

UNIVERSIDAD POLITÉCNICA SALESIANA

SEDE QUITO

CARRERA:

COMUNICACIÓN SOCIAL

Trabajo de titulación previo a la obtención del título de:

LICENCIADO EN COMUNICACIÓN SOCIAL

TEMA:

ANÁLISIS DE LA ESTÉTICA CORPORAL EN LA REPRESENTACIÓN DE LAS IMÁGENES  
QUE REALIZA EL FOTÓGRAFO AMATEUR, USUARIO DE LA RED SOCIAL FACEBOOK

AUTOR:

ROBERTO ANDRÉS ECHEVERRÍA MUÑOZ

DIRECTOR:

DIEGO DAVID CÓNDOR SAMBACHE

Quito, abril de 2015

**DECLARATORIA DE RESPONSABILIDAD Y AUTORIZACIÓN DE USO  
DEL TRABAJO DE TITULACIÓN**

Yo, autorizo a la Universidad Politécnica Salesiana la publicación total o parcial de este trabajo de titulación y su reproducción sin fines de lucro.

Además, declaro que los conceptos, análisis desarrollados y las conclusiones del presente trabajo son de exclusiva responsabilidad del autor.

Roberto Andrés Echeverría Muñoz

171371703-9

Quito, abril de 2015

## **DEDICATORIA**

Este proyecto está dedicado a Miriam Muñoz Benítez, Darío Echeverría Muñoz y Sofía Acuña Pazmiño, por ser mi motor y empuje cuando las cosas parecían inalcanzables, mi cariño, amor, respeto y profundo agradecimiento está con ustedes.

A mis amigos por todo su respaldo y a mi familia materna por su cariño y apoyo incondicional, en especial a mis pequeñ@s sobrinas y sobrinos. Todas sus metas, proyectos y objetivos serán realizados y sus triunfos serán igual de grandes que sus sueños, está decretado.

## **AGRADECIMIENTO**

Agradezco a todos los profesores y profesoras de la UPS que contribuyeron con su conocimiento para mi formación académica y profesional.

A todas las personas involucradas en el desarrollo de este proyecto de investigación por su paciencia y tiempo, en especial para Diego Córdor por aceptar este trabajo bajo su tutela para ser el profesor guía en la culminación de este ciclo universitario.

## ÍNDICE

INTRODUCCIÓN .....	1
CAPÍTULO 1 .....	3
COMUNICACIÓN DIGITAL Y LAS NUEVAS FORMAS DE EXPRESIÓN CORPORAL.....	3
¿Qué es la comunicación digital?.....	7
Interactividad digital .....	11
Facebook como plataforma del nuevo "ser virtual" .....	16
1.3.1 Memoria a largo plazo.....	18
1.3.2 Memoria a corto plazo.....	18
1.3.3 Memoria declarativa.....	18
1.3.4 Memoria procedimental .....	18
1.3.5 Memoria fotográfica.....	18
1.3.6 Memoria semántica .....	18
CAPÍTULO 2 .....	22
FOTOGRAFÍA TRADICIONAL VS FOTOGRAFÍA DIGITAL .....	22
Protección contra el paso del tiempo.....	25
Comunicación con los demás .....	25
Expresar sentimientos y la realización de uno mismo .....	26
Prestigio social .....	26
Distracción o evasión .....	27

2.1	El fotógrafo amateur y su papel dominante .....	28
2.2	¿Cuál es el papel que desempeña un fotógrafo amateur en Facebook? ....	34
2.3	El fotógrafo amateur como generador de contenido .....	39
CAPÍTULO 3 .....		44
ESTRATEGIAS METODOLÓGICAS SOBRE LA APROXIMACIÓN PRESENCIAL Y VIRTUAL AL FOTÓGRAFO AMATEUR EN FACEBOOK		44
3.1	Análisis del grupo objetivo y resultados obtenidos en base al estudio de caso .....	47
3.2	Análisis de pantallas de cada usuario entrevistado .....	55
CONCLUSIONES .....		87
LISTA DE REFERENCIAS .....		91
ANEXOS.....		97

## ÍNDICE DE TABLAS

Tabla 1	Fotografía analógica y fotografía digital, diferencias .....	23
Tabla 2	Usuarios colaboradores con la investigación .....	46

## ÍNDICE DE FIGURAS

Figura 1	Primera muestra de perfil Natalia.....	58
Figura 2	Segunda muestra de perfil, fotos Natalia .....	59
Figura 3	Performance Cultura Valdivia.....	60
Figura 4	Performance Ojo de Agua.....	62
Figura 5	Foto amateur Natalia .....	64
Figura 6	Primera muestra perfil de Fabián .....	66
Figura 7	Fotos perfil de Fabián.....	67
Figura 8	Danza folclórica Xochiquetzal .....	68
Figura 9	Muestra de perfil, danzantes Xochiquetzal .....	70
Figura 10	Primera muestra de perfil Jessica.....	72
Figura 11	Fotos Jessica.....	74
Figura 12	Etiquetas Jessica, Charleston.....	76
Figura 13	Perfil de José Andrés.....	78
Figura 14	Fotografías en álbumes, José Andrés .....	80
Figura 15	Álbumes página de José Andrés.....	81
Figura 16	Fotos, segunda muestra de perfil José Andrés .....	82
Figura 17	Muestra de perfil Rock Vox .....	84
Figura 18	Mezcla de perfil, RockVox con Guns N Roses.....	85
Figura 19	Fotógrafo amateur José Andrés.....	86



## ÍNDICE DE ANEXOS

Anexo 1	Robert Cornelius, autofoto de 1839 (El Comercio, 2013) .....	97
Anexo 2	Uso de la información recibida .....	97
Anexo 3	Disposiciones especiales aplicables a los anunciantes .....	98
Anexo 4	Publicidad y contenido Facebook .....	98
Anexo 5	Compartir contenido e información .....	99
Anexo 6	Compartir el contenido.....	99
Anexo 7	Seguridad.....	100
Anexo 8	Reportar o bloquear .....	100
Anexo 9	Denunciar o bloquear una persona .....	101
Anexo 10	Búsqueda de contenidos .....	101
Anexo 11	Reportando publicaciones .....	102
Anexo 12	Preguntas acerca del reporte de publicación .....	102
Anexo 13	Spam.....	103
Anexo 14	Informe al destinatario de Spam.....	103
Anexo 15	Envío de mensajes al destinatario .....	103
Anexo 16	Enviar mensajes.....	104
Anexo 17	Verificación de envío .....	104
Anexo 18	Protección de derechos.....	105
Anexo 19	Cuestionario .....	105

Anexo 20	Descargo de responsabilidad .....	106
----------	-----------------------------------	-----

## RESUMEN

Las redes sociales y las culturas digitales son un tema de investigación cuyo interés va en aumento para los teóricos que buscan nuevas perspectivas sobre el funcionamiento de las redes virtuales desde nuevos enfoques comunicacionales que abren las puertas para nuevas formas de relacionamiento.

De esta forma el presente proyecto de investigación se enfoca en tres campos comunicacionales, específicamente en la producción de contenidos, los usos sociales de las NTICS y las formas de visualidad en la comunicación.

Para realizar este acercamiento utilizamos la red social Facebook como campo de estudio donde se maneja el espacio estético, lo que posibilita enfocarse en el análisis de las imágenes producidas por el fotógrafo denominado “amateur”, quien es un usuario activo dentro de esta red social de amigos.

Por otra parte, este proyecto de investigación se enfoca en la comunicación digital pues influyen el emisor, receptor, mensaje, código y el referente pues con esto se busca generar un debate abierto para contribuir con nuevas ideas y para preparar nuevos contenidos en esta área de conocimiento.

Es por esta razón por la cual el campo de estudio fue esta red social y los objetos de estudio fueron cuatro usuarios activos en la misma, cuya representación se enfoca principalmente en el área corporal ya que se presentan y representan acorde a distintos parámetros estéticos en base a cómo quieren ser vistos, crean un sujeto alterno mediante el manejo fotográfico de los cuerpos generando expansión de los contenidos que exponen.

## **ABSTRACT**

Social media and digital cultures are a research topic whose interest is increasing for theorists seeking for new insights into the operation of virtual networks from new communications approaches that open the doors to new ways of relating.

This research project focuses on three communication fields, specially the production of content, the social uses of “NTICS” and forms of visual communication.

To make this approach we use the social networking site “Facebook” as a field of study where the aesthetic space is handled allowing focus on the analysis of images produced by the photographer called “amateur” who is an active user within this social network.

Moreover, this research project focuses on digital communication as they affect the sender, receiver, the message, the code and the reference, this will generate an open discussion to contribute with new ideas and to develop new content in this knowledge area.

It's for this reason that the study field was Facebook and the objects of study were four active users in the same social network, whose representation focuses primarily on the body area as they are presented according to different aesthetic parameters based on what they want to be seen, creating an alternative subject by the photo management and by generating contents to be expose

## INTRODUCCIÓN

El presente proyecto de investigación tiene el objetivo de mostrar y de analizar cómo son los procesos de comunicación en una de las nuevas plataformas virtuales más populares de los últimos tiempos como lo es Facebook, el cual por su propia construcción lleva a sus usuarios a presentarse de una manera específica utilizando al cuerpo como el medio principal de expresión.

Dentro de este proceso podemos encontrar distintas variables que permiten que la comunicación sea viable, entre esos destaca el uso de interfaces y de plataformas análogas que permiten el traslado de los mensajes en tiempo real, así mismo este proceso permite la expansión del mensaje a los receptores o destinatarios pues esta red social ayuda a transmitir los códigos de una a varias personas de forma masiva.

Para esclarecer esta visión, este trabajo se enfocó a cuatro personas cuyas actividades permiten un análisis más comprensible de los usos corporales y cómo estos pueden generar distintas respuestas dependiendo del grupo al que vayan dirigidos ya que ellos/as se dedican a una actividad que los distingue del resto y buscamos ver para entender cómo estas imágenes los representan.

Por otra parte, este proyecto de investigación parte de la percepción que nosotros como usuarios tenemos de otros usuarios, con esto podremos entender como ellos se auto-reconocen. Es decir, no se trata de la interacción que cada usuario pueda generar a su grupo de amigos, se trata de la percepción que se puede obtener sobre las representaciones que un sujeto puede generar en base a las fotografías que expone. Entre otras cosas, este trabajo también indagará la construcción de los sentidos en base a la muestra fotográfica que cada persona analizada expone en el proceso de identificación y reconocimiento.

En el segundo capítulo nos enfocaremos al rol que desempeña cada fotógrafo amateur donde un pequeño análisis entre la fotografía análoga en su contraparte con la fotografía digital nos ayudará y servirá de guía para entender las ventajas que la

fotografía digital tiene y cómo esta puede utilizarse en la misma red social Facebook. Para esto veremos cómo cada locación tiene su propio simbolismo basado en la teoría de los lugares y los no-lugares, su connotación histórica y cómo cada usuario los utiliza sin saber o sin darse cuenta.

Por último, el tercer capítulo corresponde a la metodología empleada para realizar el estudio de caso y cuáles fueron las aproximaciones realizadas para obtener los resultados, así mismo veremos distintas percepciones sobre esta red social en cada usuario entrevistado y cómo ellos utilizan la misma para expresar sus pensamientos, ideologías y representaciones corporales.

## **CAPÍTULO 1**

### **COMUNICACIÓN DIGITAL Y LAS NUEVAS FORMAS DE EXPRESIÓN CORPORAL**

Desde su inicio hasta la actualidad, la comunicación se ha venido manteniendo como un área de estudios crítica y cambiante, tanto en sus aspectos teóricos como en sus procesos metodológicos, en especial por los cambios generacionales y los procesos socio-culturales en los que ha formado parte relevante.

Como todo gran proceso social, el proceso comunicacional debe pensarse como un campo dispuesto a formarse con nuevos conocimientos, dependiendo del entorno en el cual se desarrolle. Es así que la comunicación actual da un giro con referencia a los esquemas tradicionales desde los cuales era entendida.

Dado el entorno social y cultural en los cuales la comunicación se reproduce, podemos acotar diciendo que los cambios comenzaron desde los estudios que abordan un “nuevo medio” que es el Internet, y es con un nuevo enfoque que nace lo que hoy denominamos comunicación digital.

Este enfoque emerge de la necesidad social para brindar explicaciones teóricas sobre los fenómenos culturales, aquellos que se ven inmersos en las nuevas formas comunicacionales. Ello implica que, además de mantener el carácter principal de la comunicación para relacionar a las personas con sus semejantes en un espacio donde puedan intercambiar información de mutuo interés, de manera rápida, ágil, oportuna y dinámica, su estudio debe circunscribirse en las prácticas de las personas y el uso de herramientas socio-técnicas que ellas usen.

Es así que el mundo de la comunicación digital se produce desde múltiples entradas y salidas, así como accesorios y herramientas que facilitan la reciprocidad en los mensajes; esto se diferencia de los primeros modelos teóricos que mantenían una linealidad vertical entre el emisor y el receptor.

Como señala Miquel de Moragas (2005, pág 10) hay tres grandes cuestionamientos que atraviesan la problemática actual de la comunicación en este nuevo contexto, estas son:

- a. Los cambios en la noción del medio
- b. Los nuevos contextos en los que la comunicación se desarrolla
- c. Y cómo se pueden investigar estos contextos

Al tener esto presente, podemos evidenciar que en la comunicación digital tiene la necesidad de verificar y comprobar los aportes teóricos generados acerca de la web. Así, es necesario decir que cada una de estas variantes se abordará, paso a paso, a medida que se desarrolla la presente investigación.

Entonces, hasta el momento hemos delineado lo que abarca la comprensión de la comunicación digital pero, ¿cómo se entiende a la digitalización? ¿En qué contexto se analiza la comunicación en la era de la digitalización? Para responder estas interrogantes, primero debemos situarnos en un entorno específico, dicho entorno será el mundo del internet, cual se caracteriza por el uso de interfaces.

Para comenzar con el desarrollo de estas interrogantes, nos enfocamos en la “Teoría de los entornos” del autor Javier Echeverría del texto “Los señores del aire: Telépolis y el tercer entorno”, mediante el estudio realizado por (Rius Oliva, 2012, pág. 09) quien se refiere al análisis que tienen las tecnologías de la información en la sociedad y con lo cual se configura el desarrollo de un nuevo entorno social.

Para este autor, el primer entorno está constituido por el ambiente natural donde los seres humanos han podido adaptar sus necesidades básicas, comunicativas e intelectuales para evolucionar permitiendo la supervivencia de la especie, creando distintos grupos como la familia, el clan, el trabajo. Este acto de adaptación también permitió la creación de otras formas de entornos sociales los cuales constituyen el segundo entorno. (Rius Oliva; pág 09)

El segundo entorno corresponde a todo lo que no puede considerarse natural, en este punto nos referimos a lo urbano encasillado dentro de lo cultural y de lo



social, específicamente a los pueblos y a las ciudades donde viven y se desarrollan los seres humanos y los grupos que han desarrollado como la familia, escuelas, empresa, dinero, bancos, y las distintas formas de poder como el militar, político económico y religioso. (Rius Oliva; pág 11)

Ahora, podemos enfocarnos al tercer entorno planteado por Javier Echeverría y analizado por Rius Oliva en el cual se expone que este entorno es netamente artificial porque depende de las innovaciones tecnológicas que se realicen donde las interfaces juegan también un papel preponderante pues éstas van en constante aumento.

En este estudio, se destaca a siete artículos considerados como de mayor enfoque en este tercer entorno, entre ellos podemos ver que la mayoría están vinculadas estrechamente con Internet, en estos artículos se encuentran:

- a. Teléfono
- b. Radio
- c. Televisión
- d. Dinero Electrónico
- e. Redes Telemáticas
- f. La multimedia
- g. El hipertexto

Lo interesante de este nuevo medio radica en la interactividad que puede realizar un usuario dentro de un sistema o plataforma específica, es en este espacio en el que también se crean múltiples transformaciones en la manera de producir mensajes para distribuirlos por distintos canales.

Esto genera mayor importancia en el proceso comunicacional, pues se afirma que las posturas establecidas por los modelos de comunicación anteriores ya no responden a las necesidades comunicacionales en la era moderna. Ello porque gracias al funcionamiento de las interfaces cada vez se van desarrollando nuevos espacios para desplazar y difundir los contenidos.

Dicho desde otra perspectiva, como lo señala el diccionario virtual WordReference (Kellogg, 1999) una interfaz es:

- a. Un dispositivo que conecta dos aparatos o circuitos.
- b. Un dispositivo capaz de transformar las señales emitidas por un aparato en señales comprensibles por otro.

Así, una interfaz es un aparato, herramienta o sistema (dependiendo del contexto) capaz de producir algo que antes no estaba, brinda mayores facilidades a un usuario de internet para que su mensaje llegue a un número considerable de personas utilizando el menor esfuerzo, más allá de dar un clic. Es por esta razón, precisamente, que: “En la era digital todas las personas e instituciones se convierten en creadores de contenido, pues cada una produce y difunde sus propios mensajes” (Moragas, 2005, pág. 13)

Una vez situados en un entorno específico -que será el eje en el cual nos moveremos para dar respuestas, esclarecer conocimientos y generar nuevas interrogantes- podemos comenzar a tratar la generación de contenido en un nivel más profundo. Cabe anticipar que la plataforma que hemos escogido para el desarrollo de la presente investigación es la red social Facebook, pues es la red social que se mantiene en auge y ha relegado a las demás a un segundo plano.

Más adelante nos enfocaremos a un análisis directo y minucioso de esta red social, allí se tratarán temas de política, privacidad, restricciones y todos los acuerdos implícitos entre creadores de la plataforma y los usuarios. Por ahora, comenzaremos con el modo que utilizan los usuarios para expresarse en esta red social para mostrar distintas formas de contenido.

Es innegable para un usuario, la necesidad de mostrar una postura con la cual exprese su aceptación o descontento frente a algo o alguien. Al plasmar esa necesidad en una acción concreta, el usuario se convierte en un generador activo de contenido, lo cual crea distintos vínculos ya que lo comparte frente a un grupo de personas con los mismos intereses.

Dentro de una red social se dan múltiples ideas ya sean éstas sobre política, cultura, lo social, etc.; sin embargo, lo interesante de esta plataforma es cómo se manifiesta el cuerpo para generar contenido y aceptación dentro de un ámbito o grupo específico. El motivo radica en el hecho de convertirse en una herramienta para expresar una acción y difundirla a la mayor cantidad de usuarios. “Se da una mirada instrumental del uso corporal ya que la mejor interfaz es la que desaparece durante su uso” (Scolari, 2004, pág. 94)

Por esto, la utilización del cuerpo como medio de expresión virtual implica un proceso de investigación e identificación ya que así se puede establecer el modo de interactividad con el cual los usuarios reflejan una realidad específica, esto genera que un proceso comunicacional en base a la respuesta de los receptores inmersos en la red.

¿Qué es la comunicación digital?

Es innegable la necesidad de traspasar los métodos teóricos tradicionales hacia una nueva praxis que servirá de apoyo y sustento en la creación de nuevos paradigmas, acordes a este tema complejo e inusual, marcando su auge en los debates sobre lo comunicacional.

Iniciaremos el presente capítulo diciendo que la comunicación digital es fragmentada pues su área de desarrollo se divide en varios aspectos dependiendo del uso sistemático que se le esté dando.

Con lo dicho, podemos establecer que la comunicación digital parte de un proceso realizado en un entorno virtual, en el cual se transmite mensajes a múltiples personas –usuarios en tiempo real pasando por distintos canales que sirven de mediadores en este proceso. Se desarrolla desde múltiples enfoques que nacen desde las interfaces, ya que “se invita al humano a pasar al otro lado de la pantalla e interactuar en un modo sensorio motor con distintos modelos” (Levy, 2007, pág. 24)

Es decir, la virtualización es un proceso en el cual se crean y comparten nuevos espacios para que los usuarios puedan (auto) reconocerse e interrelacionarse. En este entorno se incluyen distintos códigos, tanto semióticos como de programación de software, con esto un sistema operacional puede generar distintos recursos dentro del mismo sistema.

A nivel comunicacional funciona de manera similar, pues la virtualización influye en la creación de espacios para propagar mensajes (crea canales), en el entorno virtual pueden sobresalir distintas raíces para difundir los códigos. Ahora el usuario tiene la posibilidad de dirigirse a un “universo” de personas, con esto se deja de lado una premisa anteriormente establecida como “comunicación de masas”, ahora se define mejor como “personalización de masas” (Moragas, 2005, pág. 14)

Se debe destacar el uso social de la comunicación digital para crear nuevos espacios con los cuales los usuarios son capaces de auto-gestionar nuevas oportunidades para conocer (se) y adentrarse en este coloso global.

Pero esta no es la representación total del alcance comunicacional digital, ésta es una visión de uno de los tantos ejes que este nuevo modelo conlleva. Es así que nos enfocaremos ahora en uno de los aportes expuestos por Pierre Levy en su libro “Cibercultura: La Cultura de la Sociedad Digital”.

Los nuevos sistemas digitales de información y comunicación han hecho posible nuevas modalidades de aprendizaje como e-learning o nuevos medios de participación pública en gestión administrativa o procesos políticos, incluso hay quienes apuntan a perspectivas revolucionarias de participación política democrática (Levy, 2007, pág. 19)

Con ello se pretende mostrar algunos de los alcances que ha generado la comunicación digital, desde su creación hasta la actualidad, pues ésta es una forma para globalizar la información. Por otro lado, también es un proceso de auto-reconocimiento frente a un grupo específico, con esto los mensajes y códigos

simbólicos se ven simplificados para ser multidireccionados. Así, otro motivo que rompe con la linealidad de los antiguos modelos comunicacionales, parte del mismo uso del Internet como canal global de expansión pues el objetivo es transmitir un mensaje con un alcance no definido, en términos cuantitativos, de usuarios.

Tocando este tema de forma más profunda, podemos hacer énfasis en las nuevas producciones de la cultura en la comunicación digital, pues parten de procesos apropiación y uso de las Nuevas Tecnologías de Información y la Comunicación (NTIC), con sus inmediatos avances y obsolescencias, tanto desde el entorno como desde las propias demandas comunicacionales de las personas. Así, desde la perspectiva más amplia se puede decir que:

El hardware es tan importante como el software, incluyendo la cultura tipográfica como un sistema mecánico de reproducción de textos, pues toda la infraestructura material de las herramientas de los ordenadores y artefactos electrónicos, informaciones comunicacionales digitales está mediadas por este tipo de dispositivos (Levy, 2007, pág. 8)

Lo relevante en este punto, sobre las NTIC, se basa en el hecho mediante el cual los propios usuarios pueden reinventar y resignificar los sistemas tecnológicos que ya han sido diseñados y creados. Sin embargo, ello depende mucho la conectividad de los usuarios con esta herramienta, generándose así una brecha entre los usuarios on-line y off-line.

Todo esto sabiendo que, por otra parte, en este proceso de comunicación digital “hay la tendencia a desplazar la difusión de contenidos hacia la generación de los mismos” (Moragas, 2005, pág. 11), teniendo en cuenta lo señalado, sobre el Internet y la comunicación digital como una herramienta de auto-reconocimiento, podemos dar un paso hacia la orientación de este proyecto de investigación, pues lo siguiente será enfocarse en los usuarios como generadores de contenido, desde sus prácticas cotidianas como forma de expresión por medio de sus imágenes.

Lo dicho cabe dentro de un espacio y grupo social específico. Es así que la comunicación digital marca un hito dentro de las formas de reproducción social de los mensajes ya que ahora todo es inmediato, pues “Es imposible separar al humano de su entorno material, esto incluye a los signos e imágenes a través de los cuáles da sentido a su vida” (Levy, 2007, pág. 6)

Es decir, los usuarios que ingresan al Internet adquieren la facilidad y destreza para generar contenidos propios, expresándolos desde su realidad y enfocándola hacia la otra realidad específica de usuarios que tengan la misma visión y particularidad que los une en una red de amigos.

Entonces, para esta primera parte de la investigación, podemos acotar que la comunicación digital es un proceso sistemático que parte de distintos ejes que la complementan. Su objetivo es masificar los mensajes y difundirlos a todos los usuarios activos en Internet (on-line) para obtener múltiples respuestas que motiven a una interactividad continua. También se puede concebir a la comunicación digital como el procedimiento para estructurar y divulgar distintos mensajes, dentro de un espacio específico, mediante el uso de herramientas análogas que faciliten el método de propagación de los mensajes.

Pero esta es una pequeña parte del mundo de la comunicación digital, pues ésta no se reduce a los componentes simbólicos e instrumentales que la constituyen; también influye la técnica, los espacios, los materiales y las prácticas de las personas para comprender la complejidad de la misma.

Allí es necesario salir de la consigna reduccionista que manifiesta a los procesos comunicacionales digitales sólo como el simple paso de la interacción hacia la interactividad. Con ello podemos destacar que la comunicación digital es un proceso significativo, pues hay factores decisivos que generan nuevos modos de cultura.

## Interactividad digital

La forma en que construimos un campo (inter-trans) disciplinario no depende de la realidad, sino de las preguntas y problemáticas que le planteemos (Vízer, 2003, pág. 23). Así, el descubrimiento, auge y las interrogantes planteadas a los nuevos medios de comunicación abrieron las puertas a un mundo distinto de paradojas y formas de mediación cuya base es la construcción de sentidos, donde las relaciones sociales, interacciones personales e institucionales posibilitan el traspaso de las múltiples visiones.

Es así que este particular es concebido como un nuevo fenómeno cuya complejidad aún está siendo descubierta y tratada, pues su valor no sólo se sitúa en las personas que forman parte de los procesos y los complementan como un emisor y un receptor, pues también influyen distintas características propias del entorno. Además, se involucran distintas partes en este proceso de relacionamiento, pues:

La comunicación esencialmente consiste en esa producción en común de sentidos. Su investigación y teorización no pueden limitarse a los medios (tecnológicos o no, “nuevos” o no) que los sujetos sociales usan para generar el sentido de su actividad y, necesariamente por ello, su propia identidad. (Fuentes Navarro, 2000, pág. 7)

Bajo esta premisa podemos realizar el primer acercamiento hacia una interactividad digital, es aquí donde los enfoques serán direccionados a sobrepasar los planteamientos realizados en las formas de relacionamiento en el marco de la comunicación social.

