



**Universidad Autónoma del Estado de México
Facultad de Ciencias Políticas y Sociales**



**JÓVENES Y REDES SOCIALES: “La fotografía en Facebook máscara de
identidad en los jóvenes”**

Tesis

**Que para obtener el título de
Licenciado en Comunicación**

Presenta:

Alejandra Tarango Guadarrama

Directora:

Mtra. En Com. Edith Cortés Romero

Toluca, Estado de México. Mayo 2021

ÍNDICE

INTRODUCCIÓN.....	3
CAPÍTULO 1. FACEBOOK, LA FOTOGRAFÍA Y LOS JÓVENES.....	8
1.1 La fotografía en la sociedad: del daguerrotipo a las redes sociales.....	8
1.2 Redes sociales y Facebook.....	15
1.3 La identidad de los jóvenes en los tiempos de globalización.....	25
1.4 “Dime qué fotos publicas y te diré quién eres”.....	36
1.5 Categorías de análisis.....	43
CAPÍTULO 2. METODOLOGÍA.....	44
2.1 Área de investigación.....	44
2.2 Tipo de estudio.....	44
2.3 Métodos de investigación.....	44
2.4 Población.....	44
2.4.1 Determinación de la población.....	44
2.5 Instrumentos de recolección de la información.....	45
2.5.1 Encuesta.....	45
2.5.2 Ciber-etnografía.....	45
2.5.3 Análisis semiótico-fotográfico.....	46
2.5.3 Entrevista semiestructurada.....	46
2.6 Técnicas de análisis de información.....	47
2.6.1 Análisis de contenido.....	47
2.6.2 Codificación.....	48
2.6.3 Descripción densa.....	48
CAPÍTULO 3. EL OJO DE LA VERDAD.....	49
3.1 Amigos por la fotografía.....	49
3.2 La cámara de la realidad.....	56
3.3 La identificación del joven a partir de la fotografía.....	61
CONCLUSIONES.....	64
REFERENCIAS.....	69
ANEXOS.....	73
Anexo 1. Encuesta.....	74
Anexo 2. Entrevista.....	77
Anexo 2. Tabla de ciber etnografía.....	78

INTRODUCCIÓN

Las redes sociales son sitios en internet que permiten crear relaciones sociales entre los internautas. Durante la primera década del siglo XXI han tenido un gran impacto en la vida de la sociedad permitiendo una revolucionaria forma de comunicación que se ha vuelto parte de nuestra cotidianidad. Se puede afirmar que son en el nuevo siglo el principal medio de comunicación al que la mayoría de la sociedad tiene acceso.

En 2017, en México había 79.1 millones de usuarios de internet (Estudio sobre los Hábitos de los Usuarios de Internet en México 2018); el grupo de edad que concentraba más usuarios era el de 18 a 34 años con una participación del 82.5% en mujeres y 84.9% en hombres; una de las principales actividades de los usuarios de Internet de México durante 2017 con el 76.6% fue el uso de redes sociales. (INEGI, ENDUTIH 2018).

Esta investigación está enfocada en jóvenes de 18 a 24 años de la Facultad de Ciencias Políticas y Sociales (FCPyS) de la Universidad Autónoma del Estado de México (UAEMex) para conocer la manera en que generan una identidad a través de las fotografías que publican en Facebook y comprobar si con el uso de herramientas tecnológicas sobre fotografía crean máscaras sobre su identidad en las fotografías de su cuenta personal.

Según el Estudio sobre los Hábitos de los Usuarios de Internet en México 2019, el 18% de los internautas mexicanos son jóvenes (comprendidos por las Naciones Unidas como personas entre los 15 y 24 años). Facebook cuenta con 85 millones de usuarios en México de acuerdo al artículo “México, el quinto país con más usuarios de Facebook en el mundo” de la revista Forbes México publicado en 2019. Los jóvenes son los principales usuarios en redes sociales; Facebook con un 72.3% en la nación mexicana y 65.7% en el Estado de México es la red social más consultada. (Encuesta Nacional 2016 del Gabinete de Comunicación Estratégica).

En este trabajo se referirá a la Universidad Autónoma del Estado de México como “UAEMex” y a la Facultad de Ciencias Políticas y Sociales como “FCPyS”.

Compartir fotografías en esta famosa red social es una de las acciones más realizadas por sus usuarios. En marzo de 2018, Brandwatch Analytics, una plataforma de análisis y escucha de redes sociales publicó estadísticas de un estudio realizado, arrojando que más de 250 mil millones de fotos se han subido a Facebook, lo equivalente a 350 millones de fotos por día. El informe del 2017 presentado por Statista Digital Economy Compass informó que 243,000 fotos son subidas a Facebook en un minuto.

La Universidad Autónoma del Estado de México (UAEMex) alberga a 58,235 alumnos, de los cuáles 3,796 estudian en la Facultad de Ciencias Políticas y Sociales (Estadística básica universitaria junio 2018 y Agenda Estadística de la Universidad Autónoma del Estado de México 2017).

Estos jóvenes proporcionan a Facebook fotografías suyas seleccionando el contenido que publican conforme a la identidad que han generado y que quieren reflejar desde su perfil en esta red social.

Se ha vuelto una práctica común que los jóvenes publiquen fotografías sobre su vida personal en el perfil de Facebook; en dichas fotografías suelen ocultar sus defectos, es decir, manipular la manera en que los demás usuarios pueden percibir su persona.

¿De qué manera influye en la autoconcepción que se dan los jóvenes la práctica de publicar fotografías personales en redes sociales?, ¿Pueden caer los jóvenes en una especie de creación de máscaras al generar una percepción distinta de su persona en redes sociales para introducirse en este nuevo modo de comunicación y socialización por medio de lo visual?

La fotografía tiene la virtud de unir el imaginario colectivo mediante un proceso dialéctico en el que se construye la identidad, a partir de la representación imaginaria o una construcción simbólica de ella. Bañuelos (2010) afirma que la fotografía es en las redes sociales un instrumento de socialización.

Castells (2003) por otro lado, afirma que, tratándose de actores sociales, la Identidad es la construcción de sentido, atendiendo a uno o varios atributos culturales, priorizándolos del resto, que se construye por el individuo y representa su autodefinición. El contenido comunicativo inmerso en una fotografía es vasto; contiene información acerca de la identidad del individuo y a su vez actúa como un mecanismo de construcción de la memoria para reconfigurar el presente.

La identidad de una persona se construye: por medio de la interacción con la sociedad y su contexto, así como de la información que recibe de los mismos. Las herramientas digitales han modificado la comunicación brindándonos nuevas posibilidades de interacción social; son atractivas porque nos ofrecen un intercambio de información a partir de contenido audiovisual que gana adeptos día a día, lo que vuelve más interactiva la comunicación actual agilizando los canales de respuesta.

La investigación se orienta en Facebook siendo una de las nuevas tecnologías de la información que inciden en las prácticas culturales de socialización de los jóvenes; está dividida en 3 capítulos: 1) Facebook, la fotografía y los jóvenes en donde se expone la evolución de la fotografía y su función social desde sus inicios, su auge con la invención del daguerrotipo hasta la llegada de la foto digital y las redes sociales, también se aborda el surgimiento de las redes sociales así como una explicación de la estructura de Facebook. La identidad de los jóvenes en la hipermodernidad dentro de un mundo globalizado es otro de los temas abordados en este capítulo, finalmente la explicación del significado de algunos tipos de fotografías de los jóvenes según la pose, color o encuadre.

