió en que la interfaz gráfica dio mayor accesibilidad a los contenidos junto con el hipertexto que permitió vincular de manera inmediata una enorme cantidad de información en tiempo real.

María Delia Covi, menciona que la existencia de las redes de computadoras informáticas conecta un conjunto de equipos por medio de distintos sistemas que permiten el transporte de datos. De este modo, es posible compartir información o archivos. El internet, ofrece una gran variedad de servicios como el correo electrónico, chat, juegos, que son utilizados en las redes sociales que permiten comunicarse y establecer relaciones con propósitos diferentes.⁸⁸

86 Urresti, M. (2008) *Ciberculturas juveniles*. La Crujía. Buenos Aires, Argentina. p.14

87 Druetta, C. María Delia, Cruz, L. María de los Ángeles y González, L. Rocío. (2009) *Redes Sociales: análisis y aplicaciones*. Editorial PLAZA Y VALDES. Rustica, pp. 55-58

88 Op. Cit. p.56

A su vez, para el autor Alejandro Piscitelli, internet significa computadoras conectadas localmente a una inmensa red de distribución de información,⁸⁹ es decir es una red que se interconecta con otras redes, que pueden estar en todas partes del mundo y a su vez estas redes pueden estar ubicadas en una casa, oficina, etc., donde se pueden comunicar con millones de personas en todo el mundo. En resumen, el internet es visto como una nueva realidad de comunicación entre emisores y receptores vinculada al mundo virtual.

Dentro del internet han surgido diversas redes electrónicas de comunicación, siendo estas las nuevas modalidades del espacio virtual. Un ciberespacio, “es la renovación de la idea de comunidad virtual como puntos de pasaje para conjuntos de creencias y prácticas compartidas, que vinculan a personas físicamente separadas”.⁹⁰ Sin embargo, el internet visto como un nuevo medio y como herramienta de información y comunicación ha influido en las mediaciones psicológicas, sociológicas y culturales,⁹¹ puesto que ha permitido lograr su efectividad en el diálogo entre los seres humanos entre sí.

El acceso a este medio, supone en un primer momento la posibilidad de usar una máquina que habilite el paso, esta máquina puede ser o no ser propia, con lo cual el acceso a la red es en términos formales mucho más amplio que la mera posesión de una máquina, aunque las máquinas propias pueden asociarse con una forma de acceso cualitativamente diferente, simple y directo,⁹² sin embargo también está la posibilidad de gente que no cuente con este acercamiento fácilmente puesto que tienen que alquilar temporalmente en un *cibercafé*,⁹³ o aprovechar el tiempo y el espacio con otras personas, compartiendo el acceso en instituciones, escuelas, etc.

89 Piscitelli, A. (2002) *Ciberculturas 2.0. Capítulo 7 Espacios virtuales y máquinas de comunicación. Del Eros textual a la telesexualida*. Argentina, Paidós, p. 155

90 Op. Cit. P. 144

91 Islas O. y Gutiérrez, F. (2002) *Internet: el medio inteligente. Capítulo 9. Productividad de la comunicación en la era de internet*. México: CECSA- Grupo Patria cultural, p. 159

92 Urresti, M. (2008) *Ciberculturas juveniles*. La crujía. Buenos Aires, Argentina. pp.32-33

93 *Cibercafé*, son lugares comerciales donde alquilan por tiempo el uso de internet, ofreciendo una gran diversidad de productos.

Delia Covi dice que actualmente el “internet constituye el ejemplo más claro de convergencia tecnológica, que en el influyen la informática, las telecomunicaciones y el sector audiovisual”,⁹⁴ puesto que dentro de este mundo cibernético, se puede tener a todo tipo de acceso de datos e informaciones en diferentes lenguajes: textos, audio, imágenes, etc. Y que puede ser considerado un medio de comunicación donde se dan actualmente muchas de las relaciones sociales, como lo argumenta Manuel Castells: “esta configuración multimedia lo ha convertido cada vez más en un medio de comunicación, de interacción y de organización social”.⁹⁵

2.5.1 EL USO DEL INTERNET EN LOS JÓVENES

Datos del año 2008 mencionan que existían 1.3 millones de usuarios de Internet en todo el mundo.⁹⁶ En México el INEGI,⁹⁷ reportó que en el año 2007 había 20.8 millones de personas que usaban el Internet de los cuales el 70.2 % representa a jóvenes entre 16 y 28 años de edad.

El número de usuarios ha ido incrementando rápidamente, este medio lo utilizan los jóvenes para diversas actividades que realizan dentro de los espacios virtuales, algunos los menciona Marcelo Urresti: se conectan para encontrarse con otros individuos en el mundo virtual, buscan información de interés personal, conversar a través de programas de mensajería instantánea, bajan música de sus intérpretes favoritos, suben fotos a los sitios personales o visitan sitios de otros jóvenes para “postear” comentarios, juegan con otros participantes, también entran a diversas

94 Druetta, C. María Delia, Cruz, L. María de los Ángeles y González, L. Roció. (2009) *Redes Sociales: análisis y aplicaciones*. Editorial PLAZA Y VALDES. Rustica, p.57

95 Castells, M. (2001) citado por Druetta, C. María Delia, Cruz, L. María de los Ángeles y González, L. Roció. (2009) *Redes Sociales: análisis y aplicaciones*. Editorial PLAZA Y VALDES. Rustica, p.57

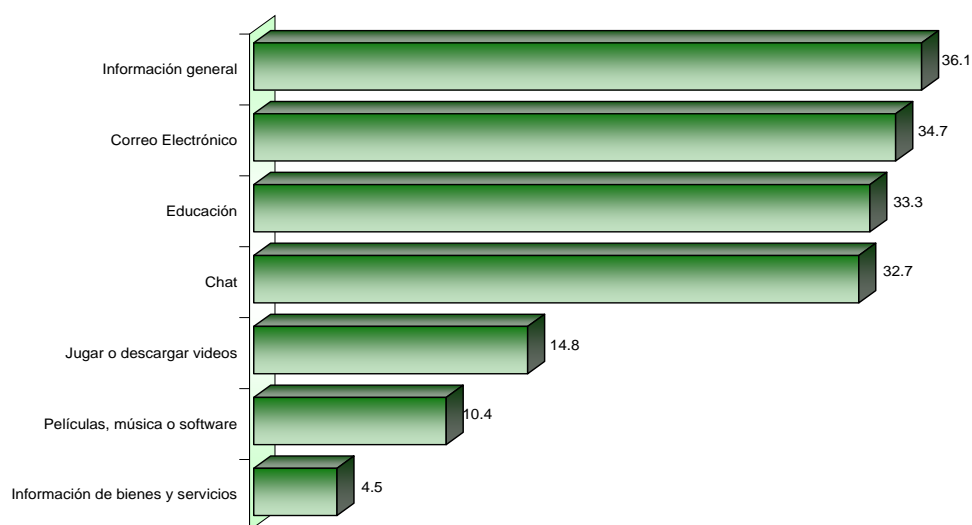
96 Saito, E. (2008) datos expuestos en ponencia “Día de internet”, organizado por la Asociación Mexicana de Inter, consultada el día 5 de mayo 2011.net (AMIPCI) realizada el 16 de Mayo del 2008, en línea: <http://www.diadeinternet.org.mx/temp/Erica%20SAito%20Verisign%20Dia%20de%20Internet%202008.pdf>, consultada el día 5 de mayo 2011.

97 Datos del Instituto Nacional de Estadística, Geografía e Informática (INEGI), de acuerdo con los resultados de la tercera Encuesta Nacional sobre Disponibilidad y Usos de las Tecnologías de la Información en los Hogares (ENDUTIH) realizada del 26 de febrero al 25 de marzo de 2007, y dada a conocer públicamente en noviembre de ese año.

páginas para informarse o para acceder a un sitio comercial, por mencionar algunas.⁹⁸ Como se muestra en la gráfica 1 que publicó el Instituto Nacional de Estadística, Geografía e Informática (INEGI) en la encuesta realizada sobre la Disponibilidad y Uso de las Tecnologías de la Información en los hogares en el año 2009:

Proporción de usuarios de internet por tipo de uso, 209 (%)

Gráfica1



Fuente: INEGI, Encuesta Nacional sobre Disponibilidad y Uso de las Tecnologías de la Información en los Hogares, 2009

Estos datos, hacen referencia al uso que los jóvenes le dan al internet, como se observa en la gráfica, el 36.1 % ocupa este espacio para buscar información general, ya que en este medio ofrece una infinidad de datos de todo tipo. Los jóvenes también lo ocupan para checar su correo electrónico, este servicio es muy ocupado porque es una forma en la cual se pueden comunicar, en ese sitio les llega información de otros usuarios.

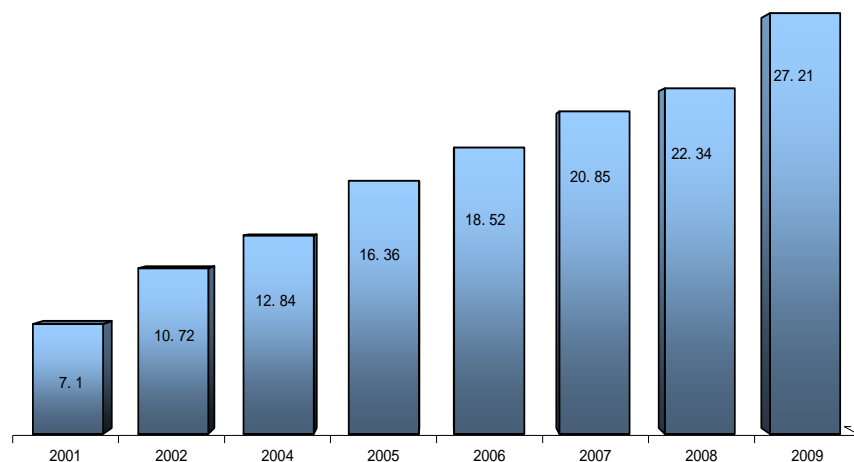
Los datos anteriores permiten observar que el internet se ha convertido en un medio de comunicación donde se están produciendo nuevos conocimientos, y nos hace pensar que los jóvenes lo utilizan para estar informados y comunicados a partir de su

98 Urresti, M. (2008) *Ciberculturas juveniles*. La crujía. Buenos Aires, Argentina. p.14.

relación con su vida social y cotidiana. Durante una encuesta realizada por el INEGI, durante el periodo de 2001-2009 se puede observar para el 2009, que 27.2 millones de personas de seis años o más en el país hacen uso de los servicios que ofrece la internet, el monto representa poco más de una cuarta parte de la población (28.3%). La tasa de crecimiento de usuarios de Internet en el periodo 2001-2009 fue de 18.3 por ciento (TMCA).

Para pertenecer a las redes sociales como *Fotolog*, *Facebook*, *twitter*, *hi5*, solo se necesita registrarse y etc. Este tipo de redes sociales son dominadas como “plataformas de comunicación, circulación de información y articulación de redes sociales masivamente utilizadas por públicos de las geografías y las edades más diversas, todos pensados y originados por personas muy jóvenes”.⁹⁹

Gráfica 2 Usuarios de internet 2001-2009 (millones)



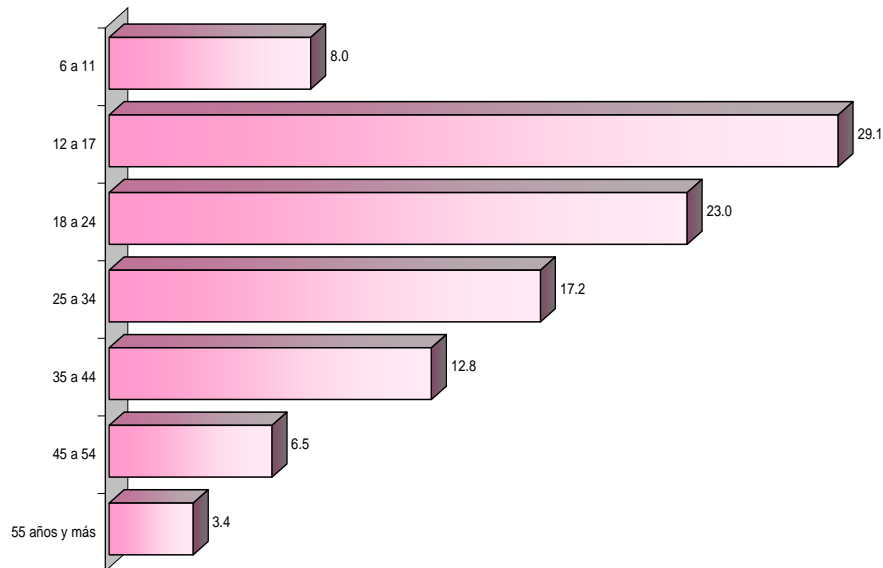
Fuente: INEGI, Encuesta Nacional sobre Disponibilidad y Uso de las Tecnologías de la Información en los Hogares, 2001-2009

Llama la atención que durante el año 2008, “el 77 % de los cibernautas mexicanos tiene menos de 35 años, lo que significa que los jóvenes son quienes más uso hacen de la

⁹⁹ Op. Cit. P. 17.

tecnología, y también los primeros que las adoptan.”¹⁰⁰ Hoy en día principalmente son los jóvenes los cibernautas, quienes ingresan, adoptan y conforman las redes sociales, realizando diversas actividades con ellas.

Gráfica 3 Proporción de usuarios de internet por grupo de edad, 2009 (%)



Fuente: INEGI, Encuesta Nacional sobre Disponibilidad y Uso de las Tecnologías de la Información en los Hogares, 2009

2.5.2 INTERNET: UN CONSUMO MÁS ENTRE LOS JÓVENES

Los jóvenes al entrar en contacto con el internet van creando un consumo que va desde el uso de la computadora, programas o *softwares* así como la propia conexión a internet. Este consumo, se establece por medio de una relación con el medio, y es personalizado e individual.

A través de este tipo de consumo, se consigue la apropiación de la cultura, ésta se puede interiorizar de acuerdo con la percepción personal y recepción de los individuos. Por medio de esta actividad se puede construir la identidad, pero también la

¹⁰⁰ Encuesta Nacional sobre Disponibilidad y Uso de las Tecnologías de la Información en los Hogares, 2009, consultada en <http://www.inegi.org.mx/inegi/contenidos/espanol/prensa/default.asp?c=269&e>.

identidad colectiva. El consumo hace referencia, además a la manera en que los sujetos perciben y dan sentido a la realidad, para optar por un producto cultural en particular.

Tal y como lo plantea Marcelo Urresti, referente al uso del internet, “de acuerdo con los gustos y las necesidades de cada comensal, totalmente definido desde una demanda que se individualiza y se distingue de otras, por más cercanas que se encuentren en términos espaciales, de experiencia, de cultura, nivel educativo y hasta de pertenencia social y clase social”.¹⁰¹

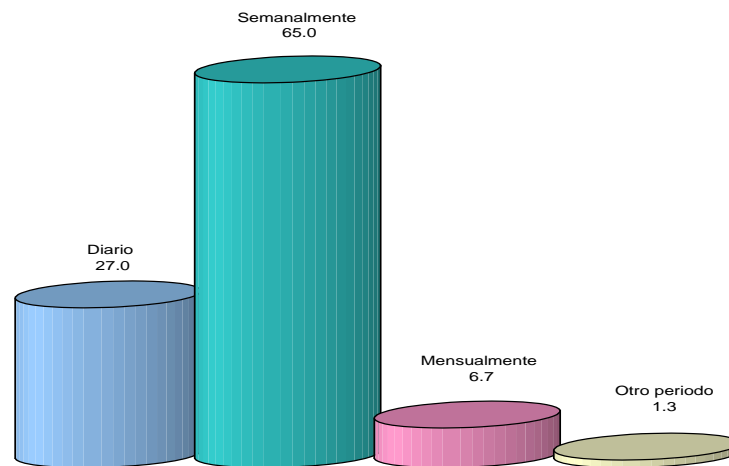
El consumo se puede definir como aquellas actividades que realizan los sujetos para optar y preferir, de entre distintos productos socioculturales o mercantiles, el adecuado para los fines que convengan a un grupo social o a un individuo en particular dentro de la sociedad.¹⁰² El uso de este medio, ha creado un consumo entre los individuos, ya que los jóvenes se apropian de las computadoras, los programas e internet para recrear y comunicarse.

Los jóvenes utilizan las computadoras y el internet para interactuar y comunicarse, para jugar, buscar información vinculada con la escuela y la educación o con los gustos y las preferencias que manifiestan como consumidores en las diversas ramas del mercado. Teniendo una frecuencia de uso muy seguida como lo podemos observar en la siguiente gráfica:

101 Urresti, M. (2008) *Ciberculturas juveniles*. La crujía. Buenos Aires, Argentina. pp.26-27.

102 Brunner, J. (1998) *Globalización cultura y posmodernidad*. FCE, México, p. 29.

Gráfica 4 Proporción de usuarios de internet por frecuencia de uso, 2009 (%)



Fuente: INEGI, Encuesta Nacional sobre Disponibilidad y uso de las Tecnologías de la Información en los Hogares, 2009.

Dentro de los resultados de la encuesta anterior, la gráfica 4 nos muestra que los jóvenes utilizan este medio de forma recurrente y que el 92% de jóvenes utiliza la red mundial al menos un día por semana, y los lugares donde se conectan frecuentemente son en casa, cibercafés, empresas, instituciones públicas y privadas, etc. “Con el apoyo de las conexiones a distancia facilitado por la líneas telefónicas y por el cable se va conformando la red que crece y se multiplica a medida que se suman nuevos usuarios, nuevos proveedores de contenido y nuevos navegadores”.¹⁰³

Para concluir este apartado, podemos decir que en la actualidad las nuevas tecnologías han creado una especie de gran cultura simbólica, en la que los medios de comunicación masiva han dejado de ser simples transmisores de información o canales de difusión de entretenimientos. Se han transformado en poderosos sistemas de representación simbólica que atraviesan toda la sociedad. En especial, los jóvenes utilizan el internet, como una nueva forma que les permite comunicarse con otros, informarse e intercambiar datos con otros sujetos, también como una forma de

103 Op. Cit. pp. 28-29.

sociabilizar donde pueden convivir e identificarse con otros sujetos que compartan las mismas necesidades que ellos.

También constituye un espacio en el que el acceso y consumo es posible para los jóvenes de distintos sectores sociales. Este medio hoy en día, ha tenido mucho auge. Y ha permitido que los jóvenes vayan construyendo nuevas prácticas cotidianas de uso del internet: uso del correo electrónico, el chat y los juegos en red, así como las redes sociales, por ser las que mayormente prefieren y usan los jóvenes.

2.6 LAS REDES SOCIALES COMO MEDIADORAS DE LA COMUNICACIÓN ENTRE LOS JÓVENES

2.6.1 ORIGEN DE LAS REDES SOCIALES EN INTERNET

Al igual que las redes sociales en la vida presencial, las redes sociales en internet, forman parte de las estructuras sociales en donde hay individuos que se encuentran relacionándose entre sí. En 1995 Randy Conrads en Estados Unidos, fue el verdadero pionero del servicio, creó el sitio web que llevaba por nombre *Classmates*, y el cual consistía en una red social que brindaba la posibilidad de que las personas de todo el mundo pudieran recuperar o continuar manteniendo contacto con sus antiguos amigos, ya sea compañeros de colegio, de la universidad, de distintos ámbitos laborales y demás, en medio de un mundo totalmente globalizado.¹⁰⁴

En 1997 se creó *Sixdegrees*, este fue el primer servicio que permitió crear un perfil en la web, agrupar a los contactos directos e intercambiar mensajes con ellos. Para 1999 se creó *LiveJournal.com*, este fue uno de los primeros servicios de redes sociales en ofrecer blogs y diarios en línea. En 1999 nace *MSN Messenger* fue un programa de mensajería instantánea, actualmente descontinuado y sustituido por *Windows Live Messenger*. En el 2001 aparece *Ryce.com*, y nace con ella la primera red social especializada, en la actualidad ésta agrupa por lo menos a 500 mil profesionales.

104 Barry M., Stephen Wolff (1999) *Una breve historia de Internet*. En línea <http://www.ati.es/DOCS/internet/histint/histint1.html#origenes>, consultada el día 8 de Mayo del 2011.

En el 2002 nace *Friendster*, que fue la primera en tener un sistema inteligente capaz de relacionar a los usuarios de la red según sus gustos. También en este año nace *Fotolog*, la primera red social con el fin de intercambiar fotografías. En el 2003 se crea *Linked in*, una red social con el fin de propiciar las relaciones empresariales. En el 2003 nace *MySpace*, una de las redes más grandes del momento agrupando a más de 130 millones de usuarios (enero 2011). También en el 2003 nace *Hi5* que, hoy por hoy, tiene 50 millones de cuentas activas, otra red social es *Flickr* que nace en el 2004 como una red social que funciona a través del servicio de compartir fotografías.

En este año también nace *Orkut*, la red social de Google con gran popularidad en Brasil y la India. *Facebook*, es otra red social, que nace en el 2004, tiene más de 600 millones de cuentas activas y 50 millones de usuarios diarios (18 de enero de 2011). En el 2005 nace *Yahoo 360*, la red social de esta empresa que cuenta con servicio de correo, calendario, fotos, eventos, blog y música. En el 2006 nace *Twitter*, blog donde no puedes escribir más de 140 caracteres, algo similar a enviar mensajes de texto pero en una PC o laptop, cuenta con 200 millones de usuarios actualmente (21 de enero de 2011).

Y la última en la cadena ha sido *Xing*, esta nació en el 2006 con el fin de agrupar ejecutivos permitiéndoles compartir datos, crear agendas conjuntas y construir discusiones en torno a un tema común.¹⁰⁵ Además de estas redes, cabe destacar que existen muchas otras redes sociales como *Youtube*, *Yahoo Answer*, *Taringa*, *Metroflog*, etc. Las de mayor popularidad son *MySpace*, *Friendster*, *Facebook*, *Twitter*; entre otras por el uso que ofrecen a los cibernautas.

Todos estos sitios integran una red conectada a otros sujetos que deben estar aportando información, experiencias, comentarios, archivos, que sean percibidas como

105 Zamora, N. (2010) *Redes sociales*. Publicado en la Revista electrónica de Educación e Innovación Multimedia. E-innova. En línea: <http://www.ucm.es/BUCEM/revcul/e-learning-innova/13/art325.pdf> consultada el día 8 de Mayo del 2011.

interesantes por el resto de la comunidad.¹⁰⁶ Retomando el significado de redes sociales en internet, se podría decir que son sitios virtuales que permiten a los usuarios interactuar y compartir información de todo tipo entre sí por medio del internet y en el cual intervienen no sólo los usuarios, sino también la red, pues ofrece servicios y beneficios para satisfacer las necesidades de los internautas.

El procedimiento en todas ellas suele ser el mismo, un miembro invita o agrega a sus preferencias a otros miembros o publica y comparte algún elemento de interés. De esta forma aunque entre dos miembros de una red social no haya una relación directa, si pueden llegar a estar conectados indirectamente a través de otros miembros.

2.6.2 ELEMENTOS QUE COMPONEN LAS REDES SOCIALES EN INTERNET

Todas estas redes para tener un buen funcionamiento en internet, deben de contar con ciertas características que las hacen funcionar, a continuación se exponen algunas:¹⁰⁷

a) Multimedia: Las redes sociales permiten que los usuarios suban a la red contenidos multimedia, como música, fotografías o videos. La multimedia, permite la creación de aplicaciones sencillas en estos espacios, que se pueden ver u oír en la misma página, sin que necesidad de abrir ventanas externas.

b) Hipertexto: Internet se basa en los enlaces que permiten conectar las páginas entre sí. Los enlaces son el componente fundamental que dirigen hacia los contenidos cargados por el usuario. Los usuarios suben los enlaces de las noticias en las redes sociales. Por lo tanto, se mejora la navegación entre hipertextos, aportando una mayor profundidad a los contenidos o comentarios publicados.

106 Area, M. (2011) *Las redes sociales en internet como espacios para la formación profesorado*. Revista Razón y Palabra, No 63. Consultada en línea: <http://www.razonypalabra.org.mx/n63/marea.html>, 5 de Mayo 2011.

107 Características de la comunicación en redes sociales. *En Sociología y Redes Sociales. Proyecto de Investigación sobre la comunicación on-line*. En línea <http://www.sociologiayredessociales.com/2010/03/caracteristicas-de-la-comunicacion-en-redes-sociales/>, Consultada el día 7 de marzo 2011.

- c) Interactividad: Las redes sociales permiten el mayor punto de interactividad posible en la red. Existe una comunicación múltiple, ya que en un mismo instante todas las personas conectadas a la red pueden escribir o comentar los contenidos que suba un determinado usuario.
- d) Actualización: La actualización depende no de la propia red social, sino que al ser el usuario y los amigos asociados los creadores de sus perfiles, son ellos los que determinan el grado de renovación de los contenidos. Al margen de la naturaleza de la red social, otra característica de su aceptación se debe a su diseño, basado en estructuras sencillas y fáciles que permitan navegar y publicar con rapidez en la web.