Es decir, la interactividad digital será vista como una fuente de propagación con Internet como su mayor aliado, más allá del mero uso de aparatos y sistemas análogos ya que “la internet es un medio de comunicación que permite por primera vez la comunicación de muchos a muchos en un tiempo escogido y a escala global”. (Castells, 2001, pág. 62)

Entonces, para abarcar el tema de la interactividad digital y sus formas de relacionamiento interpersonal, es necesario -además de útil- señalar que la interacción demanda un llamado a la acción simultánea ya que se debe plantear los análisis manejando los múltiples entornos que tanto el emisor como el receptor generan en sus procesos.

Con esto podemos decir que el primer aporte teórico, para entender la interacción, llega en el texto “La presentación de la persona en la vida cotidiana” (Goffman, 1997, pág. 42), él utiliza la dimensión significativa que se produce en el procedimiento de relacionamiento entre distintos sujetos para generar respuestas y acciones sobre un entorno específico.

Con esto se busca señalar el paso desde la interacción hacia la interactividad, que es en sí un proceso informativo de participación común, que funciona de manera simultánea pues el rol que desempeñan tanto el emisor (como un generador y propagador de contenido) en su trabajo conjunto como el receptor (cuya labor es recibir, codificar, criticar y reenviar el mensaje) para continuar con el carácter propio de la comunicación digital es “viralizar” los mensajes, con esto se construyen sentidos propios en la práctica de interacción digital.

Como segundo aporte, podemos evidenciar que la participación de usuarios en el entorno digital cumple un propósito determinado que responde a esquemas socio-culturales específicos. Aun así, no podemos dejar de lado las herramientas que forman parte del proceso, ya que sin ellas la comunicación e interacción digital no tendría una secuencia informacional. Esta premisa responde netamente a las necesidades del sujeto -usuario- pues él es el encargado de controlar los distintos instrumentos que facilitan el esparcimiento de acontecimientos y otorgarles relevancia e interés.

Lo expuesto anteriormente radica en el uso de una de las plataformas digitales que genera mayor interactividad. La secuencia entre usuarios y herramientas es como se constituye la red social Facebook, la cual es el objeto de análisis del presente proyecto de investigación.



Un punto importante que vale la pena destacar en este trabajo investigativo es el proceso con el cual se construyen “identidades digitales” en base a una personalidad real, pues el proceso de participación es cada vez más grande y genera nuevos enfoques interaccionales, otro punto resaltante dentro de esta parte del presente proyecto.

Como tercer punto y a manera de una breve conclusión para esta parte del trabajo, podemos indicar que la interactividad y sus métodos corresponden a múltiples planteamientos con sus respectivos sentidos. En estos se puede evidenciar como más destacados a la participación mutua entre un colectivo con similares intereses, la capacidad de brindar respuestas ágiles y oportunas por parte del usuario como un generador y mediador de contenidos, y las herramientas utilizadas para la producción y propagación de sentidos, todas dentro de un espacio que cumpla con estos requisitos, en este caso las plataformas web 2.0.

Como lo señalamos, este proyecto investigativo buscará la creación de espacios para debatir las tendencias de la comunicación virtual, su enfoque y sus variaciones en distintos contextos, los cuales servirán como base para sustentar los cimientos de esta nueva forma de difundir mensajes.

Para esto, comenzaremos diciendo que lo virtual se puede entender desde 3 sentidos específicos (Levy, 2007, pág. 33), estos son:

- a. Informático
- b. Corriente
- c. Filosófico

El sentido informático está directamente ligado al hecho de utilizar las actualizaciones digitales como medios de información, con los cuales los usuarios podrán interactuar convirtiéndose en seres digitales activos por el tiempo que la noticia o información divulgada tenga relevancia. Una vez terminada dicha transacción todos los partícipes de la misma volverán a su condición de usuarios pasivos.

Así se entra en un sentido corriente, el cual opone lo virtual en relación a lo real ya que al ser un proceso circular, este tiene lapsos donde los usuarios repiten el proceso antes mencionado. Primero se genera la noticia, se la divulga y se la “viraliza” con lo cual se obtienen múltiples reacciones, pero como indicamos en párrafos anteriores, una vez terminada la relevancia, esta actividad masiva perderá su calidad de “activa” para ser “pasiva”, hasta que el proceso se repita nuevamente con una nueva noticia que tenga igual nivel connotativo que la anterior, mientras sea más llamativa, llegará a más personas.

Por último llegamos a lo virtual visto desde un enfoque filosófico. Pues la “virtualidad existe como un acto sólo como potencia”, (Levy, 2007, pág. 33), ello manifiesta que este proceso enfoca lo virtual como potencializar lo real. Desde esta premisa vamos a utilizar el ejemplo que Pierre Levy utiliza en su texto sobre una pequeña semilla y un árbol, y de los papeles que ambos desempeñan en el este proceso de virtualización.

Él indica que virtualmente el árbol no “existe” porque no ha brotado de la pequeña semilla, pero esto no significa que no exista como tal. Físicamente el árbol no está ahí, pero virtualmente sí se encuentra allí. Es por esto que la virtualización nos permite entender la potencialidad de las cosas, los seres o los entornos; es decir de aquello que no necesariamente existen físicamente, pero que a nivel virtual ya se están construyendo y a futuro se concreta como real.

Si a esto se le suman los nuevos modos comunicarse, podemos tener toda una nueva gama de saberes o posibles teorías cuya comprobación dependerá de la misma virtualización y de si estas “brotan” al igual que el árbol que Pierre Levy utiliza como ejemplo.

Específicamente en el entorno digital, la información indudablemente consta y está alojada dentro de una interfaz pues se alberga dentro de un soporte, así cada vez que esta sea requerida podrá ser difundida a cada nodo de la red, indistintamente de cuál sea. Aquí no influye el lugar al que va la información, influye el proceso de propagación hasta llegar a un destinatario y cómo éste a su vez se convierte en un nuevo emisor.

Así mismo, esta información se someterá a distintos cambios que serán requeridos por una realidad o entorno específico, y es allí donde muchas veces la información se verá plasmada como “actualización(es)” las cuales hacen la comunicación más interactiva, dejando de ser sólo simples canales y pasando a constituirse como otro medio de comunicación.

En el mundo moderno, varias personas utilizan las actualizaciones de la información para alimentar bases de datos, lo interesante de este proceso es que muchas veces se da de forma inconsciente, pues los usuarios no necesariamente saben del sentido que le dan a esta fase mientras van generando respaldos de la información.

Como mencionamos previamente, la información está alojada dentro de una interfaz, esto funciona como soporte en caso de ser requerida, así puede ser difundida y es en este proceso en el cual este procesamiento de la información adquirió un alcance global, donde todos los interesados pueden ser partícipes y es por esta misma razón por la que las actualizaciones reciben su nombre, pues si alguien modifica (a la noticia inicial) todos los implicados en difundir la noticia notan dicho cambio, con esto replican el proceso inicial antes señalado de reciprocidad de la comunicación. “Para todos, todo” (Levy, 2007, pág. 68)

Dicho de otra forma, si alguien sube información al mundo de las interfaces, esta se mantendrá alojada en la misma y en caso de que otro usuario necesite de la misma sólo tendrá que buscarla ya sea para propagarla o para actualizarla.

Para continuar con el siguiente tema en esta investigación, nos basaremos en la definición expuesta en el “ser digital” (Negroponte, 1995) esta breve exposición de sus aportes servirán como anclaje para realizar nuestro análisis.

Para el autor el “ser digital” tiene el potencial para crear nuevos contenidos los que se originan desde la combinación de nuevas fuentes que traerán consecuencias sorprendentes pues con la aparición del ser digital también llegará la aparición de nuevos contenidos, nuevos profesionales en otras ramas, industrias y

un sinnúmero de entidades que proveerán nueva información. Así como lo menciona en su texto:

El ser digital cambiará el modelo económico de selección de noticias, hará que nuestros intereses particulares desempeñen un papel más importante e incluso que podamos tener acceso al tipo de noticias que no se llegan a imprimir porque no se consideran de interés general (Negroponte, 1995, pág. 15)

Otra característica del ser digital es que enfatiza el hecho de crecer contantemente ya que existe la posibilidad de construir múltiples enlaces que expandirán el rango de acción para desarrollar cualquier tipo de proceso informativo o para construir nuevos canales de propagación de información. (Negroponte, 1995, pág. 29)

En base a lo expuesto podemos resaltar que existe un punto delimitante en la construcción de este ser digital, el mismo se enfoca en que dicho ser puede funcionar siempre y cuando se rija a las normas establecidas para el manejo de las interfaces, plataformas y herramientas del entorno digital

Facebook como plataforma del nuevo "ser virtual"

El entorno social se reconoce y trasciende las distintas formas, ello por su apego a múltiples instancias como la cultura, la estética, la política y un sinnúmero de vocaciones que hacen de estos componentes los espacios adecuados para generar un proceso de interacción comunicacional.

Es aquí, en esta gama de elementos donde coincide la heterogeneidad de la presencia del "ser" físico y el lugar donde se realiza el proceso de configuración de saberes, donde el ser se verá envuelto en un proceso "evolutivo" mediante el cual configurará los conceptos adquiridos, para adaptarlos a los nuevos entornos conocidos como virtuales; éstos serán la base de las nuevas plataformas de interactividad comunicacional.

Con este antecedente, se puede acotar que el legado cultural se ha extendido hacia distintas áreas para mantenerse, en nuestro vivir diario, como funcionales en

diversas estructuras que son, y siempre serán, parte fundamental en el desarrollo y proceso de nuestra historia como individuos.

Es así que el presente subtema expone una remembranza comparativa del entorno físico y virtual de los espacios que las distintas generaciones utilizaban previamente, en relación a las que manejan actualmente, creando y puliendo nuestra identidad social, cultural y de auto-reconocimiento.

Es un hecho innegable que la estructura social y global se modifica y cambia apresuradamente; las raíces (cimientos) no se destruyen, éstas se forman naturalizadas cuando las comparamos entre lo anterior y lo actual, pues es una manera de mantener la historicidad de la comunicación con sus respectivos procesos como una razón de nuestra identidad, es decir, los procesos antiguos de relacionamiento, propagación y divulgación de la información.

Para comenzar con la explicación de este acápite de la presente investigación, primero hay que partir de la duda que todo ser humano tiene, esta es: ¿cómo se relacionan nuestros sentidos con la memoria y los espacios de interacción? Para esto y como un punto de partida empezaremos especificando qué es memoria, sentido y espacios. Una vez comprendidos se procederá a entender las redes sociales como plataformas o espacios para el desarrollo y la interacción de los “seres virtuales”.

Primero, la memoria es la capacidad que tiene el cerebro para guardar, almacenar, codificar, retener y recordar datos e información sobre distintas experiencias de toda índole. En otras palabras, la memoria es la capacidad para recordar los espacios en los que se ha transitado, las experiencias y actos que hemos realizado. Por este motivo podemos adquirir nuevos conocimientos y comprender los entornos en los que nos desarrollamos. Pero, ¿cómo lo antes mencionado puede vincularse con la red social Facebook y su función para ser una nueva plataforma de los llamados seres virtuales?

La respuesta parte de los distintos tipos de memoria, pues los usuarios deben tener claro qué están haciendo en la red social, con el fin de entender cómo funciona la presencia en los distintos acontecimientos en los que se están desarrollando y

adaptando. Para entender esto señalaremos, a breves rasgos, los tipos de memoria para más adelante hacer un enfoque sobre el usuario en relación a la plataforma y los tipos de memoria que éste utiliza:

1.3.1 Memoria a largo plazo: es la memoria en general, donde se guardan experiencias, imágenes, conceptos; es una base de datos donde se guarda y retiene información para hacer uso de ella en otro momento, según sea el caso.

1.3.2 Memoria a corto plazo: es la que usamos para guardar información por un lapso determinado; es información de momento que no se retiene en la memoria.

1.3.3 Memoria declarativa: almacena información sobre hechos, situaciones personales, para que sean recordados deben ser pensados conscientemente.

1.3.4 Memoria procedimental: almacena información de los procedimientos de interacción con el medio en el que viven.

1.3.5 Memoria fotográfica: la capacidad de recordar con exactitud una gran cantidad de imágenes, sonidos y objetos.

1.3.6 Memoria semántica: es capaz de generar nueva información, además retiene los significados de los conceptos sin importar que no tengan algo que ver con vivencias propias. Es como las personas entienden el significado de una nueva frase si esta utiliza palabras conocidas

La memoria nos da una aproximación más cercana de la realidad, así como la historia, la diferencia radica en que la historia puede evitar detalles pero la memoria de una persona no, es decir que la memoria de una persona se diferencia porque puede retener la información que el individuo considere deba tener primacía.

La memoria y el sentido están relacionados porque el sentido es lo que manifiesta el recuerdo, una idea o imagen. Así mismo, los recuerdos de algo también son imágenes o hechos que sucedieron en el pasado de cualquier individuo, estos se archivan en la memoria y funcionan para tener presente un proceso previamente desarrollado.

En base a esto, se puede comenzar a delinear la relación de Facebook como plataforma del ser virtual diciendo que los sentidos y la memoria influyen en qué se percibe y cómo se lo percibe en esta plataforma. Toda la información captada sobre las manifestaciones de los cuerpos se mantiene en la memoria, como un almacén de datos que regresarán cuando los “seres virtuales” se encuentren en una situación similar.

Así mismo, se puede afirmar que en el proceso comunicacional realizado por los “seres virtuales” influye la memoria, con sus distintas tipologías, en especial los tres últimos (procedimental, fotográfica y semántica). Pues, se enmarca en los procedimientos de la interacción con el medio, la interacción del individuo en la red social.

Se enmarca, también, en el almacenamiento de las imágenes y de los detalles de las mismas, pues se considera a la plataforma como una herramienta de registro y almacenamiento de diversos momentos. Y por último, en la capacidad de generar nueva información en base a los procesos previamente desarrollados.

Esta acotación parte de la misma plataforma, es decir, el objetivo primario de la misma, ya que la plataforma de la red social Facebook fue creada para mantener vigentes múltiples imágenes, y si a esto se le suman los recuerdos almacenados por la memoria se generarán múltiples manifestaciones de significados.

Por otra parte, en el mundo virtual, al igual que en la memoria, no se omiten detalles; en el entorno virtual pues queda un registro permanente, en especial en Facebook porque esta plataforma fue creada con ese objetivo: mantener el sentido específico de los diversos momentos en un lugar determinado.

Por ello, para entender la plataforma y el sentido que se generan en los espacios virtuales hay que analizar qué sentidos se están estableciendo, es decir, aquí se habla de dos tipos de sentidos: el físico que radica en la abstracción del entorno (virtual) mediante su uso visual y, por otro lado, el cognitivo.

Otro sentido es el resultado de esa abstracción, es decir el sentido adquirido, el grado de conciencia que cambia por diversos factores como las experiencias, circunstancias y avances a lo largo del proceso. Mientras más se perciba, más se expande la conciencia, todo en función de lo que se esté realizando y en la interpretación de la actividad realizada en la red social Facebook.

En el entorno virtual cada espacio representa una memoria y ésta conlleva a un sentido, por ello en cada lugar en donde se adquieran distintas experiencias también se expresarán sentidos adquiridos, así se mantendrá la esencia propia del ser (no hay que olvidar que en el entorno virtual todo tipo de información consta como el ejemplo del árbol en el subtema anterior).

Dicho de otra forma, la memoria es la esencia propia del ser virtual y así los espacios se constituirían en los lugares donde se desarrollan las experiencias, en este caso específicamente la red social Facebook; el sentido es la forma de mantener esa historia y hacer que ésta trascienda, en base a la exposición de imágenes detalladas dentro de un momento y lugar específicos.

Por último, podemos cerrar este subtema utilizando uno de los aportes expuestos en el escrito “El Proyecto Facebook y la pos universidad. Sistemas operativos sociales y entornos abiertos de aprendizaje: Comprender las redes sociales como ambientes mediáticos”. Allí se argumenta que:

Como ambientes mediáticos, las redes sociales en principio fueron destinadas a actividades de entretenimiento y socialización, y posibilitaban a cualquier persona encontrar contenidos de su interés (grupos afines, citas, socialización virtual). Sin embargo, posteriores remediaciones les permitieron comenzar a cumplir útiles funciones de vinculación y enlace social, situación propicia para el desarrollo de redes sociales (Islas & Arribas Urrutia, 2010, pág. 147)



Por esto podemos concluir este capítulo señalando que Facebook, como tal, presenta en su plataforma todas las herramientas para el desenvolvimiento de cada uno de los usuarios. Una vez que éste forma parte de la red social se adentra en un mundo de auto-exposición frente al mundo donde la memoria y el sentido están implícitos y son utilizados en todo proceso de relacionamiento social y reconocimiento.

## **CAPÍTULO 2**

### **FOTOGRAFÍA TRADICIONAL VS FOTOGRAFÍA DIGITAL**

Con el avance de la sociedad se puede notar un increíble paso y adelanto en la forma de plasmar distintos momentos, todos varían desde los lugares hasta los significados que conlleva, pasando por brechas temporales que hacen de este particular una herramienta útil y precisa para mantener la memoria intacta.

Específicamente nos referimos a la fotografía, a esta se la puede definir como la acción para representar algo o alguien en un momento y lugar determinado llevada a cabo por un dispositivo o herramienta. Lo interesante de esta herramienta son los múltiples beneficios que presenta, es por esto que en este capítulo nos enfocaremos directamente a la fotografía digital, sus usos y, más importante, en las facilidades que brinda en el proceso de reconocimiento del ser virtual.

Para lograr este objetivo partiremos de los usuarios que forman parte dentro de este proceso, es decir, los fotógrafos que se adhieren en los procesos comunicacionales cada vez que plasman alguna representación personal o global de una realidad específica.

El enfoque está dado por el análisis de las diferencias que se presentan de la fotografía tradicional en contraparte a la digital. Para esto tendremos presente sus similitudes destacando su objetivo primario, éste radica en representar la realidad en base a la técnica de la imagen con la que se expresará algo, en el caso particular de esta investigación, se expresará en distintas personas que realizan una actividad corporal específica, la cual veremos más adelante.

Por último dentro de esta acotación sobre el objeto de la fotografía digital, podemos indicar que el procedimiento para que una fotografía sea constituida como tal es “similar en ambos casos pues el proceso parte de una superficie que vuelve sensible a la luz que proviene de un agente externo, esta atraviesa a un lente para concentrarse en una superficie plana” (Marín Amatller, 2010, pág. 3)

Para mostrar las diferencias entre ambos componentes nos enfocaremos, directamente en los elementos que lo constituye, pues con esto pondremos en evidencia los múltiples cambios de los que la fotografía ha sido partícipe. A continuación detallaremos las diferencias más relevantes en el siguiente cuadro.

Tabla 1 Fotografía analógica y fotografía digital

CATEGORÍA	FOTOGRAFÍA ANALÓGICA	FOTOGRAFÍA DIGITAL
SOPORTE	Se utilizaba un rollo negativo para mantener el registro de la imagen captada	Las imágenes son captadas y almacenadas dentro de una tarjeta de memoria extraíble o en un disco duro propio de la cámara
REPRESENTACIÓN	La imagen se constituye como el reflejo de una realidad captada en un momento específico.	La imagen en primera instancia no podía ser moldeada, en su carácter digital puede ser adaptada a distintas realidades
IMAGEN	Era necesario contar con una película fotográfica convencional	Es necesario contar con un sensor electrónico
HARDWARE	El lente óptico concentra la imagen sobre el negativo directamente	La producción de la imagen se realiza sobre el sensor.
TIEMPO	El relevado de las imágenes era extenso y tomaba un tiempo considerable	El proceso es instantáneo
ILUMINACIÓN	Es necesario tener luz adecuada para lograr una fotografía	Se puede trabajar con menor cantidad de luz dependiendo de la cámara.
LUGAR	Se desarrollaban las fotografías en lugares previamente establecidos para obtener una mejor visión de los cuerpos y del ambiente expuesto	Se puede realizar en cualquier lugar, no se rige a espacios específicos.

Elaborado por: Roberto Echeverría

En base a lo señalado previamente, podemos evidenciar que los avances tecnológicos juegan un papel no sólo fundamental en los procesos fotográficos, éstos ahora son soportes en los procesos comunicacionales, además de informáticos.

Un ejemplo claro de esto son las obras de Joan Fontcuberta, él es un fotógrafo español que logró encontrar un punto medio entre la fotografía tradicional con la digital para hacer un análisis crítico de la realidad en la que vivimos y cómo navegar en Internet ejerce un papel significativo en nuestras vidas actualmente.

Para detallar esta premisa nos enfocaremos en su trabajo llamado “Googlegramas” (Fontcuberta, Googlegramas) pues este trabajo específicamente corresponde a la unión de dos universos distintos para lograr un resultado único. Para esto se junta el buscador de google y un mosaico, el trabajo consiste en buscar imágenes en Internet para recombinarlas con un programa freeware de una foto mosaico.

Al unir todo se obtiene como resultado un mosaico con miles de fotos que circulan en la web, es decir, el mosaico se compone con miles de pequeñas fotografías. Si hacemos énfasis en los aportes de Pierre Bourdieu en relación al uso fotográfico digital plasmado dentro de una red social, podemos evidenciar un lazo que forma parte de las restricciones sociales que implican desenvolverse dentro de este entorno.

Es así que los discursos fotográficos se ven ampliados gracias a su uso digital, pues su rango de acción e implementación ya no está enfocado sólo al sujeto, ahora se enfoca en su contraparte, es decir el entorno, tomando relevancia su proceso de registro como una forma de creación. Dicho de otra forma, Pierre Bordieu señala en su texto “Un Arte Medio” que:

Las fotografías cumplen con cinco funciones específicas, si a esto le sumamos la implementación de un campo digital dónde expresarlas podemos evidenciar una gran compenetración entre sus aportes y su uso en la actualidad. (Bordieu, 2003, pág. 180)

Él afirma que esos cinco campos corresponden a: “protección contra el paso del tiempo, comunicación con los demás, expresar sentimientos y la realización de uno mismo, prestigio social y distracción o evasión” (Korstanje, 2008, pág. 180). Esta afirmación parecería ser la descripción de las características de la red social Facebook, si la avizoramos como una forma actualización de una foto blog. Por ello, se procederá a revisar cada una de estas múltiples funciones de cada campo en relación a los usos que se le da a Facebook, es decir en relación a la fotografía y el uso del usuario.

#### Protección contra el paso del tiempo

Uno de los beneficios que trae una red social, más allá de conocer nuevas personas y compartir con las que ya conoces, es el de mostrar una parte de tu ambiente, para esto la plataforma Facebook nos brinda la facilidad de subir archivos como fotografías o videos con el fin de congelar el momento.

En otras palabras, almacenamos un hecho, ya sea de memoria o de conexión para que este perdure y esté al alcance de todos quienes conforman una comunidad específica, dentro de un entorno socio-cultural, con esto se protege a la fotografía frente al avance del tiempo, pues esta no se dañará.

Este es el motivo por el que todos los usuarios activos aún mantienen a las redes sociales de amigos como una de las prioridades al momento de almacenar un recuerdo, más aún si desea compartirlo en un momento determinado.

#### Comunicación con los demás

Plasmar un momento en una fotografía no sólo cumple el objetivo de guardar un momento para que este perdure en el tiempo, también conlleva implicaciones sociales con otras personas que comparten una visión similar de un entorno o acción determinada y será éste el nexo que los una.

Si tomamos en cuenta a Facebook como plataforma, podemos evidenciar que por un lado es una herramienta de socialización masiva donde cada usuario mantiene una perspectiva basada en las imágenes que son socializadas y que

generan distintas respuestas, con lo cual los procesos comunicacionales se incrementan entre usuarios.

#### Expresar sentimientos y la realización de uno mismo

Las fotografías exponen al cuerpo, una postura de él o una acción que se esté realizando o se haya realizado, pues los acontecimientos captados fotográficamente son hechos o momentos que se quiere guardar, indistinto de la emoción que esto conlleve, el hecho fundamental es recordar el suceso acontecido.

Pero ¿cómo se puede realizar esta acción? Esto se puede lograr delimitando los espacios donde se rompe la temporalidad. Por ejemplo, si un usuario crea un álbum de fotos, él de manera indirecta está guardando un recuerdo pasado que volverá en el presente y será recordado en el futuro.

Al ver la imagen, no sólo se recordará el momento exacto en el que sucedió, también se recordará todas las piezas que conformaron el momento y lo hicieron especial para que sea atesorado en la eternidad de una plataforma alojada dentro del Ciberespacio.

#### Prestigio social

Las fotografías se orientan también al rol que cumple el individuo, para esto nos enfocaremos más adelante en lo que llamaremos fotos memoria y fotos conexión. Éstas no siempre son informales, también pueden darse desde la perspectiva directa del Ser cumpliendo su labor por la cual es reconocido dentro de la sociedad, es decir, cumpliendo un papel específico.

Al plasmar esta realidad, el usuario busca obtener prestigio, pues en varios casos este muestra un aspecto de orgullo de las funciones que realiza, con las cuales será reconocido como un generador de acciones o ideas, todas motivadas por las necesidades que genera el ser aceptado por una comunidad de individuos en base a sus normas sociales.

## Distracción o evasión

De los campos previamente mencionados, éste es quizás el que mejor describe a Facebook ya que todos quienes forman esta red social ingresaron en un principio a manera de distracción de sus rutinas habituales, así mismo es una forma recurrente de evadir la realidad utilizando las múltiples aplicaciones o informándose con el popular “Newsfeed” propio de la herramienta virtual.

Por los modismos que genera la plataforma Facebook, esta atrae y motiva a sus usuarios a indagar sobre su funcionamiento, con esto ya se engancha a los interesados y al ser un instrumento masivo, este genera múltiples procesos de comunicación dirigidos a varias personas (muchos a muchos) haciendo más llamativo el proceso de relacionamiento, por esto este campo, ya señalado por Pierre Bordieu, es el más adaptado al relacionamiento virtual en esta red social.