El segundo capítulo explica la metodología utilizada: encuesta, evaluando porcentajes de las decisiones y comportamiento de los jóvenes al momento de publicar una fotografía en Facebook; ciber etnografía que permitió observar las prácticas culturales e interacción social; análisis semiótico fotográfico en el que se describe la manera en que los jóvenes se presentan en la red y la manera en que quieren ser vistos en Facebook y entrevista semiestructurada donde se conocen a fondo las razones por las que jóvenes utilizan filtros o modifican sus fotografías.

Las preguntas que rigen esta investigación son: 1) ¿El uso y tratamiento que los jóvenes de la FCPyS de la UAEMex dan al material fotográfico publicado en su perfil de Facebook les permite generar una máscara para su identidad? 2) ¿Cuál es el uso y el tratamiento que los jóvenes de la FCPyS de la UAEMex dan a las fotografías que publican en Facebook? 3) ¿Cuáles son las descripciones, reacciones y comentarios que tienen las fotografías publicadas por los jóvenes de la FCPyS de la UAEMex en su perfil de Facebook? 4) ¿Qué quieren reflejar los jóvenes de la FCPyS de la UAEMex en las fotografías publicadas en su perfil de Facebook? 5) ¿De qué manera la práctica de publicar fotografías personales en Facebook repercute en el modo de socializar de los jóvenes de la FCPyS de la UAEMex? 5) ¿Cuál es el significado y la importancia que dan los jóvenes de la FCPyS de la UAEMex dentro de su vida personal a las fotografías que publican en Facebook?

Este proyecto tiene como objetivo general explicar cómo el uso y tratamiento que los jóvenes de la FCPyS de la UAEMex dan a sus fotografías publicadas en Facebook les permite crear una máscara a su identidad. También se han planteado objetivos específicos: Describir el uso y tratamiento que los jóvenes de la FCPyS de la UAEMex dan a las fotografías que publican en Facebook; Analizar las fotografías que los jóvenes de la FCPyS de la UAEMex publican en su perfil de Facebook, así como sus descripciones, reacciones y comentarios; Identificar la relación que tienen las fotografías de Facebook publicadas por los jóvenes de la FCPyS de la UAEMex con su manera de socializar; Puntualizar la significación que tienen las fotografías que publican los jóvenes de la FCPyS de la UAEMex en Facebook dentro de su vida personal.

La hipótesis planteada en este trabajo de investigación es que los jóvenes de la FCPyS de la UAEMex manipulan el contenido fotográfico que publican en su perfil de Facebook para que los demás usuarios tengan una percepción diferente de ellos a la del mundo real, por lo tanto, generan una máscara a su identidad en el mundo virtual, lo cual interfiere en su desarrollo de identidad y socialización.

El tercer capítulo: el ojo de la verdad es el análisis e interpretación de los resultados obtenidos con la información recabada donde se explica cómo se crean relaciones a partir de las fotografías, el alcance de la modificación fotográfica en la vida de los jóvenes y el proceso de identificación de un joven en una fotografía de Facebook.

El enfoque de este trabajo se encuentra en el uso que los jóvenes de la FCPyS de la UAEMex dan a sus fotografías en Facebook ya que, debido al fuerte impacto de las redes sociales en la vida de los jóvenes, subir fotografías se ha vuelto algo cotidiano convirtiendo a este medio digital en un instrumento para el auto reconocimiento y definición de su identidad. Siendo así, un propósito de esta investigación mostrar la manera en que los jóvenes quieren ser vistos en Facebook, cómo quieren ser reconocidos y qué modificaciones o alteraciones hacen respecto al contenido fotográfico que publican para que esto se cumpla, de esta manera relacionar su uso con el impacto que tiene en la percepción de su identidad. Esta investigación está centrada en conocer si el auto reconocimiento que los jóvenes se dan dentro del mundo virtual es el mismo que se dan en el mundo real.

Mediante el análisis detallado de este fenómeno, aportar una nueva perspectiva sobre el tema con datos empíricos y significativos logrando así entender la actual forma de construcción de identidad de los jóvenes que ha evolucionado en la sociedad a la par del desarrollo de los medios e instrumentos digitales.

Los puntos de análisis son acerca de la fotografía en redes sociales y la relación con la construcción de identidad de los jóvenes, mismos que están enmarcados dentro del contexto actual de la cultura 2.0 que engloba la interacción entre los internautas, volviéndolos usuarios y creadores de contenido publicado en comunidades virtuales. Aclarar las causas y consecuencias del fenómeno de interés. Otro de los puntos clave de este análisis, así como la exploración y comprensión de la actual manera de formación de la identidad de un joven es indispensable dentro de un mundo en el que la comunicación digital gana cada vez más terreno en la vida social.

CAPÍTULO 1. FACEBOOK, LA FOTOGRAFÍA Y LOS JÓVENES

1.1 La fotografía en la sociedad: Del daguerrotipo a las redes sociales

“Fotografamos para afirmar lo que nos complace, para cubrir ausencias, para detener el tiempo y, ilusoriamente posponer la inelegibilidad de la muerte”

J. Fontcuberta

La fotografía tiene sus inicios con el retrato, ha sido un fenómeno de masas permitiendo la comunicación y conexión entre los individuos (retratados-espectadores, así como fotógrafo-fotografiados); tenía asegurada su permanencia en el tiempo ya que es el medio que permite capturar un instante y mostrar la realidad.

Según el *Artlex art dictionary*, especializado en terminología relacionada con el arte, la fotografía es: “El arte, habilidad y ciencia de producir imágenes permanentes de objetos sobre superficies fotosostenibles”.

Podemos entender la fotografía desde distintas vertientes: por el lado técnico, desde su función de recrear, dejar huella de la realidad y generar memoria; incluso como un ritual. Para Roland Barthes, (1989) la fotografía es una forma de lenguaje que se ocupa de manifestar deseos y necesidades sociales, al mismo tiempo que interpreta acontecimientos a su manera.

Mientras que Fontcuberta, (2010) miraba a la fotografía como un diálogo entre la voluntad de acercarnos a la realidad y las dificultades para hacerlo. Para Susan Sontag, (1977) la fotografía es un código visual que altera y amplía nuestras nociones de lo que merece la pena mirar y de lo que tenemos derecho a observar. Es una gramática y, sobre todo, una ética de la visión. El enfoque de estos autores sobre la definición de la fotografía es esencial en este trabajo ya que conforme a ellos se analizará la fotografía.

En 1839 la invención del daguerrotipo para la fotografía coincidió con el principio de la era de industrialización, tecnificación y consumo en masas. Para las personas ya no bastaba con tener sus retratos, los individuos comenzaron a tener la necesidad de compartir con otros sus fotografías (el principio de la socialización a través de las fotografías), convirtiéndose así en un ritual personal, familiar y social que se ha mantenido, de múltiples formas, hasta el día de hoy.

En sus inicios las fotografías se hacían con una placa de cobre recubierta de plata que era sensibilizada con vapores de yodo y no admitía duplicados, hasta que William Henry Fox Talbot aportó los negativos de papel sensibilizado con nitrato de plata y sal. Su calotipo brindó posibilidades de duplicación masiva y se le pudo ver entonces a la fotografía como pieza reproducible. El paso de la placa metálica al papel fue el comienzo del álbum familiar, ya que los daguerrotipos requerían de un estuche para su adecuada protección. El álbum fue la primera forma de compendio fotográfico. El fenómeno de masas dio un salto enorme de la producción a la distribución. Según Martha Langford, (2005) el álbum tiene tres funciones: la contemplación, comparación y sentido de conexión con las personas o escenas representadas. Las galerías digitales ahora son vistas como una solución de respaldo para la colección de imágenes.