Sin duda alguna todos estos puntos son primordiales para el contenido de las redes sociales. Sin embargo, para que estos elementos funcionen los usuarios son quienes determinan el buen funcionamiento de las redes sociales lo cual ha permitido tener un gran auge entre los cibernautas.

Para cerrar este segundo capítulo, se puede decir que el internet ha surgido como una nueva forma de interacción entre los jóvenes, además de ser un espacio donde pueden encontrar una infinidad de información como música, libros, textos, imágenes, entre otros, puesto que: “en la medida en que Internet facilita la publicación como nunca antes ya no sólo de textos sino también de imágenes, música, animaciones y hasta audiovisuales, y ese conjunto de infinitos repertorios tiene un nivel de accesibilidad simple”.¹⁰⁸

El internet y las redes sociales ofrecen infinidad de servicios y de información que está al alcance de todos, lo que ha permitido que jóvenes de distintas edades, de niveles socioeconómicos y culturales diferentes puedan registrar y publicar materiales, documentos o aspectos diversos de su vida que consideran interesantes para ofrecer a la mira ajena una imagen de ellos. Con la publicación de todo esto y el fácil acceso, ha

108 Urresti, M. (2008) *Ciberculturas juveniles*. La crujía. Buenos Aires, Argentina. pp. 52-53.

permitido que los jóvenes se apropien de estos medios virtuales para crear cosas, y subirlas a la red donde toda la información circula y se comparte con todo el mundo.

Por otra parte, la descarga y la subida de archivos (textuales, musicales, visuales, etc.), ha permitido que la comunicación se amplíe y se personalice de acuerdo con los emisores, dando lugar a un mayor terreno para la expresión subjetiva y singular.¹⁰⁹ Sin embargo, la navegación y la interacción que se da dentro de las redes sociales, se da a través de los gustos personales, con la singularidad del internauta, puesto que a partir de los mecanismos que proporciona el internet permite a los jóvenes construir su identidad.

Es decir, las redes sociales en internet nos permiten crear sujetos con personalidades concretas, que pueden ser reales o ficticias, reconstruidas o modificadas de la vida real. Tal y como lo expresa la autora Sherry Turkle: “el yo es múltiple, fluido y construido en interacción con conexiones en una máquina; está hecho y transformado por el lenguaje”.¹¹⁰ Sin embargo, esta identidad que se va creando o consolidando a partir de la interacción que van teniendo los usuarios de estas redes, muestran frente a la pantalla características que lo van hacer caracterizar del otro frente a él.

Algunos elementos que llegar a identificar al sujeto ante los demás frente a la pantalla, son las siguientes: *Nick*, se refiere al nombre o seudónimo que el usuario quiere mostrar ante el otro. *Fotografía*, es la representación de él, a partir de una imagen que habla sobre dicho sujeto. *Texto*, es decir lo que el sujeto publica, así como lo que dice y cómo lo dice. Lo que permite que estos puntos lo hagan ser característico de otros usuarios que los hace ser diferentes e idénticos, lo que da como consecuencia que los jóvenes le adjudiquen un valor simbólico a todos estos elementos.

Por otro lado estos tres puntos mencionados, permiten que los jóvenes vayan creando personajes dentro de estas páginas, moldeándolos como ellos decidan, que a

109 Op. Cit. p. 55

110 Turkle, S. (1991) La vida en la pantalla: la construcción de la identidad en la era de internet *Introducción: identidad en la era de internet*. Barcelona, México. Paidós. p.22

su vez estos personajes ficticios les permiten a ellos poderlos usar como formas de autorepresentación y autoexpresión que en la vida “real” no puedan hacerlo, como se menciona acerca de la identidad en este nuevo medio: “internet, es otro elemento de la cultura informática que ha contribuido a pensar en la identidad en términos de multiplicidad, en internet, las personas son capaces de construir un YO al merodear por muchos yos, así como la vida en pantalla se convierte así en una posibilidad de autoexpresión.”¹¹¹

Por otro lado, uno de los puntos fuertes que existe dentro de las redes sociales entre los jóvenes, es el lado de la intimidad puesto que con las nueva tecnologías y su facilidad de publicación se producen contenidos fotográficos que ponen en manos de los usuarios la posibilidad de publicar instantáneamente documentos sobre las cuestiones más variadas, dejando a una lado la división entre vida pública y privada. Poniendo en manifiesto con la publicación de sus fotografías una opinión pública del usuario ante la mirada de los otros.

A su vez, respectivamente a la comunicación que se da dentro de las redes sociales ha cambiado las formas tradicionales de interacción, puesto que ahora la comunicación se da de imagen a imagen,¹¹² a partir del intercambio de fotografías o la publicación de esas mismas en sus páginas sociales, como es el caso de la red social *Fotolog*¹¹³ (más adelante en el capítulo III, se hablará de lo que es ésta red); así los usuarios se presentan a la mirada del otro a través de la publicación de imágenes.

La imagen fotográfica es considerada como un documento portador de información y al publicar fotografías en estos espacios virtuales permiten transmitir información y poder comunicar algo entre los jóvenes. Hoy en día las industrias audiovisuales han hecho que la fotografía tome un papel muy importante dentro de las redes sociales, permitiendo que todo sujeto, incluyendo jóvenes pueda utilizarla como

¹¹¹ Turkle, S. (1991) *La vida en la pantalla: la construcción de la identidad en la era de internet*. Barcelona, México. Paidós. p. 227

¹¹² Op, Cit. p. 59

¹¹³ *Fotolog*, es una red social donde cualquier sujeto puede subir fotografías y comunicar a partir de estas, incluyendo textos etc.

una forma de comunicación alternativa entre las redes sociales, ya que no hay un código reglamentario sobre la publicación de imágenes fotográficas en estos nuevos espacios de interacción. En el siguiente capítulo se hablará de ello a detalle.

Capítulo III. EL USO DE LA IMÁGEN FOTOGRÁFICA EN LAS REDES SOCIALES ENTRE LOS JÓVENES

Medios de comunicación como el cine, la radio, la televisión, la prensa han sido marcados, influenciados y transformados por la convergencia tecnológica,¹¹⁴ es decir son parte de la nueva generación de servicios de información que hoy en día han tenido un gran cambio en lo que se refiere a su producción, distribución y consumo, gracias a la evolución de la tecnología. La revolución digital es un proceso que despertó en los años 80, pero ha sido sólo hasta los primeros años del nuevo siglo cuando realmente ha inundado todos los ámbitos de nuestra vida.

La integración tecnológica para la generación de nuevos productos y servicios se ha dado a partir de las telecomunicaciones y de la informática, puesto que la convergencia tecnológica representa un punto de encuentro de la integración de varios elementos como los nuevos lenguajes, los nuevos formatos y códigos e incluso las formas de consumo para el desarrollo de nichos tecnológicos a partir del diseño y puesta en marcha de nuevos servicios y productos de información.¹¹⁵

Es decir, el desarrollo de las nuevas tecnologías y la evolución de la informática y las telecomunicaciones ha permitido el desarrollo de nuevos servicios que hoy en día encontramos en estos medios, como las creaciones de nuevas páginas webs, redes sociales que permiten que los usuarios estén conectados con todo el mundo y a su vez una diversidad de páginas que ofrecen información de todo tipo. También múltiples computadoras y productos tecnológicos que permiten estar cada vez más cerca de esta tecnología. Dentro de estos espacios y herramientas tecnológicas la imagen cada vez tiene un papel más relevante.

114 Reséndiz, P. Capítulo 8, Bancos de imágenes audiovisuales: la nueva generación de servicios de información en Internet. En Islas O y Gutiérrez, F. (2002) *Internet: el medio inteligente*. México: CECSA- Grupo Patria cultural, p. 134.

115 Op. Cit. p.136.

3.1 LA TRANSFORMACIÓN DE LA FOTOGRAFÍA: DE LO ANÁLOGO A LO DIGITAL

El origen de la fotografía se deriva de la cámara oscura, de la que procede la máquina fotográfica,¹¹⁶ que fue realizada mucho antes de que se encontrara el procedimiento para fijar con medios químicos la imagen óptica producida por ella. Antes de Cristo, Aristóteles,¹¹⁷ afirmaba que si se practicaba un orificio sobre la pared de una habitación oscura, un haz luminoso se dibujaría sobre la pared opuesta, que sería la imagen invertida del exterior.

Sin embargo, tiempo después el mérito de haber obtenido la primera imagen duradera, es decir inalterable a la luz pertenece al francés J.N. Niépce (1765-1833). Más tarde Louis Jacques M. N. P. Daguerre (1797-1851), fue quien perfeccionó este procedimiento al exponer la lámina impresionada a vapores de mercurio que hicieron visible la imagen oculta, quedando fijada.

Este procedimiento fue llamado *daguerrotipo*¹¹⁸ en honor a su inventor, a su vez, fue adquirido por el gobierno francés ya que de esta manera permitió el disfrute público en todo el mundo, puesto que el retrato fotográfico sobre una lámina metalizada, se convirtió en el símbolo del estatus de las nuevas clases acomodadas, pues esto resultaba menos costoso que los retratos de un pintor.

En el nacimiento y la evolución de la fotografía, han contribuido numerosos investigadores con intuiciones generales, los principios ópticos y químicos en los cuales se basa el proceso fotográfico, ya eran conocidos en la antigüedad, sin embargo, fue hasta el siglo XIX cuando se permitió registrar, revelar y fijar por primera vez una imagen sobre una placa de peltre cubierta con una suspensión bituminosa de cloruro de plata.¹¹⁹ En 1884, el americano George Eastman, fabricó la primera película fotográfica en carrete de 24 exposiciones, para el año de 1888 lanzó al mercado otro aparato de pequeñas dimensiones (18 cm de largo) que contenía un cargador de 100

116 Hill, P. Y Cooper T. (1979) *Dialogo con la fotografía*. Ed. Gustavo Gilli, Barcelona. p. 6.

117 Filósofo Griego que vivía en Atenas entre 384 y 33 a. C.

118 Hill, P; Cooper Thomas. (1979) *Dialogo con la fotografía*. Ed. Gustavo Gilli, Barcelona. p. 7.

119 Op. Cit. p. 8.

exposiciones, este estaba compuesto por un foco fijo y una velocidad de obturación. Este nuevo invento recibió el nombre de KODAK,¹²⁰ donde su inventor introdujo en 1891 la primera película intercambiable a la luz de día, después en 1889, este tipo de película pasó a otro tipo de sistema que se llama celuloide. Actualmente este tipo de sistema se emplea cada vez menos.

Sin embargo, con la invención de la fotografía, se liberó la pintura de la necesidad de representar la realidad, ya que la fotografía heredó distintos elementos como el retrato, puesto que antes, la pintura jugaba un papel histórico y se podría decir que con el desarrollo de la fotografía se contribuyó al desarrollo del modernismo.¹²¹ Desde los primeros años del siglo XX, la fotografía tuvo un papel muy importante porque durante la primera Guerra Mundial tomó un papel de testigo, ya que las imágenes que se tomaban informaban de algunos de los hechos que estaban ocurriendo. La segunda y tercera década del siglo pasado en América se vio el desarrollo de la fotografía como un documento social, siendo este el objetivo principal de la fotografía.

La fotografía desde sus orígenes funcionaba como una forma de representación icónica, a través del dispositivo del papel y la luz, puesto que se mostraba parte de la realidad. Por otra parte, la fotografía al ser un invento científico del siglo XIX, ha transformado el conocimiento y la experiencia del ser humano en nuestros días, ya que esta capta la realidad a través del tiempo y es considerada el reflejo del mundo real,¹²² con la fotografía se puede fijar el pasado y el presente cotidiano, siendo este un componente esencial de nuestra cultura. El papel de la fotografía es a favor de su condición documental, actualmente se consolida como una disciplina autónoma,¹²³ con sus propias especificidades.

Las imágenes fotográficas están en todas partes, desde las revistas, periódicos, libros, etc., todas estas imágenes fueron creadas para significar algo, a su vez fueron

120 Op. Cit. p. 12.

121 Museum Ludwing Colonia. *La fotografía del siglo XX*. TASCHEM. p. 25.

122 Freud, G. (2001) *La fotografía como un documento social*. 9 ed. Barcelona: G. Gilli. P. 9.

123 Isla, J. (2005) *Arte de fotografía de creación*. Editorial Nerea. p. 7.

creadas con una intención para mostrar una conducta en la sociedad.¹²⁴ Ya que hoy en día el papel de la fotografía es parte de la memoria histórica, al resguardar datos visuales de diferentes hechos, y como testigo que conserva datos históricos, como personas, fechas, patrimonios históricos entre otros.

La fotografía desde sus inicios ha tenido un papel muy importante porque ha acompañado los procesos sociales de todo el mundo siendo testigo de los acontecimientos que se han vivido. Una identidad visual e histórica de la humanidad, como lo menciona el autor Martin Lister: “durante un periodo de 150 años, las imágenes fotográficas han contribuido a entender cómo vemos y pensamos sobre el mundo, sobre nosotros mismos y sobre los demás”.¹²⁵

Considerada como un medio de comunicación puesto que la imagen permite a los seres humanos comunicarse, presentar y mostrar la realidad. La fotografía ha permitido relacionarse con el mundo, no sólo de modo cognitivo, sino emocional, estético, moral y político. Puesto que desde un punto de vista antropológico, el lenguaje es la herramienta de excelencia con la cual el hombre expresa e intercambia información.

Posteriormente, el lenguaje visual se fue desarrollando, pues la fotografía desempeña un papel fundamental en las transformaciones sociales y culturales, en que la imagen fue ganando terreno a la palabra impresa, ya que este es uno de los medios en que más se desdibujaban las fronteras entre la realidad y su representación. La fotografía crea una identidad ilusoria entre el objeto y su imagen, junto con una gran capacidad de multiplicación.¹²⁶

Entonces podemos decir que, las imágenes fotográficas han sido clave y han tenido un papel muy importante dentro de la memoria para la identidad de los individuos y de las sociedades. Con los avances tecnológicos la fotografía ha evolucionado de lo

124 Flusser, V. (1990) *Una filosofía de la fotografía*. Proyecto Editorial Síntesis. Espíritu y letra. N. 5 p. 6.

125 Lister, M. (1997) *La imagen fotográfica en la cultura digital*. Paidós multimedia, p. 50.

126 Naranjo, J. (2006) *Fotografía, Antropología y Colonialismo*. Editorial Gustavo Gilli, Barcelona. p.17.

análogo o químico,¹²⁷ a los formatos digitales. La fotografía análoga se puede definir como la fotografía tradicional, relacionada con procesos de revelado, fijado, positivado, etc., que existe desde hace más de 100 años y utiliza un material sensible a la luz o película fotográfica y papel que necesitan ser revelados y fijados con químicos.

El proceso fotográfico en estas cámaras tradicionales, era un proceso básicamente lineal, es decir como un procedimiento en el que había que tomar una serie de decisiones en cuanto al soporte, el tipo de película, en función de las necesidades del fotógrafo y en función de las características de la imagen final que se quisiera obtener. Otra característica de la fotografía tradicional es que la imagen era latente, es decir eran imágenes que se sabían que estaban presentes en la película pero no se podían ver hasta que se revelaran en un laboratorio.¹²⁸

Sin embargo con la tecnología, surgió lo *digital*, que constituye hoy un nuevo tipo de señal con propiedades diferentes, que implica nuevos procedimientos, usos, producción y distribución de la misma. Muchas más personas pueden acceder al uso de una cámara y tomar fotografías, sin tener un mayor conocimiento de lo que antes era considerado de especialistas en fotografía. Pero ¿cómo surge la fotografía digital?, y ¿a qué se le llama digital? En el siglo XX, se produjo una revolución industrial y como consecuencia un cambio tecnológico donde se empezaron a demandar nuevos sistemas de procesamiento y transmisión de la información.

Surgieron nuevos medios de comunicación basados en un primer momento en la tecnología electrónica denominada analógica y posteriormente digital. Las primeras cámaras digitales surgen en medio del gran desarrollo tecnológico, de las distintas empresas en los años 70, asimismo se van desarrollando las computadoras en los años 80's, en la misma década se perfeccionan las cámaras digitales, apareciendo las que incorporan algún dispositivo de almacenamiento extraíble de las imágenes digitales,

127 Op. Cit. p 26.

128 Trabadela, J. (2005) *Cambios en la Práctica Fotográfica como consecuencias de la digitalización en los procesos de creación de la imagen fotográfica*. Revista Razón y Palabra N. 45 Junio- Julio 2005. En línea: <http://www.razonypalabra.org.mx/anteriores/n45/jtrabadela.html>, consultada el día 08 de Mayo 2011.

que permitía guardar las fotografías en un disco de tres pulgadas y media y por lo tanto utilizarlo directamente con una computadora personal.

Durante estos años y los posteriores las cámaras tradicionales que usan los rollos de película fotográfica van convirtiéndose, en cámaras denominadas “compactas”.¹²⁹ Durante los años 90’s se empieza a tener una innovación de las cámaras fotográficas por medio de las empresas que empiezan a fabricar las cámaras digitales pensadas para el consumidor aficionado de la fotografía. Se empieza a trabajar en los nuevos soportes de almacenamiento y se desarrollan las tarjetas de memorias extraíbles.¹³⁰

Con la introducción en el ámbito doméstico a mediados de los 80’s de computadoras personales económicas se abrió el acceso a lo que antes había sido del dominio científico. La computadora doméstica ha engendrado lo que ha acabado conociéndose como fotografía digital,¹³¹ como lo menciona William J. Mitchell: “el surgimiento de la imagen digital ha trastornado de manera irrevocable estas certidumbres, obligándonos a adoptar una postura interpretativa mucho más cauta y vigilante. La autopista de la información nos traerá un flujo creciente de información visual en formato digital, pero debemos tener mucho cuidado al tamizar los hechos de las ficciones falsedades”.¹³²

Es decir con la llegada de lo digital, permite que la fotografía pueda ser vista de otra manera. Puesto que con el uso de programas digitales permite la creación de nuevas imágenes a través de la manipulación de estas, en sus diferentes elementos como su formato, color, tamaño, texto, enfoques, por mencionar algunas. A su vez la llegada de la fotografía digital permite el acceso a un público, puesto que la rapidez e

129 Se les llama compactas porque son cámaras pequeñas, que cuentan un visor directo y son fácil de usar, y cuyo objetivo no es montable.

130 Trabadela, J. (2005) *Cambios en la Práctica Fotográfica como consecuencias de la digitalización en los procesos de creación de la imagen fotográfica*. Revista Razón y Palabra N. 45 Junio- Julio 2005. En línea: <http://www.razonypalabra.org.mx/antiores/n45/jtrabadela.html>, consultada el día 08 de Mayo 2011.

131 Lister, M. (1997) *La imagen fotográfica en la cultura digital*. Paidós multimedia, p. 104.

132 William J. Mitchell, citado por Lister, M. (1997) *La imagen fotográfica en la cultura digital*. Paidós multimedia, p. 104.

inmediatez que nos ofrece el internet con sus herramientas permite que cualquier persona pueda tener acceso a ella y así poder circular información por las vías mediáticas.

En la actualidad, con la llegada de la modernidad la máquina ha sustituido gradualmente al hombre en muchas de sus actividades. Con la evolución y adquirecimiento de la máquina, el desarrollo tecnológico ha permitido una popularización progresiva de la fotografía que pasó de ser un medio para élites (que trabajaban dentro del arte o el periodismo) a un medio popular, que ha permitido que mucho mayor porcentaje de la población tenga acceso a la fotografía.

Sin embargo, dentro de la cultura de la imagen ha habido ciertas modificaciones por la evolución tecnológica e implicaciones de cambio para aquellos que producen y consumen imágenes. Algunos cambios son la rapidez de creación de estas, la circulación, la producción, entre otras. Con este tipo de cambios, la transformación visual y tecnológica asociada con las nuevas técnicas digitales, se considera como el verdadero centro de una revolución cultural.

Esta revolución es reveladora en lo que se refiere a una expansión mayor y masiva de la visión de las imágenes y de las técnicas visuales, permitiendo observar cosas nuevas y representarlas de nuevas formas, a través de nuevas técnicas visuales, que nos permite tener mayor eficacia, inmediatez, rapidez en el manejo de la imagen en el mundo virtual

3.2 LA RELACIÓN DE LA FOTOGRAFÍA DIGITAL CON LAS NUEVAS TECNOLOGÍAS DE INFORMACIÓN

La fotografía digital, ha requerido de habilidades y técnicas. Como menciona el autor Armando Silva, la fotografía evoluciona bajo la mirada de la industria,¹³³ las nuevas

133 Silva, A. (1998) *Álbum de familia. La imagen de nosotros mismo*. Ed. NORMA, Bogotá, Colombia. p. 143.

tecnologías han permitido captar la imagen por medios electrónicos, los resultados se pueden manipular digitalmente, usando ordenadores y programas específicos.¹³⁴

Las computadoras y programas especiales dedicados a la fotografía, se han convertido en un punto de convergencia de conocimientos, procedimientos, técnicas y estrategias para la sistematización, almacenamiento, codificación, interpretación y recuperación de información y la aplicación de las nuevas tecnologías, en la imagen, dándoles otro significado social y cultural en el impacto de estas.¹³⁵ Ya que una vez la imagen es interpretada, las computadoras las transforman en una imagen visible a través de la pantalla e imprimible, a través de cualquier dispositivo de salida. La gran ventaja del archivo digital es que puede duplicarse y copiarse tantas veces como se quiera.

Las nuevas técnicas de generación y procesamiento de la imagen digital abren un nuevo camino que a la vez constituye una potente herramienta para la reflexión social y cultural de sus usos y funciones. La imagen digital no sólo permite una representación del mundo, sino también la reflexión y creación de otros mundos posibles. Las técnicas digitales producen imágenes de forma criogénica: pueden despertarse, y ser reanimadas es decir, “puestas al día”.¹³⁶ Ya que se crean imágenes a partir de las nuevas técnicas digitales como el manejo de elementos como el retoque de imagen, selección de color, de texto, etc., a través de los cuales se pueden modificar las imágenes dándoles otro aspecto.

Los sujetos hoy en día, tienen acceso a herramientas para procesar y manipular imágenes, teniendo un mayor control y por consiguiente construir imágenes independientes de sus referentes del mundo real, ofreciendo una mayor libertad a la imaginación. Así las nuevas tecnologías permiten que los individuos puedan crear discursos visuales.¹³⁷

134 Langford, M. (2003) *Fotografía Básica*. Ediciones Omega, Barcelona p. 16.

135 Lister, M. (1997) *La imagen fotográfica en la cultura digital*. Paidós multimedia, p. 21.

136 Op. Cit. p. 64.

137 Op. Cit. p. 50.

Las computadoras se han convertido en centros de producción de materiales visuales y fotográficos que posibilitan la construcción y difusión de nuevas realidades, ideas y valores, permitiendo al ser humano difundir de maneras mucho más fácil lo que piensa, lo que siente, lo que expresa, así como comunicar, informar, mostrar su realidad, por medio de la fotografía.

La digitalización y las nuevas formas de visualización de la imagen aportan nuevos modos de leer y comprender la imagen, como la pantalla de computadora, que se ha convertido en el nuevo soporte para leer las imágenes; un lugar de reserva de información, donde se crea una manera de gestación de la lectura de los signos,¹³⁸ que permitirá tener una manejo de interpretación de la imagen. A través de todos los elementos que componen una imagen como se mencionaba en el capítulo I, las pantallas hoy en día se vuelven los nuevos soportes para ver las imágenes digitales las cuales a partir de su organización visual. Por otro lado, la digitalización permite asociar en un mismo medio y mezclar sonidos, textos, imágenes, etc., en el caso de la fotografía digital, se mezclan una infinidad de medios como el texto, color, etc.

3.3 LOS NUEVOS SOPORTES EN LA FOTOGRAFÍA DIGITAL

Los soportes técnicos de los medios de comunicación influyen en la recepción del mensaje en los sujetos,¹³⁹ es decir la recepción del mensaje depende del soporte y de las características de la fotografía. Estos elementos intervienen en la lectura de la imagen, es decir cuando una persona le da una lectura e interpretación a una fotografía impresa le puede significar algo muy distinto a cuando la interpreta por medio de un procesador como en el caso de la computadora o en internet.

Al captar una imagen a través de nuestra cámara digital, cámara de celular o bien a través cualquier otro dispositivo de entrada como el escáner, obtenemos una imagen digital en dígitos binarios. Actualmente existen muchas clases de archivos de

138 Aparaci, R., García, Matilla, A., Fernández Baena, J., Osuna Acedo, S. (2006) *La imagen. Análisis y representación de la realidad*. Barcelona, Gedisa, p.50.