De esta manera podemos ver cómo la fotografía tradicional y la digital influyen en los procesos comunicacionales, mostrando por qué no se podría realizar una comunicación digital con fotografías analógicas, pues sus propias características no permitirían este relacionamiento inmediato entre usuarios, y esta es una de las principales características de la nueva forma de hacer comunicación.

Para entender un poco mejor estos conceptos nos enfocaremos en el texto de Joan Fontcuberta “La cámara de Pandora: La fotografía después de la fotografía” (Fontcuberta, 2013) pues en este, el autor plantea otra manera de ver a la fotografía en esta generación y cómo esta ha cambiado en sus significados, desde la preparación previa a la fotografía en su uso analógico hasta el acto de tomar fotografías digitalmente.

Dicho en otras palabras, en la etapa analógica de la fotografía existía un proceso en el cual se preparaba la cámara, el rollo para plasmar ocasiones especiales que en realidad tuvieran un significado importante para dejar un recuerdo que perdure y que mantenga el simbolismo como algo único y especial.

Con la fotografía digital existe un interés masivo por plasmar la realidad en cada oportunidad para generar memorias. Esto le quitó significado al proceso, pues ahora todo es fotografiable principalmente porque el objetivo principal es transmitir esas imágenes en canales de información propios de esta época, por ejemplo las redes sociales (Facebook específicamente).

Continuando con este proyecto podemos acotar que esta investigación se enfocará en las funciones establecidas dentro de este canal de comunicación pero ¿cuáles son las consecuencias de acceder a una red social tan grande como lo es Facebook?

Por otro lado, ¿cómo un usuario puede estar seguro de la veracidad de la información que encuentra en el Newsfeed de la red social? Pues como lo indicamos previamente, si hay beneficios también debe haber aspectos adversos y estas son las que abordaremos a continuación en base a un análisis de las políticas y condiciones que cada usuario debe aceptar para ser parte de Facebook.

## 2.1 El fotógrafo amateur y su papel dominante

Comencemos diciendo que el fotógrafo amateur participa activamente en los nuevos procesos comunicacionales, como parte de la red social Facebook ya que esta será la plataforma que usará para exponer sus obras, con las cuales construirá una visión del cuerpo.

El cuerpo es la expresión del ser, por esta misma razón el fotógrafo amateur tiene múltiples formas de expresarse en Facebook. Dentro de este contexto se desarrollan los procesos que comunican contenidos variados, pues el fotógrafo a pesar de ser un usuario común de esta plataforma, sigue cumpliendo un rol determinante, mismo que le da un carácter de generador de contenidos digitales, todo en base a sus prácticas de expresión y auto-representación. Cabe destacar a la fotografía como un aspecto ineludible de la red social Facebook, lo llamativo de este proceso comunicacional es la forma en la que se redefine la fotografía para adaptarla dentro del mundo digital y para analizarla como un objeto de estudio.



Para lograr esta redefinición se partirá de un análisis de las fotos memoria y las fotos conexión, pues estos son los ejes con los cuales el usuario de Facebook realiza sus procesos de auto-representación.

En el análisis es necesario, además de útil, recalcar el afán de cada usuario o, en su defecto, de la gran mayoría por plasmar los momentos y hacer conocer al mundo de usuarios que forma parte de una red específica, qué es lo que se está haciendo, dónde se lo está haciendo y muchas veces con quien.

Para tal análisis, primeramente comencemos hablando de las fotos memoria, estas son las fotografías tomadas por el fotógrafo amateur para capturar un momento con trascendencia histórica, social o personal. Para ser más específicos podemos situarnos en una fotografía del centro de Quito, ésta mantiene su estructura histórica porque mantiene viva la memoria de los acontecimientos que sucedieron allí. Si el centro de Quito fuese destruido dicha fotografía mantendría la memoria, ello significa que tiene trascendencia en varios aspectos.

Todas las personas tienen una vida cotidiana que se enmarca un contexto, el cual a su vez está inmerso dentro de otro mucho más amplio, uno histórico, por esto nuestra vida cotidiana no afecta al contexto mayor (histórico, cultural, etc.) al menos hasta que un suceso marque el contexto habitual y llegue a ser uno histórico.

Por esto, una foto conexión si podría llegar a ser una foto memoria, siempre y cuando se rompa con su carácter establecido y si el lugar donde fue tomada la fotografía llegue a tener algún tipo de trascendencia histórica, caso contrario ésta no pasa de ser una foto personal de un usuario de Facebook, hecho que no conlleva a una relevancia que afecte a el proceso comunicacional de las fotografías memoria.

Otro ejemplo de fotos memoria son las casas antiguas que todavía se mantienen en el centro de Quito, esto ocurre porque la cultura mantiene una relación estrecha con añoranza hacia el pasado; por esto se mantienen, se cuidan y se regeneran estos espacios, para mantener viva la imagen original del pasado. Es

aquí donde las fotos memoria toman su papel fundamental, recrean estos momentos rompiendo con los esquemas.

Es decir, las fotos memoria mantienen la evocación original de los espacios que se les asigna sentido, porque una forma de mantener la historia es mantener la cultura y todos los sentimientos que estos conllevan.

Por esto, la fotografía memoria de un lugar, cuya importancia socio-histórica es de gran magnitud no sólo porque sitúa al usuario en un lugar de trascendencia sino también porque el usuario tiene la oportunidad de formar parte de la misma, hace que se plasme su huella en un lugar cargado de connotaciones.

Así podemos encontrar un sinnúmero de lugares que sirven, de hecho, para realizar fotos memoria. Con esta gama de elementos podemos ver como a lo largo de la historia se siguen manteniendo espacios que, por medio de sentidos, se mantienen activos de la red Facebook.

Si a esto le sumamos el afán de plasmar cada momento en una fotografía que perdure, como un recuerdo invaluable, podemos obtener un proceso comunicacional que generará diversidad en los mensajes que se emitan por un conglomerado específico, cuyos intereses sean similares y con los cuales se generarán una infinidad de respuestas.

Aquí mismo juegan un papel fundamental los sentido con los cuales estos mismos usuarios hacen que su identidad se mantenga y perdure, como una forma de extensión de sus manifestaciones culturales, pero esta vez en el entorno digital dentro del ciberespacio. Por lo tanto, hacen que se mantenga la historia como tal, debido a ello cabe recalcar la preeminencia de las fotos memoria.

Por otro lado, y en su contraparte, tenemos a las llamadas fotos conexión. Estas son imágenes realizadas por el fotógrafo amateur para capturar momentos sin ninguna relevancia social, es decir lo contrario de las fotos memoria, con la diferencia que en las fotos conexión se genera la utilidad de crear situaciones de comunicación dentro de la red social Facebook.

Para realizar un análisis más profundo de las fotos conexión nos basaremos en las llamadas fotos “Selfie”. En la actualidad esta palabra está reconocida dentro de los diccionarios de habla anglosajona a pesar de ser una variación de “self”, cuyo significado es: una persona natural cuyas cualidades lo hacen única e individual.

Sin embargo, también hay quienes indican que las fotos selfies no son recientes. La palabra Selfie ahora es reconocida dentro de la lengua inglesa ya que ésta se enfoca hacia los nuevos conceptos que conllevan las nuevas tecnologías, pero éstas no son un invento reciente ni del siglo anterior.

Esta tendencia tampoco es una consecuencia de las redes sociales o el auge de las fotografías tomadas con los Smartphone, pues como se señala en el diario “El Comercio” en su artículo publicado el miércoles 27 de noviembre de 2013

Las autofotos parecen ser un recurso muy utilizado en los comienzos de la fotografía, allá por mediados del siglo XIX. Así se advierte en lo que parece ser la primer Selfie de la historia. La imagen corresponde a un entusiasta de la fotografía llamado Robert Cornelius, cuya familia tenía un local de fotografía en Filadelfia, EE.UU., donde tomó la primer autofoto, en 1839. En aquella época, el tiempo de captura de las imágenes tomaba algunos minutos, lo que le permitió al joven Robert activar el mecanismo y después posar frente al lente sin ayuda.

Teniendo esto presente, podemos decir que las fotografías “Selfie” son las aquellas que han sido tomadas por uno mismo, por lo general con un Smartphone o una webcam, con la finalidad de subirlas posteriormente a un sitio web de redes sociales.

Con esto claro, comenzaremos este análisis de las fotografías conexión tomando como un ejemplo perfecto a las fotografías Selfie, pues éstas son herramientas que permiten a los usuarios mostrarse al mundo de una forma diversa. No necesariamente muestran cómo son ellos, ya que una de las

propiedades de estas fotografías es mostrar una estructura corporal acoplada a la necesidad de expresión del usuario.

Es decir, el usuario se muestra como quiere verse, esto es claramente una forma de auto-reconocimiento que servirá de anclaje para lograr una aceptación continua, dependiendo del bagaje fotográfico que represente y comparta ya sea de forma discontinua o habitual.

Siendo así, las redes sociales como Facebook han generado un impacto progresivo en las plataformas virtuales, tanto así que ahora la imagen Selfie o de auto-retrato se ha homogeneizado, pues a medida que el conglomerado aumenta, la cantidad de usuarios que buscan un lugar dentro de un espacio virtual determinado también crece, cayendo en esta práctica.

Dentro de este proceso de fotografías conexión hay quienes plantean a las fotos Selfie como una forma narcisista de mostrarse frente a una realidad inexistente, es decir crean su propia realidad. Hay quienes piensan que esta es una forma de buscar consuelo de personas ajenas al entorno habitual, esto se ve reflejado en la mayor cantidad de comentarios positivos así como de “likes”, aun así, ya no es nada extraño encontrar fotografías de esta índole.

Nos basamos en las evaluaciones, juicios y percepciones de otros de nuestro entorno virtual para desarrollar nuestro sentido del “Yo”, principalmente porque Facebook nos brinda la facilidad de controlar qué imágenes pueden ser visibles sólo para nosotros y cuáles imágenes sí pueden ser vistas y compartidas al público en general.

Pero, ¿qué sucede cuando se ocultan los aspectos considerados negativos de la identidad y sólo se revela la imagen de un “Yo” idealizado a los demás? La respuesta sugiere que esto traerá una falta de conexión entre el “Yo-online” frente a su contraparte, el “Yo-presencial”, es decir, su identidad construida a lo largo del tiempo. Muchas veces se piensa que el ser virtual expresa algo específico, instantáneo, lo cual es entendido como un ser superficial que no radica en la realidad física, sólo en la virtual.

Es en este caso donde el entorno jugará un papel determinante, pues si la foto Selfie no expresa algo en su medida corporal, esta puede lograr una representación simbólica dependiendo del lugar en la que se haya realizado, cuyo caso ya no sería una foto conexión, pasaría a ser una foto memoria por lo antes mencionado.

Con lo dicho en este inicio del segundo capítulo de la presente investigación podemos ver el dominio que tiene y genera el fotógrafo amateur, así mismo establecimos cuáles son las vertientes por las cuales éste se desenvuelve, las mismas que utilizaremos a lo largo de esta investigación.

Entonces, para entender de mejor manera al fotógrafo amateur es necesario distinguirlo del resto de fotógrafos, en base a sus características propias, además de las labores que ejecuta para ser enmarcado dentro de esta categoría.

El fotógrafo amateur es una persona que de forma ineludible debe conocer sobre el uso y manejo de la tecnología, pues esta es su herramienta. En este campo realizará sus acciones para plasmar panoramas que expresarán la visión de un entorno o una realidad, además tiene que conocer sobre las actualizaciones continuas del mundo digital.

Así mismo, el fotógrafo amateur renueva las múltiples formas para registrar la realidad, en este aspecto se incluye la forma de acceder a la fotografía virtual, en este caso concreto en la red social Facebook, haciendo que esta plataforma funcione como un sistema de difusión masivo.

En este punto también resalta el manejo de textos para describir cada fotografía y el uso simbólico que cada imagen maneja en base a lo que se quiere plasmar pues se llega a entornos que no estaban contemplados previamente en la fotografía tradicional.

La ventaja que el amateur posee en su diario vivir es única en este aspecto, pero también riesgosa pues la mejor manera de ampliar el rango de difusión es incluyéndolo en una plataforma que maneja múltiples restricciones, entonces los

derechos de autor y registros de autoridad quedan relegados a un plano casi invisible y es aquí donde entraremos a realizar un análisis más minucioso en base al papel que desempeña el fotógrafo amateur.

## 2.2 ¿Cuál es el papel que desempeña un fotógrafo amateur en Facebook?

Como lo indicamos recientemente, el formar parte de una red social tan grande como lo es Facebook conlleva a implicaciones que todos, o la gran mayoría de usuarios, acepta sin una previa revisión a fondo sobre el uso y manejo de esta plataforma social, nos referimos al uso de los términos y condiciones.

Este parecería ser un tema sin relevancia, pero en realidad es todo lo contrario, pues muchos usuarios se manejan en esta plataforma por una praxis diaria, pero no conocen las normas que la rigen.

Comencemos desde lo más básico de esta red social, es decir desde cuando un usuario decide ser parte: proporcionar datos básicos como su nombre, su edad, su sexo y sus intereses. Esta información es un requisito ineludible para ser parte pero, ¿por qué son 100% necesarias en el uso y manejo de un perfil?

La respuesta sería muy sencilla si decimos “porque es la manera de presentarse frente a un grupo o comunidad determinada” pero más allá hay un mundo de componentes que dan razón a este particular, todos ellos establecidos con un propósito específico, los mismos que analizaremos a fin de entender el manejo de la información proporcionada y cómo esta afecta a los contenidos del fotógrafo amateur en su papel desempeñado.

Según la información proporcionada en la “Política de uso de datos” se detalla que toda la información que el usuario proporcione es para que este pueda comunicarse con Facebook, además se considera como información del usuario a todas las huellas de interactividad que el usuario realice en la plataforma.

También se considera como información proporcionada cuando un usuario ve perfiles, fotografías, aplicaciones, juegos, notas o cualquier tipo de publicaciones

que sean realizadas por otros usuarios, marcas o de empresas que consten en la red social.

Así mismo, se toma como información brindada cuando una persona utiliza un Smartphone para ingresar a la plataforma o utiliza cualquier dispositivo GPS, según la política de datos, se lo hace con la finalidad de mejorar el servicio de la plataforma, agilidad y propuesta de ads o de apps.

La red social Facebook, también funciona como un Plug-In social, aquí se toma en cuenta la fecha y hora en la que se visitó una página determinada, el motivo es para obtener datos de personas que están dentro de la red, también se obtienen datos de marcas o empresas para ofertar anuncios en base a los gustos de cada usuario.

Es decir, cuando un usuario pone likes en páginas determinadas o en fotografías, links, aplicaciones, videos, artículos, etc. se está dando información personal y esta información es la que determina cómo nos reconoce Facebook, dicho de otra manera, con esa información se puede dirigir una pauta digital.

Nunca se preguntaron ¿por qué aparecen anuncios en la parte derecha de Facebook? y ¿por qué esos anuncios aparecen a usuarios determinados y a otros no? Todo radica en la información que proporcionamos previamente, se la segmenta y se la muestra como ads. En una revisión de las condiciones de uso en la misma página de Facebook se detalla lo siguiente sobre el uso de información:

Solamente proporcionamos datos a nuestros socios publicitarios o a nuestros clientes después de haber eliminado tu nombre y otros datos que puedan identificarte, o bien después de haber combinado tus datos con los de otras personas de manera que no te identifiquen

Pero ¿cómo podemos dar fe de esto? Esta paradoja será algo que no muchos pensarán que es cierta, pues el funcionamiento de anuncios y segmentación de gustos e intereses se mantendrá almacenado en una memoria caché, por lo tanto no será borrado del todo, en especial surge una contradicción si se toma en cuenta las

“Disposiciones especiales aplicables a enunciantes” pues en el punto 10 se señala lo siguiente: “Podemos utilizar tus anuncios y contenido e información relacionados con propósitos de marketing o promocionales”

También se puede ver que no se elimina la información del usuario como Facebook señala, puesto que en el literal determinado para “Publicidad y contenido de Facebook” se especifica que los datos que señalamos al principio (nombre, edad, sexo e intereses) “Se puede utilizar toda la información que se haya recibido para sugerir anuncios que resulten más interesantes”

Por otro lado, es necesario tener presente que no todo lo que consta en Facebook es creado por ellos, como el caso de sus aplicaciones. Algunas son creadas por empresas cuyas interfaces son ancladas a la plataforma social, por esto aunque un usuario borre la caché de las aplicaciones o borre las aplicaciones en su totalidad, los creadores pueden seguir manteniendo acceso a la información previamente proporcionada, en cuyo caso Facebook NO se responsabiliza de su uso.

Ahora que hemos esclarecido un poco más estas interrogantes sobre el manejo de Facebook, en tanto a la información personal, podemos adentrarnos al objetivo de este subtema, específicamente, el papel que desempeña un fotógrafo amateur en Facebook.

Cabe anticipar que se percibe a todos los usuarios o una mayoría considerable como fotógrafos amateur pues muy pocos tienen conocimiento sobre el manejo teórico-técnico de la fotografía tradicional y digital. Es desde esta instancia que nos enfocaremos en el fotógrafo amateur cuyas fotos memoria o fotos conexión son su eje para mostrar su realidad o la de su entorno, ya sea para fotos con memoria y sentido propio (memoria) o fotografías Selfie sin trascendencia o relevancia social (conexión), todo en base a las normas y políticas de la plataforma Facebook.

Comencemos esta parte de la investigación diciendo que toda la normativa de Facebook está publicada en la “Declaración de derechos y responsabilidades” de los cuales surgen nuevas políticas para mediar la complejidad de esta interfaz. (Facebook, s.f.)



En esta declaración Facebook es muy directo al afirmar que toda publicación realizada dentro de la plataforma es de propiedad intelectual del usuario pero en esta misma declaración se indica que:

El usuario concede el permiso de manera libre de una licencia no exclusiva, transferible con derechos de sublicencia libre de derechos de autor aplicable globalmente para utilizar cualquier contenido que se publique en Facebook o en conexión con Facebook.

Si se analiza a detalle este párrafo podemos ver que hay una incongruencia en el manejo de la información, puesto que primeramente se indica que sobre la información el usuario es dueño de sus publicaciones, pero Facebook puede hacer uso globalmente para utilizar ese contenido como considere mejor.

Con todo lo dicho podemos evidenciar que el ser parte de esta plataforma tiene más complejidades de las que todos pensábamos, más aún con todos los permisos, licencias y acuerdos de los que todos formamos parte pero muy poco conocemos.

Con respecto al rol que desempeña el fotógrafo amateur en esta plataforma social, dentro de los estatutos de seguridad se detalla explícitamente lo siguiente: No publicar contenido que contenga lenguaje ofensivo, resulte intimidatorio o pornográfico, que incite a la violencia o que contenga desnudos o violencia gráfica injustificada

La función que debe desempeñar el fotógrafo amateur es hacer fotografías, lo interesante y maravilloso de esto son los factores que forman parte de este mundo en base a distintas especialidades otorgadas por cada campo de acción. Cabe señalar algo particular, todas las fotografías pueden ser subidas a la plataforma virtual, estas serán anuladas una vez que otros usuarios lo reporten a la plataforma al marcarlo como SPAM”.

Por otra parte, en la sección “Protección de los derechos de otras Personas” se indican normas más estrictas pues éstas ya incluyen a distintos usuarios, y cuyas

medidas de solución incluso son más drásticas que las anteriores. Aquí Facebook puede determinar si elimina la cuenta en un momento determinado que ellos consideren oportuno.

Como lo mencionamos previamente, las fotografías se diferenciarán por factores de significado y de múltiples simbolismos, que darán un sentido a la imagen dentro de un grupo o espacio determinado, pues es muy importante señalar que todas las fotografías tienen un significado tanto para la persona que tomó la fotografía como el entorno donde será vista, la diferencia radica en cómo es presentada por el fotógrafo amateur hacia un grupo específico.

Si a esto le sumamos la normativa indicada previamente podemos tener claro que a pesar de ser imágenes con simbolismos y significados, tanto para sus autores como para el entorno, éstas tendrán que estar dentro de los parámetros establecidos, entonces se genera una consecuencia en el proceso de viralización de las imágenes, pues ya no serán dirigidas a un grupo macro.

Es decir, las fotografías siempre serán clasificadas dentro de un grupo, ya sea cultural, familiar, social, político, deportivo, etc. Estas imágenes al ser mediadas por la plataforma ya no se vuelven de uso global dentro de uno de estos grupos, para ser más claros tomaremos como ejemplo el entorno político.

Si un usuario toma una fotografía de un movimiento político y la sube a la plataforma social, esta primero deberá estar dentro de los rangos y condiciones para que no sea reportada y posteriormente anulada, a eso hay que sumarle la sensibilidad de las personas, incluyendo sus criterios y juicios de valor pues no muchos estarán de acuerdo con el contenido de la imagen como tal. Pero si se toman estos referentes, ¿dónde queda el trabajo propio del fotógrafo amateur?

Para responder esto es preciso situarnos en el contexto de un fotógrafo amateur, primero porque todos quienes conformamos esta plataforma social entramos en esta categoría, ya que todos en un momento determinado hemos compartido fotografías personales determinantes para nosotros sobre un aspecto de nuestras vidas.

Todo parte del trabajo propio de un fotógrafo, el cual es transmitir una emoción o provocar un sentimiento, darle vida a las imágenes expresando un gusto particular por algo, alguien o por una situación dependiendo de lo que se quiera plasmar, es decir sobre un momento determinado.

Se puede considerar que una imagen fotográfica incluso representa al propio artista que la creó, sin importar el contexto en el que ésta haya sido empleada, pues aun así mantendrá una función cargada de múltiples connotaciones comenzando por el propio estado de ánimo del fotógrafo.

Captar cada momento, cada detalle de la escena, para mostrar la magia de la vida es algo que muchas personas querrán hacer, más aún cuando la brecha generacional nos permite la utilización de dispositivos que facilitan captar un momento que representó una emoción en un espacio y tiempo específicos.

Con esto aclarado, podemos decir que el fotógrafo amateur trabaja a la par de las innovaciones de la red social Facebook, por esto busca plasmar una parte de la realidad vista desde su percepción y concepción para hacer de ella algo extraordinario. Y es aquí donde la corporalidad se manifiesta mostrando distintos estados de ánimo que se evocan en los símbolos que serán analizados en el último capítulo de esta investigación, el cual será el análisis directo de un grupo objetivo.

### 2.3 El fotógrafo amateur como generador de contenido

Para iniciar esta parte del trabajo investigativo debemos hacer énfasis nuevamente en la carga connotativa que representa una imagen, incluyendo el lugar donde fue realizada y las acciones que se estén desarrollando al momento de plasmarlas en la misma fotografía. Para esto tomaremos uno de los aportes del escrito “Sobre la Fotografía”, ella hace énfasis en lo siguiente:

Según un estudio sociológico realizado en Francia, casi todos los hogares tienen cámara, pero las probabilidades de que haya una cámara en un hogar con niños comparado con uno sin niños es el doble. No fotografiar a los propios hijos sobre todo cuando son pequeños es señal de indiferencia de los padres, así como no

posar para la foto de graduación del bachillerato es un gesto de rebelión adolescente (Sontag, 1973, pág. 22)

Si esta premisa la adaptamos al tiempo y espacio actual podemos ver que muchas personas en realidad tienen un carácter de creadores de contenidos, pues todos estarán a la par de las últimas noticias o del contenido de interés que se considere importante y apropiado para su difusión.

Pero ¿de qué manera un fotógrafo se convierte en un generador de contenidos en Facebook? La respuesta radica en las funciones que está desempeñando el fotógrafo en la plataforma social donde juegan un papel importante las fotografías que presenta y la manera en la que las presenta al resto.

Dentro de esta función de creador de contenidos consta el desarrollo de la información, específicamente para este caso será tomado en cuenta el desarrollo de las fotografías como instrumentos de propagación mediática, donde la composición de la imagen será el mensaje.

Por otro lado, una persona que asume el papel de generador o creador de contenidos debe estar consciente del trabajo que desarrollará, pues al ser el encargado de crear y difundir las imágenes, también será el encargado de explicarlas.

En base a este caso abrirá las puertas a uno de nuestros primeros aportes de este trabajo, nos referimos a la interactividad entre cibernautas, proceso que era concebido de un usuario a otro, pero en este caso de comunicación digital será de uno a varios.

Una estrategia empleada por los generadores de contenido se da de manera inesperada, casi por inercia ya que las respuestas que el autor de las fotografías (fotógrafo amateur) dará nacen de mensajes claves predeterminados por los códigos que éste haya implementado durante la captación de la imagen, pues el fin es mostrar el porqué de la imagen y más que eso, mostrar para qué. .Por medio de las imágenes fotográficas, el fotógrafo amateur se convierte en el responsable de

cumplir con distintas labores como construir, gestionar y administrar a una comunidad, adquiere un carácter de mediador de públicos sobre su propuesta.

Es en base a esto que el proceso de comunicación se desarrolla de manera más amplia en los campos comunicacionales digitales ya que se constituyen múltiples relaciones entre usuarios, todo en base a las medidas utilizadas por el fotógrafo amateur como generador de ideas, conceptos basados en su visión estética de las imágenes que él mismo expone.

Roland Barthes muestra una visión de los procesos de comunicación en base a la fotografía periodística, la cual adaptaremos más adelante a una realidad específica, como lo es la digital, cuyos elementos varían en relación a los tradicionales como los periodísticos.

Esta visión estará dirigida y acoplada a la red social Facebook porque, además de ser el objeto de estudio tratado en este proyecto de investigación, es el lugar ideal para esclarecer el proceso comunicacional dentro de este nuevo contexto que también busca acotar con nuevos conocimientos. Es por esto que en base al texto “La Semiología”, se puede acotar lo siguiente:

La fotografía periodística es un mensaje. El conjunto de ese mensaje está constituido por una fuente emisora, un canal de transmisión y un medio receptor. La fuente emisora es la redacción del diario, el grupo de técnicos, algunos de los cuales sacan la fotografía, otros la seleccionan, la componen, la tratan y otros por fin, le ponen título, le agregan una leyenda y la comentan. El medio receptor es el público que lee el diario. Y el canal de transmisión, el diario mismo, o más precisamente un complejo de mensajes concurrentes cuyo centro es la fotografía y cuyos contornos están representados por el título, la leyenda, la compaginación y de manera más abstracta pero no menos informante el nombre del diario (pues ese nombre constituye un saber que puede desviar notablemente la lectura del mensaje propiamente dicho) (Barthes, La Semiología, el mensaje fotográfico, 1970, pág. 1)

Este análisis parte de la fotografía que va a continuar con su condición de mensaje ya que la red social Facebook está constituida bajo esta misma premisa: el

uso, dominio y divulgación de fotografías. Así mismo, el medio por el cual este mensaje será propagado, es decir, Facebook como el emisor.