Las fotografías se convirtieron en mercancía; en ese momento aparece el concepto de “celebridad” ya que se comenzaron a comercializar los retratos de los políticos y los artistas importantes de la época, pero el gran auge de la fotografía ocurrió en 1900 cuando George Eastman inventó su cámara Kodak Brownie, ya que fue la primera cámara portátil, con rollos de celuloide a un precio accesible.

Las cámaras fueron evolucionando y la sociedad junto con ella; en 1990 con el auge de las computadoras personales surgen también las primeras cámaras digitales; la fotografía digital avanzó de manera espectacular. A mediados de la primera década del siglo XXI la sociedad, los medios de comunicación y la tecnología se entrelazaron para crear un fenómeno de comunicación y cultura de masas que dio lugar a la convergencia entre tecnología, personas y redes sociales. La fotografía se está transformando de una actividad individual a una comunitaria.

En un contexto moderno aparece la fotografía digital que es definida como una imagen del mundo real digitalizada (tomando una visión del mundo y transformándola en un número de píxeles determinado por los megapíxeles que formará la imagen digital final) que después suelen almacenarse en formatos gráficos (Alegsa, 2010).

Los celulares fueron otro gran avance tecnológico y cuando se les integraron cámaras fueron la sensación; la fotografía digital representaba una revolución en la generación de imágenes. La tecnología cada vez se renovaba más rápido al igual que la web y a la par del crecimiento de estas dos tecnologías era necesario que surgieran plataformas para el almacenamiento y exhibición de estas fotografías digitales, así surgieron redes sociales como Pinterest, Flickr y la famosa Instagram, las cuales permiten a los usuarios subir contenido fotográfico de manera frecuente, incluso ahora Facebook que también forma parte de esta familia de redes sociales que dan gran importancia a las fotografías contiene la sección de historias para agregar fotografías temporales sobre nuestra vida.

Los inicios de la fotografía con los retratos se retoman en las redes sociales con la "selfie" que es un autorretrato, el cual ya pensaba Kodak años atrás con la cámara "best pocket kodak special" cuya función específica era hacer autorretratos.

Comienza un condicionamiento a la memoria social; si bien decía Susan Sontag, (1977) la fotografía nos permite valorar entre aquello que debe ser retratado porque merece ser observado, esta nueva función en Facebook nos permite valorar las fotografías que merecen permanecer en el ciberespacio temporal o permanentemente y entra aquí una selección de importancia del contenido que publican los usuarios. Las imágenes de los teléfonos con cámara y las cámaras digitales no son "Momentos congelados en el tiempo" en la forma en que las fotografías solían entenderse. La garantía de un placer escópico infinito en línea fomenta una búsqueda inquieta y continua en la imagen actual, la fotografía ahora está en movimiento. La imagen se presenta como una secuencia de desplazamiento, capaz de actualizarse dinámicamente dentro del marco a medida que el usuario publica nuevas imágenes en línea.

Para entender la fotografía en el nuevo escenario digital hay que verla como un objeto social, económico y cultural dentro de una arquitectura tecnológica compuesta por cámaras digitales, teléfonos móviles con cámaras, sitios web 2.0, redes sociales, ordenadores y programas de gestión y tratamiento fotográfico.

Las prácticas culturales y competencias tecnológicas de los nuevos fotógrafos van relacionadas con la hiperfotografía que va de la mano con la hipersocialización en las redes sociales; modifican el modelo de producción y de socialización de lo visual.

La fotografía digital cuenta con las siguientes características: inmediatez, arquitectura tecnológica de tratamiento fotográfico, entramado cultural integral con el uso de redes sociales (la imagen como vínculo social y forma de construcción de la identidad), una antropología visual de lo cotidiano y de la vida emocional, una hiperproducción y acumulación fotográfica, una combinación tecnológica y discursiva, una estética antropológica y construcción visual de la identidad virtual y una gestualidad fotográfica.

Es necesario comprender la fotografía digital desde el desarrollo de las esferas tecnológicas y culturales que han convertido a los fotógrafos en usuarios y productores de imágenes, brindando a las fotografías un mayor sentido colectivo ante la necesidad de que otros vean sus fotos.

En la práctica fotográfica intervienen varios factores que influyen y determinan el resultado visual y semántico de una imagen: los dispositivos utilizados para fotografiar, la intención del fotógrafo para retratar una parte de la realidad, el encuadre, la manipulación mediante procesos técnicos digitales: edición de color, contraste, brillo, luces, sombras, recorte, filtros, que viene a ser parte de las posibilidades dentro de la fotografía digital, porque con todo lo anterior se modifica el resultado fotográfico y se amplían sus posibilidades expresivas.

La fotografía está basada en la producción individual. El fotógrafo retrata sus vivencias y reflexiones, la influencia externa en las condiciones sociales y culturales que le rodean (estereotipos) y la intención de expresar una idea (construcción de su identidad virtual).

Fontcuberta es un autor que respalda esta idea cuando habla de la función de memoria de la fotografía. La fotografía actúa como la memoria de los humanos: cuando recordamos hacemos un proceso de selección de nuestras experiencias del pasado y olvidamos el resto.

Olvidar y recordar son funciones de la memoria, por ello no es raro que actualmente Facebook haya incluido la función de añadir “historias”, material fotográfico que es seleccionado según el nivel de importancia de la fotografía o el recuerdo, ya que una foto que se publica en una historia sólo dura 24 horas, mientras que la que se publica en el perfil es permanente hasta que el usuario la elimine. Facebook también recuerda a sus usuarios fotos del pasado, esta red social da gran peso a las fotografías, así como en la espiral del silencio, a través de la selección que hace una persona de las fotografías que publica en su perfil de Facebook define su olvido o existencia en la comunidad virtual; pareciera que la dinámica actual es: “Fotografío, luego existo”.

Ocurre un fenómeno interesante con los usuarios en redes sociales y el uso que dan a las fotografías que publican relacionado con el postulado de Elisabeth Noëlle-Neumann en su obra “La espiral del silencio. Opinión pública: nuestra piel social” de 1977; existen en la sociedad minorías y mayorías y el olvido puede utilizarse como mecanismo cultural.

En las redes sociales se puede aplicar su teoría puesto que usuarios de redes como Facebook generan una identidad virtual en la que buscan la aprobación de la mayoría de los usuarios para no caer en el abismo de la exclusión, se encuentran en una comunidad virtual cuyo principal fin es la socialización entre usuarios y lo que deben de evitar es el olvido, la invisibilidad en el mundo virtual. La imagen y la fotografía digital también son líquidas fluyen, llegan y se van (Zigmunt Bauman,2007). La abundancia de imágenes en el ciberespacio da paso al olvido. La práctica del etiquetado utilizada en las descripciones de las fotografías en Facebook se convierte en parte de una estrategia de autopromoción que permite al individuo elevarse por encima del anonimato de la mayoría de los usuarios.

Significativamente, una etiqueta es en realidad un hipervínculo creado por el usuario donde los enlaces creados forman caminos para socializar o ver sus relaciones de contenido emocional o de gustos.