139 Aparaci, R., García, Matilla, A., Fernández Baena, J., Osuna Acedo, S. (2006) *La imagen. Análisis y representación de la realidad*. Barcelona, Gedisa, p.44.

tipo informático, pero para guardar cualquiera de ellos, existen muchísimos formatos y cada programa informático utiliza su propio tipo de archivo o formato. Sin embargo creando nuevos soportes digitales como el disquete, disco duro magnético, disco óptico, (no como anteriormente era el soporte de la imagen física) sino ahora está conformada por una serie de códigos informáticos que el ordenador traducirá en signos alfabéticos por medio de un dispositivo de visualización de datos.¹⁴⁰

El soporte digital, permite construir nuevos tipos de estructuras y relaciones visuales, de tal forma que la tecnología digital transfiere al consumidor la función de edición y selección del productor. Esto se hace mediante las computadoras y softwares (como el programa photoshop),¹⁴¹ que permiten el retoque de imágenes y la creación de imágenes nuevas.

Estos tipos de programas cuentan con herramientas para la creación de imágenes, así mismo disponen de controladores sobre todos los parámetros que se pueden manipular en las fotografías analógicas: exposición, brillo, contraste, saturación, tono, tamaño, filtros, etc. La fotografía digital puede no tener otro origen que el propio programa informático, pero eso no implica que no sea considerada una forma de representación que simula la realidad. Con los nuevos soportes que ofrecen las nuevas tecnologías, se da una relación de interactividad digital, refiriéndose esto a la relación de los espectadores o usuarios con los textos de los medios (usuario o lector/fotografía).¹⁴² Sin embargo, los jóvenes al publicar sus imágenes fotográficas, van creando narrativas y representaciones visuales, y por medio del proceso de interacción con otros jóvenes le van a dar diferentes significados.

3.4 FOTOGRAFÍA DIGITAL Y LAS REDES SOCIALES

En la década de los 90's comenzaron a aparecer los primeros medios de comunicación vía online o virtual, lo cual permitió que las nuevas tecnologías abrieran la posibilidad

140 Op. Cit. p. 38.

141 Photoshop, es un programa para computadora que permite editar imágenes, el cual tiene una gran diversidad de funciones como el manejo de exposición, brillo, contraste, saturación, tono, tamaño, filtros, etc.

142 Lister, M. (1997) *La imagen fotográfica en la cultura digital*. Paidós multimedia, p. 36.

de que el espectador clásico actúe también como emisor, colaborador y creador en las redes sociales. Así aparece la entrada de la subjetividad humana en la secuencia textual, cuando del mismo movimiento surgen la indeterminación del sentido y la propensión del texto a significar, lo que permitirá una lectura e interpretación. Es decir, que lo ha permitido que la imagen se vaya transformando por medio de la incorporación de nuevos signos: texto, tamaño, formato, etc., así mismo otros elementos que permiten resignificar a la imagen es la visualización de la misma que aportan otros elementos para leer y comprender la imagen.¹⁴³

Estos elementos con los que nos ofrecen las redes sociales. Espacios que se caracterizan por ser considerados como un lugar de presencia de un “no lugar”,¹⁴⁴ es decir en estas redes permiten que estemos conectados a todo el mundo, pero sin estar en el lugar. El ciberespacio, se caracteriza por no tener un orden predeterminado y donde cada usuario o cibernauta que está conectado a esta red puede actuar de manera individual y pertenecer o no a una comunidad virtual (como son las redes sociales). También permite que los individuos puedan interrelacionarse independientemente de la distancia geográfica en la que se encuentren.

La creación de estas páginas permite que los jóvenes se vuelvan parte del ciberespacio y construyan su propio lugar en la web, donde pueden personalizarlo y expresar una necesidad de anclaje. A su vez pueden sociabilizar con otros sujetos, que dan como resultado la construcción de personajes virtuales ficticios, con mensajes los jóvenes van comunicándose y mostrándose por medio de sus identidades virtuales. Entonces se va produciendo un juego entre personajes donde cada día pueden construir diferentes identidades virtuales.

A través de estas nuevas identidades, permite que los receptores idealicen los personajes o sujetos a partir de elementos que ellos mismos como el lenguaje (en la manera de escribir), sus fotografías, sus gustos como la música, libros; entre otras.

143 Lévy, P. (1999) *¿Qué es lo virtual?*, Barcelona: Paidós. p.39.

144 Aparaci, R., García, Matilla, A., Fernández Baena, J., Osuna Acedo, S. (2006) *La imagen. Análisis y representación de la realidad*. Barcelona, Gedisa, p. 264.

Por otro lado, existe una gran infinidad de páginas que nos ofrecen una estrecha relación de estos dos elementos (de la personalización y de la expresión) como: *Fotolog*, *Flickr*, *Facebook*, *Twitter*, por mencionar algunas, hoy en día ofrecen subir imágenes fotográficas, anexándoles texto y otras funciones.

Por ejemplo en el caso de *Fotolog*, se ofrecen una variedad de servicios como el almacenamiento de fotografías e imágenes, así como el modificar vínculos, añadir textos, conectar hipervínculos con otros, etc.¹⁴⁵ Todas las páginas que permiten publicar fotografías e imágenes son llamados *Flogs*,¹⁴⁶ se definen como sitios personales donde cualquier sujeto puede publicar fotos.

Este tipo de sitios son utilizados por adolescentes y adultos, con objetivos como conocer gente, así como producir, consumir y circular imágenes y textos. Generalmente en estos sitios los jóvenes publican fotografías de una gran diversidad de temas, y al publicar sus imágenes, las demás personas, siempre y cuando estén registradas, pueden tener acceso a ellas y comentarlas.

3.5 EL FOTOLOG: UN SISTEMA DE BITÁCORA DE FOTOGRAFÍAS

El fotolog es una red social que nació como una red de 200 amigos universitarios que compartían fotos de sus vacaciones y celebraciones con sus conocidos. Sus creadores fueron Scott Heiferman y Adam Seifer.¹⁴⁷ En 2002 fue abierta al público en general y a partir de entonces esta red social ha tenido un crecimiento exponencial, en el 2011 llegando a los 22 millones de usuarios, en más de 200 países. Fotolog genera en la actualidad más de 4 billones de páginas vistas y recibe más de 19 millones de usuarios únicos al mes y aparece entre los 100 sitios más visitados.¹⁴⁸

145 Lévy, P. (1999) *¿Qué es lo virtual?*, Barcelona: Paidós. pp.42-43.

146 Urresti, M. (2008) *Ciberculturas juveniles*. La Crujía. Buenos Aires, Argentina. p. 60.

147 Op Cit. p. 17.

148 Fotolog. ¿Quiénes somos? <http://www.fotolog.com/a/info/aboutus>, Consultada el día 8 de Mayo 2011.



Es un sitio que ofrece un sistema de álbum fotográfico que se mezcla con características de los blogs y bitácoras, basados en fotografías. Por medio de fotolog, personas en todo el mundo tienen su galería personal de fotos; además, es una red social, por lo que es muy fácil estar conectado con otras personas de todo el planeta.



Crea una página, elige tus colores, sube fotos. ¡Fotolog te lo pone fácil! Enseña al mundo cómo te sientes cada día.



[Regístrate ahora](#)

Para obtener un espacio en Fotolog, es necesario registrarse en el sitio *fotolog.com*, insertando datos personales y las contraseñas.

Los campos marcados con un asterisco (*) son obligatorios.

Nombre de usuario* Alejandro
www.fotolog.com/Alejandro

Contraseña* [masked]
Repite la contraseña* [masked]

Dirección de correo electrónico* alex_25@gmail.com

Sexo*
 Femenino
 Masculino
 Prefiero no decirlo

Tu nombre de usuario sólo debe contener números, letras y guiones bajos, y constar al menos de 3 caracteres.

Las contraseñas introducidas no coinciden.

Posteriormente, se accede a este sitio donde se personaliza y se le da un nombre especial a este, que nos permitirá reconocerlo.

Información de la cuenta

Información de acceso

Nombre de usuario: br3cka

Nueva contraseña: [input field]

Confirma tu nueva contraseña: [input field]

Esto no se puede cambiar

Todas las contraseñas deben contener al menos 6 caracteres, y al menos 1 letra Y 1 número

Seguridad de la contraseña: Débil

Información de contacto

Dirección de e-mail: the_breka_suck_ska@hotmail

Estado de Suscripción

Estado actual: Básico

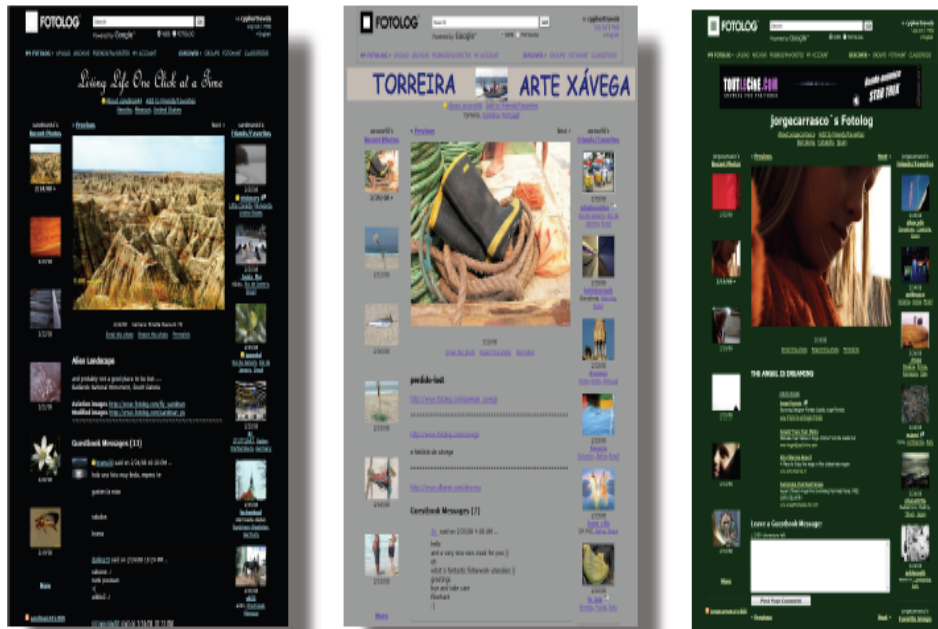
También permite modificar la privacidad de la página, definir qué es lo que queremos ser un usuario público o privado, o quienes pueden visitar nuestra red. Cada usuario registrado tiene la posibilidad de subir una foto por día:



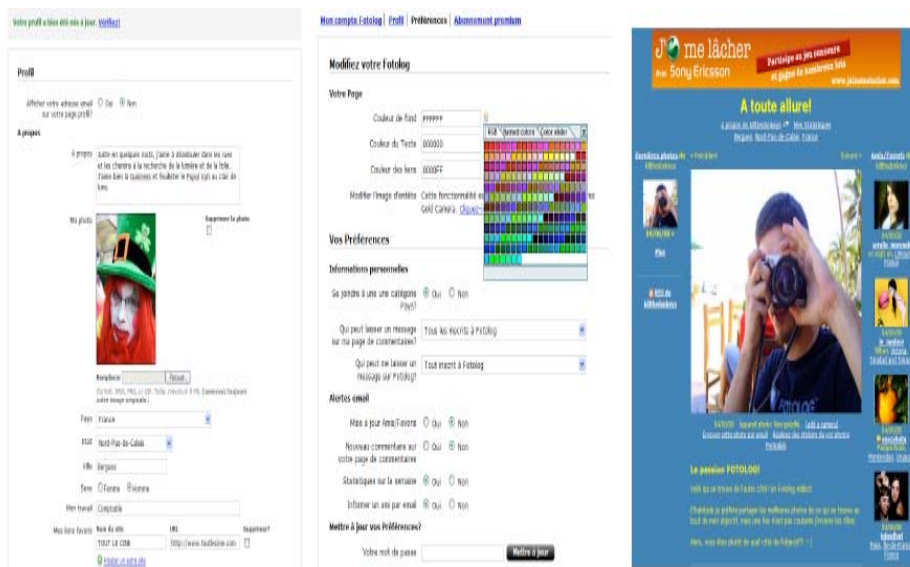
Las fotos publicadas pueden ser en formato .jpg o .gif y no deben pesar más de 2000 KB¹⁴⁹, además se pueden subir las imágenes que uno quiera pero siempre y cuando cumpla las reglas de fotolog. Las fotos prohibidas son las que contienen desnudos, cualquier tipo de contenido sexual, ataques racistas, imágenes sangrientas, mutilaciones, etc. En caso de violar las reglas fotolog elimina las fotos o cancela la cuenta del usuario.

La estructura de esta red social se centra en la foto y permite escribir el comentario o explicación que el usuario desee. El resto de las personas pueden comentar también. En el caso de las cuentas gratuitas, pueden recibir hasta 20 comentarios con acceso, aunque para tener más espacio, es posible copiar los comentarios obtenidos, eliminarlos de la página personal y volver a pegarlos como si fueran un único comentario o “posteo” (como lo llaman los usuarios).

149 KB significa Kilobyte y es una unidad de almacenamiento de información cuyo símbolo es el KB y equivale a 103 bytes.



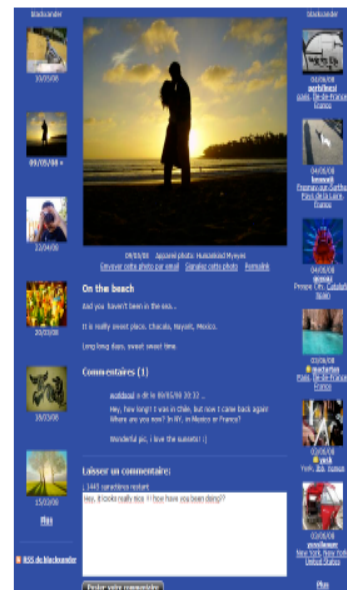
Otra característica de fotolog es que permite al usuario personalizar su página, con múltiples opciones de color para el texto, los enlaces, y el fondo. Además, se pueden agregar información personal como intereses, edad, género, de qué país eres, etc., así como enlaces de los sitios favoritos del usuario para compartir con los demás o para tener acceso rápido a sus páginas favoritas.



Ofrece la visualización de las imágenes subidas en una forma de calendarización donde muestra la fecha y la hora en que la imagen fue subida a la red, y a su vez permite que la gente que visite cada sitio pueda ver la fotografía.



Otra opción que tiene el fotolog es tener una lista de contactos que en esta página se llaman *Amigos/Favoritos* y aparece de la siguiente manera:



Permite unirse a grupos de interés de temáticas diversas que van desde animales, música, viajes, ciudades, tradiciones, comida, entre otras, así como marcas de productos como *converse*, *Play Station*, *Starbuck coffe*, etc.

Fotolog Groups

Participate in community Fotolog pages about your favorite topics or [CREATE YOUR OWN GROUP](#) +

Featured Groups & Categories

Clothing & Fashion (186 Groups)

POPULAR	NEWEST
CONVERSE 77,770 photos	GUMMY BEARS 31,191 photos

Colors (433 Groups)

POPULAR	NEWEST
yellow cauliflowers 2,986 photos	sadbikes 1,394 photos

Arts, Culture & Society (164 Groups)

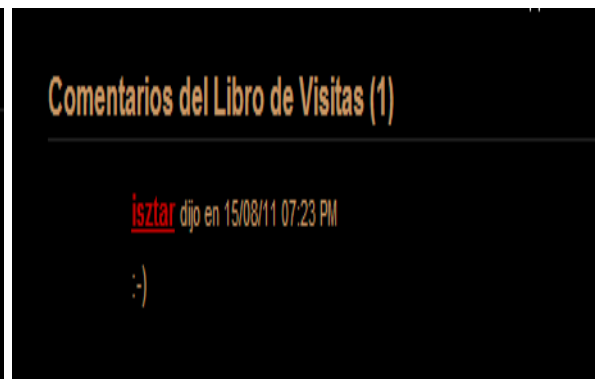
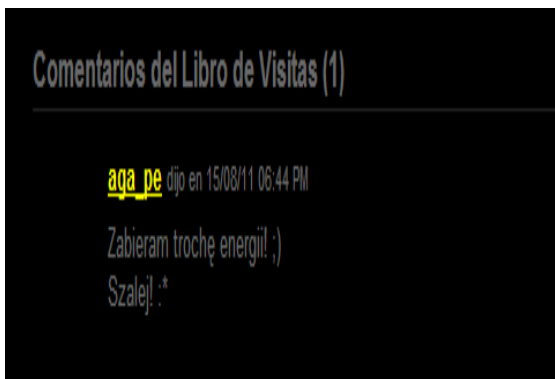
POPULAR	NEWEST
food 22,378 photos	fotocats 93,391 photos

All Categories (4,851 Groups)

- Animals & Nature (498 Groups)
- Arts, Culture & Society (164 Groups)
- Building & Homes (144 Groups)
- Cars, Vehicles & Transportation (203 Groups)
- Clothing & Fashion (186 Groups)
- Colors (433 Groups)
- Emotions (794 Groups)
- Entertainment & Music (178 Groups)
- Food & Cooking (137 Groups)
- Humor & Interesting Photo Subjects (237 Groups)
- News, Current Events & Weather (65 Groups)
- Nightlife & Parties (394 Groups)
- People & Bodies (1,041 Groups)
- Photography Techniques (243 Groups)
- Places & Travel (488 Groups)
- Schools & Associations (392 Groups)
- Sports (399 Groups)
- Technology & Gadgets (204 Groups)
- Work & Business (49 Groups)



Posibilita la interacción con otros usuarios a través del posteo.



Te relaciona y te enlaza con personas de todo el mundo, ofreciendo la búsqueda de miembros por continentes, regiones y ciudades:



FOTOLOG Recherche: [input] [FOTOLOG] [OUBA] [FOTOLOG]

Mein Fotolog - Profil - Meine Bilder - Meine Freunde - Meine Gruppen - Meine Favoriten - Meine Kommentare

Découvrir Fotolog

Fotolog Messenger
Communiquez facilement en temps réel avec d'autres membres de Fotolog!

Recherche
Recherchez des membres de Fotolog par pays, ville, âge, sexe, etc.

Assurez votre sécurité
Assurez votre sécurité en utilisant les services de sécurité de Fotolog.

Gift Camera
Gagnez une caméra numérique en participant à nos concours.

Groupes
Rejoignez des groupes de membres de Fotolog qui partagent vos intérêts.

Mes Stickers
Ajoutez des stickers à vos photos pour les rendre plus amusantes.

RSS
Abonnez-vous à nos flux RSS pour recevoir les dernières nouvelles de Fotolog.

FOTOLOG Recherche: [input] [FOTOLOG] [OUBA] [FOTOLOG]

Mein Fotolog - Profil - Meine Bilder - Meine Freunde - Meine Gruppen - Meine Favoriten - Meine Kommentare

Annuaire Fotolog: France
Toutes les régions de France - France

Trouver des membres en France

Trouver les membres en France

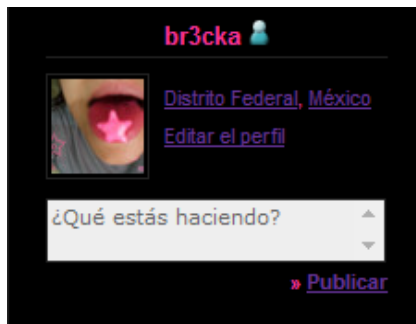
Régions les mieux classées France

Alsace	Alsace	Alsace	Alsace	THE DAILY FLOG
Alsace	Alsace	Alsace	Alsace	THE DAILY FLOG
1	2	3	4	5

Toutes les régions France

Alsace	Alsace	Alsace
1	2	3
Alsace	Alsace	Alsace
1	2	3

Dentro la página inicial de cada usuario, permite publicar tu estado y las actividades que estás realizando:



Brinda otros servicios como: la conexión a otras redes sociales como es el caso de *Facebook Connect*, permite publicar las fotos que se actualizan dentro de fotolog, y poder compartir las fotografías con su red de amigos en su página de facebook, como se muestra en la siguiente imagen:

Otros servicios



Por otro lado, algunas desventajas que hay dentro de esta red social es que algunos usuarios pueden hacer agresiones textuales frente a otros, también existen ciertas intolerancias hacia usuarios por la publicación de temas que no son aceptados dentro de la comunidad. La publicación de fotografías puede generar malas interpretaciones por las opiniones personales que se generan con los posteos. Otra desventaja que tiene el fotolog es que cualquier persona puede ver la página como tal y el usuario puede estar expuesto a críticas y de mala distribución de las fotografías que se publican.

Capítulo IV. APARTADO METODOLÓGICO

Como el propósito central de esta investigación es conocer cómo usan los jóvenes la fotografía digital en las redes sociales, y cómo la usan en específico para mostrar parte de una identidad, para la realización de esta se ha considerado la metodología etnográfica con la técnica de la observación participante y la entrevista a profundidad.

4.1 DEFINICIÓN DE MÉTODO

La etnografía tiene como objetivo el estudio de las etnias y significa el análisis del modo de vida de raza o grupo de individuos, mediante la observación y la descripción de lo que la gente hace, cómo se comporta y cómo interactúan entre sí, para describir sus creencias, valores, motivaciones, perspectivas y cómo estos pueden variar en diversos momentos y circunstancias, es decir esta metodología describe las múltiples formas de vida de los seres humanos.¹⁵⁰

La etnografía, también conocida como investigación etnográfica o investigación cualitativa, surgió como un concepto clave de la antropología para el “entendimiento en la organización y construcción de significados de distintos grupos y sociedades; ya sean distantes y extraños por el propio observador o próximos y conocidos”.¹⁵¹ Es reconocida como un método de recopilación descriptivo de datos, que nos permite posteriormente analizar dicha información recopilada. La etnografía ofrece la promesa de poder acercarnos a la comprensión de cómo las personas interpretan al mundo que las rodea o cómo organizan sus vidas.¹⁵²

150 Martínez M. (1994) *La investigación cualitativa etnográfica en educación*. México: Trillas. p 35.

151 Rizo, M. (2009) *La comunicación interpersonal*. Colección: Cuadernos de Comunicación y Cultura. Universidad Autónoma de la Ciudad de México. N. 2 Segunda Edición. p. 100.

152 Hine, C. (2004) *Etnografía virtual*. Madrid: UOC, p. 56.

Como lo mencionan los autores Martyn H. y Paul Atkinson,¹⁵³ esta ruta metodológica es la forma más básica de investigación social, donde se asimilan los modos rutinarios con que la gente le da sentido al mundo de la vida diaria. Ya que la vida cotidiana es la idea principal de este enfoque metodológico.

Por otro lado, en las últimas décadas la etnografía se ha convertido en una manera popular de aproximarse a la investigación social, al igual que otro tipo de trabajos cualitativos. Esto es debido en parte a la desilusión provocada por los métodos cuantitativos que durante mucho tiempo dominaron por completo las ciencias sociales aplicadas a la mayoría de las investigaciones sociales. Algunas características principales de esta metodología se presentan a continuación:

- Proponen analizar cualquier coyuntura social (un ritual religioso, una conversación familiar, etc.) según el punto de vista del sentido que le dan los sujetos sociales implicados.
- Observan la racionalidad del comportamiento en la vida cotidiana.
- Se preguntan acerca de cómo se puede saber que existe un mundo social compartido con y por los demás.¹⁵⁴
- Proponen hipótesis de que cada situación social ha de ser considerada como auto organizada.
- El centro de análisis es la vida cotidiana, ya que el tema principal de estudio de la etnometodología es el análisis de los modos comunes en que los individuos hacen racionales y explicables sus experiencias de todos los días.
- El centro de su investigación es el proceso en que los miembros sociales producen y sostienen un sentido de la estructura social en la que interaccionan.

El etnógrafo participa abiertamente de manera encubierta en ocasiones en la vida diaria de las personas durante un periodo de tiempo, observando lo que sucede, escuchando que se dice y haciendo preguntas.

153 Hammersley, M., Atkinson, P. (1994) *Etnografía. Métodos de investigación*. Editorial Paidós, 2ª edición.

154 Skidmore citado en Rizo, G. M. (2009) *La comunicación interpersonal*. Colección: Cuadernos de Comunicación y Cultura. Universidad Autónoma de la Ciudad de México. N. 2 Segunda Edición. p. 100.

4.2 DEFINICIÓN DE TÉCNICAS DE INVESTIGACIÓN DE LA ETNOGRAFÍA

Como programa metodológico, la etnografía es compleja e incluye varias técnicas de investigación entre ellas la observación, entrevistas in situ o fugaces, entrevistas a profundidad o historia de vida, cartografías espaciales y observación participante y no participante.¹⁵⁵

A continuación se dará una explicación sobre estas técnicas que están dentro de la metodología de la etnografía, basándose en la autora Marta Rizo:¹⁵⁶

a) OBSERVACIÓN:

Dentro de esta técnica existen dos formas básicas de ejercer la técnica de observación: participante o no participante. En el primer caso, se parte del acercamiento y la interacción entre el sujeto investigador y los sujetos a estudiar, en el segundo caso el investigador puede separarse por completo de la situación observada, para así intentar generar datos más objetivos. Dentro de esta técnica existen cuatro clasificaciones de investigadores según su grado de implicación en la situación observada:

- *Observador completo.* Los participantes no ven ni notan al observador. Por ejemplo se puede dar a través de la grabación de videos.
- *Observador como participante.* El investigador cumple la función de observador durante periodos cortos. La técnica se combina con la realización de entrevistas estructuradas en el lugar de los hechos.
- *Participante como observador:* El investigador se vincula más con la situación que observa; incluso puede adquirir responsabilidades en las actividades del grupo que observa.
- *Participante completo.* El investigador es un miembro del grupo a estudiar.