Dentro de esta fuente emisora, el fotógrafo amateur es el que se desenvuelve en múltiples aspectos, con la finalidad de propagar un contenido. Para esto selecciona una imagen que él considera pueda tener un impacto en la plataforma y en base a su composición determina la manera apropiada de presentarla al resto agregando una “leyenda” como denomina Barthes.

Para simplificarlo, esa “leyenda” será la descripción que acompañará a la fotografía y con la cual se la reconocerá desde el momento que fue subida hasta que su límite de vida expire, es decir, hasta que si temporalidad activa termine pues su carácter de “nuevo” tiene un tiempo de vida que por lo general es corto o hasta el cierre definitivo del perfil.

Al decir que una fotografía tiene un tiempo de vida corto, nos referimos directamente a la temporalidad con la que esta se maneja, en una red social específicamente de fotografías se debe tomar en cuenta el momento exacto de divulgación pues al pasar las horas y hasta cerrar el día esta quedará reemplazada por una nueva o será reemplazada por una noticia más relevante, cuya historicidad puede durar más que la fotografía en primer lugar. Por esto la importancia de generar un buen contenido y la responsabilidad que el fotógrafo amateur maneja en la divulgación de ideas.

El medio receptor será específicamente el conglomerado o grupo específico que esté directamente vinculado con el fotógrafo amateur, dicho de otra manera, su grupo de amigos, salvo que este sea viralizado por distintas personas de este mismo grupo, en cuyo caso el medio receptor será expandido.

El canal de transmisión son todos los mensajes que constituyen la red social, cuyo eje es la imagen fotográfica la cual está determinada por los componentes previamente mencionados, así mismo como lo indica el teórico Roland Barthes; el nombre del medio también juega un papel determinante.

En esta red social, el nombre da una idea del funcionamiento de la misma plataforma, entonces se lo trabaja por asociación, además cabe acotar que el nombre Facebook como tal “proviene de un libro que se entrega a los estudiantes de universidades en USA, en este se los presenta con los datos respectivos del estudiante y se lo acompaña con una fotografía para que se conozcan e interactúen entre ellos

En base a todo lo señalado anteriormente, podemos indicar claramente que el fotógrafo amateur en su calidad de generador de contenidos debe poseer un conjunto de habilidades y destrezas en base a distintas técnicas propias de la fotografía como del manejo de la plataforma Facebook y cuyas destrezas se mejoran con el constante uso de la plataforma.

A esto hay que agregarle la creatividad con la que debe exponer su trabajo para resaltar sobre la propuesta del trabajo de otros usuarios, donde el ingenio será de vital importancia en el desarrollo de sus funciones, tanto para emprender una acción como para dar respuesta o para asumir distintas críticas de su mensaje, pues la manera como se difundió ese mensaje o el objetivo propio del mensaje.

Por último, la formación diaria del fotógrafo amateur será su mayor aliado pues esta le proporcionará el conocimiento teórico para diseñar, implementar o acoplar estrategias en su gestión del manejo de las nuevas tecnologías 2.0, necesarias para su óptimo desempeño.

Con esto abriremos paso al estudio de caso que será presentado en el tercer y último capítulo de este proyecto de investigación, evidenciaremos la manera en la que un grupo objetivo de personas se presenta como medio de auto-reconocimiento, sus estrategias de viralización de información y la forma en la que expresan sus fotografías memoria o fotografías conexión.

### **CAPÍTULO 3**

#### **ESTRATEGIAS METODOLÓGICAS SOBRE LA APROXIMACIÓN PRESENCIAL Y VIRTUAL AL FOTÓGRAFO AMATEUR EN FACEBOOK**

A lo largo de esta investigación se abordaron distintos temas sobre la dimensión simbólica de las representaciones corporales expuestas en la red social Facebook y cómo éstas construyen múltiples sentidos, dependiendo de la manera en la que se expongan. Así mismo se abordó cómo influye el contexto socio-cultural para desarrollar nuevos ámbitos de comunicación interactiva.

Por otro lado, se expuso las instancias en las que deben presentarse las imágenes, analizando la normativa que rige la plataforma social Facebook, con esto el proceso comunicacional se consolida según el contexto estructural de la misma plataforma, con lo cual se forman las redes de vinculación de usuarios dependiendo de los contextos virtuales.

Este análisis de la estética corporal, en base a la representación de las imágenes que realiza el fotógrafo amateur, se enfocó también a los espacios que se manejan como medio de expresión, en base al “ser” plasmado en el entorno virtual mediante la tecnología, la comunicación y el internet como el centro de la discusión.

Es necesario, además de útil, señalar la complejidad que representan las necesidades sociales y culturales, en especial cuando se las vincula a un espacio virtual, sobretudo en la construcción de un entendimiento acerca de los cambios que traen consigo las nuevas tecnologías, sus usos y las normativas. Pues en este caso específico, éste será el campo donde se plasmó el estudio para tratar las representaciones virtuales del cuerpo.

Por ello en la presente investigación, se tomó en cuenta el cambio social que representa la era digital, pues su uso parte del internet y dicha herramienta masiva es propia de la nueva generación de usuarios que se adentraron en este entorno,



mientras modificaban sus hábitos sociales. El proceso también modificó la forma de auto-identificación de los usuarios frente a sus grupos.

Por otro lado, la delimitación del tema se debió al auge de las redes sociales y de los modos de representatividad que éstos atraen; más aún en el caso de Facebook, pues al ser la red social más popular, brinda la oportunidad de interactuar en un campo de acción mucho más amplio, según los contextos en los cuales los usuarios se desenvuelvan. Como consecuencia a esta premisa, y tomando en cuenta los aportes realizados por los usuarios que se representaron, mostraron y expresaron sus criterios y pensamientos, también se evidenciaron distintas limitaciones, tanto en las restricciones propias de la plataforma Facebook así como en el cuestionamiento que plantea en la construcción de sentidos.

Este análisis tuvo su accionar con un procedimiento cualitativo participativo ya que se recalcó en los procesos realizados en la construcción de sentidos en los usuarios. Esto bajo la premisa que indicó que podrían ser similares pero no iguales, pues ello tampoco generó los mismos resultados.

Además se realizó el análisis con la participación de distintas personas, todas ellas fueron investigadas y formaron parte del grupo objetivo para la realización de este proyecto por la forma en la que se presentan frente al resto de personas, además de las actividades que realizan con su cuerpo específicamente. En total son cuatro personas, dos hombres y dos mujeres quienes están vinculados al arte de forma directa.

Los factores cualitativos se realizaron en base a entrevistas planteadas por un marco de preguntas en base a lo expuesto en este trabajo. En total se desarrollaron ocho preguntas que comprenden la vinculación, manejo e interacción dentro de la red Facebook, con esto podemos obtener como cada una de las personas entrevistadas construye sus sentidos en esta plataforma social.

Para el análisis del grupo objetivo se tomó en cuenta diversos factores teniendo como punto principal el tipo de imágenes que fueron expuestas a un público mediante los perfiles personales de cada entrevistado. Dichos factores se

refieren al tiempo de conectividad que le dedican a la plataforma, el lugar desde donde se conectan normalmente, el tipo de fotografías comparten, para dimensionar las características del grupo.

Por otra parte, se analizó la imagen como tal, basándose en la postura que adoptaron cada uno de los/as entrevistados/as. También se analizó el encuadre para mostrar al público una forma de representación de lo que se desea expresar. Así mismo, si la pose adoptada por el sujeto fue afín a lo que se busca plasmar y por último si este estilo es recurrente, manteniendo las descripciones de las fotografías que acompañan las imágenes.

Las personas, previamente mencionadas, son relevantes para este trabajo porque se dedican a una actividad que los distingue del resto y lo que se buscaba era analizar cómo sus imágenes los representan y los encasillan en un grupo determinado, que sin duda resalta del resto de usuarios de la plataforma Facebook. Así, los usuarios seleccionados acordaron mediante un documento escrito el uso de sus imágenes para la presente investigación, con fines netamente académicos. Ellos fueron escogidos por su forma de interactuar dentro de la red social Facebook y por lo que expresan a su entorno digital. Las personas que acompañaron con sus aportes a esta investigación fueron:

Tabla 2 Usuarios colaboradores con la investigación

Nombre	Alias de Usuario	Ocupación	Dirección URL
Natalia Grandes	Nata Garabata	Actriz	<a href="https://www.facebook.com/natygrand">https://www.facebook.com/natygrand</a>
Fabián Cruz	Fabián Cruz * Xochiquetzal	Danzante Folclórico	<a href="https://www.facebook.com/balletfolkloricomexicano.xochiquetzal">https://www.facebook.com/balletfolkloricomexicano.xochiquetzal</a>
Jessica Gutiérrez	Bruna Gutiérrez	Danza Contemporánea	<a href="https://www.facebook.com/jessica.gutierrez.581730?fref=ts">https://www.facebook.com/jessica.gutierrez.581730?fref=ts</a>
José Andrés Mora	Josean-Morita	Músico	<a href="https://www.facebook.com/joseandresmo?fref=ts">https://www.facebook.com/joseandresmo?fref=ts</a>

Nota: Análisis usuarios de Facebook

Inmediatamente, el análisis se efectuó desde el perfil personal del autor de esta investigación (Roberto Echeverría Muñoz), desde allí se analizó a detalle los “movimientos” que realiza cada participante en esta investigación, es decir, con quiénes interactúan y cómo es su comportamiento desde la plataforma virtual Facebook en relación a su comportamiento habitual de relacionamiento en contextos presenciales.

Una vez definido el grupo objetivo, se procedió a elaborar una agenda de entrevistas estructuradas con preguntas específicas sobre la investigación planteada acorde a lo expuesto y a lo que se quiso mostrar en este proyecto. Para esto se realizaron pequeñas entrevistas con el fin de conocer un poco más sobre la manera en la que interactúan a nivel presencial.

En base a este cuestionario se comenzó una discusión sobre los usos sociales que se asignan a las redes sociales y cómo en estos se construyen una identidad virtual como forma de representación, también nos enfocamos en la forma en la que los usuarios se presentan frente a varios usuarios en tiempo real y cómo ellos/as expresan sus experiencias.

Por último, se abordó el tema propio de la investigación, el cual trata sobre la utilización del cuerpo como medio de expresión, los lugares y sentidos que se asignan a cada imagen fotográfica, sus opiniones y posiciones respecto a ello, todo esto mediante la familiarización del uso de las pantallas en la red Facebook.

### 3.1 Análisis del grupo objetivo y resultados obtenidos en base al estudio de caso

Este trabajo expone el mundo virtual en un acercamiento al mundo presencial para ver cómo se construyen los sentidos, las percepciones y qué es lo que representan. Por esto, nos enfocamos en realizar el análisis cualitativo a un grupo de personas que trabajan con su cuerpo para mostrar cómo ellos crean una imagen en base a su expresión corporal, con esto ellos plasman distintas ejes que abordamos paulatinamente en base a las preguntas realizadas en cada entrevista.

Podemos comenzar esta parte de la investigación hablando específicamente del trabajo que realizaron las y los fotógrafos amateur aquí se afirma la importancia que tienen las emociones en esta actividad, pues se denotó el interés prioritario que esto recibe en su contraste con la teoría de la imagen, el enfoque, el encuadre y el manejo de luces, todas ellas características propias de la fotografía tradicional.

Expuesto de otra manera, en esta actividad para representar la fotografía digital primaron las emociones más que las teorías y los planos, lo interesante fue el interés que muchas de estas fotografías generaron para distinguirse del resto, ya que en primera instancia, todos somos fotógrafos amateur, salvo las personas que, en efecto, conozcan dichas teorías propias de la fotografía.

Ahora bien, si a esta actividad la vinculamos con un grupo específico de personas que trabajan, se desenvuelven y se dan a conocer por el uso y la expresión que realizan con su cuerpo, pudimos obtener una pre-visión de la fragmentación de la realidad a la que quisimos llegar y este punto fue un acercamiento directo a ese objetivo.

Ahora bien, ya hemos mencionado el nombre de cada entrevistado que participó de forma activa para la realización de este proyecto, también tenemos claro cuál es su ocupación, llegó el momento de adentrarnos en sus mundos para entender quiénes son y cómo se desenvuelven en el entorno digital. Para realizar esta actividad analizaremos cada respuesta otorgada en las preguntas correspondientes al anexo 20 (pág. 102)

La primera pregunta corresponde al nombre y ocupación de cada entrevistado, esto se lo hizo para tener una primera visión de cómo ellos se auto-reconocen en base a la actividad que realizan diariamente, para esto podemos evidenciar que de cuatro de los entrevistados, Natalia Grandes, Jessica Gutiérrez, José Andrés Mora son ecuatorianos y Fabián Cruz es de nacionalidad extranjera, él es oriundo de México.

La primera pregunta corresponde a: ¿cuál es tu nombre y tu ocupación?

Con esto podemos constatar con un primer acercamiento que Natalia trabaja en el Grupo Pacari Chocolate y también es actriz independiente con el Grupo de Teatro Ojo de Agua en radio y en proyectos de teatro.

Es decir, ella mantiene una formación no sólo teatral sino también lo hace dentro de otro campo laboral, en este caso una empresa productora de chocolate orgánico. Así mismo, Fabián nos informó que su ocupación es la de bailarín y asesor de danza, algo similar al de Jessica cuya ocupación es la producción de eventos masivos culturales y la danza contemporánea. Por último, José Andrés nos indicó que tiene una licenciatura en música contemporánea para desempeñar su rol como músico profesional.

Esta información previamente mencionada hace más interesante el ámbito en el cuál se desenvuelve cada entrevistado pues nos demuestra que la mitad de ellos tiene que mantener una vida laboral hasta cierto punto corporativa, algo muy distinto a la profesión que se tenía pensada, lo que conlleva a nuevas connotaciones que probablemente estén ligadas a su forma de expresarse.

Con respecto a la segunda pregunta realizada en este cuestionario, ésta se la planteó de la siguiente manera: ¿hace cuánto te uniste a Facebook?

Con esto tendremos un mejor panorama del tiempo en el cuál se han mantenido activos compartiendo su imagen vinculada a la actividad que realizan.

Esta es una pregunta las respuestas fueron directas, de los cuatro entrevistados, tres no recuerdan muy bien el año en el que se unieron a la red social Facebook, pues son varios años de uso y de rutina con lo cual recordar el inicio siempre es un poco confuso.

A pesar de ello, pudimos constatar que Natalia se unió a esta red social en el año 2010, Fabián lo hizo en el 2007-08, Jessica en el 2009 y por último José Andrés quién decidió adentrarse en esta plataforma social hace 8 años, es decir, él comenzó en Facebook en el año 2006.

Pasando a la tercera pregunta de esta investigación la cual corresponde a: ¿crees que las redes sociales, Facebook específicamente, cambió tu manera de mostrarte frente a un colectivo o grupo determinado de personas en base a las fotografías que publicas? Cada entrevistado nos dio sus opiniones que se asemejan en varios puntos, los cuales veremos a continuación para conocer sus distintas posturas.

Comenzando con nuestra primera entrevistada, Natalia nos indicó que sí cambio en varios aspectos pues ella tuvo una formación académica en marketing, algo muy distinto a su actividad, con ello estuvo claro el cambio de óptica del que ella fue partícipe pues ahora se mueve en un entorno diferente, más aún cuando este cambio responde a un tema personal más que a lo económico pues su prioridad está en la actuación aunque no ha dejado por completo su carrera corporativa, pues continúa ligada a ella en su empleo formal como lo indicamos anteriormente.

Fabián en su caso nos indicó que hubo una ampliación en el criterio de su comunidad de amigos y sobre la visión que ellos manejan. Este aporte fue específicamente la contraparte de la opinión de Jessica pues ella nos comentó que personalmente no le cambió porque es una persona selectiva, por esta misma razón ella cuida mucho las fotografías que sube y comparte en Facebook, ya sea de su familia, amigos, eventos en los que participa o de ella mismo.

Por último para cerrar con esta pregunta, José Andrés nos comentó que sí, en efecto Facebook se convirtió en la plataforma para mostrar su trabajo como profesional, también para mostrarse a nivel personal ya que tener un feedback de lo que hace es vital para su profesión como músico.

Continuando con este proyecto vamos a topar un tema que tienen implicaciones semióticas, así como la apertura y facilidad que brinda en el proceso de relación mutua con otras personas en tiempo real. Es así que llegamos a la siguiente pregunta de este proyecto que abarca lo siguiente: ¿te sientes más cómodo interactuando virtualmente ya sea en chat /comentarios de fotografías o a nivel personal?

Para esto nuestros cuatro entrevistados vertieron opiniones similares, pues Natalia nos indicó que no, ella prefiere una relación personal, pues prefiere ver a los ojos de las personas y sus reacciones corporales. A ella le gusta ver la actitud de las personas cuando dialoga cara a cara, para ver su gestualidad, su respiración y las distintas formas de manifestación del ser.

Esta opinión va ligada a la de Jessica, ya que para ella la comunicación está en un 60% en el cuerpo, si no puede ver o escuchar al resto esta comunicación está en un 20% y el resto queda a la interpretación, por eso prefiere interactuar cara a cara.

Pero este no es el caso de Fabián, él tiene una personalidad introvertida por ello se siente más cómodo interactuando virtualmente. Según nos comentó esto le genera un tipo de facilidad algo similar a José Andrés, ya que él como persona si prefiere una comunicación más directa pero a nivel profesional utiliza el chat y los comentarios de Facebook como un medio válido de comunicación, tanto es así que asegura que: “desde lo virtual se puede llevar una relación a lo personal ya sea por cosas personales o profesionales”.

Otro punto importante es la concepción que los participantes imaginan que el resto de personas tiene sobre ellos, más aún de personas con las que sólo se tiene una relación digital, algo fuera de lo personal totalmente. Para esclarecer este tema, nos basamos en esta pregunta: ¿Cómo crees que tus amigos o tus seguidores conciben tu imagen en Facebook?

Natalia no utiliza su perfil de manera constante, sólo comparte cosas con las que se siente identificada, tal es el caso de un performance en el cual participó para representar la visión de la mujer en la cultura Valdivia. De igual manera ocurre en el caso de Jessica, pues ella comparte sólo un 2% de cosas personales en su perfil de Facebook, el resto son cosas de trabajo y es por esta razón por la que lo mantiene público para así llegar a más personas.

Para Fabián, las redes le ayudan a crear una imagen de respeto y para mejorar la que muestra frente a su grupo de amigos según la actividad artística que realice,

en su mayoría actuaciones de danza folclórica. Esta visión es muy directa al igual que la de José Andrés, incluso para este último es algo complejo pues el ser aceptado es una parte esencial de su carrera y por esto busca que sea algo positivo para generar y mostrar una imagen más profesional.

Otra de las tantas interrogantes que nos planteamos ocurre al momento de compartir alguna fotografía, pues todo parte de esta pregunta: “¿qué queremos mostrar?”. Para solventar esta inquietud formulamos una pregunta que contempla en este tema, incluyendo la proyección a la que cada usuario desea llegar. Todo se resumió a la pregunta “¿cuándo subes una foto, quieres plasmar o proyectar algo al resto de usuarios?”

Llamó mucho la atención las respuestas de todos pero en especial la de Natalia, pues ella se situó en el performance que realizó sobre la representación de la mujer en la visión de la cultura Valdivia. Lo que ella buscaba era proyectar ese cuestionamiento de ser mujer en base a la visión masculina, la idea era conectar con el resto y cuestionar la visión que se tiene sobre las mujeres.

Para José Andrés, la idea es plasmar y proyectar profesionalismo, que todo se refleje en acciones para influenciar a otros y no sólo en comentarios. Él busca ser un referente para otros bateristas específicamente. En su caso, tiene auspicio de la marca internacional “DW Drums – Drum Workshop Inc.”, y utiliza este auspicio para mostrar que está a la altura de lo que proyecta y su deseo es hacerlo con la mayor responsabilidad.

Por otra parte, tanto Jessica como Fabián buscan plasmar, por medio de las fotografías, los eventos en los cuales fueron parte. En el caso de Fabián, él utiliza imágenes para la difusión de eventos masivos de los grupos que coordina, fruto de algún trabajo, evento, o de algún esfuerzo para que este se vea proyectado acorde a su colectivo de amigos. En el caso de Jessica, varía un poco pues al trabajar con distintos colectivos sociales, depende mucho el grupo al que se va a dirigir, este puede ser sobre danza, aun así su objetivo principal es reivindicar la visión del arte para que éste se vuelva más profesional y pueda llegar a distintas personas.



Para tratar esta séptima pregunta me enfoqué en el manejo de los perfiles de algunos de mis conocidos y los minimicé para aplicarlos al grupo objetivo. Es decir, vi cuáles eran los hábitos frecuentes de mi red personal de amigos (Roberto Echeverría Muñoz) y los adapté hacia el grupo objetivo.

Con esto pude notar muchas personas se mueven en base a los likes que generan, pues esto denota una aceptación sobre el contenido expuesto. Es así que esta penúltima pregunta se refleja de la siguiente manera: “¿Te afecta o te molesta cuantos "likes" generes con una foto?”

A los entrevistados de este proyecto no les afecta en realidad cuántos likes generen sus publicaciones o sus fotografías. A continuación veremos cuáles fueron sus aportes en base a esta premisa con la cuál conoceremos su visión sobre este aspecto.

En el caso de Fabián, nos dijo que no afecta cuántos likes obtengan sus publicaciones, muchas veces le da igual. Él si espera ser reconocido por su arte, por esto se enfoca en desarrollarlo, el nivel de likes que esto genere lo tiene en un segundo plano.

Algo similar ocurre con Jessica, pues ella nos comentó que no le afecta ya que sabe a quiénes puede dirigirse o a quienes les puede interesar sus fotografías o contenidos, además sabe que la mayoría de personas son de su mismo círculo de artistas.

Para Natalia el hecho de tener varios likes es agradable porque es una manera de halagar lo que se está haciendo, se comparte o se expresa una emoción, aunque esto no le afecta mucho pues siempre van a existir comentarios fuera de contexto que molestan precisamente por la carga connotativa que tienen, se trata de generar otro tipo de respuestas directas vinculadas a la imagen, no cosas superficiales.

Por último, en el caso de José Andrés, él nos comentó que tiene dos aspectos, las personas a las que les agrada y a quienes les gusta enfocarse en lo negativo, pero está vinculado ya que todos buscamos una aprobación. Para él, la parte tediosa es

como no se genera una interacción según la acción realizada, es decir, si alguien pone me gusta no te especifica qué es exactamente lo que le gustó y esto deteriora el proceso de comunicación.

Para terminar esta pregunta, a él no le afecta personalmente, de hecho utiliza los likes como herramientas de estadística sobre el público al que pueda llegar en base a esos likes generados. Es así que llegamos a la octava pregunta de la entrevista realizada a las cuatro personas entrevistadas para esta investigación. Esta última pregunta está más enfocada a la plataforma virtual y al auge que conlleva, por esto la planteamos de la siguiente manera: ¿Crees que este nuevo canal de comunicación virtual durará más tiempo o ya está terminando ese auge por estar en Facebook?

Para Natalia es incierto, no está completamente segura pero piensa que seguirá aumentando ya que es un medio de comunicación y de vinculación moderna. “Si se pierde relación directa con otras personas, Facebook se utiliza para coordinar distintos eventos, reuniones, etc. y por esta razón probablemente siga aumentando” según nos indicó.

Para Fabián, la red social Facebook está en decadencia pues considera que comenzó como una moda y es por esta misma razón por la que ya llegó a su límite, ya que esta no se usa de la misma manera que en sus inicios a pesar de estar en constante actualización, según su opinión en base al tiempo que tiene como usuario en la red social.

Algo similar nos planteó Jessica, para ella todavía va a durar porque puede manejarse para crear mundos en base a las imágenes o los textos que las acompañan, además esta nueva generación de usuarios está acostumbrada a este medio como una herramienta de comunicación porque se enteran de diversas noticias por este canal, antes que por el boca a boca.

Y para terminar tenemos la opinión de José Andrés, él sostuvo que “las personas están hartas de Facebook pero es inevitable ser parte tanto por nivel personal como profesional pues el fin es similar y es por esta razón por la que nos

comentó que Facebook no depende del auge sino de la necesidad”, seguirá hasta que este recurso se agote porque es parte de nuestro diario vivir.

Con estas visiones del mundo digital de nuestros entrevistados podemos avanzar en el proceso de construcción de sentidos e identidades que posibilitan diversas formas de relacionamiento tanto por la producción de sentidos como por el proceso de almacenamiento de distinta información.

Cada persona acomoda su perfil virtual según sus propios lineamientos, incluso llegando a una autocrítica pues se asume una posición frente a las implicaciones socioculturales sobre la forma de presentarse. En otras palabras, al momento de construir una representación digital siempre se utiliza las herramientas propiamente otorgadas por la plataforma en la que se esté interactuando, con esto cada usuario expone su imagen en base a su propia concepción.

### 3.2 Análisis de pantallas de cada usuario entrevistado

Para realizar el análisis de pantallas de los perfiles de cada entrevistado primero hubo que tener muy claro que su perfil es su forma de presentación. Ello es como el proceso cuando se conoce a una persona presencialmente, es decir, al principio se tiene una primera impresión en base a lo que se está viendo en ese momento.

En este caso, el proceso no fue muy distinto, salvo muy pocas implicaciones, ya que lo que se vio es su página principal, conocida como página de perfil. Primero comenzamos a analizar la pantalla de forma general, vimos su “cover photo” posteriormente su foto de perfil para tener una imagen clara de la persona, pero aun así no podemos asegurar cómo es dicha persona.