A través de las fotografías publicadas en sus perfiles se hacen visibles ante el resto de la comunidad virtual. Un mecanismo que utilizan los usuarios para obtener más visibilidad a través de sus fotografías es editarlas con filtros.

Un filtro de imagen es una práctica de software que cambia la apariencia de una imagen o parte de ella al alterar los tonos y colores de los píxeles de alguna manera; se utilizan para aumentar el brillo y el contraste, así como para agregar una amplia variedad de texturas, tonos y efectos especiales a la imagen.

Existe actualmente una cantidad impresionante de aplicaciones para teléfonos celulares enfocadas a la edición de fotografías, incluso Facebook tiene sus propios filtros. El estudio “Por qué aplicamos filtros a nuestras fotos y qué impacto tiene eso a la hora de afianzar seguidores” publicado en 2015 reveló que las imágenes con filtros son más propensas a ser vistas y comentadas. Los filtros distorsionan la fotografía original y una realidad fragmentada. La fotografía digital tiene sus problemas, relativos a la capacidad de la imagen digital para lo real debido a la maleabilidad de las fotografías digitales. El surgimiento del estilo de vida digital abrió una brecha entre la foto y el fetichismo de las personas.

La fotografía analógica, el cuarto oscuro y el laboratorio fotográfico fueron reemplazados por Photoshop, una impresora a color, filtros y aplicaciones de fotografía; la capacidad de hacer impresiones sin la necesidad de un cuarto oscuro en el hogar y la facilidad con que se pueden mejorar las impresiones antiguas y descoloridas convenció a muchos fotógrafos profesionales y novatos a cambiar el laboratorio fotográfico por digital doméstico, incluso que se tuviera a la mano a través de un smartphone.

Una de las disciplinas que estudia a la fotografía es la semiótica, la cual la ve como un dispositivo productor de potentes significaciones sociales: representación, pero también reproducción y relación con un referente. “El signo es una representación de la realidad representada”, Victorino Zecchetto, (2002).

La teoría de MacLuhan: “el medio es el mensaje” entra en un campo de reflexión entre la realidad y la representación, las fotografías son el medio y el mensaje sobre la identidad de los jóvenes, pero ¿Lo que vemos en la pantalla de los dispositivos móviles es la realidad?

La evolución tecnológica de la fotografía abre un cuestionamiento sobre la validación de la realidad puesto que se mueve en el discurso de ‘hacer creer’. Una característica de la fotografía contemporánea digital es que está cargada de intertextualidad y alimentada más por la estética, esto es un cambio en su naturaleza discursiva relacionada con las nuevas prácticas de los prosumidores. La fotografía en redes sociales es entonces un conjunto de signos que componen una realidad representada en el mundo virtual, la manera en la que los demás usuarios perciben a un individuo por las fotografías que publica con las que se crean significaciones sobre su identidad. Actualmente la atmósfera en la que se mueve la fotografía digital está marcado por prácticas de apropiación de: imagen, identidad y discursos visuales que se llevan a cabo en redes sociales como Facebook; el funcionamiento de la fotografía en un entorno digital se caracteriza por crear vínculos emocionales de ‘amistad’, además de construir o reforzar una identidad en redes sociales; la gestualidad y teatralidad de los usuarios-fotógrafos están orientadas a la socialización fotográfica y la producción identitaria.

1.2 Redes sociales y Facebook

Las redes sociales surgieron por una necesidad de comunicación, se basan en la teoría de los seis grados: cualquiera en la Tierra puede estar conectado a otra persona en el planeta a través de una cadena de conocidos que no tiene más de seis intermediarios, basada también en la idea de que el número de conocidos crece exponencialmente con el número de enlaces en la cadena; dicha teoría fue propuesta en 1929 por el escritor húngaro Frigyes Karinthy.

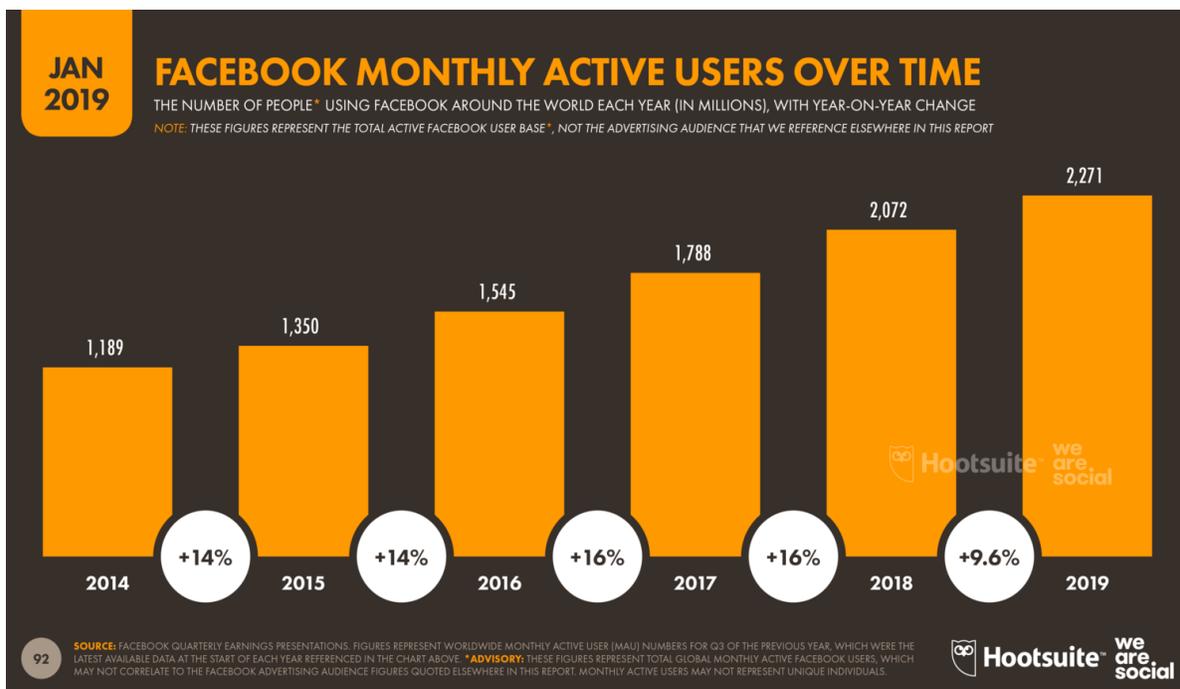
El término red social fue acuñado principalmente a los antropólogos ingleses John Barnes y Elizabeth Bott. Para ellos resultaba imprescindible considerar lazos externos a los familiares, residenciales o de pertenencia a algún grupo social; definen red social como: “una malla de vínculos que se extienden, ramificándose a través de toda una comunidad u organización”.

De acuerdo con Boyd y Ellison (2007), una red social se define como un servicio que permite a los individuos (1) construir un perfil público o semipúblico dentro de un sistema delimitado, (2) articular una lista de otros usuarios con los que comparten una conexión y (3) ver y recorrer su lista de las conexiones y de las realizadas por otros dentro del sistema.

En la década de los 60's se da un cambio revolucionario en la comunicación a partir de la llegada del internet por la inmediatez con la que permitía intercambiar información en un espacio virtual. El comienzo de las redes sociales surge con el envío del primer correo electrónico en 1971, más tarde, en 1994 se funda GeoCities, una de las primeras redes sociales de internet tal y como hoy las conocemos; consistía en que los usuarios crearan sus propias páginas web y que las alojaran en determinados barrios según su contenido (Hollywood, Wallstreet, etc.). En 1995 se crea TheGlobe.com, la cual da a sus usuarios la posibilidad de personalizar sus propias experiencias online publicando su propio contenido e interactuando con otras personas con intereses similares.