¹⁵⁵ Rizo, M. (2009) *La comunicación interpersonal*. Colección: Cuadernos de Comunicación y Cultura. Universidad Autónoma de la Ciudad de México. N. 2 Segunda Edición. P. 98

¹⁵⁶ Op. Cit. pp. 98-99

b) ENTREVISTA A PROFUNDIDAD

Otro tipo de técnicas que engloba la etnografía es la entrevista a profundidad, esta es considerada una de las técnicas de investigación que está estrechamente relacionada con la observación participante ya que permite conocer ampliamente las percepciones que tienen los sujetos de una determinada comunidad sobre la vida social (Taylor-Bogdan, 1987).

Existen tres tipos de entrevista a profundidad, por lo tanto se presentan a continuación:

- “Historia de la vida” o “autobiografía sociológica”, se trata de aprender las experiencias destacadas de la vida de una persona cuya prominencia se encuentre en relación con el fenómeno observado y las definiciones que esa persona aplica a tales experiencias.
- Las siguientes tratan de obtener información sobre acontecimientos y actividades que no se puede observar de manera directa, su función es describir lo que sucede y el modo que otras personas lo perciben.
- Entrevistas a un cuadro amplio sobre un tema: Algunas entrevistas requieren el punto de vista de los posibles involucrados en un fenómeno para asegurar la veracidad de las declaraciones que ofrezcan. Estas entrevistas están destinadas a un número grande de sujetos y son llevadas a cabo en un lapso de tiempo relativamente corto.

Una entrevista posee como propósito una conversación que tiene una estructura y un objetivo. Lo que se trata en la entrevista es entender el mundo desde la mirada del entrevistado, y desmenuzar los significados de sus experiencias y tratar de entenderlas. Al realizar una entrevista se requiere hacer un análisis minucioso y detallado lo que se quiere y pretende para la investigación.

Dentro de esta tesis se plantea utilizar la metodología etnográfica. La propuesta es realizar una *etnografía virtual o digital*, por que el objeto de estudio a analizar son las interacciones en las redes sociales específicamente el caso de fotolog. La propuesta de la *etnografía virtual o digital*, es explorar las formas en que podemos utilizar las

tecnologías digitales para hacer etnografía. Estas tecnologías incluyen desde la cámara de fotografía digital, la cámara de video, así como la interacción en internet o las páginas web, las redes sociales, etc. Pero sobre todo, significa incorporación de Internet y de otras tecnologías de la comunicación y de la información para la investigación antropológica.¹⁵⁷

4.3. ETNOGRAFÍA VIRTUAL

A lo largo de la década de los noventa los primeros estudios etnográficos de Internet mostraron que las interacciones mediadas por internet eran socialmente significativas y estaban cargadas de sentido para sus participantes (Hine, 2000).¹⁵⁸ La etnografía virtual mantiene rasgos metodológicos de la etnografía antropológica, es decir puede realizarse una etnografía de colectivos mediados por las tecnologías digitales como es el caso de internet usando técnicas básicas como se han demostrado por trabajos realizados por Escobar (1994) y Hine (2001). A su vez, el concepto de etnografía de lo digital, reúne herramientas como la etnografía virtual, la etnografía del ciberespacio y la etnografía través del internet, entre otras.

La etnografía virtual funciona como un módulo que problematiza el uso de internet. El estatus de la red como forma de comunicación, como objeto dentro de la vida de las personas y como lugar de establecimiento de comunidades que pervive a través de los usos interpretados y reinterpretados que se hacen de ella, como es el caso del fotolog. Por otro lado, la etnografía virtual permite extraer información útil del investigador tanto del informante, desde una dimensión reflexiva puesto que la conformación de interacciones con informantes a través de la tecnología es parte del trabajo etnográfico, como lo son las interacciones entre el etnógrafo y la tecnología.¹⁵⁹

157 Estalella, A. Ardevol, El. (2010). *Internet: instrumento de investigación y campo de estudio para la antropología visual*. Revista Chilena de Antropología Visual - número 15 - Santiago, Agosto 2010 -1/21 pp.- ISSN 0718-876x. Rev. chil. antropol. vis. En línea: http://eardevol.files.wordpress.com/2011/01/ardevol_estalella_imp.pdf, Consultada el día 08 de Mayo 2011.

158 Op. Cit.

159 Hine, C. (2004) *Etnografía virtual*. Madrid: UOC.

La etnografía virtual permite estudiar a lo virtual como el internet, considerado como un espacio de interacciones que de alguna manera si es accesible a la investigación etnográfica aunque no esté basado en una comunicación cara a cara.¹⁶⁰ Ya lo menciona Hine acerca de la etnografía virtual como objeto de estudio el internet: “se aprecia una oportunidad para estudiar el ciberespacio, específicamente Internet, que es en sí mismo un objeto de estudio nuevo para la etnografía.” Por tal motivo se considera a la etnografía virtual como una práctica textual y una destreza adquirida, así mismo como una experiencia artesanal que pone en entredicho los fundamentos tradicionales basados en la presencia prolongada del investigador en un espacio físico determinado.¹⁶¹

Por otro lado, esta metodología en cuanto a la práctica investigativa plantea que el investigador deberá ser un usuario y saber desenvolverse en el manejo de los dispositivos tecnológicos y las formas o expresiones comunicativas que allí se pueden ejecutar.¹⁶² Por tal razón en esta investigación se ocupará la técnica de observación participante, en la cual a través de la participación dentro del fotolog, se podrá indagar sobre los sujetos que participan en esta red social. Esta técnica me permitirá el acercamiento a los jóvenes a estudiar. Con el objetivo de conocer cuál es el uso que le dan a la fotografía digital en esta red social: fotolog.

Después de realizar un monitoreo durante un tiempo determinado, se aplicaron entrevistas a profundidad a cuatro de los informantes seleccionados para puntualizar en datos importantes, para conocer cómo a través del medio de la fotografía y las redes sociales los jóvenes construyen nuevas identidades por medio de la publicación de imágenes.

160 Op. Cit. 65.

161 Op. Cit. 57.

162 Cadavid, A. M. (2009) *Etnografía Virtual: exploración de una opción metodológica para la investigación en entornos virtuales de aprendizaje*. Revista Educación, Comunicación y Tecnología. Vol. 3 No. 6 | Enero – Junio de 2009 | Medellín - Colombia. Universidad Pontificiana Bolivariana. En línea: <http://eav.upb.edu.co/RevQ/ediciones/8/270/270.pdf>., consultada el día 14 de Julio del 2011.

4.4 DISEÑO DE ESTRATEGIA METODOLÓGICA

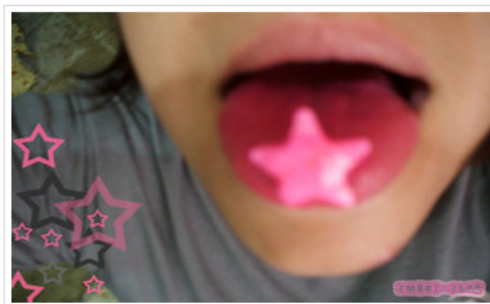
Para el diseño de la estrategia metodológica para esta indagación, se realizó en una primera instancia realizó un monitoreo durante tres a cinco horas al día, durante un tiempo de 40 días consecutivamente, dentro de la página. Esto a través del apoyo de una pauta de observación que se diseñó para conocer cuál es el uso que le dan a la fotografía los jóvenes dentro de esta red social. También para conocer qué tipo de temática de fotografías suben a la red los jóvenes y finalmente analizar cómo se da la interacción en este medio.

Para la realización de este monitoreo se realizó un instrumento metodológico adecuado para la observación participante. Este instrumento se dividió en dos partes (Ver anexo 1, para consultar la pauta de observación participante). La primera de ellas está relacionada a las condiciones del sujeto, es decir con datos específicos como nombre, sobrenombre, edad, género, etc., que cada usuario publica dentro de su perfil, asimismo la descripción de elementos que componen su imagen a mostrar dentro de su perfil.

La segunda parte estuvo dedicada específicamente al monitoreo diario que se les dio a los 8 informantes seleccionados. Esta parte es sobre la fotografía publicada diariamente, donde a través de la observación se hicieron anotaciones acerca de la fotografía subida para conocer el tipo de temática y la última parte es acerca de la relación que tiene el usuario con otros para conocer como se da la interacción entre ellos por la vía de las redes sociales.

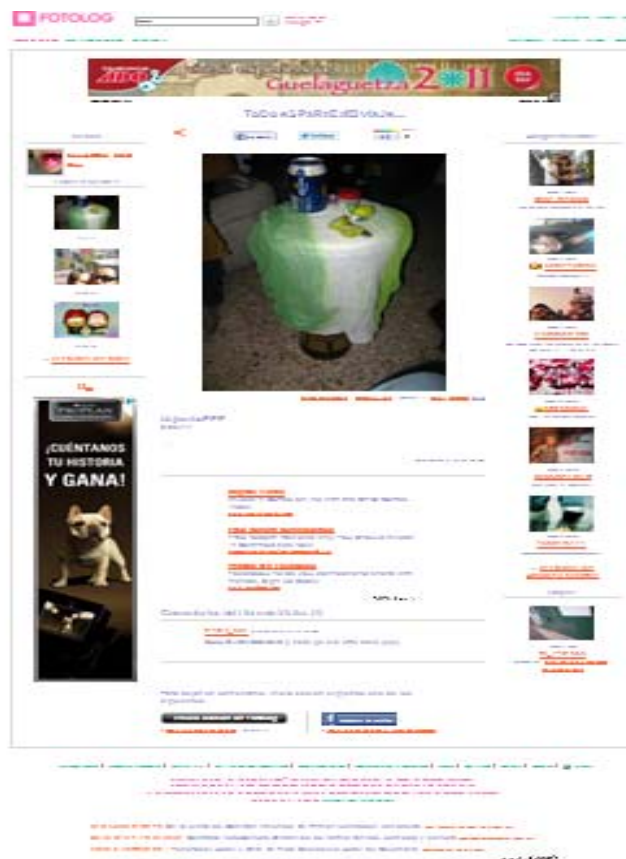
Lo que se realizó para aplicar la estrategia metodológica fue lo siguiente: en una primera instancia me registré en el siguiente link: www.fotolog.com, bajo el seudónimo de "br3cka". Posteriormente se subieron datos como género y procedencia, así mismo como una fotografía a color que se muestra en el perfil del usuario.

Acerca de mí



De Distrito Federal, México
Género Femenino

Luego se configuró la página con el nombre del usuario y la página de la red social quedando así: <http://www.fotolog.com/br3cka>. Después se le anexó colores a la página para que quedara con un diseño predeterminado. Posteriormente se subió una imagen fotográfica.



4.5 SELECCIÓN DE MUESTRA/ INFORMANTES

La selección de los informantes para esta investigación fue que tuvieran una pertenencia al fotolog. Posteriormente al azar fui agregándolos a mi lista de A/F (lista de favoritos). Se seleccionaron ocho sujetos que tienen continuidad en la publicación de fotos. Por otro lado, del total de los informantes a observar, cuatro son de género femenino y cuatro son masculinos. Todos los informantes son de México del Distrito Federal. Algunos no tienen una edad definida, dos de ellos son de la edad de 20 y 25 años. A continuación se muestran en la siguiente tabla:

INFORMANTES

N. DE INFORMANTE	NOMBRE REAL (Si es que esta publicado)	SOBRENOMBRE	LINK DE PAGINA	GÉNERO	EDAD	PROCEDENCIA
01	S/N	italy_fashion	http://www.fotolog.com/italy_fashion	Femenino	S/N	D.F México
02	S/N	owerk_one	http://www.fotolog.com/owerk_one	Masculino	S/N	D.F México
03	S/N	Acidskull	http://www.fotolog.com/acidskull	Femenino	25 años	D.F México
04	S/N	domineallighieri	http://www.fotolog.com/domineallighieri	Masculino	S/N	D.F México
05	S/N	Latos7	http://www.fotolog.com/latos7	Masculino	25 años	D.F México
06	S/N	Metallkatze	http://www.fotolog.com/metallkatze	Femenino	S/N	D.F México
07	S/N	nenamuacs	http://www.fotolog.com/nenamuacs	Femenino	20 años	D.F México
08	S/N	carritodecamotes	http://www.fotolog.com/carritodecamotes	Masculino	S/N	D.F México

Por otro lado, para la posterior realización de la entrevista a profundidad la selección de los informantes fue elegida de entre los mismos sujetos que participaron en la primera parte de la metodología. Sin embargo por diferentes motivos la mayoría de los sujetos no pudo o no quiso participar con las entrevistas a profundidad (ver anexo 2) y sólo dos de ellos aceptaron (*Owerk_one* e *Italy_fashion*). Por lo que por medio de un conocido que tiene cuenta dentro del fotolog, se contactaron a otros dos informantes (*Fezztin* y *Gato*).

INFORMANTE N. 1	<i>Owerk_one</i>	http://www.fotolog.com/owerk_one
INFORMANTE N.2	<i>Italy_fashion</i>	http://www.fotolog.com/italy_fashion
INFORMANTE N.3	<i>Gato</i>	www.fotolog.com/pe0ple_strange
INFORMANTE N.4	<i>Fezztin</i>	www.fotolog.com/fezztin_ska

Capítulo V. HACIA UNA INTERPRETACIÓN SOBRE EL USO DE LA IMÁGEN FOTOGRÁFICA POR LOS JÓVENES USUARIOS DEL FOTOLOG

El diario vivir a través de una imagen
Fezz, 27 años, GAM.

En este capítulo a partir de algunos argumentos teóricos, de los datos obtenidos por medio de la metodología de la etnografía virtual llevada a cabo en la red social fotolog, e información obtenida de las cuatro entrevistas a profundidad realizadas a los sujetos seleccionados (Italy_fashion, Owerk, Fezz y Gato). Se realizará un análisis sobre el uso que hacen los jóvenes de la fotografía dentro de esta red social; y a su vez tratar de reflexionar sobre los nuevos procesos de interacción por estas vías sociales.

Como pudimos observar en los capítulos anteriores, cada vez la práctica de publicar fotografías y textos relacionados con experiencias personales de la vida cotidiana ha tenido un mayor auge. La creación y cada vez mayor acceso de una tecnocultura (o cultura tecnológica/digital), ha permitido que los jóvenes usen las posibilidades que ofrece la tecnológica en la vida cotidiana.

Cada vez más jóvenes abren su propio flog y se dedican a mostrar y relatar situaciones y hechos cotidianos, donde plasman sus experiencias por medio de la fotografía, y llevan a cabo la práctica del *flogging*,¹⁶³ es decir la acción de publicar sus prácticas cotidianas o rituales, mostrando sus consumos, sus inquietudes, sus formas de pensar, etc.

Interesante, porque depende de lo que subas,
por ejemplo en mi caso subo de mi trabajo y pues la gente
ve lo que haces o tus trabajos.
**Owerk, 20 años, Tlalnepantla Edo de
México.**

¹⁶³ Urresti, M. (2008) *Ciberculturas juveniles*. La crujía. Buenos Aires, Argentina. p. 128

Que ahora en la actualidad con los nuevos medios hay más oportunidad de expresarte y de compartir lo que te gusta, aunque pues por una parte está bien y por otra no porque pues todos ven lo que haces o lo que publicas y pues estás expuesto a muchas críticas positivas o negativas.

**Italy, 18 años,
GAM.**

Está bien, siempre y cuando que las fotos que cada uno suba es responsabilidad del que la sube y la gente puede conocer un poco de lo que eres a través de una imagen.

Fezz, 27 años, GAM.

5.1 TEMÁTICAS ENCONTRADAS EN EL FLOG

Las temáticas de las fotografías que subían los usuarios fueron diversas. Puesto que con la fotografía representan sus vivencias encontramos temas que van desde sus amigos, mascotas, viajes, experiencias de fiestas, así como el registro de forma de expresión como el graffiti, etc. Como se observa en las siguientes fotografías que subieron algunos de los usuarios observados. Este primer ejemplo de la usuaria *Italy_fashion*, la cual subió una fotografía con el título de “**A.M.I.S.T.A.D**”, donde aparece ella con uno de sus amigos:



A su vez también el usuario *Latos7*, subió una fotografía de una de sus amigas y en un segundo plano una representación artística de la que el participa: el graffiti.



“Así ese pendejin del que hablaba es el putimax” de *latos7*

Los jóvenes entrevistados mencionan que las temáticas que suben en sus flogs varían ya que pueden subir fotografías de ellos mismos, con amigos, de graffitis, de conciertos (música), fútbol, fiestas etc., y las podemos observar a continuación:

De todo, amigos, mías, paisajes, fútbol, música porque pues todo depende del estado de ánimo en el que ande o me sienta.

Fezz, 27 años, GAM.



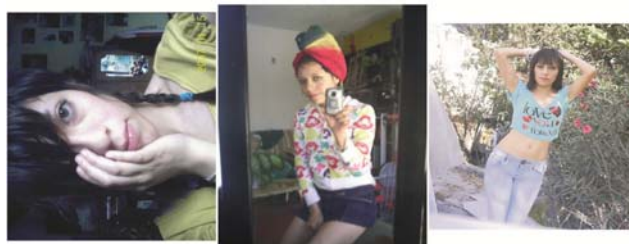
Mías, de amigos, fiestas y lugares, fotos de donde iba o salía con amigos.

Gato, 21 años GAM.



Principalmente mías o cuando estoy con mis amigos.

Italy, 18 años, Iztacalco.



http://www.fotolog.com/italy_fashion



Generalmente de graffitis
Owerk, 20 años, Tlalnepantla Edo. De México.



5.2 FUNCIONES DE LA FOTOGRAFÍA ENCONTRADAS EN EL FOTOLOG

En una primera etapa, observé que los jóvenes utilizan la fotografía como un medio alternativo de comunicación para presentar situaciones que viven en la actualidad (familia, escuela, trabajo, amigos, gustos y todas las vivencias que van experimentando). Además como se menciona en el capítulo I en el apartado 1.2.4 sobre las representaciones visuales a través del lenguaje, estas se pueden clasificar en tres grandes grupos en base a su función.¹⁶⁴

Las informativas, que tienen como objetivo el traspaso de información entre el emisor y el receptor. Las visuales comerciales o publicitarias, que la autora María Acaso define como la venta de un producto o de un servicio, y las

¹⁶⁴ Acaso, M. (2006) El lenguaje visual. *Capítulo III Representaciones mediante el lenguaje visual*. Madrid, Paidós. p. 109

representaciones visuales artísticas que tienen el objetivo de crear conocimiento crítico que genere un significado personal en el espectador crear un conocimiento mediante un código nuevo. A través de la observación realizada, encontré que los usos que los jóvenes dan a la fotografía se pueden clasificar por su función de la siguiente manera:

a) Propaganda:

Por ejemplo, el usuario *carritodecamotes* subió fotografías sobre eventos que el organiza en distintos días utilizando la fotografía como propaganda para informar a los sujetos sobre lo que él realiza. La primera de ellas es una imagen compuesta por otras imágenes, como lo es la cara de *Pancho Villa*, *Zapata* y el *Che*, ya que posiblemente este usuario los utiliza como símbolos visuales que le significan, a su vez también aparece la imagen que simboliza la estación del metro Balderas como alusión a donde será el evento y por último la imagen está compuesta por texto de color rosa.

La siguiente imagen está compuesta al igual por texto de diferentes formatos y estilos, los cuales contienen efectos como sombras, contorno de colores, etc., contiene imágenes pequeñas en la parte inferior que aluden a *stickers*, y como fondo en un segundo plano se ve una imagen de sujetos que están realizando acrobacias con bicicletas y patinetas; la última imagen es una propaganda de un lugar en la cual en la parte superior aparece el nombre del lugar con su logotipo posteriormente aparece texto de un solo estilo de letra y formato posteriormente en la parte inferior derecho aparecen unos símbolos de colores.



Te invitamos este 1 de Septiembre al 1er. Showroom MezcalARTE en Durango No. 17 Col. Roma Norte. de 16:00 a 22:00 hrs. donde encontrarás:

- *10 Diseñadores Independientes
- *Degustación y Venta de Mezcal Artesanal
- *Música en vivo

"... de mezcal en mezcal, siendo artesano. de bazar en bazar. apoya al talento mexicano ..."

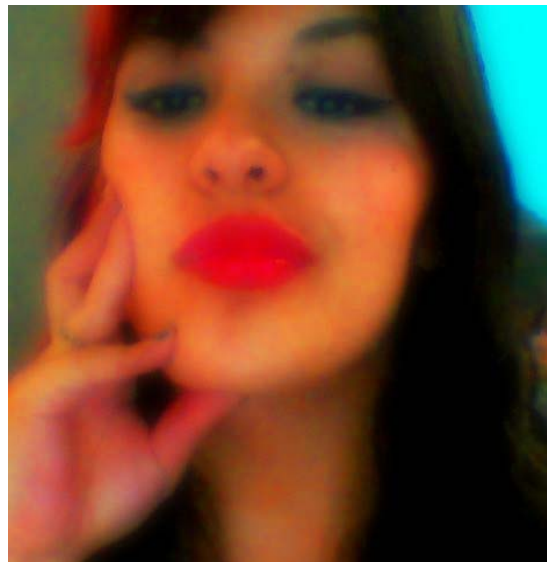
B) Autorepresentación:

Este tipo de función no aparece dentro de las clasificaciones que hace la autora María Acaso, sin embargo el autorretrato fue una de las funciones que se detectó que usan los jóvenes con mayor frecuencia. El autorretrato forma parte de un género fotográfico sin embargo este tiene como función mostrar las cualidades físicas o morales de las personas que aparecen en las imágenes fotográficas.

Al observar este tipo de imágenes nos permite identificar parte de la identidad del sujeto así como sus cualidades físicas, puesto que con la muestra de ciertos elementos como la vestimenta, el maquillaje, accesorios así como espacios en el que se ubica en segundos planos, lo que nos permite crearnos una idea como es una persona. Dentro de las observaciones, dos usuarias (*italy_fashion* y *nenamuacs*), subieron fotografías de ellas mismas:



Italy_fashion



Nenamuacs

C) Representaciones artísticas:

Este tipo de imágenes se observó en tres informantes (*acidskulls*, *latos7* y *Owerk_one*) quienes por medio de sus fotografías muestran principalmente dos representaciones artísticas una de ellas es el graffiti y otra es el diseño fotográfico. Sin embargo este tipo de fotografía tiene la función de provocar una experiencia

estética en los receptores, puesto que los jóvenes que realizan este tipo de actividad lo hacen con un objetivo, el de crear una emoción en los receptores.