Ver el perfil de una persona no fue como si se estuviera viendo y conversando en vivo con aquella persona, pues en una segunda instancia, la idea fue entablar una conversación para llegar a conocer más sobre la misma y así llegar a los proceso de interacción que mencionamos anteriormente, para ello fue útil tener claro que el

primer acercamiento a una persona en un medio digital como Facebook es netamente de percepción.

Para entender mejor estas premisas, analizamos cada perfil de los entrevistados según el orden en el que se les realizó su respectiva entrevista, con esto pudimos hacer un alcance de las primeras impresiones que tenemos basándonos únicamente, y en primera instancia, en sus fotografías, información y comunidad de amigos expuestos en esta parte de la red Facebook.

El objetivo de este punto fue analizar las impresiones que se tuvieron sobre la forma en la que están compuestos cada perfil, con esto pudimos ejecutar un nuevo análisis de las fotos que los entrevistados publicaron, así supimos si nuestras primeras impresiones eran acertadas.

Comencemos con el perfil de Natalia. En ella a primera vista se pudo evidenciar que es una persona común, como cualquier otra porque su cover photo es la de un cielo lo cual no indica mucho; pero si se toma en cuenta la carga semiótica, se puede dar a entender que le gusta soñar, que desea volar y alcanzar las nubes, lo que puede traducirse en alcanzar distintos logros o metas.

Por otra parte, pudimos ver que en su foto de perfil, situada al lado izquierdo, se encontraba ella acompañada de un hombre adulto, que bien pudiera ser su padre o un familiar mayor, lo cual tiene un simbolismo muy especial pues le da la prioridad de ser una de las primeras cosas que el resto de usuarios vemos.

Continuando con esta primera impresión pudimos ver justo lo que tratábamos en las preguntas. Ella informa sobre su trabajo formal en base a su formación académica pero también muestra los estudios que realizó como actriz, manteniendo esa doble perspectiva. Continuando con este alcance, pudimos ver que tenía 209 fotografías y 556 amigos, ello significa que tiene una comunidad y un número de fotografías de promedio aceptable dentro de esta red social. Se pudo evidenciar, en primera instancia, que no hay una conexión directa con el arte o el teatro como lo expone en su información principal, lo que dejaría una incertidumbre sobre la información que comparte.

Por último, en la parte derecha de este perfil se pudo evidenciar una fotografía en un plano medio de ella y otras tres chicas en un restaurante. Teniendo en cuenta lo mencionado sobre los lugares y no lugares, se pudo ver que este escenario donde se realizó la foto no representaba un lugar para nosotros como usuarios ajenos, pero para Natalia y el resto de chicas este escenario ya marcó un lugar y fue inmortalizado en una fotografía que perdurará por su carga connotativa y emotiva, pues para ellas esta fotografía marca una trayectoria.

A esto hubo que sumarle la recepción que dicho momento generó, pues hay un total de 19 likes y un comentario de aceptación. Así mismo, cabe resaltar el mensaje que se empleó para generar este proceso comunicacional pues escribir “Las más bonitas” fue el equivalente a iniciar una conversación pero en un nivel virtual y el comentario de aceptación cuyo texto indica “Que cheévere verlas juntas. Abrazo a todas” se lo asume como una respuesta al mensaje inicial.



Figura 1 Primera muestra de perfil Natalia

Continuando con el análisis de la página de Facebook de Natalia, nos adentramos a las fotos que publicó para corroborar si nuestra primera impresión fue acertada o no y bajo qué parámetros continúa el proceso de desarrollo de los mensajes comunicacionales.

Aquí la misma plataforma de Facebook nos indicó un pequeño collage de fotografías según el número de álbumes que cada usuario tiene, esto responde a un momento de organización que la misma red proporciona pues no se escoge las fotos que aparecen como portada en cada álbum. Así se pudo evidenciar en el caso de

Natalia, cabe decir que esto indicó más sobre los momentos que decidió que perduren en su red social virtual.

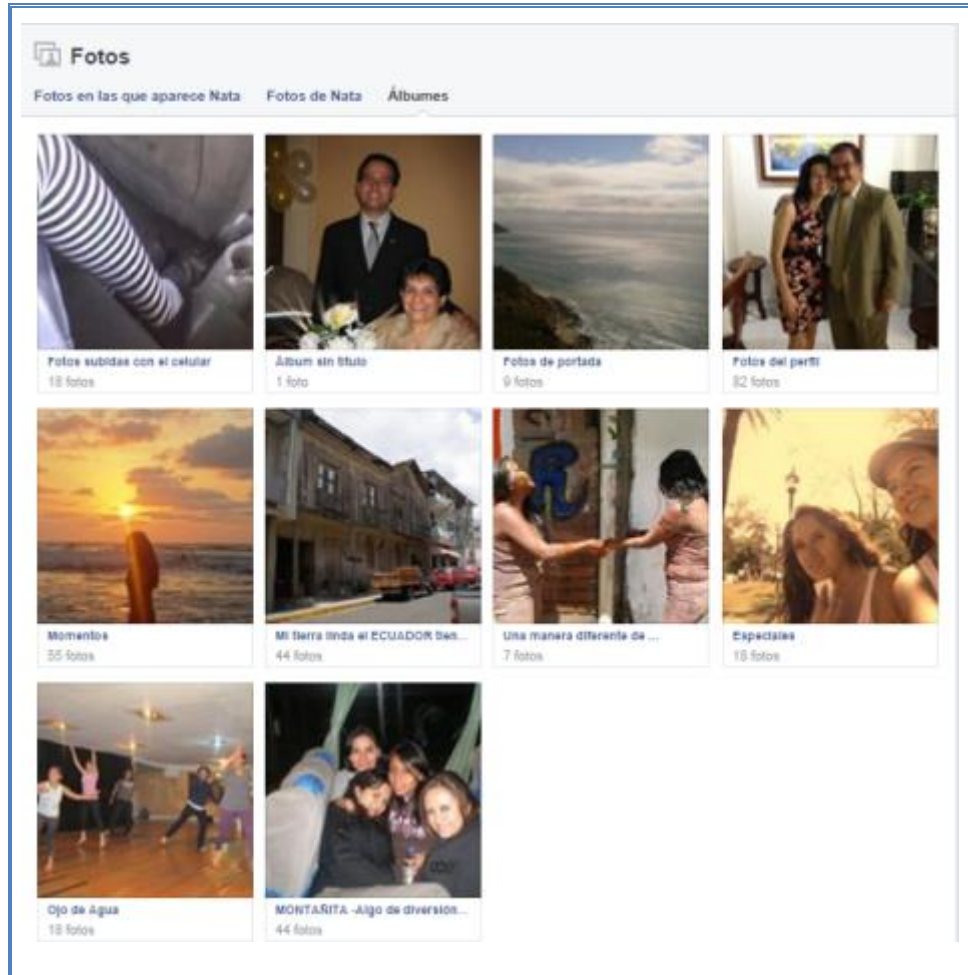


Figura 2 Segunda muestra de perfil fotos Natalia

A primera vista, de estos diez álbumes se pudo ver que sólo uno de estos corresponde a su actividad teatral, lo que corroboraría la información que presentó en la descripción de su perfil al inicio. Pero al realizar una búsqueda más minuciosa se vio cómo los textos que se asignan a cada álbum representan una parte primordial en el proceso comunicacional, pues el álbum llamado “Una mirada diferente de...” en principio no dice mucho aunque es aquí donde está probablemente la representación corporal más importante de Natalia, en base a su ocupación como actriz.

El motivo de esto se da porque fue en este álbum de fotografías donde se constató el performance sobre la visión de la mujer en base a la Cultura Valdivia (aquel que comentó en la entrevista) con esto se afianza el proceso de identificación de Natalia sobre las imágenes que ella mostró al resto de personas, según lo que ella quiere representar



Figura 3 Performance Cultura Valdivia

Por otra parte, también hubo que tomar en cuenta el nivel de aceptación que este álbum generó, ya que se encontró un total de 15 likes y 3 comentarios positivos, lo cual implica que aquellas personas de una u otra manera se sintieron parte del mismo, ya sea por identificación o por el hecho de apoyar el trabajo de



Natalia como actriz. A nivel corporal, para el análisis específicamente nos basamos en el álbum cuyo título es “Ojo de Agua”.

El motivo fue debido a la información que Natalia proporcionó en su descripción ya que fue aquí donde ella tuvo su formación como actriz y donde aprendió a expresar sentimientos utilizando el lenguaje corporal. En el mismo, se pudo ver que tiene 12 likes y dos comentarios de aceptación, incluso uno de ellos buscaron una invitación para ser parte de este mundo actoral como un espectador, lo que a todo artista agrada ya que es un vínculo creado con una persona.

Lo interesante y llamativo de comentario fue que se logró en base a fotografías realizadas por un fotógrafo amateur, pues si nos fijamos bien en estas fotografías, la mayoría son planos medios y medios altos. Fue más llamativo todavía ver como Facebook se utilizó como el canal de comunicación para ir desde lo virtual a lo presencial, algo que ciertamente es posible e incluso mencionado por José Andrés en la entrevista realizada.



Figura 4 Performance Ojo de Agua

Por último, uno de los fundamentos de este proyecto de investigación fue enfocarse en la construcción del fotógrafo amateur en la red social Facebook, por el trabajo que realiza para ser parte de esta interactividad digital pero: ¿cómo se constituye un fotógrafo amateur?

Para esto se encontró algo que todos los entrevistados tuvieron en común en sus álbumes de fotografías, ello fue que todos contaban con un álbum llamado “Fotos subidas con el celular”. La razón casi está implícita, el fotógrafo amateur se constituye desde la herramienta que utilizó para generar este proceso de adaptación digital, con esto el proceso de comunicación se dio de manera inmediata y pasa casi desapercibida por todos.

Al utilizar dispositivos móviles, el trabajo de realizar una fotografía digital se convierte en algo sencillo, con lo que se puede capturar, reflejar y compartir un momento al siguiente instante que ocurrió para que este mantenga su relevancia,

independiente del lugar donde haya sido realizado pues un diferenciador de cada fotógrafo amateur está en la asignación de la carga connotativa de cada fotografía.

Es decir, para una persona ajena al mundo de capturar imágenes, una fotografía puede no significar mucho tanto por la pose que los sujeto adopten, el lugar donde se realice, el plano que se utilice, el contraste de luz y diversos factores. Pero para la persona que forma parte de este encuentro, una fotografía contiene un universo simbólico porque “representa” algo.

Lo primordial para el fotógrafo amateur es expresar un momento y compartirlo con otros en el mismo instante, la recepción de dicho encuentro se verá reflejada en los comentarios y likes que dicha fotografía genere. Esto responde a la búsqueda aceptación de una imagen en un grupo específico, dependiendo del momento captado, pues aunque la imagen se comparta desde un perfil, ésta causará más impacto para un colectivo específico de personas.

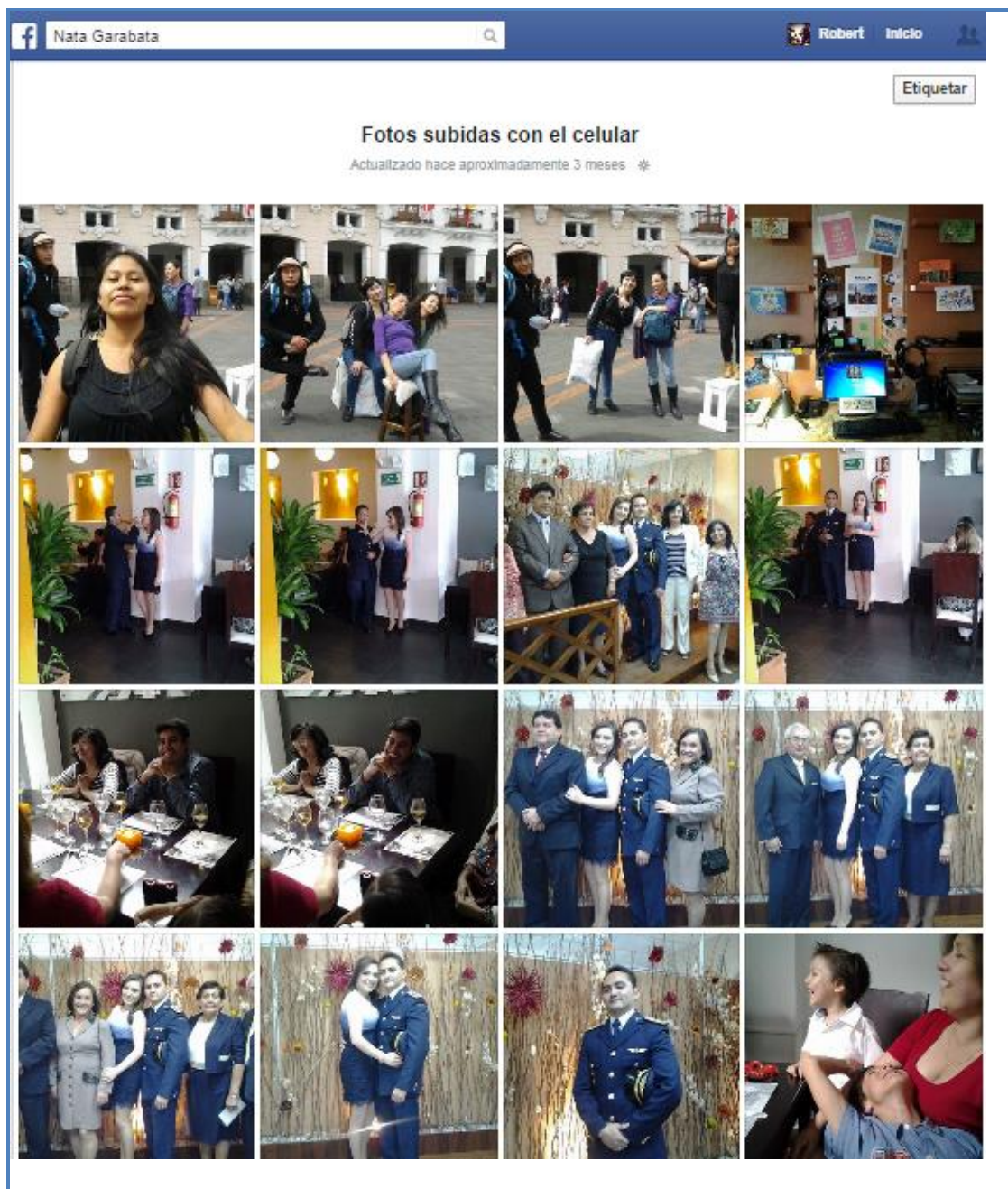


Figura 5 Foto amateur Natalia

Consecuentemente, ahora realizaremos el análisis de las pantallas utilizadas por Fabián. Él fue nuestro segundo entrevistado, se dedica a la danza, tiene un grupo que realiza danza folclórica mexicana cuyo nombre es “Xochiquetzal”, tal como se pudo observar en el nombre de su perfil.

Como primer punto se puede indicar que aquellos quienes conocen a Fabián pueden realizar un proceso rápido de asimilación al ver este nombre, pero quienes

no lo conocen muy difícilmente podrán comprender qué significa esta palabra o a qué se debe, hasta ver la foto de perfil donde ya constaba la descripción.

Otro punto que resaltó en esta primera impresión fue el hecho de no contar con una imagen de la persona en cuestión, esto conllevaba a una interpretación de la persona en base a la información que se tenía al alcance, en este caso específico era únicamente su información de contacto y también se constató que tenía 529 fotos y 309 amigos.

Como tercer punto nos enfocamos en su actividad laboral. Según la descripción, él es jefe de área de danza clásica en la Escuela Metropolitana de Danza “MetroDanza” y bailarín solista en el Ballet Nacional del Ecuador, algo que concuerda con la respuesta que nos dio en su entrevista, así como con el hecho de ser mexicano radicado en el país.

Para cerrar este acercamiento desde la primera impresión virtual del perfil de Facebook de Fabián, pudimos evidenciar que las imágenes publicadas en el lado derecho de la pantalla correspondían a un video de danza realizado en México y a unas fotos antiguas de tres personas, esto en realidad no dijo mucho sobre la personalidad o la forma de ser de Fabián, sin embargo corroboró lo que ya se ha mencionado previamente.



Figura 6 Primera muestra perfil de Fabián

Ahora bien, una vez que ingresamos a sus álbumes se pudo ver un panorama totalmente distinto, ya que en este collage de fotos realizada por la misma plataforma virtual se observó a una persona totalmente diferente a lo mencionado anteriormente, es decir, se pudo ver a un ser que aparentemente es abierto y desinhibido pues las fotografías que expuso conllevan a este pensamiento, aun así, hubo que tener presente que esto es una visión sobre lo que se piensa de Fabián según lo expuesto.

Cuando la mirada giró hacia los álbumes “Fotos de portada” y “Fotos subidas con el celular”, se pudo ver que son muy parecidas, ambas manejan planos medios casi “Selfies” pero es aún más llamativo que en el álbum “Fotos subidas con el

celular” sólo se encontró una fotografía. Si hiciéramos una relación con lo dicho en la entrevista, se puede anclar una respuesta muy directa de su parte con respecto a esto, nos referimos al hecho en el cual nos mencionó que se considera una persona muy introvertida. Esta acción lo puede afirmar ya que una persona cuya actividad es netamente basada en la expresión corporal podría usar este medio para mostrarse de otra manera, pero prefiere mantener un “perfil bajo” y resaltar otras cosas tal como se pudo ver en los otros álbumes.

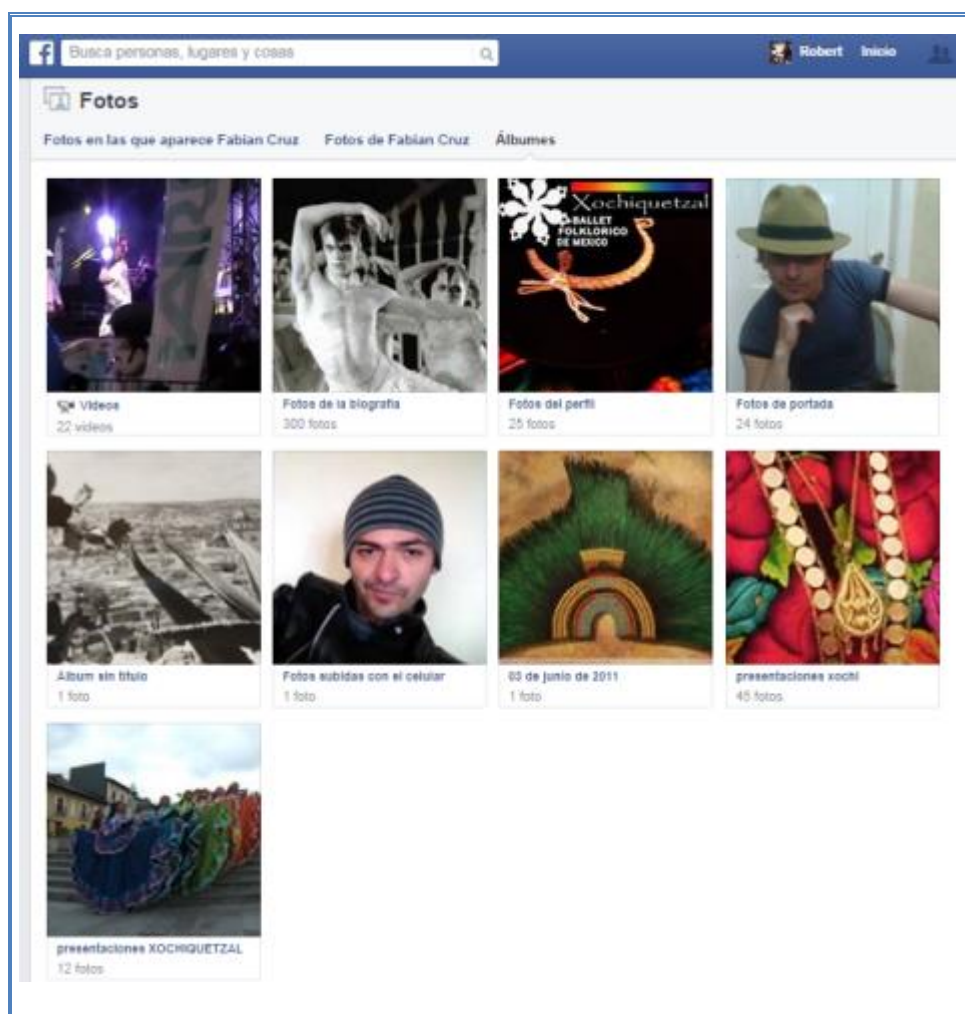


Figura 7 Fotos perfil de Fabián

Continuando con este análisis, pudimos enfocarnos en su modo de expresión corporal por medio de la danza, para esto analizamos las fotografías que expuso en el álbum “Presentaciones Xochiquetzal”. Este álbum, al igual que los dos mencionados previamente, exponía fotografías de planos medios donde el enfoque

total estuvo en el grupo de baile, pues en ninguna fotografía se pudo ver a Fabián sobresaliendo o en busca de un cierto nivel de representación a partir de su arte.



Figura 8 Danza folclórica Xochiquetzal

Avanzando con este análisis de pantallas, se pudo ver que en otro álbum llamado "Presentaciones Xochi", hubo una carga semiótica mucho más fuerte no sólo por las imágenes que se presentaron, sino por cómo se componían todas ellas, ya que en estos dos álbumes hubo personas disfrazadas con el traje propio de cada provincia mexicana lo que implica que cada uno de ellos asumía una postura ajena a la que utilizan comúnmente para poder realizar sus expresiones corporales. Por otra parte, en este segundo álbum ya se observó a Fabián como una parte de éste, donde él también asumió un rol para ejecutar una función ya que cada provincia



representaba un mundo de simbolismos y era necesario asumir ese papel para representarlo de la mejor manera.



Figura 9 Muestra de perfil danzantes Xochiquetzal

Para cerrar el análisis del perfil de Fabián, fue necesario resaltar un punto muy importante y también determinante en este proyecto de investigación. Cuando nos fijamos bien en estos álbumes, se pudo ver que no tienen una cantidad masiva de “likes” lo que podría determinar tres cosas.

La primera se enfocaría a la afirmación del hecho que nos señaló Fabián en su entrevista, quien comentó sobre su status de introvertido por lo cual sus fotografías solo se exponían para un grupo determinado de personas y por esto no se notaba una respuesta masiva.

El segundo punto se podría referir a la forma en la que Fabián expuso su arte, su manera de uso de la plataforma no se está intencionalmente moviendo de manera adecuada y por esto no llega a más personas, lo que reflejaría una “poca aceptación” en sus álbumes.

Y la tercera, se podría enfocar a un contexto netamente geográfico, es decir, él se enfoca en la producción y realización de eventos de danza mexicana en un contexto ecuatoriano, lo que desembocaría en una falta de exposición de su arte ya que no muchos conocen este grupo o lo que hace. Y es así cómo se da un proceso de construcción de sentidos sobre las actividades desarrolladas por Fabián.

En el caso de Jessica Gutiérrez pudimos constatar a primera impresión una similitud en su perfil con el de Natalia, ambas contaban con una cover photo de un paisaje enfocando al cielo en el cual se cambia la perspectiva de la imagen pero el significado podría ser el mismo, esto lo verificamos más adelante analizando las fotografías que ella expuso. Por otra parte, también se pudo identificar un diferenciador muy marcado en la foto de perfil de Jessica en relación a las de Natalia y Fabián, específicamente se pudo ver que Jessica sí se mostró directamente. En la foto de perfil de Natalia, ella estaba acompañada de alguien y su rostro no podía identificarse claramente por la forma propia de la imagen; Fabián, en su caso, no se mostró corporalmente. Sin embargo, regresando a Jessica, este hecho puede derivar en una respuesta, ella quiso mostrarse tal cual ella es, es decir, quiso exponerse de manera frontal para todos los usuarios que llegasen hasta su perfil, por esto la imagen no dio pie a interpretaciones sobre su aspecto facial.

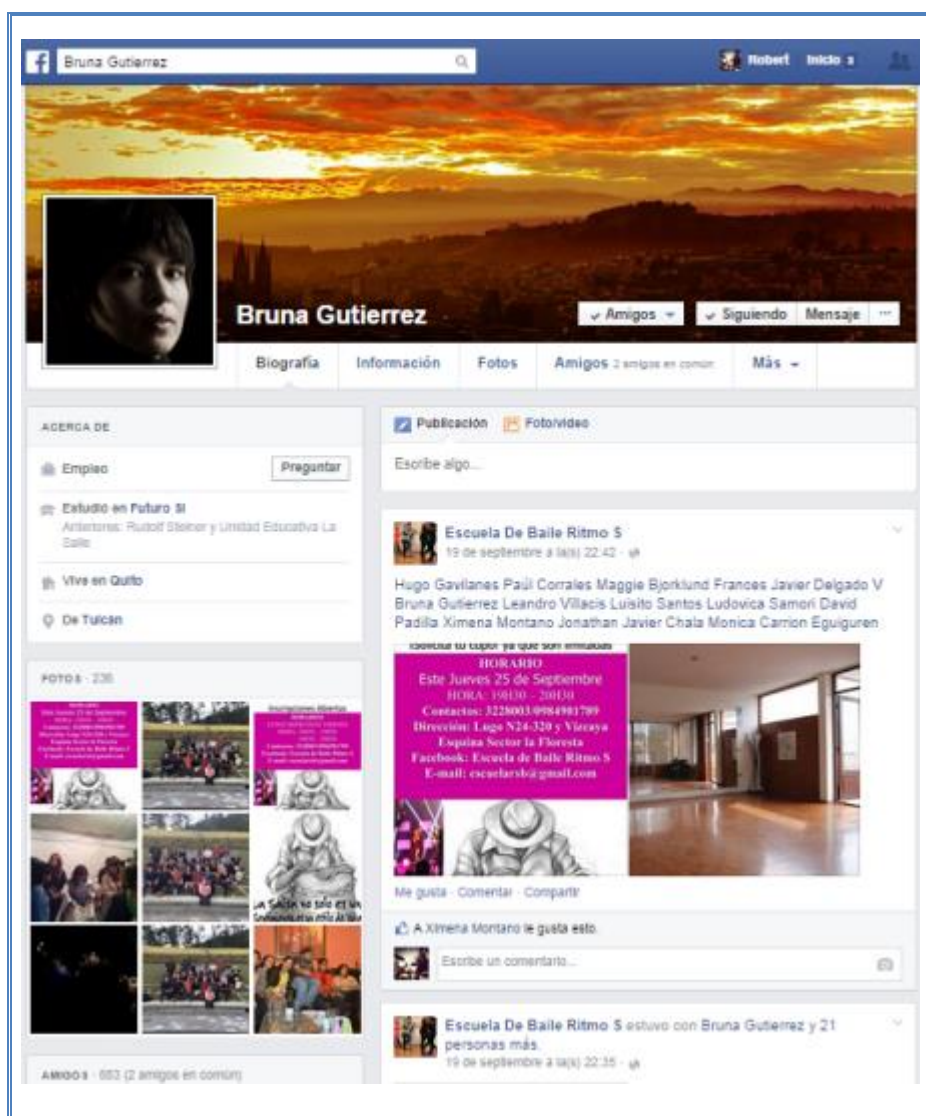


Figura 10 Primera muestra de perfil Jessica

Continuando con esta primera impresión, se pudo constatar que ella en su descripción no compartió mayor información excepto la de su lugar de nacimiento, residencia actual y colegios donde estudió. En el caso de empleo ella no tenía información específica, lo cual afirma el hecho que nos mencionó en su entrevista, allí mencionaba que es parte de producción de eventos masivos culturales.