En muy pocos años la explosión del internet era enorme, al igual que su impacto en la vida de las personas; uno de los motivos que llevaron a la creación de redes sociales fue diseñar un lugar de interacción virtual en el que millones de personas alrededor del mundo se concentraran con diversos intereses en común, pero la red social más revolucionaria hasta la fecha es Facebook, creada por Mark Zuckerberg en 2004 para conectar a los estudiantes de Harvard para que compartieran información personal.

Esta red tuvo una gran aceptación, éxito y hasta la fecha es la red social más influyente. Se creó como una versión de los famosos “facebook” utilizados por los estudiantes en las universidades norteamericanas que consistían en publicar las fotografías de los estudiantes con sus nombres para conocer a otros compañeros de una o distintas generaciones. Con el nacimiento de esa idea, la visualización de esta red social ya comenzaba a darle gran peso a las fotografías. En 2009 Facebook incluye el botón de “like” y en 2016 incluye Facebook Live; actualmente la red social más famosa del mundo alcanza 2,167 millones de usuarios (Estadísticas de We Are Social y Hootsuite, 2018).



We Are Social. (2019). Global Digital Report 2019 [Gráfico]. Recuperado de <https://wearesocial.com/global-digital-report-2019>

“Las redes sociales son lugares en Internet donde las personas publican y comparten todo tipo de información, personal y profesional, con terceras personas, conocidos y absolutos desconocidos”, afirma Celaya (2008).

Se han convertido en los sitios de Internet más difundidos, pues ofrecen a sus usuarios un lugar común para desarrollar comunicaciones constantes. Parte del éxito de las redes sociales es que los usuarios no sólo pueden utilizar el servicio a través de su computadora personal, sino que además pueden interactuar a través de una gran variedad de dispositivos móviles, tales como teléfonos celulares, computadoras portátiles, tabletas, etc, algo que está marcando una nueva tendencia en comunicación. En este sentido, uno de los elementos de interés es la característica de los nuevos medios, canales y técnicas de comunicación.

Las redes sociales tienen una estructura y morfología determinadas que permiten analizar las relaciones entre sus usuarios e interpretar las conductas de estos dentro de la red. Mitchell, (1969) distingue cuatro elementos morfológicos en las redes sociales: anclaje o localización de la red, accesibilidad, densidad y rango. Respecto a las características de los procesos de interacción se pueden distinguir el contenido de la relación, su direccionalidad, duración, intensidad y frecuencia.

El anclaje o localización se refiere a localizar la red social en torno a determinados actores sociales, tiene que ser trazada desde un punto base, inicial o de referencia, este punto normalmente viene determinado por un actor específico del que se quiere analizar la conducta.

Este punto clave se refiere a la parte en que un actor en una red social comienza a recoger la información sobre el sujeto que se quiere analizar, es en Facebook entonces el punto de inicio los amigos agregados, después seguirían aquellos que son amigos de los amigos y finalmente las sugerencias de los amigos, de ahí el nivel de la relación, 1º, 2º o 3º orden y la importancia que el usuario da a la información que emiten estas personas dentro de su perfil.

Aquí se conecta el alcance con la accesibilidad de la red, que es la fuerza con la que el comportamiento de un actor está influenciado por sus relaciones con los otros, se puede ver la relevancia de la interacción con otros usuarios respecto al sujeto que se estudia en la red social.

Mitchell, (1969); La accesibilidad tiene dos tipos de magnitudes:

a) La proporción de actores que pueden contactar con otro determinado en la red. Este aspecto viene incluso con la estructura de seguridad de Facebook en el que el usuario elige con qué sujetos compartir información de su persona, por ejemplo, en las fotografías y publicaciones, Facebook da la opción de elegir si quieres que sea vista por los amigos que tienes agregados o también por los amigos de tus amigos, creando redes de vínculos de diferentes dimensiones y alcances.

b) El número de intermediarios que hay que usar para conectar con otro; es decir, el número de vínculos que se tienen que atravesar para alcanzar a determinado actor.

En Facebook sería el caso en que se revisa un perfil a partir de cuántos amigos en común tiene con otra persona, se crea un nuevo lazo con otro usuario con el que se pueda compartir la información personal de tu perfil. Mediante la accesibilidad se pueden estudiar los vínculos en una red como canales de comunicación que transmiten información muy particular, incluyendo juicios de valor, opiniones, etc.

Tal como sucede en Facebook con las fotografías publicadas por los usuarios y la respuesta que reciben por otros en las descripciones, comentarios y reacciones, de este modo observar la influencia que puede ejercer el entorno social al que se encuentra sujeto el usuario en su comportamiento dentro de dicha comunidad social virtual.

La densidad es otro elemento morfológico de las redes sociales, esta cambiará conforme al número de vínculos que exista en la red; una red donde todos los usuarios estén vinculados con los demás miembros tiene una densidad máxima, mientras que en las redes en las que sus usuarios sólo se relacionan con algunos tendrán menos densidad.

Cuando se trata de redes personales como las que crea Facebook, el rango es el número de personas que están vinculadas directamente (sin ningún intermediario) con el individuo. Así, una persona mejor relacionada que otra tendrá una red personal de rango mayor.

En una red social existen procesos de interacción entre sus usuarios, dichos procesos tienen las siguientes características que al igual que sus elementos morfológicos son de gran importancia para comprender la conducta social de los sujetos implicados.

Contenido: Los vínculos de interacción entre los usuarios de Facebook tienen un propósito de acuerdo con algún interés individual o común. Esta característica de las redes sociales es para analizar el contenido de dichos vínculos.

Direccionalidad: La manera en que fluye la información en los vínculos entre usuarios dependiendo el tipo de relación que se establezca: amistad, poder, parentesco, pareja, venta, publicitaria, etcétera. Según la dirección de la interacción existirá o no influencia de un actor sobre otro.

Duración: Se refiere al tiempo de vida de la red social y al del usuario dentro de ella. Facebook tiene por ejemplo 15 años desde su creación en 2004 y muchos de los primeros perfiles creados desde entonces siguen vigentes.

La duración también se refiere a la etapa de la vida de las personas, puesto que existen redes sociales para jóvenes y otras para la adultez con tintes de un perfil profesional como LinkedIn.

Intensidad: Es el grado de incidencia de un usuario sobre la conducta de otro(s) usuario(s) con el(los) que se tiene un vínculo.

Frecuencia: Se refiere a la repetición de los contactos entre los usuarios vinculados para que este subsista. En Facebook esto se ve reflejado por ejemplo en los contactos entre los compañeros de trabajo o escuela que son frecuentes y que se vinculan dentro de la misma relación.

Internet se caracteriza por ser de libre acceso, al igual que las redes sociales, no discriminan; de acuerdo con las normas de regulación en internet, existen casos en que la información publicada puede ser censurada si daña a terceros o representa una amenaza para la sociedad, pero es esta misma quien la ha consensuado. Las personas han establecido lineamientos propios para interactuar en este ámbito, por ejemplo: el tipo de fotografías o información que comparten, con quiénes las comparten (precauciones en cuanto a seguridad personal, relacionadas con la privacidad en redes sociales), la manera de establecer y elaborar mensajes (en términos de frecuencia, tono y forma), así como también, las respuestas y tratamiento de la información. Un asunto importante de las redes sociales que los usuarios deben de tener en cuenta es que su vida privada deja de serlo cuando la proporcionan a su cuenta personal, ahí se vuelve pública.