Acidskulls



Latos7



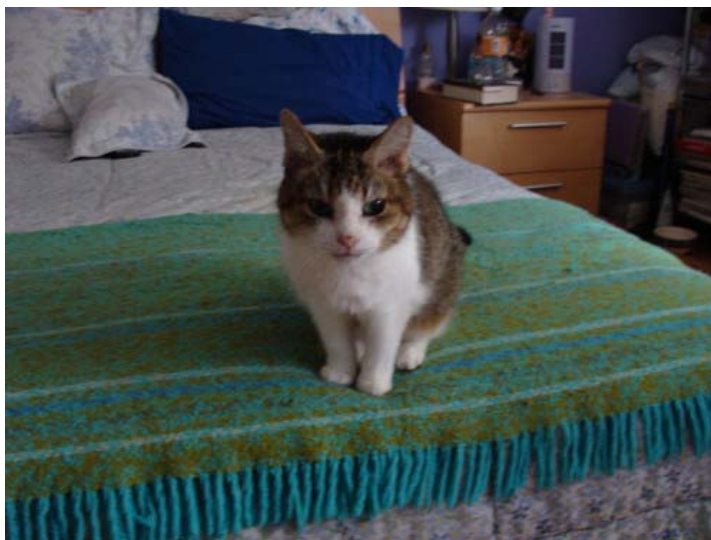
Owerk_one

D) Informativa:

Este tipo de fotografías los jóvenes Ya que como se mencionaba anteriormente este tipo de fotografía tiene como objetivo el traspaso de información, ya que cada sujeto puede interpretar el mensaje dependiendo de sus referentes. En algunos casos lo que permite la decodificación de lectura en las imágenes es el texto que acompaña a las fotografías. Como se muestran a continuación:



“siempre es lo mismo...” de *Domineallighieri*



“CHERRI :)” de *Metallkatze*



Sin título de metalkatze

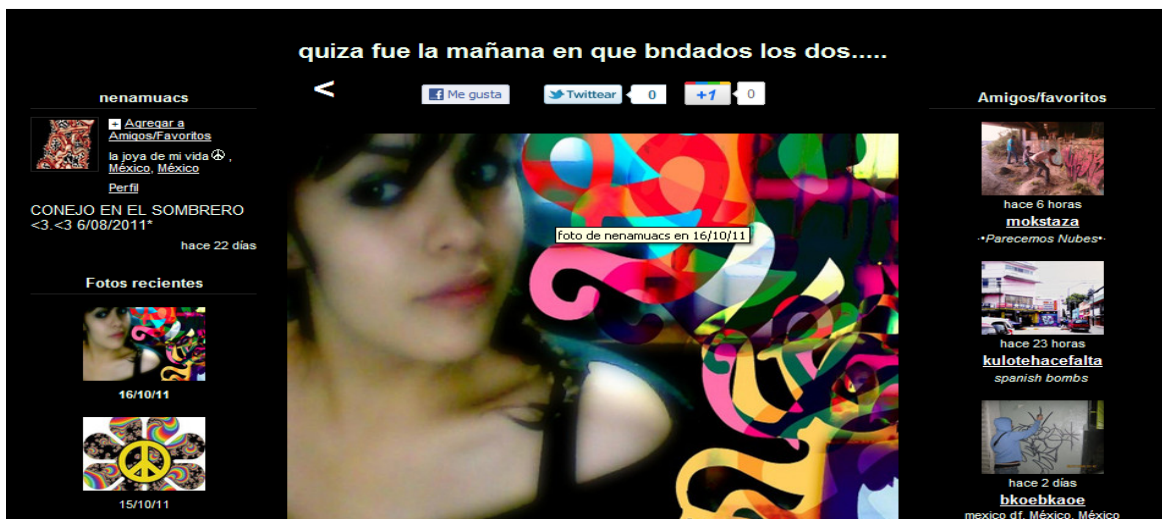
Como podemos observar, los informantes *Metallkatze* y *Domineallighieri*, utilizan en la mayoría de los usos la fotografía no para presentarse a sí mismos pero si para mostrar parte de su entorno social. Como lo observamos en las fotografías presentadas, ya que son objetos o escenarios determinados. A su vez ocupan la fotografía como forma de mostrar parte de lo que observan, “la fotografía para los jóvenes no es sólo una expresión o representación, sino una forma de exploración de la relación de uno mismo con el entorno y el entorno que los rodea”.¹⁶⁵

5.3 NO TE OLVIDES DE PASAR POR MI FLOG: INTERACCIÓN

Uno de los interrogantes que me surgió durante la observación participante fue ¿qué pasa con la gente receptora de todo estos mensajes?, ¿quiénes son los receptores?, y lo que encontré es que los usuarios o destinatarios de todos estos mensajes, son aquellas personas que dejan sus *posts* dentro de esta página, es decir, todos los jóvenes que de alguna manera dejan sus comentarios en la

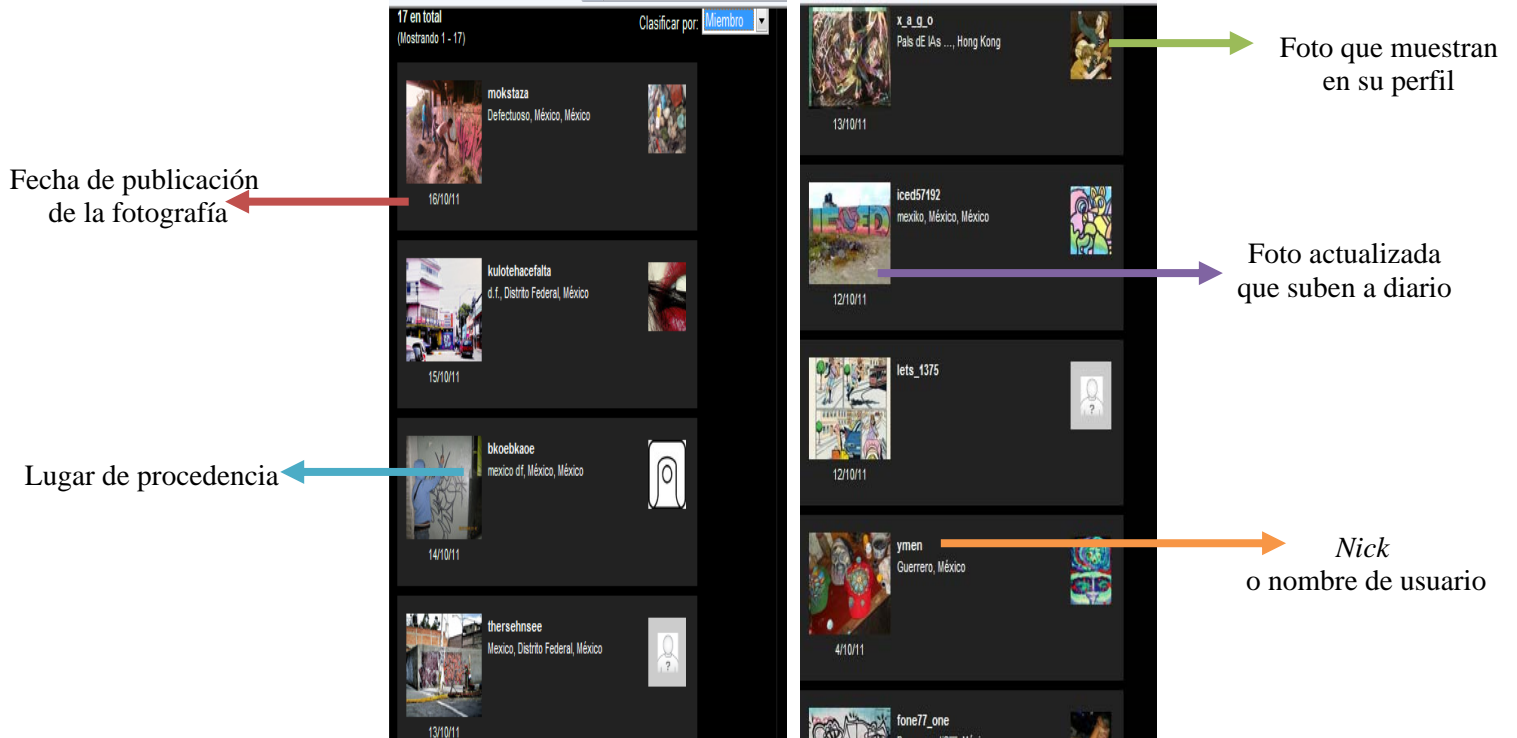
165 Buset, S. y Sánchez L. (2009) *Adolescentes y fotoblogs: la construcción de la identidad mediante el juego*. En línea: <http://diposit.ub.edu/dspace/bitstream/2445/16604/1/581396.pdf>, Consultada el día 28 noviembre del 2011.

páginas, creando estrategias dentro del lenguaje virtual, para poderse comunicar. Dentro del fotolog de la usuaria *nenamuacs* lo podemos ejemplificar:



En esta imagen se observa en gran panorama parte de la página virtual de la usuaria *nenamuacs*, donde aparece clasificada en cuatro bloques. El primero de ello es el título que ella le asigna a su fotolog y es: *quizá la mañana en que bndados los dos....* que aparece en la parte superior de la imagen con una alineación centrado, el segundo bloque está configurado por su fotografía que sube diariamente que se ubica en la parte central de la imagen, el tercer bloque se encuentra en la parte izquierda de la imagen en la cual está titulado bajo fotos recientes y se muestran todas las fotos que cada usuario sube de forma cronológica y por último del lado derecho aparecen todos sus contactos.

Dentro de su red social tiene agregados a cierto número de usuarios que se llaman “Amigos/favoritos”, que aparece un listado y aparecen con la foto que suben en el momento así como la fotografía que utilizan como perfil, su nombre de usuario (también llamado *Nick*) y del lugar en el que son:



Los cuales *postean*, es decir escriben breves comentarios a los usuarios dentro del espacio dedicado a estos llamado libro de visitas de su flog, como lo observamos en los posteos que le dejan a la usuaria *nenamuacs* en su libro de visitas:



Los posteos o comentarios son mensajes breves, como saludos o expresiones como los siguientes: *chido*, *salu2*, *gracks por pasar*, *nice foto*, etc. así como

comentarios que tienen que ver con la reacción que cada usuario tiene ante las fotos. Lo que permite que los sujetos empiezan a interactuar, puesto como se mencionaba en el Capítulo I en cuanto a la interacción, esta es la base de la existencia dentro de todo ámbito social, puesto que los seres humanos, establecemos relación con otros a partir del intermedio de mensajes.

Este tipo de comunicación vía pantalla, se caracteriza por establecer diálogos de comunicativos a partir de frases cortas, que nos hace referencia a uno de los tipos de comunicación que usamos en el proceso comunicativo cara a cara, que es la comunicación fáctica, que está orientada hacia el contacto entre el emisor y receptor a través de la palabra para iniciar, mantener, o interrumpir un acto comunicativo.

Cuando los jóvenes quieren empezar a interactuar con otros usuarios ya que muchas veces solo postean comentarios o frases cortas y la respuesta es solo por medio de una sola palabra como *Ok*, *chido*, etc. Por otro lado, los mensajes están escritos con una ortografía creativa, modificando el uso de lenguaje escrito, lo que se convierte en la forma por la cual se comunican. Para que las personas puedan significar los mensajes posteados por los mismos usuarios, necesitan de estrategias y una de ellas se da principalmente en la escritura por los códigos verbales e iconos que se utilizan como lo vemos en el siguiente libro de visitas de un usuario:



Como se observa en los ejemplos de dos diferentes flogs, sus posteadores utilizan la escritura, modificando la forma de comunicarse. Con la introducción de nuevos códigos se van creando nuevos recursos dentro del lenguaje para poderse comunicar dentro de estas redes sociales.¹⁶⁶

Estas convenciones tipográficas conocidas como emociones reemplazan a los gestos físicos y las expresiones faciales. Por mencionar algunos ejemplos: ☺ indica una cara sonriente, ☹ indica una cara triste. A su vez fragmentos de frases

166 Urresti, M. (2008) *Ciberculturas juveniles*. La crujía. Buenos Aires, Argentina, p.130

y errores tipográficos siguieren que la nueva escritura está entre la escritura tradicional y la comunicación oral.¹⁶⁷

Se puede ver que con la introducción de nuevos elementos en la forma de comunicarse, ya que por medio de frases como: “FF”, “ * ___* “, effs”, “fffff”, etc., es como la nueva generación se va comunicando a través de la apropiación de nuevos códigos lingüísticos, modificando la forma de escribir, expresarse, etc., que les permite estar en contacto con sus propias redes, utilizando esta forma de escritura como una forma natural y cotidiana en la que están inmersos, lo que da como resultado que la fotografía sea complementario al lenguaje oral y escrito y viceversa, permitiendo ser una conjunción de lenguajes que acceden crear, diseñar y significar mensajes.

Como hemos revisado, la interacción dentro del fotolog se da por medio de la fotografía publicada, en la cual los usuarios agregados en lista de contactos o amigos pueden postear o comentar acerca de la imagen y/o fotografía publicada así como del texto que acompaña dicha imagen. Otro ejemplo, es el caso del usuario *carritodecamotes*, una de sus imágenes publicadas es la siguiente:

167 Turkle, S. (1991) *La vida en la pantalla: la construcción de la identidad en la era de internet*. Barcelona, México. Paidós. p. 233



Hoja Urbana No. 04, presentación Central del Pueblo

Hola que tal, este viernes 23 de septiembre estaremos presentando oficialmente el número 04 de nuestra publicación de carácter jocosero Hoja Urbana, que en esta edición cuenta con la colaboración de bastantes artistas urbanos y pues como siempre no están todos los que son, pero en el próximo número saldrá la banda que falta, en esta presentación estarán como artistas invitados Bozker, Snupi, Charros, HKR propaganda, NF 45, ELAS, Katalizador, Sock, con una pequeña charla para comentar el proyecto y posteriormente una tianguis abierto y la participación musical del S'RIECK y open mic para quien se quiera subir a echar unas rimas además del charritos soundsystem poniendo unas cumbias sicodélicas. Estará como invitada especial Bozker quién llevara unos packs para venta a un precio bastante módico. Todo esto en la Central del Pueblo a las 6.00 pm.

La Central del Pueblo está en Nicaragua 15, Centro Histórico de la Ciudad de México.

Algunos posteos publicados en la fotografía publicada que dieron pauta a una interacción dentro del fotolog del usuario *carritodecamotes* fueron los siguientes:

[bnecrew_75](#) dijo en 19/09/11 20:19

saludoos banditaaa ...

mas bien

[lah4d3](#) dijo en 19/09/11 21:27

ya estan ahora si voy

[manítasdeperro](#) dijo en 19/09/11 17:46

espero ver lo we oir yo

En este ejemplo, dentro del fotolog del usuario *carritodecamotes* la interacción se dio a partir de dos puntos, la primera: a) la fotografía que el subió, tiene la función de informar acerca de un evento en la cual el sujeto participa y está siendo colaborador de este. Esta informando a los demás por medio de la imagen.

b) interacción se da cuando los demás responden por escrito posteando, a su vez, esta interacción parte sobre lo que él escribe. Así como lo menciona George Mead, “los individuos construyen significados mediante la comunicación, puesto que el significado no es intrínseco a nada. La finalidad de establecer interacciones es crear significados compartidos”¹⁶⁸. Es decir compartir códigos al comunicarse por medio de posteos, ya que un ejemplo de esto sería por medio de sus frases cortas diseñadas especialmente para regresar mensajes. Por medio del intercambio de estos en el mundo virtual van intercambio códigos que ellos mismos van creando para ese medio y que se los van adoptando en su forma de interrelacionarse con los demás.

Si comparamos este tipo de comunicación con la interpersonal en este tipo de intercambios los símbolos compartidos son otros que se pueden ver al instante como los gestos, etc., cosa que en el mundo digital o virtual no es así. Por otra parte como se mencionaba anteriormente, estas interacciones ya no se dan cara a cara, se dan a través de una pantalla, relacionándose por medio de imágenes y texto.

Los comentarios se visualizan en la interfaz por medio de formas donde en muchas ocasiones hay una intención estética y decorativa, como son las caritas, símbolos como estrellas, corazones, etc., que también son utilizados por los posteadores como los usuarios. Como se mencionaba anteriormente, dentro de la interacción a través de la incorporación de símbolos es cómo podemos percibir

168 Mead, G. (1972). *Espíritu, persona y sociedad*. Barcelona: Paidós, p.90.

mensajes, códigos, ideas, etc., y así relacionarnos con lo material y social, dando como consecuencia darles más expresiones o significados a sus mensajes. Como lo podemos ver en los siguientes ejemplos de los usuarios:

El primero corresponde al flog de la usuaria *acidskulls*, donde después de publicar su fotografía en la parte de abajo ella publica un texto que acompaña su foto, modificando de cierta manera la forma de escribir anexando ciertos símbolos como un corazón, y también modificando la forma de escribir ya que en una primera parte empieza escribiendo con un tipo de lenguaje en este caso español, y posteriormente cambia a otro tipo de lenguaje que es el inglés con su frase: *say cheeeeeeseeee ♥*.



Otro ejemplo lo podemos ver en el fotolog de la usuaria *nenamuacs* cuando en el espacio escribe lo siguiente:

Estoy muy muy enamorada... siento mucho, estoy muy feliz y no puedo creer cómo Soren es tanta magia. Hacemos equipo, tenemos planes, compartimos muchas cosas que me encantan, reímos, nos besamos, nos amamos todo el tiempo, nos demostramos que nos queremos, jugamos...tenemos mucho en común y nos complementamos en otras cosas. Cada vez es más fuerte y.. y solo quería decirlo :)

Además de Soren las cosas van bien aquí. Recordé una temporada importante... hace muchos años, por estas fechas que estuve sola y era justo lo que quería. Caminaba en las calles con arbolitos bonitos todas las tardes que regresaba de dar clases de teclado. Escuchando Interpol, pensando en mil cosas siempre siempre.... y es que había mil cosas que pensar y qué hacer. Estaba por empezar el servicio y mi primer curso de flash... también estaba por empezar a tocar con los chilakillers... muchas cosas estaban a punto de pasar y yo las estaba provocando porque no tenía otra estupidez en qué pensar más que en diseñar, ilustrar, la música y el solecito de febrero..... *_* me sentía muy feliz...

Y esta vez siento algo muy parecido. Es que estoy en frieguisima tal vez....? el sábado estuve limpiando mi depa, tocando y trabajando en mi página :) es la luz, ya viene febrero otra vez.

Tomé mi libro de AS3, empecé a meterme con el código, a recordar lo que por no practicar he olvidado... (flash otra vez.) hay mil cosas que hacer, hay planes... hay fiestas, hay cosas que celebrar, hay noches de amar y mañanas de levantarse temprano para trabajar y tener dinero para tener de dónde agarrar para lo que viene.

Soñé a la muerte. Dos veces me desperté y volví a verla. Las dos veces comió más rápido que yo y me alcanzó. Creo que hubo una tercera vez donde me puse a negociar mejor. Estaba en un pueblo que se llamaba Tierra Caliente. Las montañas ardían en la noche y con el aire prendían como los cigarrillos, pero de colores :)

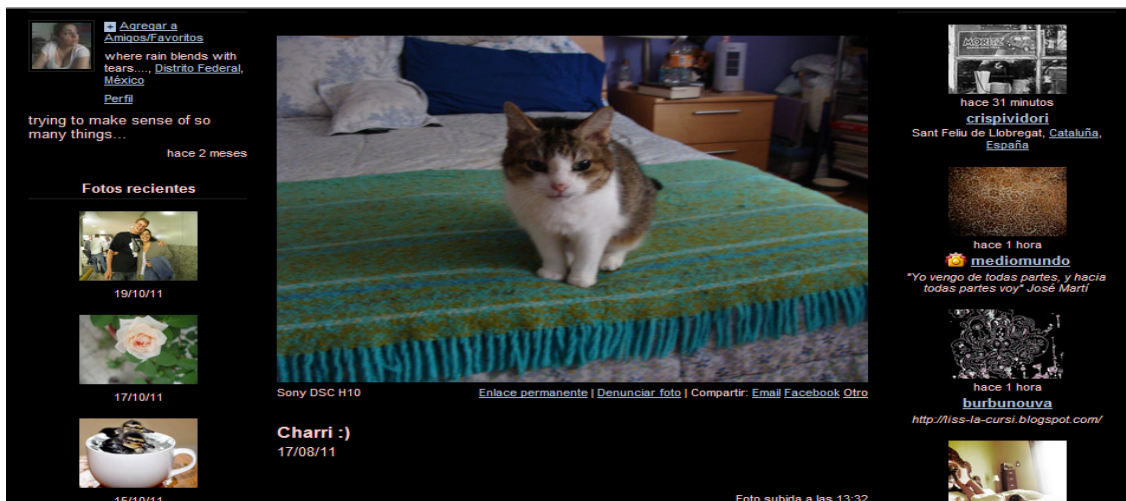
Soren dijo que sería buena idea para lo de animasivo... (ves? no puedo dejar de hablar de él) jaja pero cómo demoniso voy a hacer que respiren las montañas, apenas instalé After Effects pero no se usarlo :(veremos....

Y me acaban de llamar....
Oh qué terror, para el miércoles debo estar lista :S

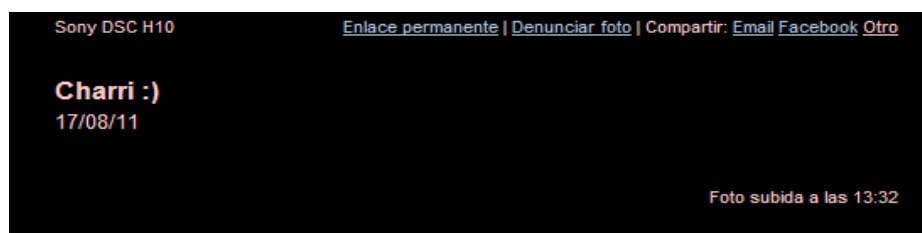
Este es parte del texto es lo que ella escribe en su fotolog, pero a continuación se presenta fragmentos de su texto y se puede ver algunas palabras que están subrayadas que están modificadas con cambio de algunas letras así como la incorporación de iconos gestuales:

calles con arbolitos bonitos todas las tardes que regresaba de dar clases de teclado. Escuchando Interpol, pensando en mil cosas siempre siempre.... y es que había mil cosas que pensar y qué hacer. Estaba por empezar el servicio y mi primer curso de flash... también estaba por empezar a tocar con los chilakillers... muchas cosas estaban a punto de pasar y yo las estaba provocando porque no tenía otra estupidez en qué pensar más que en diseñar, ilustrar, la música y el solecito de febrero..... *_* me sentía muy feliz...

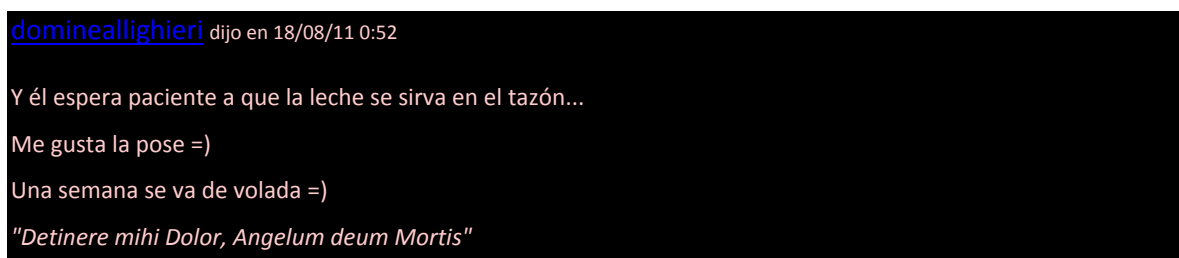
Otro ejemplo donde se da la interacción es en los siguientes usuarios *metalkatze* y *domineallighieri*:



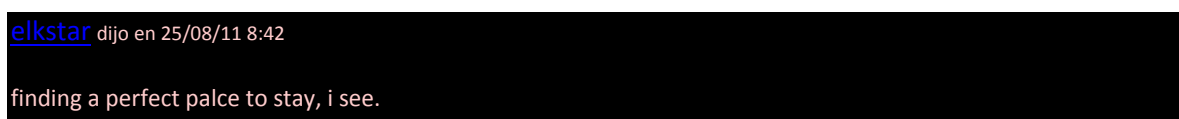
La usuaria *metalkatze*, subió una fotografía de su gato en la cual como pie de foto comentó lo siguiente:



Lo cual tuvo como posts durante esa publicación lo siguiente:



Otro posteo:



Sin embargo, la usuaria respondió a sus comentarios en cada uno de los flogs de las personas que le escribieron comentando lo siguiente:



Metalkatze a domineallighieri:

[metalkatze](#) dijo en 17/08/11 13:13

Si :) yo lo hice aunque siento que le falta algo. Unas hojitas o algo así.

Ando de un lento que me doy flojera :P pero ya una semana más y ese angelito llegará :)

espero estes muy bien Domine

te mando un abrazote enorme

cuidate

Juul

Esta conversación se va dando por las razones que se planteaban anteriormente, una por la fotografía en el que cada usuario sube, así como también sobre lo que escriben.

5.4 EL USO DE LA FOTOGRAFÍA EN LA CONSTRUCCIÓN DE UNA IDENTIDAD “VIRTUAL”

Como mencionábamos anteriormente toda persona normovisual está apta para el uso de la fotografía. Esto nace desde el núcleo familiar, y los jóvenes aprenden a usar la fotografía como una forma de práctica sociocultural, como medio para comunicarse, expresarse a sí mismos y sobre lo que les rodea.

Como mencionábamos en el capítulo II, la identidad se define como un grupo de valores, creencias, símbolos, tradiciones y modos de comportamientos que funcionan como un elemento cohesionador dentro de un grupo social y que actúan como sustrato para que los individuos que lo conforman puedan fundamentar su sentimiento de pertenencia.¹⁶⁹

169 Giménez, G. (2000) *Teoría y análisis de la cultura Volumen 2*. FCE, México, pp. 30-45.

La identidad, además de ayudar a conformar e integrar a un grupo, es uno de los elementos distintivos entre los individuos de la misma especie que conforma la sociedad, que a su vez pueden ser diferidos y ser reconocidos por otros por medio de la construcción de los elementos antes mencionados. También se ha mencionado que la identidad se manifiesta a través de los procesos de interacción y comunicación entre los individuos.

Las redes sociales o en el caso del fotolog, permiten que sujetos ingresen a ellas, y vayan creando usuari@s con identidades “virtuales” o personajes con características determinadas. Sin embargo, no podemos hablar de una identidad como tal, porque término de identidad tendría que abarcar otros elementos a estudiar desde otros ámbitos como lo social y lo psicológico. Por lo que a partir aquí utilizo el término *identidad virtual*, para referirme a los aspectos identitarias que se construyen a partir de estas nuevas formas de relación a través del internet, y como algo autónomo diferente a la identidad presencial.