Como se pudo ver, ella cuenta con 236 fotos y 663 amigos algo que desde una primera impresión no diría mucho, pero si se observa en las fotografías publicadas, al lado derecho, se pudo constatar algo muy importante. Estas fotografías fueron

realizadas desde el perfil de la “Escuela de Ritmo S”, algo que indicaba su estrecha vinculación a la danza.

Una vez que se ingresó a sus fotografías, se vio que ella no contaba con muchos álbumes propios, ya que en total son 6 y ninguno llegaba a las 15 fotos en total, entonces esto nos llevó a pensar: ¿de dónde salieron esas 236 fotografías?

La respuesta era muy simple en este caso, todas esas fotografías fueron etiquetas y por ello fueron encaminadas hacia el perfil de Jessica. Antes de eso, se logró ver algo muy significativo en la composición de este collage de álbumes, pues en ninguno había sido realizado desde el teléfono móvil, lo que indicaba que Jessica es de las personas que sube fotografías de manera tradicional, es decir, seleccionando sólo las fotos que ella desea para compartirlas con las personas que ella considere mejor, algo que concuerda directamente con la respuesta que nos dio en la entrevista de la que fue parte.

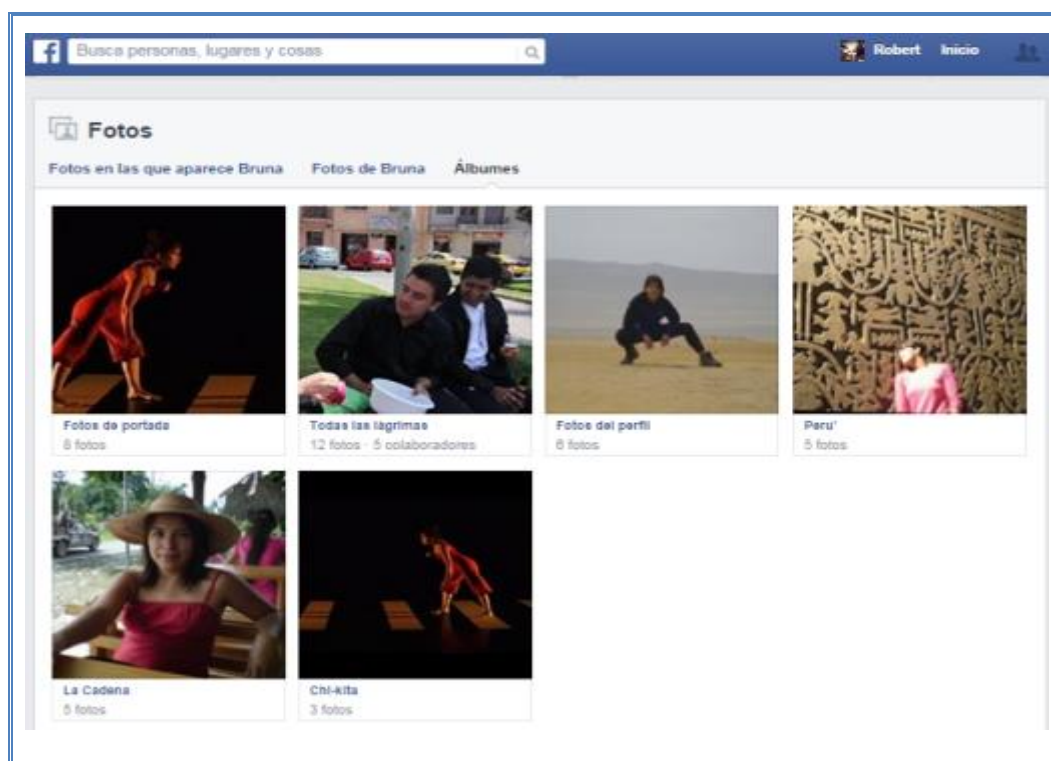


Figura 11 Fotos Jessica

Siguiendo con este análisis cabe acotar que no nos enfocamos en los álbumes que Jessica presentaba porque, a diferencia de los otros participantes, con ella nos basamos en otra forma de exponer fotografías. Se utilizaron las fotografías donde ella fue etiquetada pues fueron en su mayoría las que presentaron varias acciones, poses y posturas manejadas en distintos cuadros e desde diversas iluminaciones.

En estas fotografías se expusieron distintas actuaciones realizadas tanto por Jessica como por su grupo de baile de “Charleston”. Como punto imperante se observó que Jessica aparecía en todas las fotografías, a diferencia de Fabián quién se enfocaba más en su grupo que en él mismo. Aquí el enfoque primaba en Jessica y en la forma de expresarse realizando una actividad específica, esto corrobora lo expuesto por ella en su entrevista al decir que solo comparte la información que ella considera y para las personas que ella quiere directamente.

Otro punto importante fueron son las locaciones donde estas fotografías fueron realizadas, se pudo notar lugares como “El Panecillo”, “Yaku - Museo de Agua” y a esto se le agrega el contraste de luces para resaltar a cada bailarín, se

puede obtener resultados llamativos que impresionan a todos quienes observen estas fotografías. Ello implica que hubo una selección de las fotografías expuestas y un cuidado por la construcción de las imágenes que presentan al grupo en cuestión.

Por otra parte, en cada fotografía se encontró como recurrente la gestualidad de Jessica, ella demostró alegría y confianza lo que derivaba en una expresión de seguridad al momento de realizar estas acciones, así como se denotaba en cada una de las fotografías expuestas a continuación:



Figura 12 Etiquetas Jessica Charleston

Por último, para terminar el análisis de perfiles de nuestros entrevistados tenemos el perfil Facebook de José Andrés Mora, músico reconocido a nivel nacional e internacional por contar con distintos logros como auspicios y por compartir escenario con bandas mundialmente famosas.

Como punto inicial de partida se pudo constatar un diferenciador muy marcado en este perfil, el cual se manifestó en las fotografías que se expuso tanto en



su cover photo como en la profile photo, ya que en la primera José Andrés se mostró realizando su trabajo como músico.

Él se presentó con una imagen donde expresa alegría y confianza lo que expone mayor seguridad sobre su labor principal, así mismo, en la fotografía existe un juego con contrastes de blanco y negro no sólo en el fondo de la imagen, sino también en la vestimenta de José Andrés, lo cual marca un contraste de colores con su batería DW cuyos colores también son blanco y negro en los acabados, a diferencia del resto él se expone directamente en base a la profesión que realiza pues se dirige a un público más abierto.

Prosiguiendo con este primer acercamiento, pudimos ver en su descripción como él describió su actividad laboral de músico, tal como mencionó en su entrevista, además de ser parte del staff internacional de la marca DW y baterista activo de la banda “RockVox”.

Actualmente cuenta con 513 fotografías propias y en las cuales ha sido etiquetado, algunas serán analizadas más adelante al igual que hicimos con los otros tres entrevistados en este proyecto de investigación. Así mismo, pudimos constatar que al momento tiene 2101 amigos.

Algo que denotó la talla internacional que José Andrés tiene como músico se expuso en la fotografía del lado derecho de su perfil, ya que en ésta él se encuentra alado de “Bumblefoot” quien es guitarrista actual de la banda “Guns N’ Roses”, esta fotografía expuso regocijo y aceptación por parte de ambos músicos, y también por parte de los usuarios ya que se encontró un total de 37 likes y cuatro comentarios de felicitación por este logro personal.

Siguiendo con el análisis de pantallas de José Andrés, se observó que en efecto usa su perfil como una plataforma para dar a conocer su trabajo y para exponerse como artista, así él se genera una nueva forma de abrirse paso en el mundo de la música, mostrando sus logros. Esto a futuro puede convertirse en contratos o presentaciones, ya sean éstas individualmente o junto a su grupo de música.

Facebook profile page for Jose Andres Mora. The profile picture shows him playing drums. The cover photo is a larger image of him playing drums. The name is Jose Andres Mora (Josean-Morita). The page shows a bio, work information (DW International Artist, Josean Studios y ROCKVOX), and a recent post from Instagram dated 27 de septiembre a la(s) 11:16. The post text is: "With Bumblefoot on a cruise ship #pns2014 @joseandresmo #bumblefoot #music #stage con el guitarrista de Guns n' Roses en un crucero". The post includes a photo of Jose Andres Mora and Bumblefoot. The post has 37 likes and several comments from friends like Ana Maria Enriquez, Caro Vergara, Salvatore Zelinsky Amado, and Linda Peralta.

**Jose Andres Mora**  
(Josean-Morita)

Amigos 11 amigos en común

Publicación Foto/Video

Trabaja en DW International Artist, Josean Studios y ROCKVOX

Estudió B.M. en Musica Contemporanea en Universidad San Francisco de Quito  
Anteriores: IMC - Instituto de Musica Contemporanea - USFQ y Academia Naval Almirante Nelson

Vive en Quito

Ciudad de origen Preguntar

Tiene 233 seguidores

FOTOS - 513

AMIGOS - 2102 (11 amigos en común)

Jose D. Samaniego Teran  
Nina Ariana Coronel  
David Tomaselli Landivar

Jose Andres Mora  
27 de septiembre a la(s) 11:16 · Instagram · 📷

With Bumblefoot on a cruise ship #pns2014 @joseandresmo #bumblefoot #music #stage con el guitarrista de Guns n' Roses en un crucero

Me gusta · Comentar · Compartir

A 37 personas les gusta esto.

Ana Maria Enriquez Que lindo Joseeee!!!  
27 de septiembre a la(s) 13:45 · Me gusta · 👍 1

Caro Vergara suerteuuudooo!!  
27 de septiembre a la(s) 14:46 · Me gusta · 👍 1

Salvatore Zelinsky Amado Super brother!  
27 de septiembre a la(s) 16:16 · Me gusta · 👍 1

Linda Peralta B mi Morita q lindooo' hermosos' grandes musicos los 2 😊  
27 de septiembre a la(s) 22:19 · Me gusta · 👍 1

Figura 13 Perfil de José Andrés

José Andrés tiene al momento de la realización sobre este análisis un total de 39 álbumes de fotografías repartidas en distintos momentos y lugares, pero en su mayoría están vinculadas a la música, ya que incluso hay fotografías con otros músicos reconocidos a nivel nacional.

Para mostrar la forma en la que expuso su presencia en este medio, utilizando como base a las representaciones que forman su ser corporal analizamos 3 álbumes de fotografías que correspondieron a los siguientes nombres:

- a. RockVox
- b. RockVox con Guns N'Roses
- c. Fotos subidas con el Celular

Se analizó específicamente estos álbumes porque en ellos José Andrés está realizando la actividad con la cual se distingue del resto de personas, es decir, en estos tres álbumes él realiza sus actividades de músico profesional y es mediante las mismas imágenes con las que construye una identidad.

Con respecto al primer álbum fotográfico titulado "RockVox" se pudo ver pocas fotografías que contaban con una elaboración determinada, manteniendo un contraste con el juego de luces en una locación determinada y con un vestuario definido donde se incluía la misma presentación de los tres músicos involucrados.

Por otra parte, cabe mencionar que los otros dos músicos son los hermanos Pablo y Rodrigo estrella, Pablo ha sido guitarrista en importantes agrupaciones nacionales como Cruicks en Karnak y su hermano Rodrigo es músico por vocación, aun así ha estado vinculado al medio artístico en producciones de televisión . De igual manera, en este álbum podemos ver que la mayoría de las fotos manejan planos medios enfocados de la cintura hacia arriba en tomas casi cerradas donde el enfoque principal está en la banda como tal, pero hay otras donde todavía se mantiene mucho aire como veremos a continuación.

Por último, con la exposición de José Andrés en conjunto con Pablo y Rodrigo Estrella podemos inferir en que se da paso a una interpretación más

extensa, pues al ser parte de una banda con otros dos personajes reconocidos en el medio el rango de alcance aumenta.



Figura 14 Fotografías en álbumes, José Andrés

En este caso, al igual que en otros álbumes que revisamos anteriormente de los participantes, también se observó que el nivel de aceptación no es masivo ya que cuenta con seis likes y tres comentarios positivos de apoyo. Aun así, se debió tener presente este hecho, pues más adelante constatamos que esto se incrementó y, de ser el caso, veremos quiénes pudieran ser los principales motivos para que esto ocurriese.

Sin embargo, continuando con el análisis del segundo álbum cuyo nombre es “RockVox con Guns N’Roses” se pudo ver otro tipo de fotografías pues en este

caso específico estas fueron realizadas en la noche, probablemente el fotógrafo a cargo utilizó luces para no perder la imagen ni el color ya que el panorama nocturno tienden a opacar las mismas.

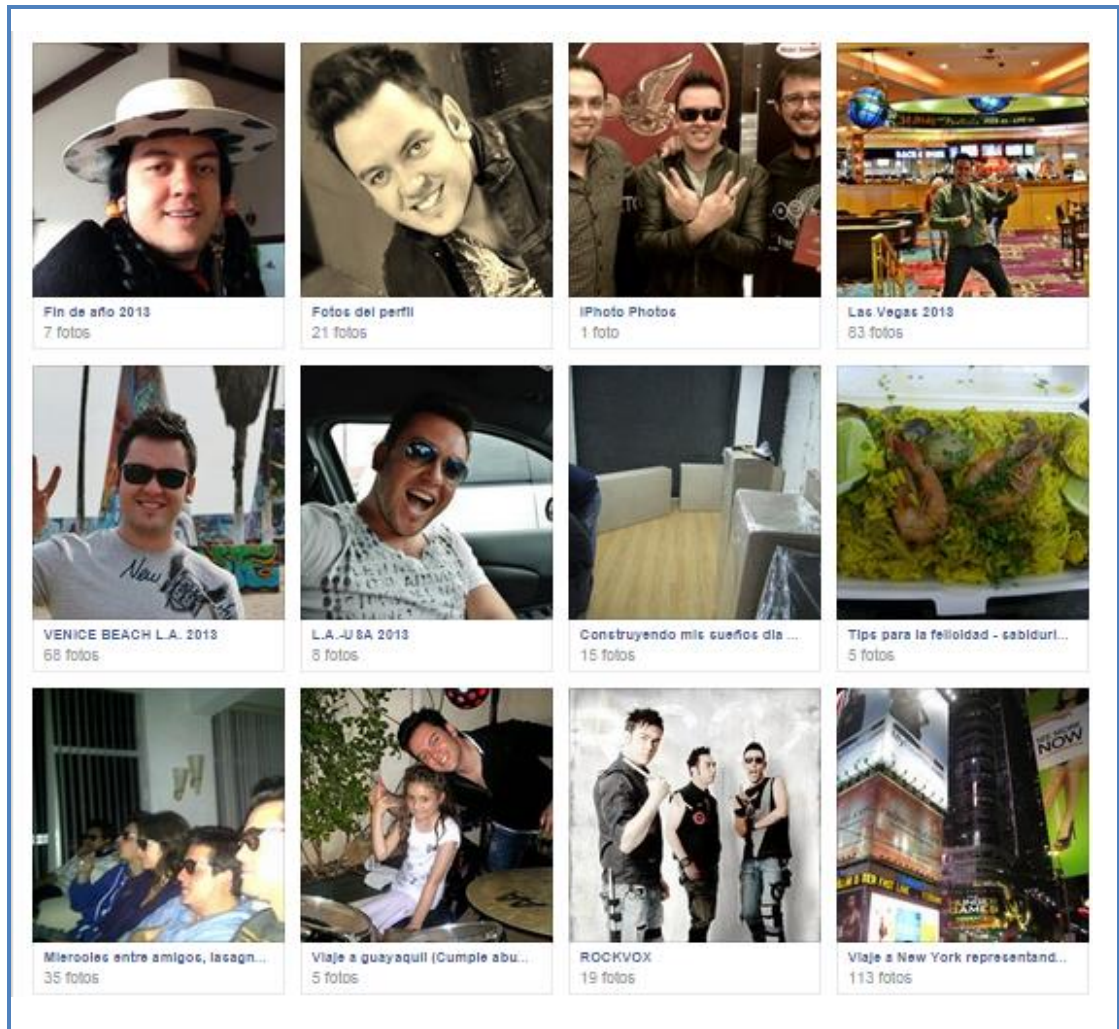


Figura 15 Álbumes página de José Andrés

Al igual que en el álbum anterior, no se evidenció un apoyo masivo o un incremento en relación a los likes obtenidos o al número de comentarios que apoyan a José Andrés. Lo dicho puede traducirse en poca difusión, también hay que tener presente que este álbum fue realizado en el 2010.

Por otra parte y enfocándonos directamente en el manejo corporal que este álbum presentó, se pudo ver una gama de elementos que dan realce al mismo, no sólo por los movimientos captados en distintas fotografías que realiza José Andrés,

también por la forma de auto-presentarse frente a todas las personas que acudieron a sus eventos. Aquí podemos ver como la vestimenta, maquillaje e incluso el color de la batería marcan un hecho determinante en la exposición de José Andrés y del resto de integrantes de esta banda frente al público en general, pues reflejan confianza, determinación, seguridad, características transmitidas en cada una de estas fotografías.

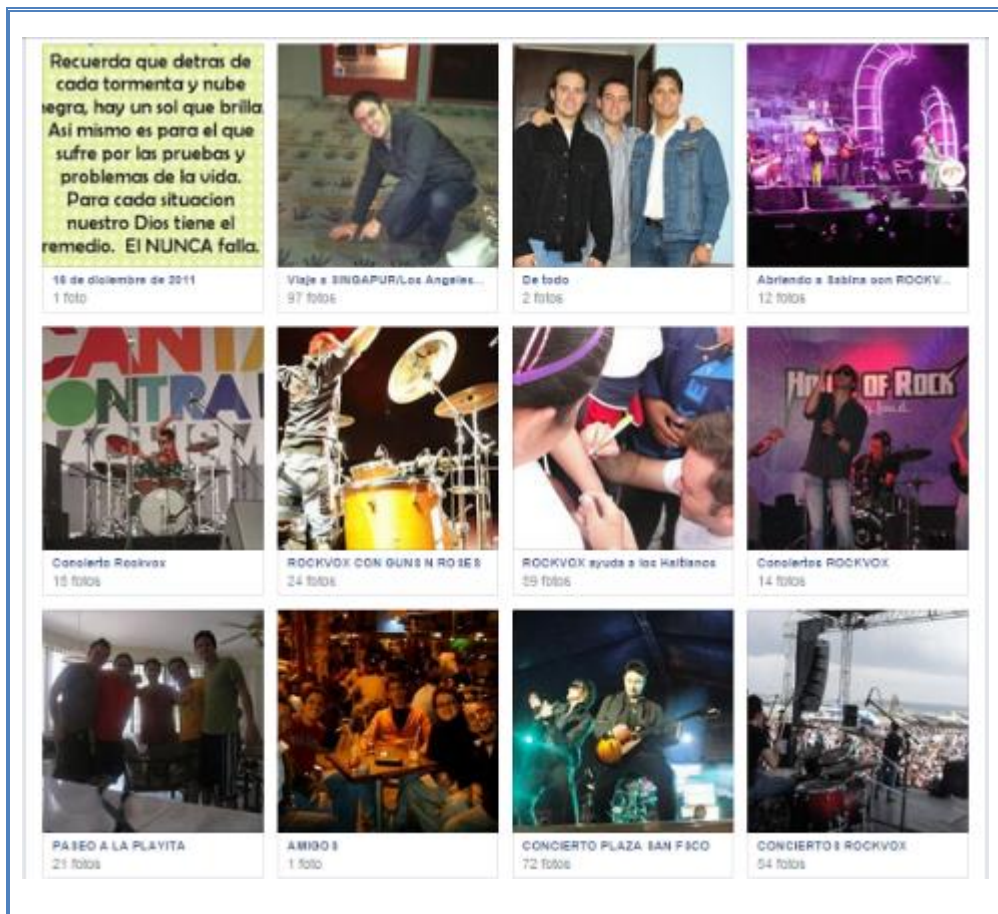


Figura 16 Fotos, segunda muestra de perfil José Andrés

Por último y para concluir con el análisis correspondiente al último participante, podemos situarnos en las “Fotos subidas con el Celular”. Este álbum cuenta con alrededor de 41 fotografías, pero lo más llamativo del mismo recayó en el hecho que indica a sólo cuatro fotografías estuvieron ligadas a su actividad como músico y baterista profesional, el resto correspondieron a su círculo de amigos pues la mayoría son fotografías de grupos con una cantidad considerable de personas.

Este álbum también puede comprenderse como un espacio donde José Andrés mostró su nivel personal, dejando por un momento su lado profesional, para llevar a cabo ambas ramas tal como lo mencionó en su entrevista. Con esto podemos enfocarnos en la entrevista realizada donde él nos indicó que una parte esencial en su carrera como músico se basa en el feedback que recibe de las personas

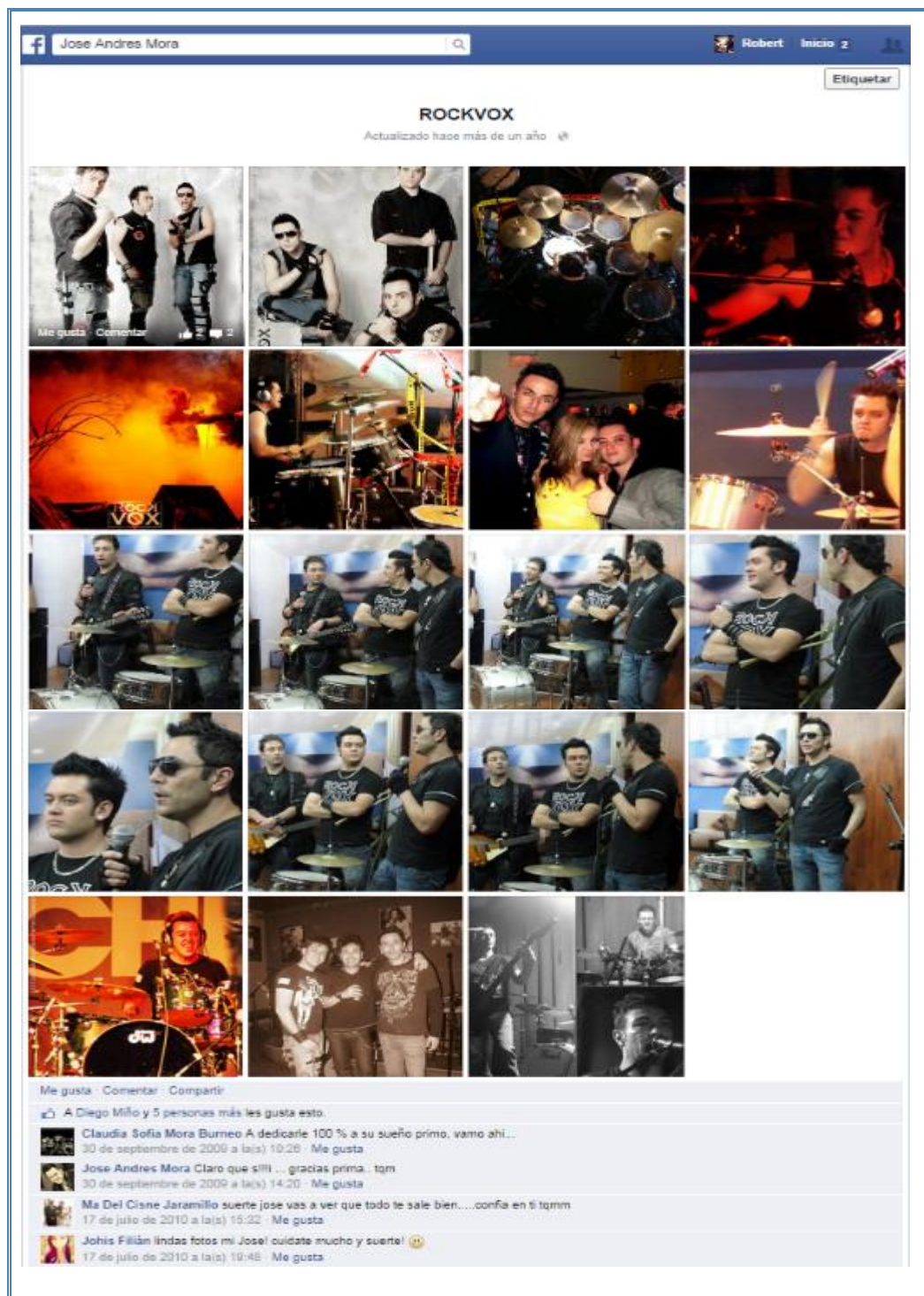


Figura 17 Muestra de perfil Rock Vox



Es decir, cada imagen fue tomada de manera espontánea en lugares sin trascendencia para quienes lo vemos, aunque para José Andrés desde su lado personal estas imágenes serán recuerdos que perdurarán en el tiempo para recordar aquel instante donde vivió algún tipo de experiencia junto a personas de su consideración y afecto.