La dinámica dentro de la que trabaja un usuario en redes sociales tiene una parte colectiva y una personal (con gran peso). Una persona en el perfil de su red social tiene la oportunidad de crear una imagen sobre sí misma, la cual está ligada a la percepción que quiera proyectar, esto también se relaciona con lo que escribe y con las personas que admite en su entorno social virtual.

Con la aparición de las TIC's y la implementación de cámaras digitales en los teléfonos y demás dispositivos móviles hubo una transformación en las prácticas culturales que se adaptaron a la socialización digital. Actualmente todos los teléfonos inteligentes cuentan con una cámara, la necesidad de fotografiar con más frecuencia creció de la mano con la tecnología, por ello la necesidad de que una de las herramientas necesarias que debe de contener un celular es una cámara; surge una contemporaneidad en la producción de las fotografías, ahora de una manera digital, no tradicional o analógica y se suman a este nuevo proceso los programas de tratamiento fotográfico.

La cámara de digital con una pantalla hizo posible obtener una vista previa de una imagen antes de tomarla, además de la pantalla también adquirió un botón de eliminación que proporcionó una manera de borrar disparos no deseados de la memoria.

Con estas dos innovaciones la tecnología digital abordó barreras significativas para el compromiso con la fotografía: el retraso entre tomar una foto y verla y la posibilidad de eliminar fotos con errores. La necesidad “voyeurista” de poder fotografiar sin ser notado que estos dispositivos brindan es otra gran ventaja de la foto digital.

Un impulso enorme fue el que las redes sociales proporcionaron a la fotografía por el alcance masivo y que además ha permitido que se le den nuevos usos comunicativos.

De ahí en adelante fue posible interactuar con la fotografía de una manera extraordinaria, la capacidad de tomar una foto, mirar la pantalla, reajustar la composición y configurar los ajustes de la cámara hasta que la imagen sea perfecta creó un entorno de aprendizaje acelerado que dio a los aficionados las herramientas para competir con profesionales. El botón de borrar promete un conjunto de imágenes seleccionadas y más perfectas al mismo tiempo amenazando con un golpe de muerte al papel tradicional de la fotografía como recuerdo.

Las redes sociales han dado pie a una nueva forma de comunicación en la que toman gran importancia las representaciones estéticas y discursos emitidos, una forma de hacerlo es a través de las fotografías que publicamos, estas entonces se convierten en uno de los elementos más importantes para la creación de identidades virtuales, permitiendo también inmortalizar momentos sociales e individuales que quedan registradas y almacenadas en las redes sociales, como el caso de Facebook. De ahí que cuando nos registramos en una red social, de las primeras cosas que se nos solicita es subir una fotografía nuestra para identificarnos entre los demás usuarios y que estos a su vez nos reconozcan dentro de la comunidad virtual. Las redes sociales dan la oportunidad de comenzar a construir una identidad desde cero para mostrarse en ella como se desea ser idealizado por los demás.

Esto funciona con fragmentos de la realidad física y se comparten fotografías propias que permiten crear referentes entre lo real y lo virtual; se hace una mudanza de nuestro mundo real al virtual para compartir con el resto esa identidad que vamos construyendo.

Una red social como Facebook nos permite revisar los perfiles de otros amigos o usuarios. En esta red social los mantos de información y contextualización que ofrece a la fotografía posibilitan a muchos usuarios ir de un perfil a otro, como los voyeristas.

Cuando publicamos una fotografía en Facebook se genera un doble discurso: Primero el que elaboramos cuando publicamos la fotografía al seleccionar la imagen (previamente procesada o no) y se agrega una descripción textual para contextualizarla.

En segundo lugar, un discurso de respuesta o recepción formado a partir de los comentarios de otros usuarios hacia nuestras fotografías publicadas; según la actitud y el tono de los comentarios, reforzará, destruirá o convertirá el discurso original dado por quien publicó la foto, podemos ver entonces a los comentarios como una herramienta de legitimación del discurso de la identidad del usuario.

Decía Susan Sontag, (1977) “Fotografiar es apropiarse de lo fotografiado. Significa establecer con el mundo una relación determinada que parece conocimiento y por lo tanto poder”. Las redes sociales han convertido a la fotografía digital en parte fundamental de los procesos de construcción de identidades en el mundo virtual, lo cual se relaciona con el poder comunicativo de la fotografía que, durante el siglo XXI ha tenido un papel muy importante en la comunicación y en la sociedad.

No hay duda de que las redes sociales son uno de los más grandes inventos en la comunicación; las personas consumen y a su vez producen información en estos espacios virtuales, nos hemos vuelto prosumidores. El papel que juegan estas plataformas digitales como medios de comunicación es muy importante.

La sociedad actual se ha vuelto muy visual y la fotografía ayuda a generar discursos visuales que siguen una línea narrativa. Ha sido tal el impacto que este fenómeno ya es parte de la nueva sociedad: tomar selfies, fotografías de comida, en conciertos, fiestas, reuniones, escuela, cualquier actividad.

Es una realidad que el papel de los medios tradicionales de comunicación está amenazado, como también es un hecho que el papel de las redes sociales es mucho más importante del que se cree, no es sólo para ver que están haciendo tus conocidos, también es una importante fuente de información.

Las redes sociales son aquello donde comunicamos la mayor parte de lo que somos, lo que percibimos, han marcado un hito en materia de difusión masiva debido a su alcance, características e impacto en la sociedad actual, permiten lograr una comunicación interactiva y dinámica. El objetivo de las redes sociales es lograr una comunicación fluida y eficaz con grupos específicos de interés, esto desde la posibilidad de atender la necesidad de pertenencia social hasta la proyección y posicionamiento de los usuarios.

Las relaciones interpersonales son parte de la esencia natural del hombre y como entes vivos y simbióticos requieren y dependen de una interacción permanente entre sus integrantes y el entorno, semánticamente representa una red social, un espacio creado virtualmente para facilitar la interacción entre personas.

Las relaciones sociales son inherentes al ser humano, por lo que la interacción entre éste y su medio circundante le resulta esencial. Según la escala o pirámide de necesidades de Maslow obedecen al tercer nivel, donde se encuentran las necesidades sociales como: asociación, participación, aceptación y pertenencia o afiliación a un determinado grupo social.

Las redes sociales: una nueva herramienta de difusión a la necesidad de pertenencia o afiliación, por esto para las personas es determinante pertenecer a círculos sociales, los cuales se han visto sustancialmente enriquecidos por los medios o espacios virtuales como Facebook; propician la interacción de miles de personas en tiempo real.

Según la clasificación de las redes sociales de Burgueño (2009) Facebook se compone por procesos de interactividad de contenidos contributiva; es decir, el usuario puede añadir y compartir información con otros usuarios.

Espacios de chat, grupos o círculos de acción que también se constituyen en oportunidades para interactuar de una forma dinámica y efectiva compartiendo e intercambiando experiencias, información o simplemente utilizando estas vías como formas de expresión. El perfil de una persona en una red social es su “cara virtual”.