Sin embargo, a través de ciertos elementos que encontré en las páginas de los jóvenes como son sus nombres o seudónimos, la publicación de datos personales como su edad, donde viven, gustos, etc., así mismo como sus fotografías, permiten crear personajes “virtuales” como se mencionaba anteriormente. Un mismo usuario puedan crearse otras cuentas, e infinidad de identidades ficticias, es decir crear personajes con ciertos atributos sociales, físicos y culturales que de cierta manera no son reales y que puede ser igual o distinta a lo que era antes mi fotolog, subiendo y publicando datos e imágenes diversas a las que antes se publicaba.

Finalmente, cuando se cierra por completo una cuenta y se deja de pertenecer a esta red se puede decir que “oficialmente” deja de “existir virtualmente” ese sujeto, creado por uno mismo y que es presentado en las redes sociales. Dentro de fotolog, los usuarios al subir sus imágenes van construyendo

una identidad “virtual”, desarrollando un YO que le va dando sentido de vida a su personaje, que puede ser diferente a su identidad presencial.

Algunos ejemplos que encontré interesantes entre los informantes fueron los siguientes: la usuaria *Italy_fashion*, dentro de sus fotos ella principalmente subió autorretratos, sin embargo la siguiente foto que ella publicó, en un primer plano ella aparece acostada sobre una superficie plana que alude a una cama, tiene una mirada fija y está en una pose con uno de sus brazos detrás del cuello mientras que la otra mano la tiene sobre la superficie, porta una playera color gris con letras de colores amarillas, en un segundo plano aparece una almohada de color rojo, amarillo y verde, en un tercer una gran variedad de objetos como lo son: una almohada de colores *rastas*,¹⁷⁰ así como la vestimenta que caracteriza pertenecer a un grupo definido.

Con la muestra de elementos que están presentes en su imagen como son los colores de su almohada (verde, amarillo y rojo), se puede deducir que a ella le gusta cierto tipo de música o de alguna manera tiene gusto por un género musical: el reggae, ya que este tipo de género musical se le relaciona con estos colores:



170 Los colores verde, dorado y rojo (de la bandera Etíope) son un símbolo de la religión rastafariana, y son frecuentemente vistos en ropas y otras decoraciones. El rojo representa la sangre de los mártires. El verde la vegetación de Sion. El amarillo la riqueza y la prosperidad que África tiene que ofrecer. El león es también un símbolo Rastafariano importante, simbolizando tanto a África como al emperador Haile Selassie, o a Jah mismo. Matteson, D. R. (1984). *Identity. Contemp. Psychol.*, 29

Sin embargo, al cuestionarle sobre qué tipo de música se siente identificada e ella contestó lo siguiente:

Me gustan diferentes géneros como el ska, el reggae, el hip hop, y me siento identificada con estos géneros por las letras, los sonidos, etc., éstos géneros musicales tienen mucha relación.
Italy, 18 años, Iztacalco.

Por lo tanto concuerda que ella muestra parte de su identidad, es decir parte de lo que ella se siente identificada que es la música o por el gusto de cierto género musical y lo da a notar dentro de su entorno; y lo muestra por los elementos presenciales que se observan en su imagen fotográfica como son los colores rastas que por lo tanto connotan a que a este sujeto le gusta y se siente identificada la música reggae.

Entonces podemos decir que por ejemplo, otra de las fotografías que publicó la usuaria *Italy*, la cual está compuesta por otras tres imágenes en las cuales ella aparece en tres momentos diferentes de su vida. La primera de ellas, ella está en un primer plano, está de perfil con una blusa color roja con círculos blancos, tiene el cabello suelto, y tiene una pose agarrándose la cara, la siguiente foto aparece en un plano medio, con vista hacia el frente, porta una chamarra color verde militar y una blusa blanca con letras azul, tiene el cabello ondulado y por último está ella en un plano americano donde aparece de pie con una pose media tiene el cabello enredado que hace alusión a *rastas*, porta una blusa color roja de cuadros, porta pantalón de mezclilla con un cinturón de colores verde, amarillo y verde.

Como podemos ver otra vez esta usuaria en sus fotografías se muestra la presencia de colores rastas como se había presentado en una fotografía anterior, con lo consecuente que nos hace referir que esta usuaria tiene gusto por este grupo social definido que es el *rastafarismo*.



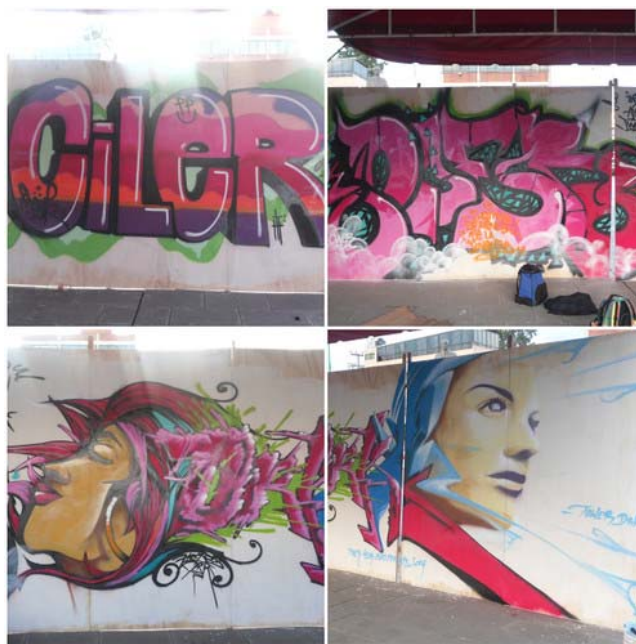
A su vez, como lo vemos en esta imagen, la usuaria *Italy*, nos enseña como ha sido su proceso de construcción de identidad en su etapa de juventud. Ya que como se mencionaba anteriormente los jóvenes van construyendo su identidad y su imagen como sujetos, pues en todo momento cada sujeto va cambiando y modificando ciertas actitudes, además de su imagen física. Esto lo vemos en la imagen publicada por esta usuaria.

En su fotografía ella muestra tres momentos de su vida en la cual aparecen elementos que anteriormente veíamos como parte de su identidad y es que en la imagen de lado derecho aparece ella con rastas en su cabello y están presentes los colores rojo, amarillo y verde. Donde anteriormente se hablaba sobre esta apropiación de elementos que van permitiendo la construcción de una identidad en la cual los jóvenes están inmersos a moldear esta idea de pertenencia social a ciertos grupos sociales definidos como son las culturas juveniles.

Por otro lado, revisamos otros ejemplos en los usuarios *Owerk_one* y *latos7*. Dos jóvenes de género masculino que además de usar la fotografía como un medio de exponer algo ellos muestran lo que les identifica que es el graffiti, por medio de la publicación de sus fotografías ellos muestran su interés hacia esta práctica y preferencia, como se exponen en las siguientes fotografías:



“Acabada”, de *Owerk_one*



Sin título, de *Owerk_one*



“Boble” de *latos7*



“Obea” de *latos7*

Como podemos observar, los sujetos tienen identificación por el graffiti como práctica de expresión, esto puede ser un indicador que defina su identidad y estilo como grupo social al pertenecer como grafiteros. La práctica del graffiti, lo transmiten por medio de sus fotografías, ya que durante la observación realizada en una gran totalidad sus fotografías publicadas fueron sobre esta temática.

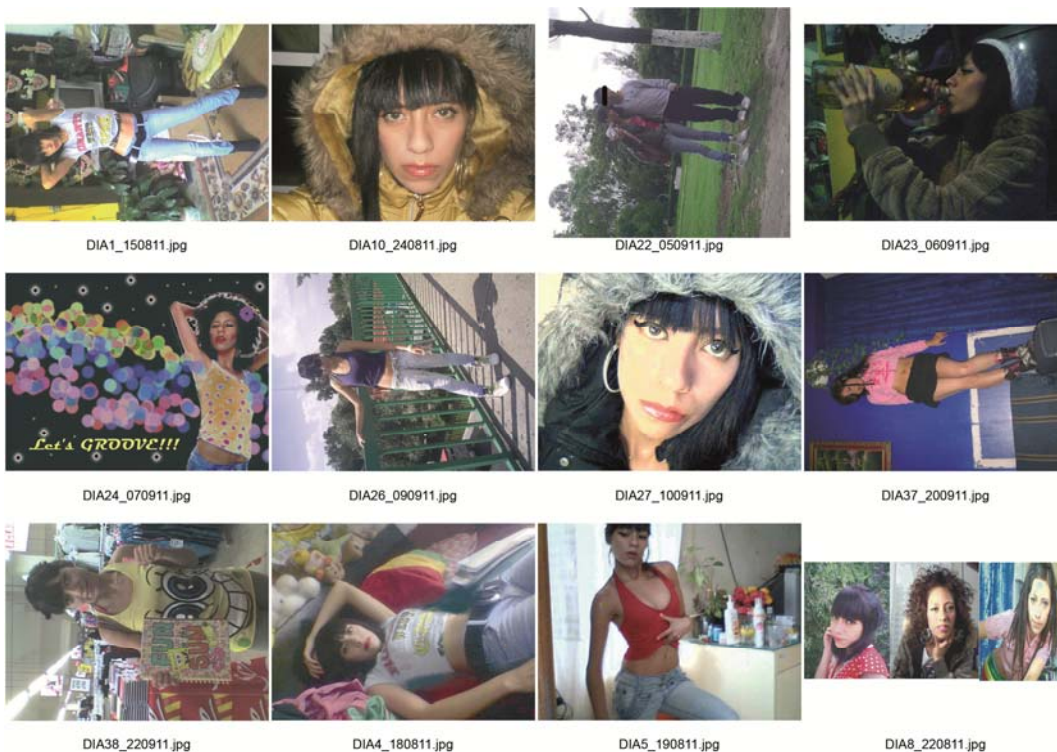
En cuanto a la presentación de nosotros mismos, incluye estrategias para la interacción, como hace referencia Urresti: “La decodificación de dichos indicios se produce, en primera instancia, a partir de la mirada y cuanto mayor sea el grado de anonimato, más importante será el papel jugado por la apariencia para iniciar una interacción o no”,¹⁷¹ pero como se planteaba en el capítulo I la interacción normalmente se da a partir de la relación cara a cara, sin embargo en las redes sociales la interacción ha cambiado mucho ya que dependerá de la información que uno muestre en la web.

Por ejemplo algunos de nuestros informantes subían fotografías de ellos mismos, puesto que por medio del autorretrato, tratan de mostrar parte de su vida y de su persona (físicamente) por medio de poses. Partiendo del modelo dramático del que habla Erving Goffman, sobre que el individuo se presenta ante los otros y como controla su impresión que los otros se forman de él, menciona que existen diversas personificaciones que asume un sujeto: “las actuaciones difieren como es natural, en el grado de cuidado expresivo que se refiere que aplique cada elemento”.¹⁷²

Por otra parte, también habla sobre estos términos de fachada e imagen que mostramos durante una relación comunicativa (cara a cara), sin embargo en los medios como el fotolog, al permitir subir imágenes y textos, se constituye una nueva presentación de sí, lo que permite que estas redes sociales permitan tengan un despliegue de indicios de uno mismo.

171 Urresti, M. (2008) *Ciberculturas juveniles*. La cruzía. Buenos Aires, Argentina. p. 132

172 Goffman, E. (1981) *La presentación de la persona en la vida cotidiana*. Editorial Amorrortu, Buenos Aires p. 64

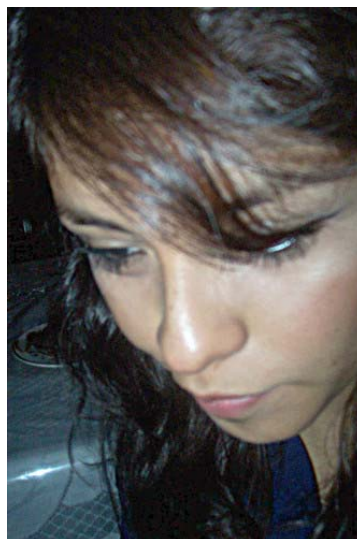


Por ejemplo, las imágenes que se presentaron anteriormente en esta hoja de contactos, son fotografías que subió la usuaria *Italy_fashion*, donde podemos observar cómo se presenta ella ante los demás a través de diferentes tipos de fotografías. Cada usuario puede crear la fachada o fachadas que le convenga dependiendo de lo que quiera aparentar en estas redes, y así poder relacionarse con otros. Los jóvenes actuales sienten, perciben, recuerdan y se expresan en y desde los entornos audiovisuales, por tanto, es lógico que utilicen contextos como el fotolog, donde la imagen es el vehículo transportador de contenidos.

Como se observa en la primera fotografía que pertenece a la usuaria *Italy*, la cual ella aparece en un primer plano tomando aparentemente a una botella de alcohol, lo cual permite que los demás usuarios tengan una idea específica de ella, y la segunda imagen es de la usuaria *nenamuacs* donde sale en un primer plano donde principalmente aparece su rostro en $\frac{3}{4}$, donde a través de su pose podemos significar que es una persona tranquila:



Italy_fashion



Nenamuacs

Podemos decir, que en estas dos fotografías presentadas las dos informantes, tratan de mostrar una “imagen” de ellas por medio del autorretrato, nos presentan parte de su apariencia así mismo como elementos que connotan cierto significado y nos contextualizan parte de su realidad social.

Durante la adolescencia y la juventud, los jóvenes intentan moldear la imagen que el otro tiene de ellos mismos, reestructurando la personalidad de cada individuo. Sin embargo, al presentarse por medio de imágenes en el fotolog, se va creando una fachada. Creando personajes virtuales a los que se les asigna una cierta identidad virtual, permitiendo la creación de personajes ficticios que pueden ser muy diferentes al sujeto real.

Por ejemplo la usuaria *Italy_fashion*, a través de sus fotografías se muestra como una joven atrevida y sensual, y esto por la forma en la que ella posa en sus fotografías, además por elementos como la ropa, accesorios, etc.:



“Dándole calor al cuerpo” de *italy_fashion*



“Reyna sin corona” de *italy_fashion*

En las fotografías observadas su fachada, considerada también como apariencia¹⁷³ y modales¹⁷⁴, se representa con elementos como la edad, sexo, su vestimenta, su aspecto, su porte, el modo en el que usa su lenguaje, expresiones, gestos, etc. con la muestra de estos elementos enseña o construye aspectos una imagen que quiere mostrar.

Como lo plantea Goffman, el papel de cualquier persona dentro de una interacción es de actuante, porque dentro de un espacio uno lleva una representación frente a un público, que es llevada mediante símbolos, ya sean corporales, gestuales, posturas, etc., y por medio de otros elementos como la ropa, accesorios, entre otros, van a permitir que la persona actúe de cierta manera, a través de la adopción de expresiones que pueden ser implícitas o explícitas.

También menciona que para realizar una actuación, el sujeto debe tener una dotación expresiva, que Goffman define como fachada, es decir “la dotación expresiva de tipo corriente empleada intencionalmente o inconscientemente por el individuo durante su actuación”,¹⁷⁵ o “parte del escenario que funciona regularmente de un modo general y prefijado, a fin de definir la situación con respecto a aquellos, que observan dicha actuación”,¹⁷⁶ es decir la fachada son los medios o aspectos que definen la apariencia de cada espacio o del lugar, y es utilizada para matizar al otro personaje que se halla muy dentro del ser.

Otro ejemplo de esto lo podemos observar en la representación del personaje con las fotografías de la usuaria *nenamuacs*:

173 Apariencia: definida como a los estímulos que funcionan en el momento de informarnos acerca del status social del actor. Ritzer, George (2002). Interaccionismo simbólico, en *Teoría sociológica moderna*. Ed. MacGraw Hill, Madrid. pp. 247-300

174 Modales: implica los estímulos que funcionan en el momento de advertirnos acerca del rol de la interacción del actuante esperará desempeñar en la situación que se avecina. Ritzer, George (2002).

175 Goffman, E. (1981) *La presentación de la persona en la vida cotidiana*. Editorial Amorrortu, Buenos Aires, pp. 275- 278

176 Op. Cit. p. 278



Sin título, *nenamuacs*



Sin título, *nenamuacs*

En estas dos fotografías, esta usuaria por medio de la pose, el atuendo, y otros elementos como la ropa, encuadres cerrados, puntos de vista en la cual está

tomada la fotografía, donde principalmente vemos la parte central de su cara, nos dan la apariencia de que ella es una persona tranquila, relajada, pensativa, etc.; y esto lo deducimos por medio de lo que ella nos muestra en su imagen, ya que esto podría ser verdadero o falso.

Siguiendo a Goffman podemos decir que los informantes utilizan la fachada personal,¹⁷⁷ la cual está conformada por elementos que trae consigo la persona y a su vez ayudan a formar una imagen de ella hacia los demás y posteriormente la parte escénica que viene siendo el lugar adecuado donde la persona “actúa”. Es decir el contexto determinará el comportamiento del sujeto, ya que depende de este, la actuación o rol que desempeñara el sujeto. Ya que en este caso en las dos fotografías podría ser el espacio donde se ubica el sujeto y donde se tomó la fotografía, que puede ser su espacio de dormitorio.

En resumen cuando se entra en un fotolog se entra a un mundo nuevo puesto que es un espacio lleno de códigos y signos, que informan sobre la propia persona, sobre sus cualidades e intereses, mostrando una perspectiva de su ser, a través de cómo los jóvenes decoran su página, el texto que escriben, etc. Los jóvenes informantes establecen nuevas relaciones con pares a través de sus flogs, la interacción y la comunicación por medio de esta herramienta otorga más margen para la elaboración de la propia imagen y el propio discurso. El fotolog permite que los jóvenes puedan seleccionar aquellos aspectos de la propia persona que quieren ser mostrados, creando la construcción de un personaje de sí mismo.

Los sujetos siempre están representando diversos personajes en este medio, actuando por el contexto en el que se encuentran, lo que no significa que los sujetos no sean lo que son, ni que el mismo entorno social nos va dando pautas tanto sociales como culturales que nos van construyendo como individuos y que a la vez construimos, pero como menciona Goffman, “a veces el individuo

177 Goffman. E. (1981) *La presentación de la persona en la vida cotidiana*. Editorial Amorrortu, Buenos Aires, p.35

actuará con un criterio totalmente calculador expresándose de determinada manera con el único fin de dar a los otros la clase de impresión que, sin duda evocar en ellos a la respuesta específica que a él le interese obtener”.¹⁷⁸

Ya que la creación de personajes vía pantalla, permite una oportunidad de autoexpresión por parte de los jóvenes usuarios, que conduce tal y como lo menciona Sherry Turkle, aquellos que se sientan más como su verdadero yo cuando se engalana con una selección de máscaras virtuales.¹⁷⁹ Lo que permite que los jóvenes puedan auto expresarse y definir el quiénes son y lo que da como consecuencia el llegar a conocerse y crear así una construcción de identidad presencial.

Otra característica importante dentro de estas interacciones en la red virtual es el anonimato. Puesto que al entrar en contacto con otro sujeto vía virtual, la personalidad del sujeto puede variar al no existir de publicación de datos una persona puede crear personajes que pueden ser verídicos o no. Algunos posteos que observé dentro de varios flogs de los informantes tenían comentarios que no podían ser leídos puesto que dentro del mundo virtual existen ciertas prevenciones que pueden ser configuradas y modificadas por los usuarios y en los fotologs aparece con etiquetas como *privado*, como se observa marcado en el siguiente flog:

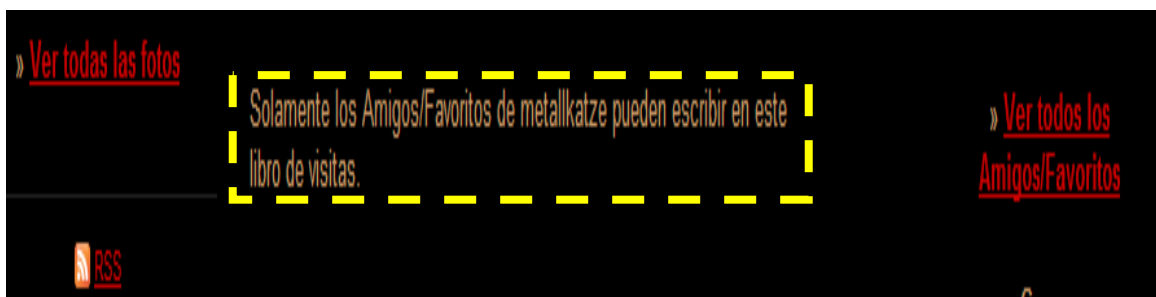
178 Op. Cit. (2001) p.18

179 Turkle, S. (1991) La vida en la pantalla: la construcción de la identidad en la era de internet. Conectados a internet. 7. *Aspectos del YO*. Barcelona, México. Paidós. p. 235



Parte del libro de visitas de la usuaria *Italy_fashion*

También la interacción puede darse selectivamente ya que los usuarios que estén suscritos a alguna red social pueden seleccionar con que sujeto interactuar dependiendo de sus actitudes e interés. Como fue el caso de la usuaria *metalkatze*, su flog está configurado y sólo ella puede decidir sobre quien le puede comentar sus fotografías como se ve en la parte subrayada:



5.5 APROPIACIÓN DE LAS HERRAMIENTAS QUE LES PROPORCIONAN LA TECNOLOGÍA EN CUANTO A LA PUBLICACIÓN DE SUS FOTOGRAFÍAS EN EL FOTOLOG

Como hemos podido observar, cada vez la práctica de publicar fotografías y textos relacionados con experiencias personales de la vida cotidiana, ha tenido un mayor auge. En lo referente a la imagen fotográfica la cultura digital ha tomado su fuerza día a día con esta mezcla de domesticidad, consumismo y ocio. Así hemos observado la creación de nuevas identidades y vínculos sociales entre los sujetos por medio de la fotografía. Ya que el uso de nuevos programas de edición, de retoque y tratamiento fotográfico, permite que los jóvenes tengan acceso a la creación de nuevas imágenes fotográficas diseñando nuevas formas y tipos de mensajes.

Edito mis fotos para darle un toque distinto, a través de
efectos de luz, o de color meterle un filtro o ponerle letras,
como frases o una firmita mía.
Gato, 21 años, GAM.

Este tipo de edición o tratamiento fotográfico y la creación de nuevas imágenes, permite crear discursos y relatos visuales, con una gran diversidad de opciones que las nuevas redes sociales ofrecen como: tipos de letras, encabezamientos, el *clipart*,¹⁸⁰ entre otros. Podemos observar como ejemplo, la siguiente imagen que forma parte de la página principal del usuario *Owerk_one*:

¹⁸⁰ El término clipart, se usa para denominar a cualquier imagen ya elaborada o predefinida, que se utiliza para ilustrar.



Por ejemplo, este es el fotolog del usuario *Owerk_one*, podemos observar que su página está diseñada a su manera: utiliza colores vivos como el rojo para resaltar el color de texto, usa el color blanco como fondo de su página, azul para enlaces y usa un solo formato de letra.

Por medio de todas las opciones técnicas que ofrece esta red social y como lo menciona Perry Lévy, la imagen se va transformando por medio de la incorporación de nuevos signos: texto con diferente tipografía, tamaño, etc.¹⁸¹

Son herramientas muy interesantes que te permiten andar creando una gran diversidad de imágenes con mensajes chidos.
Gato, 21 años, GAM.

Me gusta porque todo debe de evolucionar algún día y es mucho más práctico para la gente el tener este nuevo tipo de formas para ver una imagen
Fezz, 27 años, GAM.

Los jóvenes piensan que los nuevos espacios virtuales para subir imágenes son interesantes puesto que pueden comunicarse con otros sujetos y a su vez les

181 Lévy, P. (1999) *¿Qué es lo virtual?*, Barcelona: Paidós. p.39

posibilita mostrar con la fotografía lo que ellos ven en el momento, además pueden intercambiar imágenes.

Por lo tanto, podemos decir que las nuevas técnicas de generación y procesamiento de la imagen digital abren un nuevo camino para la imagen, que constituyen una potente herramienta para la reflexión social y cultural, y que la imagen digital no sólo permite una representación del mundo, sino también la reflexión y creación de otros mundos posibles. Mencionan los informantes:

Esta chido, porque permite comunicarte con otros y pues no sé hay veces que hasta intercambias fotos.
Italy, 18 años Iztacalco.

Son interesantes, pues si te late la fotografía pues puedes subir imágenes de todo tipo te dan la propuesta de mostrar lo que tú.
Italy, 18 años, Iztacalco.

Capturas en el momento.
**Fezz, 27 años,
GAM.**

Las técnicas digitales producen imágenes de forma criogénica: pueden despertarse, y ser reanimadas es decir “puestas al día”,¹⁸² se crean imágenes a partir de las nuevas técnicas digitales, podemos observar en las siguientes fotografías subidas por la usuaria *nenamuacs*:



182 Op. Cit. p. 64

En esta fotografía, la usuaria subió una imagen en donde se toma en un primer primerísimo plano la parte de la boca, posteriormente le añade texto de color, así como líneas e iconos de colores que aluden a corazones, por medio de algún programa de edición para fotografía logra hacer todas estas modificaciones a la imagen logrando la creación de una nueva fotografía.