Por otra parte, dentro del mismo álbum se pudo ver un contraste en cuanto a locaciones se refiere ya que cuatro de ellas fueron tomadas en el Times Square de New York, un lugar donde se ha llevado a cabo momentos importantes de su propia historia, con esto José Andrés tiene un pedazo de este lugar histórico para sí mismo plasmado en su fotografía.

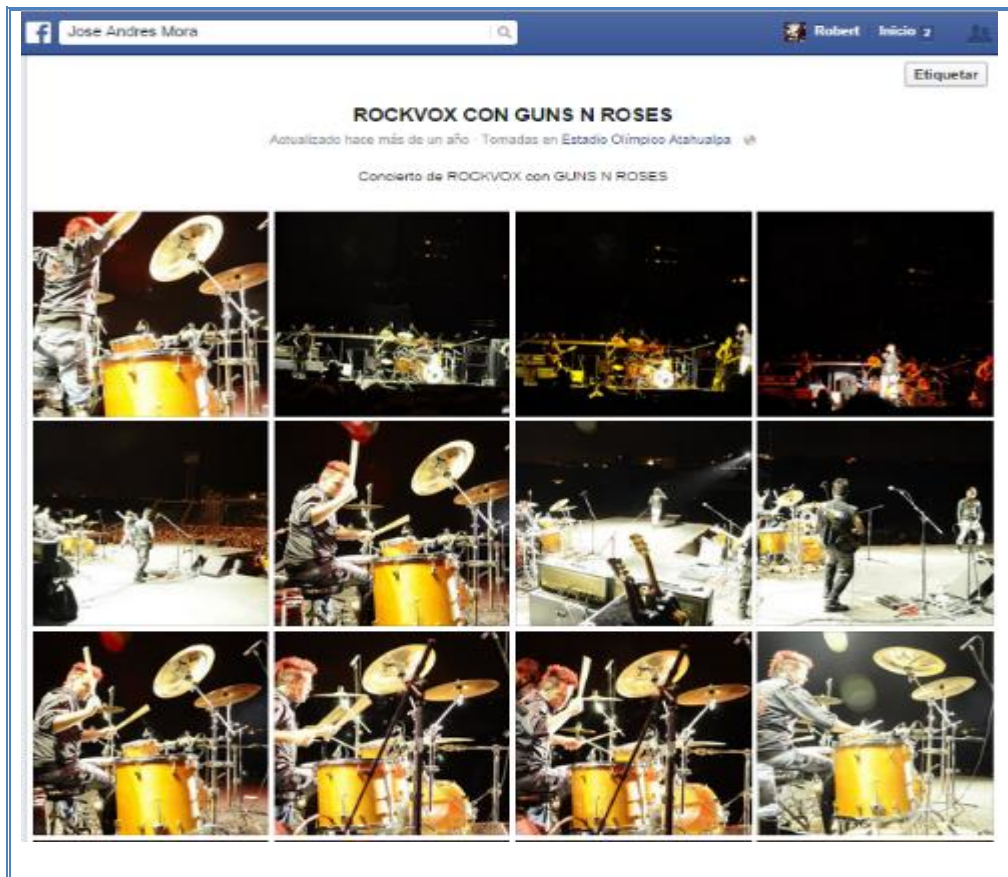


Figura 18 Mezcla de perfil, RockVox con Guns N Roses



## CONCLUSIONES

La conducta de las personas parte de un modismo hasta convertirse en un acto cotidiano cuya finalidad cae en mejorar las relaciones interpersonales. En el caso de las redes sociales, Facebook específicamente, el proceso está enfocado en divulgar mensajes de forma masiva ya sea dirigido a una o varias personas en tiempo real para provocar e impulsar nuevas maneras de vinculación.

El ser virtual posee cualidades propias del tercer entorno en el cual se encuentra alojado y es mediante estas con las que continuará con su desarrollo en la creación de nuevos canales que servirán de fuentes informativas con las que a futuro se implementarán nuevos canales comunicacionales.

Por el momento, Facebook tiene un futuro provisorio mientras funcione como plataforma mediática enfocada a transmitir nuevos conocimientos particularmente por la facilidad que esta tiene para adaptarse a las múltiples herramientas que a su vez generan nuevos canales para facilitar la divulgación de los mensajes. Facebook como red social es un canal inclusivo en el contexto de acercar a personas de manera ágil, lo que conlleva a nuevas aproximaciones en los procesos de comunicación, los cuales de hecho pueden generar un acercamiento de lo virtual hacia lo personal.

Bajo las normas establecidas en el acuerdo implícito de Facebook, se ve que la plataforma estuvo enfocada en un principio como una herramienta de mercado para conocer los intereses de las personas vistas como posibles consumidores, más aún cuando este hecho se ve representado en los anuncios propios de la plataforma. Sin embargo, al convertirse en un nuevo canal de comunicación masiva, estas acciones dieron un giro por lo que ahora se presenta como un medio de expresión frente a una postura social o como identificamos en esta investigación, una postura cultural.

Por último y a nivel corporal, la mayoría de usuarios que forman parte de esta plataforma social, buscan una forma de ser aceptados en la misma, para esto comparten imágenes en su mayoría carentes de una teoría fotográfica pues sólo

importa compartir el momento cuando este ocurre y para lograrlo utilizan sus cuerpos con la finalidad de expresar gestos o acciones específicas. En el caso de nuestros entrevistados podemos ver que algunos de ellos no les interesa ser parte de esta mayoría, aun así cuando tienen algo importante que desean transmitir se vuelven parte temporal de este grupo de usuarios que busca transmitir una postura o ideología cuyo nivel de aceptación se medirá en base a la recepción de “likes”

## GLOSARIO

**Apps:** Aplicaciones de software que se instalan en dispositivos móviles o tabletas para ayudar al usuario en una labor concreta, ya sea de carácter profesional o de ocio y entretenimiento.

**Cover Photo:** Conocida como imagen de portada, es la imagen que se presenta al inicio de una página en Facebook.

**Facebook:** Es un sitio web de redes sociales creado por Mark Zuckerberg y fundado junto a Eduardo Saverin, Chris Hughes y Dustin Moskovitz. Originalmente era un sitio para estudiantes de la Universidad de Harvard, pero se abrió a cualquier persona con una cuenta de correo electrónico.

**Hardware:** Conjunto de elementos materiales que constituyen el soporte físico de un ordenador.

**Interfaz:** Dispositivo capaz de transformar las señales emitidas por un aparato en señales comprensibles por otro.

**Internet:** Red informática de comunicación internacional que permite el intercambio de todo tipo de información entre sus usuarios.

**Mediáticos:** es un adjetivo que permite referirse a aquello perteneciente o relativo a los medios de comunicación.

**Memoria Caché:** Área de almacenamiento dedicada a los datos usados o solicitados con más frecuencia para su recuperación a gran velocidad.

**Newsfeed:** en español fuente web, es un formato de datos usado para proveer a los usuarios contenido actualizado.

**NTIC:** Nuevas Tecnologías de Información y Comunicación.

**Plataforma:** una plataforma es el hardware sobre el cual puede ejecutarse o desarrollarse un software.

**Plug-In:** Son botones, cuadros e historias (como el botón "like o me gusta") que otros sitios web pueden utilizar para ofrecer contenido de Facebook y crear una experiencia más social y personal.

**Selfie:** Una autofoto o selfi —también conocida con las voces inglesas selfie o selfy, es un autorretrato realizado con una cámara fotográfica.

**Smartphone:** Teléfono celular con pantalla táctil, que permite al usuario conectarse a internet, gestionar cuentas de correo electrónico e instalar otras aplicaciones y recursos a modo de pequeño computador.

**Software:** Término genérico que se aplica a los componentes no físicos de un sistema informático, como p. ej. los programas, sistemas operativos ,que permiten a este ejecutar sus tareas.

**SPAM:** Se llama spam, correo basura o mensaje basura a los mensajes no solicitados, no deseados o de remitente no conocido (correo anónimo).

**Viralizar:** De los virus o relativo a ellos, vírico.

**Web 2.0:** El término Web 2.0 comprende aquellos sitios web que facilitan el compartir información, la interoperabilidad, el diseño centrado en el usuario y la colaboración en la World Wide Web.

## LISTA DE REFERENCIAS

- Barthes, R. (1970). *La Semiología, el mensaje fotográfico*. Buenos Aires: Tiempo Contemporáneo.
- Barthes, R. (2009). *La Cámara Lúcida*. Barcelona: Paidós Ibérica.
- Bourdieu, P. (2003). *Un Arte Medio*. Barcelona: Gustavo Gili.
- Castells, M. (2001). *La Galaxia Internet*. Barcelona: Plaza y Janes Editores.
- El Comercio. (27 de Noviembre de 2013). *El Comercio*. Obtenido de elcomercio.com.ec: [http://www.elcomercio.ec/cultura/fotografia-tecnologia-selfie-historia-internet-redes\\_sociales\\_0\\_1037296396.htm](http://www.elcomercio.ec/cultura/fotografia-tecnologia-selfie-historia-internet-redes_sociales_0_1037296396.htm)
- Facebook. (s.f.). *Declaración de Derechos y Responsabilidades*. Obtenido de <https://www.facebook.com/legal/terms>
- Fontcuberta, J. (2013). *La Cámara de Pandora, La fotografi@ después de la fotografía*. Barcelona: Gustavo Gili.
- Fontcuberta, J. (s.f.). *Googlegramas. Joan Fontcuberta Googlegramas*. Instituto Cervantes, Institut Ramon Llull, París .
- Fuentes Navarro, R. (2000). *Exploraciones teórico-metodológicas para la investigación socioculturales de los usos de internet*.
- Goffman, E. (1997). *La presentación de la persona en la vida cotidiana*. Buenos Aires: Amorrortu Ed.
- Islas , O., & Arribas Urrutia, A. (2010). *El Proyecto Facebook y la pos universidad. Sistemas operativos sociales y entornos abiertos de aprendizaje: Comprender las redes sociales como ambientes mediáticos*. Madrid: Ariel Editores: Fundación Telefónica y Editorial Planeta.

Kellogg, M. (1999). *Word Reference*. Obtenido de <http://www.wordreference.com/>

Korstanje, M. (2008). La Fotografía en Pierre Bourdieu y el problema de la integración social. *Revista Austral de Ciencias Sociales* 14, 179-190.

Levy, P. (2007). *Cibercultura: la cultura de la Sociedad Digital*. Barcelona: Anthropos.

Marín Amatller, A. (2010). *Fotografía Digital: Manual de uso y recursos*. Catalunya: Universidad Oberta de Catalunya.

Moragas, M. d. (2005). Cambios en los estudios de la comunicación. *Signo y Pensamiento*, 10 - 20.

Negroponte, N. (1995). *El Mundo Digita*. Barcelona: Ediciones B, Grupo Z.

Piscitelli, A. I. (2011). El Proyecto Facebook y la Pos Universidad, Sistemas Operativos Sociales y entornos abiertos de aprendizaje. *Colección Fundación Telefónica*.

Rius Oliva, L. (2012). *Los señores del aire: Telépolis y el tercer entorno*. Cataluña: Eureka Media, SL.

Scolari, C. (2004). *Hacer clic*. Barcelona: Gedisa.

Sontag, S. (1973). *Sobre la fotografía*. México: Santillana.

Vízer, E. A. (2003). *Paradigmas y estilos de conocimiento: cultivando dominios sociales*. Buenos Aires: Universidad de Buenos Aires.

Barthes, R. (1970). *La Semiología, el mensaje fotográfico*. Buenos Aires: Tiempo Contemporáneo.

Barthes, R. (2009). *La Cámara Lúcida*. Barcelona: Paidós Ibérica.

Bordieu, P. (2003). *Un Arte Medio*. Barcelona: Gustavo Gili.



Castells, M. (2001). *La Galaxia Internet*. Barcelona: Plaza y Janes Editores.

El Comercio. (27 de Noviembre de 2013). *El Comercio*. Obtenido de elcomercio.com.ec: [http://www.elcomercio.ec/cultura/fotografia-tecnologia-selfie-historia-internet-redes\\_sociales\\_0\\_1037296396.htm](http://www.elcomercio.ec/cultura/fotografia-tecnologia-selfie-historia-internet-redes_sociales_0_1037296396.htm)

Facebook. (s.f.). *Declaración de Derechos y Responsabilidades*. Obtenido de <https://www.facebook.com/legal/terms>

Fontcuberta, J. (2013). *La Cámara de Pandora, La fotografi@ después de la fotografía*. Barcelona: Gustavo Gili.

Fontcuberta, J. (s.f.). *Googlegramas. Joan Fontcuberta Googlegramas*. Instituto Cervantes, Institut Ramon Llul, París .

Fuentes Navarro, R. (2000). *Exploraciones teórico-metodológicas para la investigación socioculturales de los usos de internet*.

Goffman, E. (1997). *La presentación de la persona en la vida cotidiana*. Buenos Aires: Amorrortu Ed.

Islas , O., & Arribas Urrutia, A. (2010). *El Proyecto Facebook y la pos universidad. Sistemas operativos sociales y entornos abiertos de aprendizaje: Comprender las redes sociales como ambientes mediáticos*. Madrid: Ariel Editores: Fundación Telefónica y Editorial Planeta.

Kellogg, M. (1999). *Word Reference*. Obtenido de <http://www.wordreference.com/>

Korstanje, M. (2008). La Fotografía en Pierre Bourdieu y el problema de la integración social. *Revista Austral de Ciencias Sociales* 14, 179-190.

Levy, P. (2007). *Cibercultura: la cultura de la Sociedad Digital*. Barcelona: Anthropos.

Marín Amatller, A. (2010). *Fotografía Digital: Manual de uso y recursos*. Catalunya: Universidad Oberta de Catalunya.

Moragas, M. d. (2005). Cambios en los estudios de la comunicación. *Signo y Pensamiento*, 10 - 20.

Negroponte, N. (1995). *El Mundo Digita*. Barcelona: Ediciones B, Grupo Z.

Piscitelli, A. I. (2011). El Proyecto Facebook y la Pos Universidad, Sistemas Operativos Sociales y entornos abiertos de aprendizaje. *Colección Fundación Telefónica*.

Rius Oliva, L. (2012). *Los señores del aire: Telépolis y el tercer entorno*. Cataluña: Eureka Media, SL.

Scolari, C. (2004). *Hacer clic*. Barcelona: Gedisa.

Sontag, S. (1973). *Sobre la fotografía*. México: Santillana.

Vízer, E. A. (2003). *Paradigmas y estilos de conocimiento: cultivando dominios sociales*. Buenos Aires: Universidad de Buenos Aires.

Barthes, R. (1970). *La Semiología, el mensaje fotográfico*. Buenos Aires: Tiempo Contemporáneo.

Barthes, R. (2009). *La Cámara Lúcida*. Barcelona: Paidós Ibérica.

Bourdieu, P. (2003). *Un Arte Medio*. Barcelona: Gustavo Gili.

Castells, M. (2001). *La Galaxia Internet*. Barcelona: Plaza y Janes Editores.

El Comercio. (27 de Noviembre de 2013). *El Comercio*. Obtenido de elcomercio.com.ec: [http://www.elcomercio.ec/cultura/fotografia-tecnologia-selfie-historia-internet-redes\\_sociales\\_0\\_1037296396.htm](http://www.elcomercio.ec/cultura/fotografia-tecnologia-selfie-historia-internet-redes_sociales_0_1037296396.htm)

Facebook. (s.f.). *Declaración de Derechos y Responsabilidades*. Obtenido de <https://www.facebook.com/legal/terms>

Fontcuberta, J. (2013). *La Cámara de Pandora, La fotografi@ después de la fotografía*. Barcelona: Gustavo Gili.

Fontcuberta, J. (s.f.). *Googlegramas. Joan Fontcuberta Googlegramas*. Instituto Cervantes, Institut Ramon Llul, París .

Fuentes Navarro, R. (2000). *Exploraciones teórico-metodológicas para la investigación socioculturales de los usos de internet*.

Goffman, E. (1997). *La presentación de la persona en la vida cotidiana*. Buenos Aires: Amorrortu Ed.

Islas , O., & Arribas Urrutia, A. (2010). *El Proyecto Facebook y la pos universidad. Sistemas operativos sociales y entornos abiertos de aprendizaje: Comprender las redes sociales como ambientes mediáticos*. Madrid: Ariel Editores: Fundación Telefónica y Editorial Planeta.

Kellogg, M. (1999). *Word Reference*. Obtenido de <http://www.wordreference.com/>

Korstanje, M. (2008). La Fotografía en Pierre Bourdieu y el problema de la integración social. *Revista Austral de Ciencias Sociales* 14, 179-190.

Levy, P. (2007). *Cibercultura: la cultura de la Sociedad Digital*. Barcelona: Anthropos.

Marín Amatller, A. (2010). *Fotografía Digital: Manual de uso y recursos*. Catalunya: Universidad Oberta de Catalunya.

Moragas, M. d. (2005). Cambios en los estudios de la comunicación. *Signo y Pensamiento*, 10 - 20.

Negroponte, N. (1995). *El Mundo Digita*. Barcelona: Ediciones B, Grupo Z.

Piscitelli, A. I. (2011). El Proyecto Facebook y la Pos Universidad, Sistemas Operativos Sociales y entornos abiertos de aprendizaje. *Colección Fundación Telefónica*.

Rius Oliva, L. (2012). *Los señores del aire: Telépolis y el tercer entorno*. Cataluña: Eureka Media, SL.

Scolari, C. (2004). *Hacer clic*. Barcelona: Gedisa.

Sontag, S. (1973). *Sobre la fotografía*. México: Santillana.

Vízer, E. A. (2003). *Paradigmas y estilos de conocimiento: cultivando dominios sociales*. Buenos Aires: Universidad de Buenos Aires.

## ANEXOS

### Anexo 1 Robert Cornelius, autofoto de 1839 (El Comercio, 2013)



### Anexo 2 Uso de la información recibida

facebook.com https://www.facebook.com/full\_data\_use\_policy#howweuse

facebook Busca personas, lugares y cosas Robert Inicio

#### Cómo utilizamos la información que recibimos

Utilizamos la información que recibimos sobre ti en relación con los servicios y las funciones que te ofrecemos a ti y a otros usuarios como tus amigos, nuestros socios, los anunciantes que compran anuncios en el sitio web y los desarrolladores que crean los juegos, las aplicaciones y los sitios web que utilizas. Por ejemplo, además de ayudar a otras personas a ver y encontrar cosas que haces y que compartes, podemos utilizar la información que recibimos sobre ti:

- como parte de nuestro esfuerzo para mantener la seguridad de las integraciones, los servicios y los productos de Facebook;
- para proteger los derechos o la propiedad de Facebook o de otros;
- para proporcionarte funciones y servicios relacionados con la ubicación, como avisarte a ti y a tus amigos cuando vaya a celebrarse algo cerca de donde estéis;
- para calibrar o comprender la eficacia de los anuncios que tú y otros usuarios veis, además de para ofrecerte los que más te pueden interesar;
- para hacerte sugerencias a ti y a otros usuarios de Facebook, como: sugerir a tu amigo que utilice nuestra herramienta de importación de contactos porque tú encontraste amigos gracias a ella; sugerir a otro usuario que te incorpore a su lista de amigos porque ese usuario ha importado la misma dirección de correo electrónico que tú, o bien sugerir a un amigo que te etiquete en una foto que ha subido en la que apareces, y
- para operaciones internas, incluidos la solución de problemas, el análisis de datos, la investigación, el desarrollo y la mejora del servicio.

Concedernos este permiso para utilizar tu información no solo nos permite ofrecer el Facebook que conoces, sino que también nos permitirá ofrecerte en el futuro funciones y servicios que utilizarán la información que recibimos sobre ti de forma innovadora.

Aunque nos permites utilizar la información que recibimos acerca de ti, tú eres en todo momento su propietario. Tu confianza es importante para nosotros y por ello no compartimos esta información con otros a menos que:

- nos hayas dado tu permiso;
- te hayamos advertido, como informándote de ello en esta política, o
- hayamos eliminado tu nombre y cualquier otro dato por el que se te pueda identificar.

Obviamente, en el caso de la información que otras personas comparten sobre ti, dichas personas son quienes controlan cómo la comparten.

Almacenamos los datos durante el tiempo necesario para facilitarte productos y servicios, a ti y otros usuarios, incluidos los descritos anteriormente. Normalmente, la información asociada con tu cuenta se conserva hasta que elimines la cuenta. En el caso de determinados tipos de datos también tenemos prácticas específicas de conservación de datos.

- Puede que activemos el acceso a información pública que se haya compartido a través de nuestros servicios.
- Puede que permitamos que los proveedores de servicios accedan a determinada información para que nos ayuden a ofrecer nuestros servicios.
- Podemos sugerir a un amigo tuyo que te etiquete en una foto escaneando o comparando sus fotos con la información que hemos recogido de tus fotos del perfil y de las fotos en las que se te ha etiquetado. Si esta opción está habilitada en tu cuenta, puedes controlar si quieres que propongamos a otros usuarios que te etiqueten en fotos a través de la configuración de "Biografía y etiquetado". Más información en: <https://www.facebook.com/help/tag-suggestions>

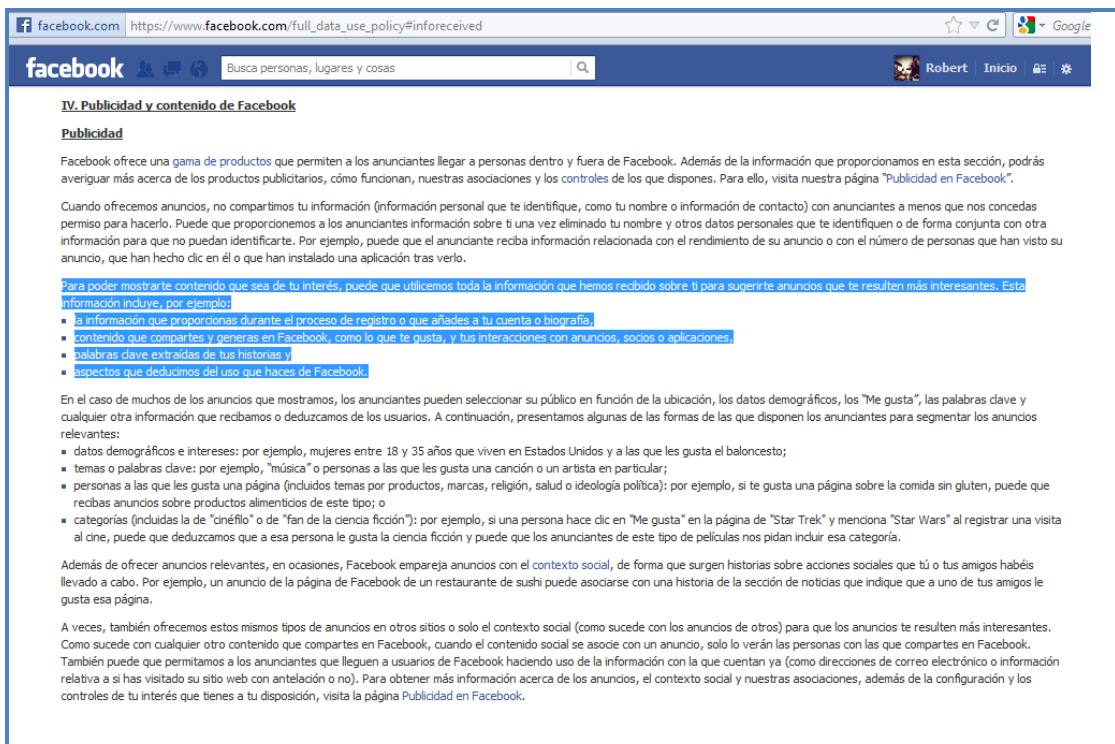
## Anexo 3 Disposiciones especiales aplicables a los anunciantes

### 11. Disposiciones especiales aplicables a anunciantes

Puedes dirigirte al público que desees comprando anuncios en Facebook o en nuestra red de editores. Las siguientes condiciones adicionales son aplicables si realizas un pedido a través de nuestro portal de anuncios en línea (pedido):

1. Cuando realices un pedido, nos indicará el tipo de anuncio que desees comprar, la cantidad que desees gastar y tu puja. Si aceptamos tu pedido, entregaremos los anuncios cuando el inventario esté disponible. Al entregar tus anuncios, hacemos lo posible por mostrárselos al público que has indicado, aunque no podemos garantizar que sea así en todas las ocasiones.
2. Es posible que ampliemos los criterios de segmentación que indiques en los casos en los que consideremos que puede ayudar a la efectividad de tu campaña publicitaria.
3. Pagarás los pedidos de acuerdo con nuestras [Condiciones de pago](#). La cantidad debida se calculará según nuestros mecanismos de seguimiento.
4. Tus anuncios cumplirán nuestras [Normas de publicidad](#).
5. Nosotros determinaremos el tamaño, ubicación y colocación de tus anuncios.
6. No garantizamos la actividad que tendrán tus anuncios, por ejemplo, el número de clics que recibirán.
7. No podemos controlar cómo se generan los clics que reciben tus anuncios. Disponemos de sistemas que intentan detectar y filtrar determinadas actividades, pero no nos responsabilizamos de fraudes, problemas tecnológicos ni de cualquier posible actividad relativa a los clics que no sea válida y que pueda afectar al coste de los anuncios en circulación.
8. Puedes cancelar el pedido en cualquier momento a través de nuestro portal en línea, pero podrían transcurrir 24 horas hasta que desactivemos el anuncio. Será tu responsabilidad cubrir el coste de todos los anuncios en circulación.
9. Nuestra licencia para mostrar tu anuncio finalizará cuando hayamos completado tu pedido. Entiendes, sin embargo, que si los usuarios han interactuado con tu anuncio, este podría seguir activo hasta que el usuario lo elimine.
10. [Podemos utilizar tus anuncios y contenido e información relacionados con propósitos de marketing o promocionales.](#)
11. No publicarás ningún comunicado de prensa ni harás declaraciones públicas acerca de tu relación con Facebook sin nuestro previo permiso por escrito.
12. Podríamos rechazar o retirar cualquier anuncio por cualquier motivo.