Por su público objetivo y temática, Facebook es una red horizontal ya que está dirigida a todo tipo de usuarios y sin una temática definida; por el sujeto principal de la relación es una red social humana porque centra su atención en fomentar las relaciones entre personas uniendo individuos según su perfil social y en función de sus gustos, aficiones, lugares de trabajo, viajes y actividades; por su localización geográfica es una red social nómada, se le suma un nuevo factor de mutación o desarrollo basado en la localización geográfica del sujeto, permite que estos se hallen geográficamente cerca del lugar en el que se encuentra otro usuario, los lugares que haya visitado o aquellos a los que tenga planeado acudir.

1.3 La identidad de los jóvenes en los tiempos de globalización

“Las fotografías son en efecto experiencia capturada y la cámara es el arma ideal de la conciencia en su talante codicioso”.

Susan Sontag

La identidad de los jóvenes hoy es diversa y está atravesada por procesos históricos y dimensiones sociales que la estructuran en contenido y forma. Esto da como resultado diferentes formas de ser joven. Según la definición de las Naciones Unidas, las personas con edades comprendidas entre los 15 y 24 años son jóvenes.

El concepto de juventud es un término que, por un lado, permite identificar el periodo de vida de una persona que se ubica entre la infancia y la adultez, que de acuerdo con la Ley del Instituto Mexicano de la Juventud (IMJUVE), es entre los 12 y 29 años, no obstante, también tiene que ver con un conjunto de características tan heterogéneas que sería imposible enlistarlas.

Cabe destacar que “ser Joven” constituye un conjunto social de individuos y cada sociedad tiene su determinado “tipo de jóvenes”, pues este varía según las regiones e incluso dentro de un mismo país, por diversos factores: hereditarios, clima local, estado de salud, alimentación, clase social y cultural, nivel de actividad física o intelectual, cultura, educación, entre otros. Sin embargo, hay algunos elementos que pueden servir para entender mejor de qué se trata la juventud. Por un lado, es el momento de vida en el que se empieza a establecer una identidad, esto dependerá del modo de comportarse y actuar, además de aquellas proyecciones, expectativas y sueños que el individuo tenga para empezar a moldear para su vida futura.

El consumo es sólo una de las dimensiones de análisis de la identidad juvenil, pero es importante para su comprensión. La identidad se forma otorgándonos una imagen compleja de nosotros, la cual nos permite actuar en forma coherente según lo que pensamos.

La identidad humana se configura a partir de la interacción con el medio externo y el funcionamiento individual propio del sujeto, formándose entre ellos una tensión dinámica que guía la configuración de la identidad hacia una dirección determinada. Gracias a esto es posible que el ser humano sea capaz de notar, que más allá de lo que es, forma parte de algo mayor fuera de sí mismo.

Tajfel (1981) ha definido a la identidad social como aquella parte del auto concepto de un individuo que deriva del conocimiento de su pertenencia a un grupo social junto con el significado valorativo y emocional asociado a dicha pertenencia. Carolina de la Torre (2001) plantea lo siguiente sobre la identidad personal y colectiva: “Cuando se habla de la identidad de un sujeto individual o colectivo hacemos referencia a procesos que nos permiten asumir que ese sujeto, en determinado momento y contexto, es y tiene conciencia de ser él mismo, y que esa conciencia de sí expresa su capacidad para diferenciarse de otros, identificarse con determinadas categorías, desarrollar sentimientos de pertenencia, mirarse reflexivamente y establecer narrativamente su continuidad a través de transformaciones y cambios”. Pero también puede ser entendida como un conjunto de capacidades, talentos, deseos, impulsos, fantasías, emociones y capacidades que posee el individuo que posibilitan al sujeto sentirse integrado y a la vez que existe algo propio y único de él (Heimann, 1942).

La emergencia de la fotografía digital en el mundo contemporáneo exige investigar sobre las competencias tecnológicas y las prácticas culturales de los llamados “nativos digitales” en el marco de las tecnologías de socialización digital, según Prensky, (2001) y Palfrey, (2008), son aquellos nacidos en 1990 y que tienen entre 19 y 25 años, que tuvieron y tengan acceso a Internet, que sean usuarios de alguna red social, que tengan cámara digital y usen teléfono móvil con cámara. Este factor nos es indispensable para seleccionar a nuestros sujetos de investigación en el siguiente capítulo que aborda la metodología.

De acuerdo con Erik Erikson, el mayor obstáculo que debe enfrentar el desarrollo de los jóvenes es el establecimiento de una identidad ya que necesitan de una estabilidad para lograr la transición de la dependencia de los demás a la dependencia de sí mismo. La formación de la identidad implica también un proceso de reconocimiento y valorización de la propia individualidad (autoestima).

Todo individuo es capaz de construir una representación de sí mismo y las redes sociales son un medio de interacción que forman un campo de investigación para el estudio de la presentación de los jóvenes en el mundo virtual. La globalización incide de múltiples formas en los procesos de conformación de identidad de los jóvenes, modifican su comportamiento y condicionan su realidad social; su actuar por el mundo va fijado por estas herramientas sociales y en consecuencia otorga una aceptación tanto individual como colectiva.

Actualmente la identidad se ha vuelto moldeable de acuerdo con los intereses de una comunidad que puede ser virtual en estos tiempos que impera la tecnología en la vida diaria de las personas. Las redes sociales nos obligan a encontrar una forma de socialización muy efectiva y de visibilidad ante los demás usuarios para no salir de la organización social, por ello los jóvenes hoy en día han normalizado la práctica de publicar constantemente fotografías, para no desaparecer ante los ojos de esos amigos en su perfil que conforma su círculo social, no caer en esa espiral del silencio.

También han normalizado seleccionar el contenido que publican para que los otros se formen una percepción respecto a su identidad. Ante el peligro de publicar o subir fotografías que no muestren al joven tal cual es se puede caer en la generación de una máscara a su identidad con la que crean historias sobre su imagen y su identidad en redes sin ser cierta, para mantenerse en un constante estado de socialización.

Los jóvenes en la actualidad se enfrentan a dificultades al momento de construir su identidad puesto que la identidad de generaciones atrás se veía influenciada por memorias, valores y enseñanzas familiares.

Ahora en un mundo globalizado, permeado por las nuevas tecnologías, los jóvenes están expuestos a más información, a distintas culturas, modas, estilos de vida, pero esa amplitud de información de dónde escoger para conformarse como personas es lo que hace más difícil que se autodefinan.

Para Soto, (2012) la identidad virtual es una suerte de optimización de la personalidad jurídica, ya que convierte a la persona física en información y como tal la eterniza, ya que sus datos pueden mantenerse a lo largo de los tiempos. Esto va perfectamente acorde con la idea de inmortalizar a las personas a través de la fotografía.

El concepto de identidad es fundamental para comprender la situación cultural en las plataformas digitales, ha adquirido la noción de identidad preocupaciones del mundo moderno a causa de los importantes cambios culturales provocados por las profundas modificaciones en la sociedad.

La identidad es un proceso de construcción en la que un individuo se autodefine en interacción simbólica con otros. La globalización y la introducción de nuevas tecnologías y de medios de comunicación son el origen de grandes cambios en las sociedades actuales. Esta evolución ha aprehendido a la identidad individual y colectiva provocando efectos en la manera de socializar de las personas. Otro efecto de la globalización es el incremento de intercambio de símbolos y significantes de diferentes culturas, ha ocurrido un giro en el estudio de identidad gracias a la llegada de las redes sociales.