Otro ejemplo son las imágenes que subía la usuaria *acidskulls*, que durante todo el tiempo de la observación se dedicó a subir imágenes de animaciones donde principalmente el personaje principal era una mujer. Este tipo de fotografías tienen un aspecto retro, donde se ven colores, líneas, iconos, diversidad de tipografías, etc., como se observan a continuación:



Por lo tanto, como menciona Jenkins, “las tecnologías digitales no implican la desaparición de las tecnologías analógicas. Ambas van a convivir de una manera específica y van a interactuar y complementarse de manera mutua”,¹⁸³ a lo que se refiere el autor es que los nuevos y los viejos medios, se interrelacionan y se complementan, a través de los procesos de convergencia tecnológica.

La fotografía digital constituye hoy en día un nuevo tipo de señal con nuevas propiedades, que pueden utilizarse para producir nuevas formas de entendimiento y de conocimiento. También podemos afirmar que las nuevas manifestaciones de la fotografía están más orientadas a dar testimonio en tiempo

183 Jenkins (2008) citado en Aparaci, R., García, Matilla, A., Fernández Baena, J., Osuna Acedo, S. (2006) *La imagen. Análisis y representación de la realidad*. Barcelona, Gedisa, p.41

real que a generar soportes para la memoria colectiva. Como reflexionaremos en el siguiente apartado.

5.6 LOS NUEVOS ALBUMES VIRTUALES: FOTOLOG

La fotografía utilizada como una práctica sociocultural, (puesto que práctica se define como la o las actividades que se realizan por los individuos dentro de la sociedad, ya sea de forma individual o colectiva)¹⁸⁴ forma parte de la memoria, tanto individual como colectiva, empezando por la familia, y ha estado siempre ligada a la vida privada dentro del entretenimiento familiar. Como lo mencionan los informantes:

Recuerdo pues desde siempre en casa en algún evento o reunión familiar pues lo clásico se toman fotos y pues no sé yo la ocupo pues para tomar fotos de mis amigos o fotos mías.
Italy, 18 años, Iztacalco.

Por mis amigos, pues había momentos en los que la cámara fotográfica no podía faltar para tomarnos momentos que vivíamos.
Gato, 21 años, GAM.

Por la escuela, porque estudie en la prepa diseño y pues ahí me empezó a gustar.
Owerk, 20 años Tlalnepantla Edo. De México.

La fotografía se considera como testigo de los rituales familiares,¹⁸⁵ porque es como se guardan recuerdos y sirve como memoria histórica por medio de los álbumes, donde se registran eventos como bautizos, bodas, cumpleaños, etc., siempre por medio de imagen impresa.

Como menciona Martin Lister: “el álbum familiar, supone una relación privilegiada con el tiempo, una idea de que la identidad se construye a través de la

184 Hebdige, D. (1979) *Subcultura*. El significado del estilo. Paidós, Barcelona. p. 125-135

185 Entendiendo por ritual como la rutina, procesos o almacenamientos colectivos que existen dentro de una sociedad, partiendo de prácticas, costumbres que se dan en la vida cotidiana.

continuidad y la memoria. Las imágenes mismas tienen estatus de iconos: imágenes con aura y halo, irremplazables y cargadas materialmente de pasado para nosotros y para la familia, que trasciende al individuo.”¹⁸⁶

A su vez, Don Slater menciona:

El álbum familiar puede existir, y se puede considerar, como objeto real (un libro con imágenes escogidas); o, de manera más amplia, como esa privilegiada selección de imágenes mediante las cuales representamos la identidad familiar a propios y extraños, que se pueden encontrar sobre la chimenea o el escritorio, en la cartera o enmarcadas en la pared. La metáfora del “álbum familiar”, no importa qué forma física tome, significa un proceso de edición de imágenes en símbolos y líneas narrativas mediante las cuales se constituye y establece la identidad familiar. Podemos reeditar el álbum familiar (suprimir las imágenes que no nos gustan, o las personas que ya no apreciamos), pero lo que se construye representa una identidad que trasciende la vida diaria (aunque sea sólo de forma temporal).¹⁸⁷

Lo que significa que crear un álbum contaba con ciertas características que permitía asignarle valores y cargas simbólicas a las fotografías, teniendo como resultado una representación de los rituales, y acontecimientos de la familia dentro de su entorno social.

Otra, por las mismas razones podemos considerar el fotolog un álbum virtual ya que permite almacenar recuerdos por medio de la imagen, pero con una característica particular: que es efímero y de que sólo habla del presente. El pasado ya no se guarda como una memoria, si no como una forma de vivir y mostrar el presente. Al preguntarles a los sujetos entrevistados que si consideraban su fotolog como un álbum virtual ellos contestaron lo siguiente:

Considero al fotolog como mi álbum virtual
porque ahí tengo parte de la muestra de todos mis trabajos.
**Owerk, 20 años, Tlalnepantla, Edo. DE
México**

186 Lister, M. (1997) *La imagen fotográfica en la cultura digital*. Paidós multimedia, p. 184.

187 Slater, D. (1995) *La fotografía doméstica y la cultura digital*. En LISTER, M. (ed.): *La imagen fotográfica en la cultura digital*. Barcelona: Paidós. p184.

Obvio que lo consideró, porque te permite publicar fotos, texto, diseñarlo como tú quieras y de cierta manera pues la gente ve tus fotos y pues las comenta cosa que en un álbum físico pues igual las ves y las criticas obvio ahí te lo dicen al momento y pues aquí es en forma de comentario.

**Italy, 18 años,
Iztacalco.**

Claro, por el simple hecho de que puedes almacenar las fotos y te da la opción de fijarte cuando fueron subidas, también por la descripción que le habías dado.

Fezz, 27 años, GAM.

Los jóvenes consideran al fotolog como su álbum virtual por todas las herramientas que les ofrece como el almacenamiento de imágenes, fechas y observar otro tipo de imágenes, etc. A su vez también por la carga simbólica de las fotografías y a su propia página diseñadas por ellos mismos.

Armando Silva en su texto *“álbum de familia”*¹⁸⁸, señala tres condiciones que determinan la existencia del álbum. En cuanto a la primera, la fotografía permite mostrar a la familia como sujeto colectivo referente. En los álbumes virtuales esta condición se ha modificado porque se presenta más el sujeto de manera individual y dándole más referencia a los personal.

La segunda dice que el archivo está presente como forma física del propio álbum a modo de sistema a partir del cual se “almacenan” y ordenan las imágenes. Dentro del fotolog los archivos no están físicamente pero están virtualmente almacenados y ordenados por fechas que pueden estar acompañados por un título o descripción. Como lo observamos en la siguiente imagen que representa el fotolog del usuario *Latos_7*, en la cual aparecen sus fotografías almacenadas por la fecha y están de lado izquierdo y en el centro

188 Silva, A. (1998). *Álbum de familia: la imagen de nosotros mismos*. Santa Fe de Bogotá: Grupo Editorial Norma. pp. 18- 20

aparece la foto actual, la imagen del presente, como se presenta en la siguiente ilustración:

The image shows a screenshot of a social media profile on Fotolog. The profile name is 'nada como soñar'. At the top, there are social media sharing options for Facebook (1 like), Twitter (0 retweets), and a plus sign for more options. The main content area features a large central photograph of a graffiti-covered wall. Below this photo is the caption 'kosme har' and a longer text block starting with 'he de aceptar que abajo habia un par que me latian un chingo pero la neta si se paso de verga me latio como se llevo todo el spot'. To the left of the main photo is a vertical list of smaller photos under the heading 'Fotos recientes', with dates ranging from 9/01/12 to 28/12/11. To the right of the main photo is a section titled 'Amigos/favoritos' showing a list of users and their profile pictures. Annotations with colored lines point to specific elements: a yellow bracket on the left points to the 'Fotos recientes' list; a green line points from the right to the central featured photo; and a yellow line points from the right to the caption 'kosme har'.

La tercera condición que menciona Armando Silva, para que un álbum sea imprescindible, es que esto lo podemos percibir de manera muy clara en el uso del fotolog, que por medio de sus herramientas nos permite almacenar nuestras fotos y por medio de ellas poder crear una narrativa visual.

En el lado derecho de la parte central se visualizan las imágenes publicadas anteriormente creando una narrativa lo cual Armando Silva con su tercera condición menciona que todo álbum debe proporcionar un discurso visual con las fotografías y esto lo percibimos de cierta manera en el fotolog. Ya que nos van contando una historia a través de la imagen, en este caso el tema principal por la temática de las imágenes es el graffiti.



Estas imágenes son parte de las que ha publicado el usuario Latos_7, nos muestra una narrativa visual sobre el tema del graffiti, sobre sus pintas que él ha realizado. Por medio de la correlación de estos tres elementos sujeto colectivo o individual, almacenamiento e intención narrativa de un álbum, permite que se narren discursos e historias.

Para cerrar este capítulo, de manera general se puede decir que los jóvenes usuarios del fotolog utilizan la imagen fotográfica para ilustrar temáticas cotidianas como: la amistad, viajes, experiencias, fiestas, etc., también para mostrar por medio de ellas registros de expresiones artísticas y culturales. Además expresan sus estados de ánimos, sus inquietudes, experiencias, sus demandas, etc., con fotografías que van representado su presente.

Durante el análisis se encontraron cuatro tipos de funciones y las más representativas fueron: propaganda o publicitaria, representaciones artísticas, informativa y autorretrato. Cada joven utiliza la fotografía dependiendo de lo que quiera expresar, mostrar y decir con ellas, por lo cual cada receptor de estas imágenes codificará su significado dependiendo de sus referencias personales.

Por otro lado, la interacción dentro del fotolog se da por medio de la propia red que tenga cada usuario. Al publicar una fotografía cada usuario tendrá sus propias interacciones con sus posteadores, por medio de mensajes, los cuales se caracterizan por ser breves, así como también por ser escritos con una ortografía creativa, incorporando ciertos elementos símbolos. Los jóvenes usuarios del

fotolog han ido creando nuevas estrategias comunicativas para poder entender y comunicarse a través de estos nuevos códigos de escritura.

En cuanto a la identidad, cuando publican una imagen los jóvenes dejan ver una parte de ellos, de lo que son y lo que les gusta, proporcionando información y creando personajes ficticios, que son inventados por los jóvenes, para ser aceptados dentro de un grupo social, ya que en este medio como el internet, la identidad no es cuestionable, ya que ahí todo sujeto esta inerte a crear cualquier tipo de identidad imaginaria, por las razones en que siendo este un medio que no excluye ni limita las cuestiones culturales. Como consecuencia los jóvenes pueden mostrar identidades “virtuales” diferente a su identidad presencial. Al publicar una fotografía pueden que puedan crear un personaje o una fachada.

Los jóvenes ocupan sus páginas como lugares de encuentro donde conviven por medio del intercambio de fotografías así como de comentarios de sus imágenes. Por otra parte con el avance de las nuevas tecnologías, ahora los nuevos albumes fotográficos se das a través de las redes sociales. Entonces el fotolog puede ser considerando como un álbum virtual, porque cumple con ciertas características que nos permite considerarlo así: 1) permite mostrar las fotografías al público, 2) el archivo no existe físicamente pero está almacenado y ordenado cronológicamente y se puede observar por medio del soporte de una pantalla de computadora y 3) construye una narrativas visuales de la vida de los usuarios.

CONCLUSIONES: Cerrando la sesión...

Para concluir esta investigación, expongo diversas reflexiones en cuanto al uso de la fotografía en las redes sociales, el caso particular de jóvenes usuarios del fotolog. Así como de las nuevas formas de relación que tienen estos jóvenes, al comunicarse y de cómo se presentan ellos ante los demás por medio de la publicación de sus fotografías. En la actualidad el uso de la fotografía tiene un gran auge entre los jóvenes y una de las razones es la mayor accesibilidad que hay por las nuevas tecnologías. Hoy en día muchos jóvenes cuentan con una cámara fotográfica, desde los dispositivos móviles hasta una cámara compacta, que les permite tomar fotografías de todo tipo y en cualquier momento, y compartirla con otros al subirla a su página.

Hoy en día Internet, es considerado como “nuevo medio o herramienta de información y comunicación”,¹⁸⁹ donde se pueden encontrar diversas formas expresivas como las imágenes y texto principalmente. Apoyándose en las nuevas redes sociales y del internet para poderse comunicar, pasando de una interacción física a una interacción mediática por alguno de los dispositivos como son las computadoras o los teléfonos celulares, que permiten estar conectados al mundo.

Tal y como lo menciona Néstor G. Canclini, a “las nuevas generaciones se les propone globalizarse como trabajadores y como consumidores”.¹⁹⁰ Las nuevas tecnologías (internet, telefonía móvil, redes sociales) al estar en transformación intervienen en los distintos ámbitos que conforman la realidad social, redefiniendo los cambios sociales, culturales y los procesos de comunicación.¹⁹¹ Es decir estas nuevas tecnologías de comunicación y de información han modificado la vida cotidiana, los tipos de interacción, así como los procesos de configuración identitarias entre los jóvenes y adolescentes.

189 Islas O. y Gutiérrez, F. (2002) Internet: el medio inteligente. *Capítulo 9 Productividad de la comunicación en la era de internet*. México: CECOSA- Grupo Patria cultural, p. 159.

190 Canclini, N. (2004) Diferentes, desiguales y desconectados. *Capítulo 8: ¿ser diferentes es desconectarse? Sobre las culturas juveniles*. Ed. Gedisa, p 168.

191 Urresti, M. (2008) *Ciberculturas juveniles*. La crujía. Buenos Aires, Argentina. p.13.

A través de los cuales los jóvenes se encuentran compartiendo e intercambiando información y datos sobre su interés, relacionándose entre sí, ya que se comunican a través de páginas como los *fotoblogs*, la cual les permite forjar una imagen sobre ellos mismos identificándose como sujetos. Además estas nuevas formas para comunicarse, ha permitido que el lenguaje, este en constante cambio por las necesidades de las nuevas tecnologías de información.

Por otra parte, en la actualidad el uso de la fotografía tiene un gran auge entre los jóvenes y una de las razones es la mayor accesibilidad que hay por las nuevas tecnologías. Hoy en día muchos jóvenes cuentan con una cámara fotográfica, desde los dispositivos móviles hasta una cámara compacta, que les permite tomar fotografías de todo tipo y en cualquier momento, compartirla con otros al subirla a su página.

Las razones por las cuales los jóvenes abren una cuenta en el fotolog son variadas, lo hacen para estar en contacto con sus amigos y conocidos (redes de convivencia), para conocer gente nueva, mostrar fotografías graciosas, intercambiar y compartir información y experiencias sobre temas de interés y gustos afines, para encontrar pareja, mostrar lo que hacen, publicitar sus bandas de música, recibir opiniones de otros, etc.¹⁹² Pero sobre todo, los jóvenes interaccionan con otros, comparten ciertos códigos y crean lenguajes nuevos.

Los jóvenes publican fotografías sobre temas de interés como experiencias de viaje, estudios, amigos, deportes, etc. Estar en un *flog* implica todo un procedimiento, cuando se sube una fotografía, los usuarios colocan direcciones de otros flogs para que pueden ser contactados o recomienden sus páginas con sus fotografías, así por medio de listas de invitados “postean” y reciben comentarios sobre la fotografía que subieron y así empiezan una relación

192 Lister, M. (1997) *La imagen fotográfica en la cultura digital*. Paidós multimedia, pp. 138-140

comunicativa a partir de comentarios cruzados, donde la fotografía se convierte en un diario de su cotidianidad.

Al realizar este procedimiento, los jóvenes se van relacionando. Sin embargo, en la vida presencial los jóvenes se relacionan frente a frente por medio del habla; ahora con la llegada de las redes sociales, las interacciones entre individuos se dan por medio de la vida “virtual”, en específico por medio de la escritura, la imagen y el audio.

El uso de este medio les permite expresarse libremente y compartir su vida a través de imágenes. La comunicación que se da por vía digital en esta comunidad virtual, permite recrear los códigos compartidos y volverlos disponibles para poder hacerlos presentes cuando se desee. Podemos encontrar tres tipos de usuarios: el propietario, el posteador y el observador, y una misma persona puede cumplir los tres roles. El propietario se refiere al titular o dueño de la página; posteador se le conoce a la persona que visita la página y que deja mensajes o posts; y por último, el observador es quien sólo mira las fotografías sin dejar ningún posteo.

Con la publicación de fotografías, van dejando ver el lado público, lo privado y hasta lo íntimo de ellos. Muchas veces las fotografías personales y textos que los mismos jóvenes publican, ponen en manifiesto grandes transformaciones y diferencias generacionales respecto a ciertas representaciones sociales.

Por otro lado, observé que los usos que le dan los jóvenes a la fotografía digital son como una forma de revivir en pantalla lo que viven a través de la cotidianidad. Por medio del lente capturan imágenes de todo lo que les rodea que comparten con el mundo virtual. A partir del intercambio de fotografías, es como los jóvenes van creando una imagen de sí mismos y a su vez van construyendo discursos y relatos.

De los cuales hablan de experiencias de viajes, estudios, trabajos, etc., y colocan direcciones de otros individuos que recomiendan visitar. Dentro de estas

redes sociales dominadas como *flogs* o *fotoblogs*, la fotografía es quien intermedia entre los usuarios.

En cuanto a los usos más comunes que observé mediante la investigación fueron los siguientes: Para mostrarse o presentarse ante los otros. Es decir, los jóvenes suben fotografías de autorretrato para presentarse o mostrarse ante los demás. Con la publicación de imágenes permiten la visibilidad de identidades idealizadas por los interlocutores. Y quienes tienen acceso a la creación de estas identidades virtuales en cualquier momento pueden ser inventores de infinidad de tipos de identidades. En sus imágenes generalmente aparecen solos, en un primer plano, y nos dejan ver sus intereses por medio de objetos, vestimenta y los espacios donde se toman las fotos.

Estas redes sociales han proporcionado la posibilidad de abrir otros mundos y establecer otras relaciones sociales, permitiendo que los usuarios tengan la posibilidad de crear identidades sin las limitaciones físicas que le supone la identidad real. A diferencia de las interacciones cara a cara, en las relaciones vía pantalla surge la posibilidad de crear una fachada, máscara o personaje a través de las imágenes que seleccionan publicar. Así construyen una imagen “elegida” para presentar a los demás usuarios mediante el proceso de comunicación; y exhiben rasgos y características que deciden mostrar ante la mirada del otro. Lo cual permite usar la fotografía como una forma de autorepresentación, pero sobre todo para crear nuevas identidades “virtuales” o identidades múltiples construidas y reconstruidas cuando el sujeto decida.

Sin embargo, hablar del término identidad virtual remite al debate entre la presencia real y lo virtual, pues al tener una interacción vía pantalla la construcción de una identidad, en la que prevalece un yo adicional compuesto más por información que como usuarios elegimos mostrar ante los demás que por proximidad de cuerpo. Mientras que en interacción cara a cara, se muestra parte

de una identidad a base de elementos como expresiones corporales, voz y otros elementos presenciales.

Otro de los usos es crear representaciones visuales. Los jóvenes utilizan la fotografía para hacer representaciones artísticas como el graffiti y el diseño gráfico. Así, muestran lo que ellos hacen y los eventos en que participan. Los jóvenes usuarios se van adaptando a estos nuevos espacios sociales y virtuales, lo que va creando tanto un consumo hacia la red social como a la herramienta de la fotografía e instaurando una nueva forma de emisión y recepción de contenidos, intercambio de mensajes y fotografías. Y como resultado distintas relaciones entre ellos.¹⁹³

Entonces, la fotografía, hoy en día se ha convertido en una práctica y en un consumo cultural central para los jóvenes. Así, la práctica de la fotografía adquiere una nueva dimensión por la presencia constante de la cámara digital como dispositivo de uso cotidiano, y ha pasado de ser un objeto casi ritual, relacionado con fechas y eventos específicos, a ser una práctica cotidiana creadora de nuevas identidades. Al apropiarse de las herramientas que se les ofrecen para ciertos fines determinados, la práctica del *flogging*.¹⁹⁴

Lo cual se ha vuelto una forma de expresión, un diario vivir a través de la imagen, mostrando sus consumos, sus inquietudes, sus formas de pensar, etcétera. Podemos afirmar que los jóvenes se apropian de estos nuevos espacios para usarlos como si fueran su propio espacio de dormitorio, pues consideran el espacio virtual como algo propio.

193 Covi, D.(2000) *Los jóvenes ante la convergencia tecnológica: ¿integración o exclusión?* Guadalajara, México. <http://ccdoc.iteso.mx/acervo/cat.aspx?cmn=browse&id=3634> Consultada el día 26 de Septiembre 2010.

192 Urresti, M. (2008) *Ciberculturas juveniles*. La crujía. Buenos Aires, Argentina. p. 128

En cuanto a la comunicación interpersonal vía pantalla, se caracteriza por estar conformada por interacciones breves, rápidas y ágiles, pues la respuesta es casi siempre inmediata, los mensajes son cortos, espontáneos, el uso del lenguaje escrito es informal, las reglas y códigos lingüísticos no son usadas de manera tradicional, si no que se van incorporando símbolos y códigos específicos, que les permite compartir significados entre sus redes de amigos. Por lo tanto, los mensajes que se intercambian dentro del proceso comunicativo virtual son creativos, efímeros y superficiales.

Por otra parte, hoy en día las industrias audiovisuales han hecho que la fotografía tome un papel importante dentro de las redes sociales, permitiendo que todo sujeto pueda utilizarla como una forma de comunicación alternativa ya que no hay un código reglamentario sobre la publicación de imágenes fotográficas en estos nuevos espacios de interacción.

También ha permitido tener un gran avance en relación con las nuevas tecnologías, lo que ha producido un mayor auge en la producción de imágenes así como en la circulación de estas mismas, ya que el fotolog permite que los usuarios participen en esta nueva evolución de la imagen, creando una mayor expansión de fotografías teniendo una eficaz, inmediatez y rapidez en cuanto al manejo de las imágenes en el mundo virtual.

A grandes rasgos las conclusiones a las que llego al realizar mi proyecto de titulación con esta investigación acerca del uso de la fotografía digital en las redes sociales, el caso de fotolog son las siguientes:

- La fotografía nos permite mostrar parte de la realidad en la que vivimos, siendo un instrumento esencial para mostrar información de quiénes somos y cómo percibimos el mundo.
- Los jóvenes se vinculan por medio de estas redes para crear, establecer y reforzar vínculos sociales.

- Los jóvenes representan por medio de la imagen fotográfica parte de su identidad y de su persona, creando diferentes personajes virtuales, que les permite auto explorarse y así poder construir o reconstruir su identidad presencial.
- Las pantallas de computadora se han convertido en la nueva forma de comunicarnos interpersonalmente.
- En cuanto a la creación de imágenes en la era digital, el tiempo y el mecanismo de crear una imagen es más fácil y rápido, puesto que ahora los usuarios no tienen que esperar a ver cómo salieron sus fotos y posteriormente anexarla a un álbum físico, sino que ahora con un click se tiene la imagen al instante.
- La publicación de fotografías en las redes sociales puede ser considerada como los nuevos álbumes virtuales, que son efímeros y hablan del presente.
- Las nuevas manifestaciones de la fotografía dentro de las redes sociales, están más orientadas a dar testimonio en tiempo real que a generar soportes para la memoria colectiva.

BIBLIOGRAFÍA

Libros consultados

- Acaso, M. (2006) *El lenguaje visual*. Paidós, Madrid. p. 15.
- Alonso, R. (2001) *Análisis de la imagen estética audiovisual*. Ediciones Laberinto. P. 189.
- Aparaci, R. Matilla G.A., Baena f. J., Acedo O. S. (2006) *La Imagen. Análisis y representación de la realidad*. Cap. 2 Imagen, comunicación y realidad. Barcelona. pp.31.
- Baldellou, V. (1984-1985) *El arte rupestre post-paleolítico en la zona del río Vero*. *Ars Prehistórica*. 3-4, pp. 111-137.
- Barthes, R. (2005) *La retórica de la imagen* en *Lo obvio y lo obtuso: imágenes, gestos y voces*. Traducción de C. Fernández Medrano, Barcelona, Paidós, pp. 29-47.
- Brunner, J. (1998) *Globalización cultura y posmodernidad*. FCE, México, p. 29.
- Bronckart. P., J. (1980). Teorías del lenguaje. *Capítulo quinto. Aproximaciones antropológicas del lenguaje*. Editorial Herder, Barcelona. p. 103.
- Canclini, N. (2004) *Diferentes, desiguales y desconectados. Capítulo 8: ¿ser diferentes es desconectarse? Sobre las culturas juveniles*. Ed. Gedisa, p 168.
- DeFleur, Margaret; Kearney, P.; Plax, T.; DeFleur Melvin (2005). *Fundamentos comunicación humana. Capítulo 5 Comunicación interpersonal*. 3ª. Edición México: Mc Graw Hill, p. 101.
- Costa, J. (1991) *La fotografía entre sumisión y subversión*. México: Trillas. P. 171.
- Dubois, P. (1986) *El acto fotográfico. De la representación a la recepción*. Paidós, Ibérica. P. 187.
- Druetta, C. María Delia, Cruz, L. María de los Ángeles y González, L. Roció. (2009) *Redes Sociales: análisis y aplicaciones*. Editorial PLAZA Y VALDES. Rustica, pp. 55-58
- Feixa, C. (1988) *De jóvenes, bandas y tribus*. Ariel, Barcelona, pp. 84-87
- Fisher, S. (1999) *Breve historia del lenguaje*. Alianza, Editorial, Madrid. p.11.
- Freud, G. (2001) *La fotografía como un documento social*. 9 Ed. Barcelona: G. Gilli. P. 207.
- Giménez, G. (2007) *Estudios sobre la cultura y las identidades sociales. Capítulo II Cultura e identidades*. ITESO, p.53.
- Giménez. G. (2004) *Diferentes, desiguales y desconectados. Capítulo 1: La cultura extraviada en sus definiciones*. España, Gedisa, p 34.
- Giménez, G. (2000). *Teoría y análisis de la Cultura*. Vol.2. México, pp. 1-5.