## Anexo 4 Publicidad y contenido Facebook



facebook.com https://www.facebook.com/full\_data\_use\_policy#inforeceived

facebook  Robert Inicio

### IV. Publicidad y contenido de Facebook

#### Publicidad

Facebook ofrece una gama de productos que permiten a los anunciantes llegar a personas dentro y fuera de Facebook. Además de la información que proporcionamos en esta sección, podrás averiguar más acerca de los productos publicitarios, cómo funcionan, nuestras asociaciones y los controles de los que dispones. Para ello, visita nuestra página "Publicidad en Facebook".

Cuando ofrecemos anuncios, no compartimos tu información (información personal que te identifique, como tu nombre o información de contacto) con anunciantes a menos que nos concedas permiso para hacerlo. Puede que proporcionemos a los anunciantes información sobre ti una vez eliminado tu nombre y otros datos personales que te identifiquen o de forma conjunta con otra información para que no puedan identificarte. Por ejemplo, puede que el anunciante reciba información relacionada con el rendimiento de su anuncio o con el número de personas que han visto su anuncio, que han hecho clic en él o que han instalado una aplicación tras verlo.

[Para poder mostrarte contenido que sea de tu interés, puede que utilicemos toda la información que hemos recibido sobre ti para sugerirte anuncios que te resulten más interesantes. Esta información incluye, por ejemplo:](#)

- la información que proporcionas durante el proceso de registro o que añades a tu cuenta o biografía,
- contenido que compartes y generas en Facebook, como lo que te gusta, y tus interacciones con anuncios, socios o aplicaciones,
- palabras clave extraídas de tus historias y
- aspectos que deducimos del uso que haces de Facebook.

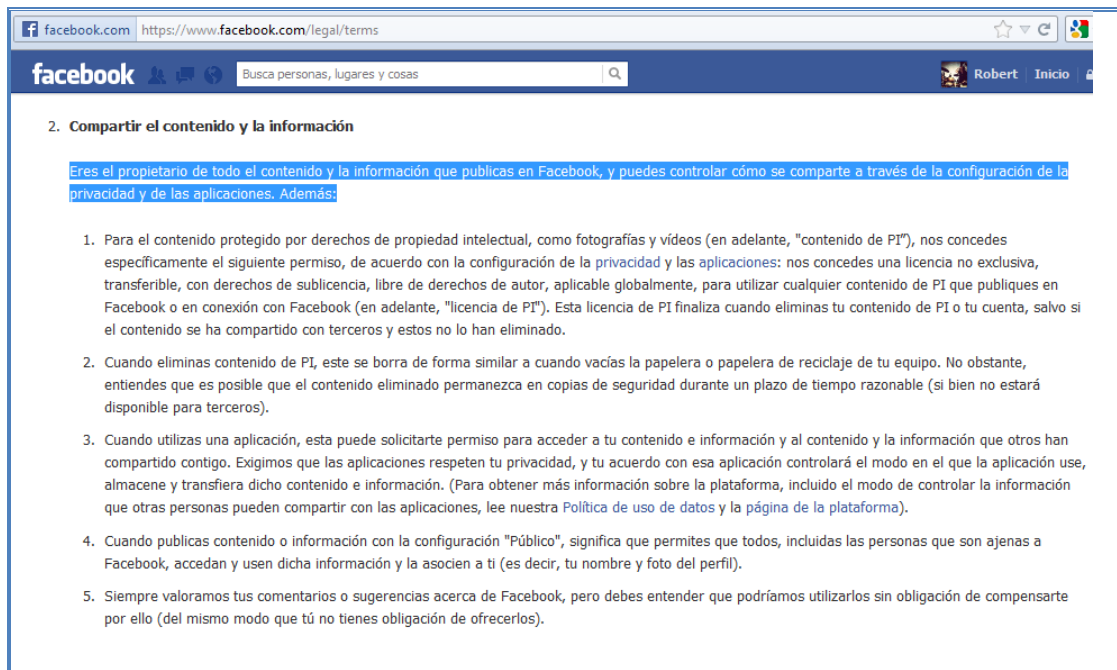
En el caso de muchos de los anuncios que mostramos, los anunciantes pueden seleccionar su público en función de la ubicación, los datos demográficos, los "Me gusta", las palabras clave y cualquier otra información que recibamos o deduzcamos de los usuarios. A continuación, presentamos algunas de las formas de las que disponen los anunciantes para segmentar los anuncios relevantes:

- datos demográficos e intereses: por ejemplo, mujeres entre 18 y 35 años que viven en Estados Unidos y a las que les gusta el baloncesto;
- temas o palabras clave: por ejemplo, "música" o personas a las que les gusta una canción o un artista en particular;
- personas a las que les gusta una página (incluidos temas por productos, marcas, religión, salud o ideología política): por ejemplo, si te gusta una página sobre la comida sin gluten, puede que recibas anuncios sobre productos alimenticios de este tipo; o
- categorías (incluidas la de "cinéfilo" o de "fan de la ciencia ficción"): por ejemplo, si una persona hace clic en "Me gusta" en la página de "Star Trek" y menciona "Star Wars" al registrar una visita al cine, puede que deduzcamos que a esa persona le gusta la ciencia ficción y puede que los anunciantes de este tipo de películas nos pidan incluir esa categoría.

Además de ofrecer anuncios relevantes, en ocasiones, Facebook empareja anuncios con el contexto social, de forma que surgen historias sobre acciones sociales que tú o tus amigos habéis llevado a cabo. Por ejemplo, un anuncio de la página de Facebook de un restaurante de sushi puede asociarse con una historia de la sección de noticias que indique que a uno de tus amigos le gusta esa página.

A veces, también ofrecemos estos mismos tipos de anuncios en otros sitios o solo el contexto social (como sucede con los anuncios de otros) para que los anuncios te resulten más interesantes. Como sucede con cualquier otro contenido que compartes en Facebook, cuando el contenido social se asocia con un anuncio, solo lo verán las personas con las que compartes en Facebook. También puede que permitamos a los anunciantes que lleguen a usuarios de Facebook haciendo uso de la información con la que cuentan ya (como direcciones de correo electrónico o información relativa a si has visitado su sitio web con antelación o no). Para obtener más información acerca de los anuncios, el contexto social y nuestras asociaciones, además de la configuración y los controles de tu interés que tienes a tu disposición, visita la página [Publicidad en Facebook](#).

## Anexo 5 Compartir contenido e información



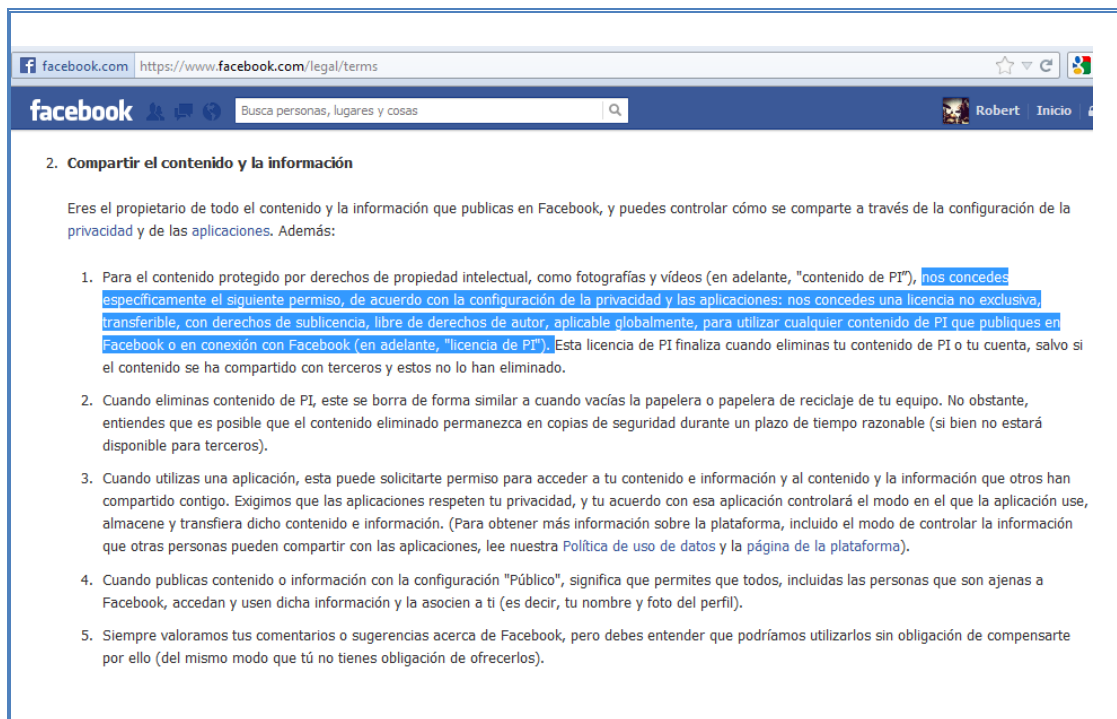
The screenshot shows the Facebook legal terms page. The browser address bar displays 'https://www.facebook.com/legal/terms'. The page title is 'facebook'. The search bar contains 'Busca personas, lugares y cosas'. The user's name 'Robert' and 'Inicio' are visible in the top right. The main heading is '2. Compartir el contenido y la información'. Below it, a paragraph states: 'Eres el propietario de todo el contenido y la información que publicas en Facebook, y puedes controlar cómo se comparte a través de la configuración de la privacidad y de las aplicaciones. Además:'. This paragraph is highlighted in blue. Below this, there are five numbered points detailing the terms of use for content and information sharing.

**2. Compartir el contenido y la información**

Eres el propietario de todo el contenido y la información que publicas en Facebook, y puedes controlar cómo se comparte a través de la configuración de la privacidad y de las aplicaciones. Además:

1. Para el contenido protegido por derechos de propiedad intelectual, como fotografías y vídeos (en adelante, "contenido de PI"), nos concedes específicamente el siguiente permiso, de acuerdo con la configuración de la **privacidad** y las **aplicaciones**: nos concedes una licencia no exclusiva, transferible, con derechos de sublicencia, libre de derechos de autor, aplicable globalmente, para utilizar cualquier contenido de PI que publiques en Facebook o en conexión con Facebook (en adelante, "licencia de PI"). Esta licencia de PI finaliza cuando eliminas tu contenido de PI o tu cuenta, salvo si el contenido se ha compartido con terceros y estos no lo han eliminado.
2. Cuando eliminas contenido de PI, este se borra de forma similar a cuando vacías la papelera o papelera de reciclaje de tu equipo. No obstante, entiendes que es posible que el contenido eliminado permanezca en copias de seguridad durante un plazo de tiempo razonable (si bien no estará disponible para terceros).
3. Cuando utilizas una aplicación, esta puede solicitarte permiso para acceder a tu contenido e información y al contenido y la información que otros han compartido contigo. Exigimos que las aplicaciones respeten tu privacidad, y tu acuerdo con esa aplicación controlará el modo en el que la aplicación use, almacene y transfiera dicho contenido e información. (Para obtener más información sobre la plataforma, incluido el modo de controlar la información que otras personas pueden compartir con las aplicaciones, lee nuestra **Política de uso de datos** y la **página de la plataforma**).
4. Cuando publicas contenido o información con la configuración "Público", significa que permites que todos, incluidas las personas que son ajenas a Facebook, accedan y usen dicha información y la asocien a ti (es decir, tu nombre y foto del perfil).
5. Siempre valoramos tus comentarios o sugerencias acerca de Facebook, pero debes entender que podríamos utilizarlos sin obligación de compensarte por ello (del mismo modo que tú no tienes obligación de ofrecerlos).

## Anexo 6 Compartir el contenido



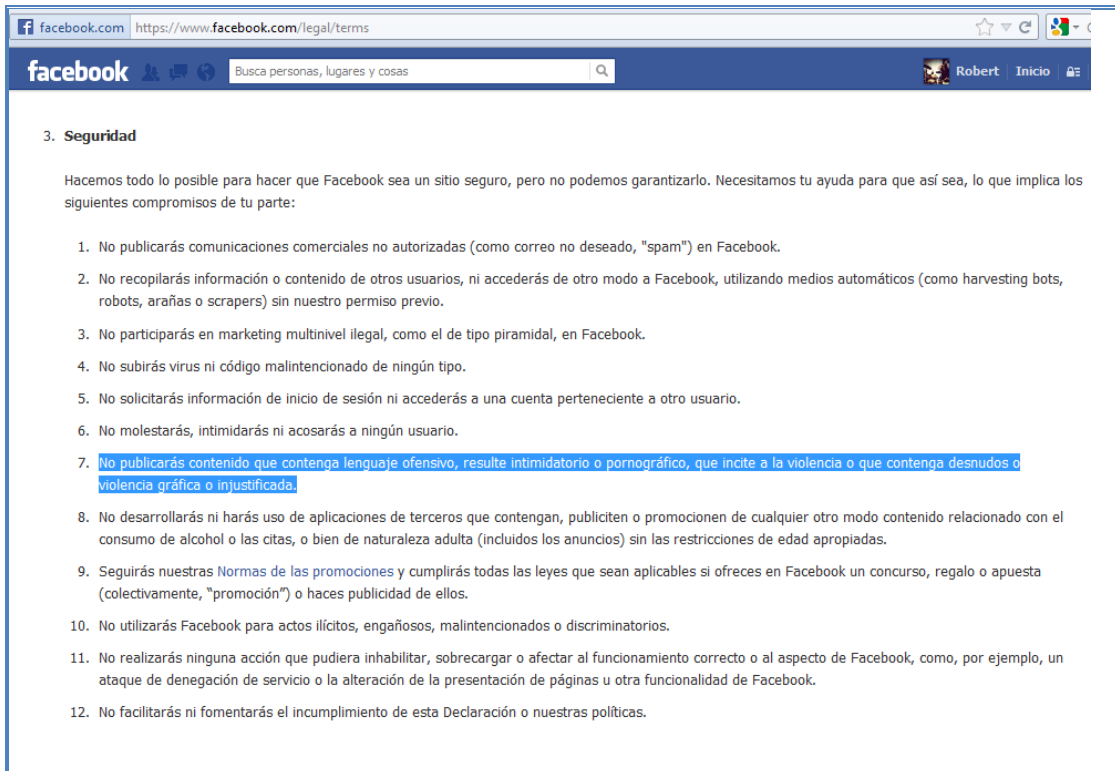
The screenshot shows the Facebook legal terms page. The browser address bar displays 'https://www.facebook.com/legal/terms'. The page title is 'facebook'. The search bar contains 'Busca personas, lugares y cosas'. The user's name 'Robert' and 'Inicio' are visible in the top right. The main heading is '2. Compartir el contenido y la información'. Below it, a paragraph states: 'Eres el propietario de todo el contenido y la información que publicas en Facebook, y puedes controlar cómo se comparte a través de la configuración de la privacidad y de las aplicaciones. Además:'. Below this, there are five numbered points detailing the terms of use for content and information sharing. The first point contains several highlighted phrases in blue.

**2. Compartir el contenido y la información**

Eres el propietario de todo el contenido y la información que publicas en Facebook, y puedes controlar cómo se comparte a través de la configuración de la privacidad y de las aplicaciones. Además:

1. Para el contenido protegido por derechos de propiedad intelectual, como fotografías y vídeos (en adelante, "contenido de PI"), **nos concedes específicamente el siguiente permiso, de acuerdo con la configuración de la privacidad y las aplicaciones: nos concedes una licencia no exclusiva, transferible, con derechos de sublicencia, libre de derechos de autor, aplicable globalmente, para utilizar cualquier contenido de PI que publiques en Facebook o en conexión con Facebook (en adelante, "licencia de PI").** Esta licencia de PI finaliza cuando eliminas tu contenido de PI o tu cuenta, salvo si el contenido se ha compartido con terceros y estos no lo han eliminado.
2. Cuando eliminas contenido de PI, este se borra de forma similar a cuando vacías la papelera o papelera de reciclaje de tu equipo. No obstante, entiendes que es posible que el contenido eliminado permanezca en copias de seguridad durante un plazo de tiempo razonable (si bien no estará disponible para terceros).
3. Cuando utilizas una aplicación, esta puede solicitarte permiso para acceder a tu contenido e información y al contenido y la información que otros han compartido contigo. Exigimos que las aplicaciones respeten tu privacidad, y tu acuerdo con esa aplicación controlará el modo en el que la aplicación use, almacene y transfiera dicho contenido e información. (Para obtener más información sobre la plataforma, incluido el modo de controlar la información que otras personas pueden compartir con las aplicaciones, lee nuestra **Política de uso de datos** y la **página de la plataforma**).
4. Cuando publicas contenido o información con la configuración "Público", significa que permites que todos, incluidas las personas que son ajenas a Facebook, accedan y usen dicha información y la asocien a ti (es decir, tu nombre y foto del perfil).
5. Siempre valoramos tus comentarios o sugerencias acerca de Facebook, pero debes entender que podríamos utilizarlos sin obligación de compensarte por ello (del mismo modo que tú no tienes obligación de ofrecerlos).

## Anexo 7 Seguridad



facebook.com https://www.facebook.com/legal/terms

facebook Busca personas, lugares y cosas Robert Inicio

### 3. Seguridad

Hacemos todo lo posible para hacer que Facebook sea un sitio seguro, pero no podemos garantizarlo. Necesitamos tu ayuda para que así sea, lo que implica los siguientes compromisos de tu parte:

1. No publicarás comunicaciones comerciales no autorizadas (como correo no deseado, "spam") en Facebook.
2. No recopilars información o contenido de otros usuarios, ni accederás de otro modo a Facebook, utilizando medios automáticos (como harvesting bots, robots, arañas o scrapers) sin nuestro permiso previo.
3. No participarás en marketing multinivel ilegal, como el de tipo piramidal, en Facebook.
4. No subirás virus ni código malintencionado de ningún tipo.
5. No solicitarás información de inicio de sesión ni accederás a una cuenta perteneciente a otro usuario.
6. No molestarás, intimidarás ni acosarás a ningún usuario.
7. No publicarás contenido que contenga lenguaje ofensivo, resulte intimidatorio o pornográfico, que incite a la violencia o que contenga desnudos o violencia gráfica o injustificada.
8. No desarrollarás ni harás uso de aplicaciones de terceros que contengan, publiciten o promocionen de cualquier otro modo contenido relacionado con el consumo de alcohol o las citas, o bien de naturaleza adulta (incluidos los anuncios) sin las restricciones de edad apropiadas.
9. Seguirás nuestras Normas de las promociones y cumplirás todas las leyes que sean aplicables si ofreces en Facebook un concurso, regalo o apuesta (colectivamente, "promoción") o haces publicidad de ellos.
10. No utilizarás Facebook para actos ilícitos, engañosos, malintencionados o discriminatorios.
11. No realizarás ninguna acción que pudiera inhabilitar, sobrecargar o afectar al funcionamiento correcto o al aspecto de Facebook, como, por ejemplo, un ataque de denegación de servicio o la alteración de la presentación de páginas u otra funcionalidad de Facebook.
12. No facilitarás ni fomentará el incumplimiento de esta Declaración o nuestras políticas.

## Anexo 8 Reportar o bloquear



Galo Román

Biografía Información Fotos Amigos 1 amigo en común Más

Reportar/bloquear...



## Anexo 9 Denunciar o bloquear una persona

### Denunciar o bloquear a esta persona



- Bloquear a Galo Román**  
Un bloqueo implica que no podrán verse ni comunicarse en Facebook
- Enviar una denuncia**  
Reporta el abuso en Facebook
  - Reportar contenido que compartió Galo
  - Reportar la cuenta de Galo
- Este es mi perfil anterior**
  - Recuperar esta cuenta, está hackeada
  - Cerrar esta cuenta

¿Eres el propietario de los derechos de propiedad intelectual de este contenido?

**Confirmar** **Cancelar**

## Anexo 10 Búsqueda de contenidos

### ¿Dónde está el contenido?

 <b>Su biografía</b>	 Mi biografía	 Foto del perfil	 Foto de portada
 En un mensaje	 En una página	 En un grupo	 En un evento

**Continuar** **Cancelar**

## Anexo 11 Reportando publicaciones

### Cómo reportar publicaciones

Para ayudarte de una forma más eficaz, necesitamos que nos proporciones un ejemplo del uso abusivo que experimentaste. Reporta el contenido ofensivo directamente desde el lugar en el que se produce.



1. Ve a [La biografía de Galo](#)
2. Usa el mouse para localizar el icono del lápiz en la esquina superior derecha de la publicación que deseas reportar.
3. Haz clic en **Reportar/Marcar como spam**
4. Haz clic en el enlace **Reportar** para informar a Facebook

[Aceptar](#)

## Anexo 12 Preguntas acerca del reporte de publicación

### ¿Por qué quieres reportar esta foto?



De Galo Román

No me gusta cómo salgo en esta foto

Creo que no debería estar en Facebook

Es spam

¿Eres el propietario de los derechos de propiedad intelectual de este contenido?

[Continuar](#) [Cancelar](#)

### Anexo 13 Spam

#### ¿Qué tipo de spam es?

Es una foto de spam

La cuenta de Galo está pirateada

Esta cuenta es falsa

**Continuar** **Cancelar**

### Anexo 14 Informe al destinatario de Spam

#### Gracias por informarnos

Usaremos esta información para mejorar Facebook. También puedes:

**Enviar un mensaje a Galo**  
Es posible que Galo no sepa que está publicando spam. Envíale un mensaje para decírselo.

**Continuar** **Omitir**

### Anexo 15 Envío de mensajes al destinatario

#### Gracias por informarnos

Elige una opción para continuar.

Usaremos esta información para mejorar Facebook. También puedes:

**Enviar un mensaje a Galo**  
Es posible que Galo no sepa que está publicando spam. Envíale un mensaje para decírselo.

**Continuar** **Omitir**

## Anexo 16 Enviar mensajes

**Enviar mensaje**

Para:

Mensaje:



De Galo Román

## Anexo 17 Verificación de envío

**Gracias**

Gracias por tus comentarios. Los utilizaremos para mejorar el sitio.

## Anexo 18 Protección de derechos



The image is a screenshot of a web browser displaying the Facebook legal/terms page. The browser's address bar shows the URL 'https://www.facebook.com/legal/terms'. The Facebook logo and search bar are visible at the top. The main content area is titled '5. Protección de los derechos de otras personas'. Below the title, there is a paragraph: 'Respetamos los derechos de otras personas y esperamos que tú hagas lo mismo.' This is followed by a numbered list of 9 items detailing Facebook's policies on user rights, intellectual property, and privacy. Item 5 is highlighted in blue.

**5. Protección de los derechos de otras personas**

Respetamos los derechos de otras personas y esperamos que tú hagas lo mismo.

1. No publicarás contenido ni realizarás ninguna acción en Facebook que infrinja o viole los derechos de otros o que viole la ley de algún modo.
2. Podemos retirar cualquier contenido o información que publiques en Facebook si consideramos que infringe esta Declaración o nuestras políticas.
3. Te proporcionamos las herramientas necesarias para ayudarte a proteger tus derechos de propiedad intelectual. Para obtener más información, visita nuestra página [Cómo informar de presuntas infracciones de los derechos de propiedad intelectual](#).
4. Si retiramos tu contenido debido a una infracción de los derechos de autor de otra persona y consideras que ha sido un error, tendrás la posibilidad de apelar.
5. Si infringes repetidamente los derechos de propiedad intelectual de otras personas, desactivaremos tu cuenta cuando lo estimemos oportuno.
6. No puedes utilizar nuestros derechos de autor ni nuestras marcas registradas (como Facebook, los logotipos Facebook y F, FB, Face, toque, Book y muro) ni ninguna marca que se parezca a las nuestras, excepto si lo permiten nuestras Normas de uso de las marcas de forma expresa o salvo si recibes consentimiento previo por escrito de Facebook.
7. Si recopilas información de usuarios: deberás obtener su consentimiento previo, dejar claro que eres tú (y no Facebook) quien recopila la información y publicar una política de privacidad que explique qué datos recopilas y cómo los usarás.
8. No publicarás los documentos de identificación ni información financiera de nadie en Facebook.
9. No etiquetarás a los usuarios ni enviarás invitaciones de correo electrónico a quienes no sean usuarios sin su consentimiento. Facebook ofrece herramientas de denuncia social para que los usuarios puedan hacernos llegar sus opiniones sobre el etiquetado.

## Anexo 19 Cuestionario

1. ¿Cuál es tu nombre y tu ocupación?
2. ¿Hace cuánto te uniste a Facebook?
3. ¿Crees que las redes sociales, Facebook específicamente, cambió tu manera de mostrarte frente a un colectivo o grupo determinado de personas en base a las fotografías que publicas?
4. ¿Te sientes más cómodo interactuando virtualmente ya sea en chat /comentarios de fotografías o a nivel personal?
5. ¿Cómo crees que tus amigos o tus seguidores conciben tu imagen en Facebook?
6. ¿Cuándo subes una foto, quieres plasmar o proyectar algo al resto de usuarios?
7. ¿Te afecta o te molesta cuantos "likes" generes con una foto?
8. Es decir, si tú eres danzante y subes una foto tuya mientras estabas en alguna obra, te molesta que esta no genere una respuesta masiva?
9. ¿Crees que este nuevo canal de comunicación virtual durará más tiempo o ya está terminando ese auge por estar en Facebook?

## Anexo 20 Descargo de responsabilidad

Por medio de la presente, Yo \_\_\_\_\_ con C.I. \_\_\_\_\_ procedo de manera libre y voluntaria a formar parte de la investigación “Análisis de la Estética Corporal en la representación de las imágenes que realiza el Fotógrafo Amateur, Usuario de la Red Social Facebook”, proporcionando mi información personal y mi información utilizada en la Red Social Facebook para el proyecto de tesis final previa obtención del título de pregrado del Sr. Roberto Andrés Echeverría Muñoz con C.I. 1713717039. Mediante este acuerdo libero al señor. en cuestión de cualquier perjuicio legal sobre el uso de mi información, así como a sus semejantes y a las personas involucradas en este proyecto.