- Goffman, E. (2001) La representación de la persona en la vida cotidiana. *1. Actuaciones*. Ed. Amorrotu, Buenos Aires, 1ra. Ed. en 1958, p. 29
- Hammersley, M., Atkinson, P. (1994) *Etnografía. Métodos de investigación*. Editorial Paidós, 2ª edición
- Hebdige, D. (2004) *Subcultura: el significado del estilo*, Barcelona, Paidós, p. 127
- Hill, P. Y Cooper T. (1979) *Dialogo con la fotografía*. Ed. Gustavo Gilli, Barcelona. p. 6.
- Hine, C. (2004) *Etnografía virtual*. Madrid: UOC, p. 56.
- Hebdige, D. (2004) *Subcultura: el significado del estilo*, Barcelona, Paidós, p. 127
- Isla, J. (2005) *Arte de fotografía de creación*. Editorial Nerea. p. 7.
- Islas O. y Gutiérrez, F. (2002) Internet: el medio inteligente. *Capítulo 9 Productividad de la comunicación en la era de internet*. México: CECSA- Grupo Patria cultural, p. 159.
- Jenkins (2008) citado en Aparaci, R., García, Matilla, A., Fernández Baena, J., Osuna Acedo, S. (2006) *La imagen. Análisis y representación de la realidad*. Barcelona, Gedisa, p.41
- Kristeva, J. (1988) *El lenguaje ese desconocido. Introducción a la lingüística*. Editorial Fundamentos. p. 34.
- Langford, M. (2003) *Fotografía Básica*. Ediciones Omega, Barcelona p. 16.
- Lévy, P. (1999) *¿Qué es lo virtual?*, Barcelona: Paidós. p.39
- Lister, M. (1997) *La imagen fotográfica en la cultura digital*. Paidos multimedia, p. 50.
- Martínez M. (1994) *La investigación cualitativa etnográfica en educación*. México: Trillas. p 35.
- Mead, G. (1972). *Espíritu, persona y sociedad*. Barcelona: Paidós, p.90.
- Moles, A. (1991). *La imagen comunicacional funcional*. Trillas, México. p. 134
- Museum Ludwing Colonia. *La fotografía del siglo XX*. TASCHEN. p. 25
- Naranjo, J. (2006) *Fotografía, Antropología y Colonialismo*. Editorial Gustavo Gilli, Barcelona. p.17.
- Pasquali, A. (2007) *Comprender la Comunicación*. Barcelona (España): Editorial Gedisa, S.A., p. 101.
- Piscitelli, A. (2002) Ciberculturas 2.0. *Capítulo 7 Espacios virtuales y máquinas de comunicación. Del Eros textual a la telesexualidad*. Argentina, Paidós, p. 155

Rizo, M. (2009) *La comunicación interpersonal*. Colección: Cuadernos de Comunicación y Cultura. Universidad Autónoma de la Ciudad de México. N. 2 Segunda Edición. p. 100.

Reguillo, R. (2000). *Emergencias de culturas juveniles. Estrategias del desencanto*. México: Ed. Norma.

Reséndiz, P. Capítulo 8, Bancos de imágenes audiovisuales: la nueva generación de servicios de información en Internet. En Islas O y Gutiérrez, F. (2002) *Internet: el medio inteligente*. México: CECSA- Grupo Patria cultural, p. 134.

Ritzer, G. (2002). *Interaccionismo simbólico*. En Teoría sociológica moderna. Ed. MacGraw Hill, Madrid. pp. 247-300.

Silva, A. (1998) *Álbum de familia. La imagen de nosotros mismos*. Ed. NORMA, Bogotá, Colombia. p. 133.

Skidmore citado en Rizo, G. M. (2009) *La comunicación interpersonal*. Colección: Cuadernos de Comunicación y Cultura. Universidad Autónoma de la Ciudad de México. N. 2 Segunda Edición. p. 100.

Sluzki, C. (2002) La red social: frontera de la práctica sistémica. *Capítulo II La red social: proposiciones generales*. Gedisa, España, Barcelona, p.37.

Slater, D. (1995) *La fotografía doméstica y la cultura digital*. En LISTER, M. (ed.): La imagen fotográfica en la cultura digital. Barcelona: Paidós. p184.

Turkle, S. (1991) *La vida en la pantalla: la construcción de la identidad en la era de internet*. Barcelona, México. Paidós. p. 233

Urresti, M. (2008) *Ciberculturas juveniles*. La crujía. Buenos Aires, Argentina. p.13

Zunzunegi, S. (1989) *Pensar la imagen*. Madrid: Cátedra, Universidad del país Vasco. P. 260.

Tesis revisadas

Cabrera, H. (2008) *Autopersepción de las y los jóvenes en las interacciones mediadas por computadoras*. Trabajo recepcional que para obtener el grado de Licenciada en Comunicación y Cultura. Universidad Autónoma de la Ciudad de México.

Rivera, I. (2007) *El uso del internet entre los estudiantes de la licenciatura de Comunicación y Cultura del plantel Centro Histórico de la UACM*. Trabajo recepcional que para obtener el grado de Licenciada en Comunicación y Cultura. Universidad Autónoma de la Ciudad de México.

Páginas web consultadas

Buñuelos, J. (2006) *Aprendizaje y cultura de la imagen fotográfica digital*. En línea: <http://ccdoc.iteso.mx/acervo/cat.aspx?cmn=search&fulltext=FOTOGRAFIA&pos =21>. Consultada el día 22 de Septiembre 2010.

Bañuelos, J. *Sociabilización fotográfica digital: competencias y prácticas culturales en nativos digitales*. Departamento de Estudios Culturales, Tecnológico de Monterrey – Campus Ciudad de México. En línea:

<http://www.gabinetecomunicacionyeducacion.com/files/adjuntos/Socializaci%C3%B3n%20fotogr%C3%A1fica%20digital%20competencias%20y%20pr%C3%A1cticas%20culturales%20en%20nativos%20digitales.pdf>, Consultado el día 18 de Enero 2012.

Barry M., Stephen Wolff (1999) *Una breve historia de Internet*. En línea <http://www.ati.es/DOCS/internet/histint/histint1.html#origenes>, consultada el día 8 de Mayo del 2011.

Burset, S. y Sánchez L. (2009) *Adolescentes y fotoblogs: la construcción de la identidad mediante el juego*. En línea: <http://diposit.ub.edu/dspace/bitstream/2445/16604/1/581396.pdf>, Consultada el día 28 noviembre del 2011.

Capistrán, J. *Socialización fotográfica digital: competencias y prácticas culturales en nativos digitales*. En línea:

<http://www.gabinetecomunicacionyeducacion.com/files/adjuntos/Socializaci%C3%B3n%20fotogr%C3%A1fica%20digital%20competencias%20y%20pr%C3%A1cticas%20culturales%20en%20nativos%20digitales.pdf> Consultada el día 15 de Noviembre del 2011.

Capistrán, J. (2011) *Fotografía móvil, redes sociales y derechos de autor* Revista de Comunicación y nuevas tecnologías. En línea:

https://docs.google.com/viewer?a=v&q=cache:Rc7tKI00MfcJ:www.icono14.net/ocs/index.php/2csd/sociedaddigital2/paper/download/151/91+Capistr%C3%A1n,+J.+Socializaci%C3%B3n+fotogr%C3%A1fica+digital:+competencias+y+pr%C3%A1cticas+culturales+en+nativos+digitales.&hl=es&gl=mx&pid=bl&srcid=ADGEEShxDsfEOSIGkQ44qH05sXtjzwQ1XHRw40ECHcorMfNiUGjiu gosiNtRdrOpV1hjhAJviKPQEA307rcZhmZYWUZlrprFfSnOVqiTj8WnPQus2FiY45MTZh1ml wjJ4KDmB-a_m5V&sig=AHIEtbSOPfh0Zwwi11OVFxKhg3pCkKRexQ, Consultada el día 27 de Noviembre del 2011.

Corona Berkin Sarah. (2002) *Análisis cultural de la fotografía*. En línea: <http://ccdoc.iteso.mx/acervo/cat.aspx?cmn=search&fulltext=FOTOGRAFIA&pos=21>. Consultada el día 20 de Septiembre 2010.

Cortés Arce David Anselmo. *Nuevos medios y usuarios... viejos problemas*. México. 2009. En línea <http://ccdoc.iteso.mx/acervo/cat.aspx?cmn=browse&id=5659> Consultado el día 26 de Septiembre 2010.

Charles Creel, Mercedes. *Los medios de comunicación en la construcción de la cultura de los jóvenes*. Perú. 1989 en línea <http://ccdoc.iteso.mx/acervo/cat.aspx?cmn=browse&id=650> Consultada el día 26 de Septiembre del 2010.

Fotolog. ¿Quiénes somos? <http://www.fotolog.com/a/info/aboutus>, Consultada el día 8 de Mayo 2011.

Galindo, J. (1998). *Cibercultura, Ciberciudad, Cibersociedad. Hacia la construcción de mundos posibles en nuevas metáforas conceptuales*. México, Colima. <http://ccdoc.iteso.mx/acervo/cat.aspx>. Consultada el día 27 de Octubre 2010.

González Arriaga, José Antonio de J. (1979) *La fotografía como lenguaje*. México, 1979. En línea <http://quijote.biblio.iteso.mx/catia/coneicc/cat.aspx?cmn=browse&id=4329>.

G.del Valle Félix. (2002) *Dimensión documental de la fotografía*. Conferencia magistral en el Congreso Internacional sobre imágenes e investigación social celebrado en México D.F del 28 al 31 de Octubre de 2002 y organizado por el Instituto de Investigación Dr. José María Luis Mora. Documento consultado en línea: <http://www.ucm.es/info/multidoc/prof/fvalle/Confemex.htm>, el día 08 de Noviembre del 2011.

INEGI. Encuesta Nacional sobre Disponibilidad y Uso de las Tecnologías de la Información en los Hogares, 2009, consultada en <http://www.inegi.org.mx/inegi/contenidos/espanol/prensa/default.asp?c=269&e>.

Karam, Tanius. *Introducción a la semiótica de la imagen*. Diciembre, 2006. En línea http://www.potalcomunicación.com/esp/pdf/aab_lec/23.pdf. Consultada el día 22 de Septiembre 2010.

Reséndiz Rodríguez Rafael C. *Semiología de los mensajes foto-periodísticos*. México. En línea <http://ccdoc.iteso.mx/acervo/cat.aspx?cmn=browse&id=1816> consultada el día 26 de septiembre 2010.

Reguillo, Rossana. *Emergencia de culturas juveniles. Estrategias del desencanto*. Argentina. 2000. En línea <http://ccdoc.iteso.mx/acervo/cat.aspx?cmn=browse&id=3250>. Consultada el día 26 de Septiembre 2010.

Sánchez, R. (1996) *La fotografía como herramienta de trabajo para el profesional de la comunicación*. Guadalajara, México. En línea: <http://quijote.biblio.iteso.mx/dc/ver.aspx?ns=000268101> Consultada el día 23 de Septiembre 2010.

Saito, E. (2008) datos expuestos en ponencia “Día de internet”, organizado por la Asociación Mexicana de Internet (AMIPCI) realizada el 16 de Mayo del 2008 en línea <http://www.diadinternet.org.mx/temp/Erica%20SAito%20Verisign%20Dia%20de%20Internet%202008.pdf>, consultada el día 5 de mayo 2011.

Vila Pablo. *Hacia una reconstrucción de la antropología visual como metodología de investigación social*. DICIEMBRE 1987. En línea <http://ccdoc.iteso.mx/acervo/cat.aspx?cmn=search&fulltext=fotograf%c3%ada+digital&pos=51>. Consultada el día 22 de Septiembre 2010.

Zermeño Flores Ana Isabel, Aideé C. Arellano Ceballos y Vanesa Aidée Ramírez Vázquez. *El papel de las tecnologías de información y comunicación en la vida cotidiana*. Junio 2007. En línea <http://ccdoc.iteso.mx/acervo/cat.aspx?cmn=search&fulltext=fotograf%c3%ada+digital&pos=41>. Consultada el día 22 de septiembre 2010.

-----, Características de la comunicación en redes sociales. *En Sociología y Redes Sociales. Proyecto de Investigación sobre la comunicación on-line.* En línea: <http://www.sociologiayredessociales.com/2010/03/caracteristicas-de-la-comunicacion-en-redes-sociales/>, Consultada el día 7 de marzo 2011.

Revistas electrónicas

- Razón y palabra:

Area, M. (2011) *Las redes sociales en internet como espacios para la formación profesorado.* Revista Razón y Palabra, No 63. Consultada en línea: <http://www.razonypalabra.org.mx/n63/marea.html>, 5 de Mayo 2011.

Carmona, O. Compilador (2011) *Redes Sociales. Investigar las nuevas relaciones humanas.* Razón y Palabra, en línea: [http://www.razonypalabra.org.mx/Editorial/Libros/Redes Sociales.pdf](http://www.razonypalabra.org.mx/Editorial/Libros/Redes_Sociales.pdf). Consultada el día 11 de noviembre 2011.

Carmona, O. Compilador (2011) *Redes Sociales. Investigar las nuevas relaciones humanas.* Razón y Palabra, Consultada en línea: [http://www.razonypalabra.org.mx/Editorial/Libros/Redes Sociales.pdf](http://www.razonypalabra.org.mx/Editorial/Libros/Redes_Sociales.pdf). Consultada el día 11 de noviembre 2011. *Capítulo I Claves de la fotografía Digital Contemporánea: prácticas, competencias, sociabilización y tendencias* de Jacob Bañuelos. Razón y Palabra, en línea: [http://www.razonypalabra.org.mx/Editorial/Libros/Redes Sociales.pdf](http://www.razonypalabra.org.mx/Editorial/Libros/Redes_Sociales.pdf). Consultada el día 11 de noviembre 2011.

Rizo M. (2004) *El Camino Hacia la “Nueva Comunicación”. Breve Apunte Sobre las Aportaciones de la Escuela de Palo Alto.* Publicada en la Revista Razón y palabra N. 40. Consultada en <http://www.razonypalabra.org.mx/antiores/n40/mrizo.html>, el día 04 de Mayo 2011.

Trabadela, J. (2005) *Cambios en la Práctica Fotográfica como consecuencias de la digitalización en los procesos de creación de la imagen fotográfica.* Revista Razón y Palabra N. 45 Junio- Julio 2005. En línea: <http://www.razonypalabra.org.mx/antiores/n45/jtrabadela.html>, consultada el día 08 de Mayo 2011.

- Educación e innovación Multimedia:

Zamora, N. (2010) *Redes sociales.* Publicado en la Revista electrónica de Educación e Innovación Multimedia. E-innova. En línea: <http://www.ucm.es/BUCM/revcul/e-learning-innova/13/art325.pdf> consultada el día 8 de Mayo del 2011.

Revista Chilena de Antropología Visual:

Estalella, A. Ardevol, El. (2010). *Internet: instrumento de investigación y campo de estudio para la antropología visual.* Revista Chilena de Antropología Visual - número 15 - Santiago, Agosto 2010 - 1/21 pp.- ISSN 0718-876x. Rev. chil. antropol. vis. En línea: http://eardevol.files.wordpress.com/2011/01/ardevol_estalella_imp.pdf, Consultada el día 08 de Mayo 2011.

- Revista educación, comunicación y tecnología:

Cadavid, A. M. (2009) *Etnografía Virtual: exploración de una opción metodológica para la investigación en entornos virtuales de aprendizaje*. Revista Educación, Comunicación y Tecnología. Vol. 3 No. 6 | Enero – Junio de 2009 | Medellín - Colombia. Universidad Pontificiana Bolivariana. En línea: <http://eav.upb.edu.co/RevQ/ediciones/8/270/270.pdf>., consultada el día 14 de Julio del 2011.

- Observatorio para la Cibersociedad:

Marín, M. V. (2006) *Jóvenes, identidad y telefonía móvil*. Observatorio para la Cibersociedad. E-5. La mediatización de la telefonía móvil en el marco de la sociedad de la información. En línea: <http://www.cibersociedad.net/congres2006/gts/comunicacio.php?id=693>, Consultada el día 16 de abril del 2012.

ANEXOS

ANEXO1. DISEÑO DE INSTRUMENTO PARA OBSERVACIÓN PARTICIPANTE
INFORME DE OBSERVACIÓN

PARTE I

No de informante ____

I. Condiciones del sujeto

- Nombre:
- Edad:
- País o Estado de procedencia:
- Nombre de usuario:
- Pagina (link):

II. Referente a su perfil

2.1 Tipo de imagen que muestra en el perfil:



- () Fotografía de retrato
- () Foto de Objetos
- () Animación
- () Viñetas
- () Otra:

2.2 Técnica de fotografía:

B/n

Color

2.3 Formato:

Chica cuadrada

Mediana rectangular

Grande

Horizontal

Vertical

2.4 Si es retrato, tipo de plano:

Panorámica Plano general Plano medio

Plano de conjunto Plano entero o completo Primer plano

Retrato de grupo Plano americano Close up

Primer primerísimo plano

2.5 ¿La imagen contiene algún otro contenido como símbolos, letras, colores?

Si

No

2.5.1 En caso de que si contenga, ¿qué tipo de elementos contiene la fotografía?

Símbolo

Letras

Colores

II. Referente a la foto que suben al grupo

3.1 ¿El usuario pertenece a un grupo?

Si

No

3.2 En caso de si pertenecer a ¿qué temática de grupo(s) pertenece?:

- | | | |
|-----------------------------------|-----------------------------|---------------------------------|
| Animales y naturaleza () | Fútbol () | Construcción y Arquitectura () |
| | Skateboard () | |
| Mascotas () | Entretenimiento () | Hogar () |
| Naturaleza () | Humor () | Vacaciones () |
| Arte, cultura y sociedad () | Juegos () | Negocios y marcas () |
| Arte corporal () | Música () | Ordenadores y electrónica () |
| Artes digitales () | Ocio nocturno y Clubes () | Ropa y moda () |
| Dibujo y pintura () | Tv y Cines () | Accesorios () |
| Noticias, actualidad y tiempo () | Escuelas y asociaciones () | Estilos () |
| Artes fotográficas () | Gente y modos de vida () | Marcas () |
| Colores () | | |
| Técnicas () | Amigos () | Vehículos y transporte () |
| Comida y bebida () | Cuerpos () | |
| Deportes () | Emoticonos () | Choches () |
| Baloncesto () | Lugares y viajes () | Motos () |
| Deportes de motor () | Ciudades () | |

3.3 ¿Participa subiendo fotos?

Si () No ()

3.4 ¿Qué tipo de función asemeja la fotografía?

Informativa ()

Comerciales o publicitarias ()

Representaciones artísticas ()

a. En caso de que si participe

3.2.1 ¿Qué tipo de fotos sube?:

() Fotografía de retrato

() Objetos

() Animación

() Viñetas

() Representación artística

() Paisajes

() Otra _____

3.2.2 Técnica de fotografía:

() B/n

() Color

() Sepia

3.2.3 Formato

() Chica

() Mediana

() Grande

3.2.4 Tipo de plano:

() Panorámica

() Plano general

() plano medio

() Plano de conjunto

() Plano entero o completo

() primer plano

() Retrato de grupo

() Plano americano

() close up

() Primer primerísimo plano

3.2.5 La imagen contiene algún otro contenido como símbolos, letras, colores:

Si

No

3.2.5.1 En caso de que si contenga, ¿qué tipo de elementos contiene la fotografía?

Símbolo

Letras

Colores

3.2.6 ¿Qué tipo de función asemeja la fotografía?

Informativa

Autorretrato

Comerciales o publicitarias

Representaciones artísticas

PARTE II

IV. Referente a la fotografía publicada

Usuario ____

Fecha de monitoreo por día:

En esta parte va la imagen del
usuario a publicar

4.1 TÍTULO: _____

4.2 Temática de la fotografía publicada:

() Fotografía de retrato

() Objetos

() Animación

() Viñetas

() Representación artística

() Otra _____

4.2 Técnica de foto:

B/n

Color

Sepia

4.3 La imagen contiene algún otro contenido como símbolos, letras, colores:

Si

No

4.3.1 En caso de que si contenga, ¿qué tipo de elementos contiene la fotografía?

Símbolo

Letras

Colores

4.4 La imagen contiene algún efecto:

Si

No

4.5 Plano de la fotografía publicada

Panorámica Plano general Plano medio

Plano de conjunto Plano entero o completo Primer plano

Retrato de grupo Plano americano Big close up

Primer primerísimo plano

4.6 Temática de la fotografía:

Retrato Musical

Amigos Deportes

Vacaciones Paisajes

Mascota(s) Otras:

4.7 Contiene descripción de la fotografía:

NOTAS:

ANEXO 2. DISEÑO DE PAUTA PARA ENTREVISTA A PROFUNDIDAD

GUÍA DE PREGUNTAS

Buenos días/tardes/noches, soy estudiante de la Universidad Autónoma de la Ciudad de México y vengo a pedir tu apoyo para realizar la siguiente entrevista con la finalidad de realizar mi proyecto de tesis. Agradezco tu atención.

Fecha: _____

Informante No _____

Caracterización del informante:

- ¿Cómo te llamas? (si lo solicita el informante permanecerá anónimo)
- ¿Algún sobrenombre?
- ¿De dónde eres?
- ¿Qué edad tienes?
- ¿A qué te dedicas?

Sentido de pertenencia:

- ¿Qué haces en tu tiempo libre?
- ¿Con que música te sientes identificado? ¿Por qué?
- ¿Cómo te gusta vestir?
- ¿Te consideras pertenecer a algún grupo social definido? ¿A cuál?
- ¿Por qué?

Uso de la fotografía:

- ¿Te gusta la fotografía?
- ¿Cómo te empezó a gustar o interesar la fotografía (por tu familia, amigos, escuela, etc.?)
- ¿Qué tipo de fotografías te gustan? ¿Por qué?
- ¿Para ti que significa la fotografía?
- ¿Qué opinas sobre tomar una fotografía y subirla a la red?

Consumo de medios:

- ¿Qué tipo de fotografías subes al fotolog?
- ¿Por qué?
- ¿Te identificas subiendo ese tipo de imágenes?
- ¿Por qué?
- ¿Para qué o con qué propósito subes una fotografía al fotolog?
- ¿Con que fin las subes?
- ¿Con que frecuencias subes fotos al fotolog?
- ¿Cuánto tiempo le dedicas al diseño de tu página?

- ¿Por qué subes fotografías al fotolog y no a otros sitios?
- ¿Consideras el fotolog como un álbum virtual?
- ¿Por qué?
- ¿Qué piensas de los nuevos espacios virtuales para subir fotografías?
- ¿Para ti que significa tu fotolog?

En caso de que suban fotografías de sí mismos:

- ¿Te vistes para la ocasión para tomarte fotografías de ti mismo?
- ¿Tratas de imitar un estilo?
- ¿Posas cuando te tomas una fotografía?
- ¿Por qué?
- ¿Las fotografías que subes al fotolog las editas?
- ¿Para que las editas?
- ¿Qué tipo de edición le das (tratamiento fotográfico o retoque)?
- ¿Con que programa (s) las editas?

Sobre la visualización del sujeto:

- ¿Cómo vez que la gente te perciba a través de las fotografías que subes?

Relación hacia los demás:

- ¿Cómo te relacionas con los demás usuarios?
- ¿Qué actitud tomas cuando ves la foto de uno de los favoritos?
- ¿Cómo te comunicas con los demás usuarios?
- ¿Qué es lo que más posteas?
- ¿Qué sientes cuando ves lleno el espacio de tus posteos?
- ¿Tú que poseas?
- ¿Qué opinas sobre la gente que trata de imitar o crearse un personaje y/o fachada a través de sus fotografías que sube?
- ¿Tú lo haces a través de tus fotografías que subes?
- ¿Cómo percibes esto?

Sobre las nuevas tecnologías:

- ¿Qué opinas sobre las nuevas formas de crear imágenes?
- ¿Qué opinas sobre los nuevos dispositivos tecnológicos que están hoy en día para la creación de imágenes?
- ¿Qué experiencia tienes acerca de cámaras digitales o de las cámaras del celular que te permiten crear imágenes y subirlas a la red?