Existe una pluralidad en la identidad reflejada en las relaciones de comunicación, abierta a múltiples interpretaciones y construcciones mentales por parte de los receptores con las posibilidades que brindan las redes sociales. Nos encontramos en la era de la 'hipersocialización', por ello actualmente algunas personas sienten la necesidad de generar una identidad virtual en la que pueden moldear su imagen.

La comunicación es la disciplina desde la que se estudia el fenómeno del lenguaje como un factor muy importante dentro de la construcción de la identidad de los jóvenes.

Todo interaccionismo simbólico ocurre por el lenguaje, un individuo se identifica y se diferencia a través del mismo, este es un sistema social de comunicación, se construye una vida social a través de 'discursos', por ello es pertinente analizar las descripciones que los jóvenes colocan a las fotografías que publican en su muro de Facebook ya que es parte del discurso que dan para conformar su identidad.

La identidad se construye a través de la otredad, por naturaleza somos seres sociales y existe una necesidad de pertenencia a un grupo social, esto tiene que ver con la búsqueda de una característica en común y así los individuos comienzan a identificarse como parte de algo.

El intercambio de fotos proporciona un modelo flexible de participación que permite actualizaciones periódicas en forma de revistas fotográficas en línea, también acomoda a usuarios que solo quieren subir algunas imágenes como foto permanente. El gran atractivo del intercambio de fotos es la capacidad de conectar con otros no a través de la escritura sino publicando imágenes.

El sociólogo Erving Goffman habla sobre interaccionismo simbólico, en su obra "La presentación de la persona en la vida cotidiana" de 1987 hace referencia justo a estas máscaras, una analogía de la interacción comunicativa de los individuos con una obra dramática, utiliza una metáfora teatral para explicar cómo las personas somos actores que, ante diferentes situaciones, escenarios u otras personas, desempeñamos un papel o rol que presentamos en un escenario y ante una audiencia, tal como ocurre en las redes sociales.

La vida es un teatro: las personas pueden interpretar los personajes que quieren representar o proyectar mediante el habla y los movimientos corporales como lo que ocurre mediante la expresión de su identidad a través de fotografías. En internet ocurre lo mismo, pero en un escenario virtual con performances textuales o audiovisuales (por medio de la cámara) que permiten a los internautas moldear el personaje que quieren presentar.

Esto les da partida a las personas para construir su biografía virtual: ciber-máscaras vinculadas con otras ciber-máscaras, el mundo virtual permite más el anonimato que el real, es más fácil distorsionarnos entre perfiles, palabras e imágenes que no corresponden a nuestra identidad.

La construcción de la identidad individual es un trabajo complejo, pues constituye un sistema de símbolos y de valores que permite confrontar diferentes situaciones cotidianas.

La identidad opera como un filtro que ayuda a decodificarlas y comprenderlas para que después funcione; es dinámica porque se transforma conforme el contexto que va rodeando al individuo. La construcción de la identidad depende del otro cuya mirada tiene un efecto sobre ella. Los otros definen a un individuo y este se define con relación a ellos, tal cual ocurre en Facebook.

Las fotografías que publican las personas en Facebook son un medio para adquirir información sobre ellas, funciona para relacionarse dentro de la red. Facebook es un escenario donde los usuarios juegan un doble papel: el de actores y el de espectadores; simultáneamente los usuarios intentan impresionar y mantener la atención de su público (los otros usuarios), pero al mismo tiempo son parte de ese público que interactúa con cada uno de sus actos (sus fotografías).

Retomando la semiótica, la expresividad de un individuo en sus fotografías produce impresiones y tiene dos tipos de actividad significativa: la expresión que da (símbolos verbales que la persona utiliza para transmitir información), como las descripciones que las personas colocan a sus fotografías y la expresión que emana (acciones sintomáticas del actor/usuario/individuo considerando que probablemente las haya realizado por razones ajenas a la información transmitida), esta es más teatral y contextual, la expresión dada involucra engaño. Las fotografías en Facebook tienen un propósito profundo: los usuarios actúan de manera calculadora expresándose de determinada manera para impresionar a sus contactos y evocar en ellos una respuesta específica y ya esperada respecto al interés y objetivo de aquel que publica una foto.

Una acción que parece sencilla como subir una fotografía a Facebook es un plan totalmente estructurado, desde la acción de decidir tomar la fotografía, el momento, con qué dispositivo, el cuidado de las luces, de la pose, del lugar, la cercanía, etcétera y posteriormente decidir si se le hará algún tratamiento para modificarla y mejorarla como el uso de filtros, la elección del texto que acompañará la foto y finalmente la publicación.

La consolidación de las redes sociales como un espacio para la comunicación cotidiana pone en manifiesto la distinción entre el mundo real y el virtual. Las personas muestran una máscara en el mundo online y otra en el off line, esto es una muestra de la diferencia de la comunicación presencial y la comunicación mediada por la tecnología. La fotografía está creando y manteniendo relaciones sociales, construyendo memoria personal y de grupo, auto presentación y autoexpresión.

El pensamiento goffmaniano que explica que el concepto que un individuo tiene de sí mismo se construye y maneja en función del contexto en que se presenta ante los demás y surge de la interacción social en situaciones cotidianas aún sigue vigente y permite explicar el funcionamiento del comportamiento de las personas en redes sociales como Facebook. Los usuarios disponen de un perfil que les permite proporcionar información textual y visual para identificarse, pero tienen un método de expresión controlado puesto que los usuarios son quienes deciden qué mostrar a otros.

Según la teoría de Goffman todos somos “actores” que causan una impresión en los demás como si fueran una audiencia, en Facebook podemos controlar la manera en que nos presentamos ante otros usuarios y ser vistos como se quiere, esto nace a través de símbolos y roles aceptados socialmente, las fotografías que se publican en Facebook están cargadas de símbolos y se encargan de difundir el rol que el usuario desea denotar. Las máscaras son los filtros, las descripciones, la pose de la foto, incluso el ángulo, el encuadre y la luz, porque permiten modificar la visión que tendrán los amigos en Facebook de un individuo.

Erving Goffman hacía referencia a la autoconfianza, la fachada de un individuo y la realización dramática del mismo, en el caso de Facebook puede ser mediante las fotografías de los usuarios. La confianza está en el papel que un individuo quiere desempeñar ante sus amigos de la red social. El grado de confianza que represente será equivalente a su credibilidad dentro del mundo virtual. La necesidad de tener una identidad parte del deseo de seguridad en sí mismo.

La “mascara” como la define Goffman es cualquier recurso externo que una persona usa para definir lo que observan otros en torno a ella. Una máscara implica del lenguaje tanto verbal como no verbal y escrito y de signos y significaciones sociales, es el “yo” que se quisiéramos ser.

Existen dos tipos de máscaras: la social y la personal; la primera se refiere a la parte de la actuación del individuo que funciona de manera intencional o reglada. La segunda son los elementos que identifican íntimamente al actuante (clase social, vestimenta, sexo, raza, estatura, aspecto, expresiones faciales, lenguaje) que hacen a su modelo y apariencia, todo esto se puede encontrar en una fotografía. Esta última máscara es el objeto de estudio dentro de la investigación, ya que se indaga sobre las máscaras personales de los jóvenes en Facebook que utilizan en sus fotografías.

Cuando un usuario interactúa con otros, estos intentan adquirir información acerca de él para saber cómo actuar y responder ante la información que les proporcione. La fotografía en Facebook se convierte así en una fuente de información, en «vehículos de signos» como decía Goffman.

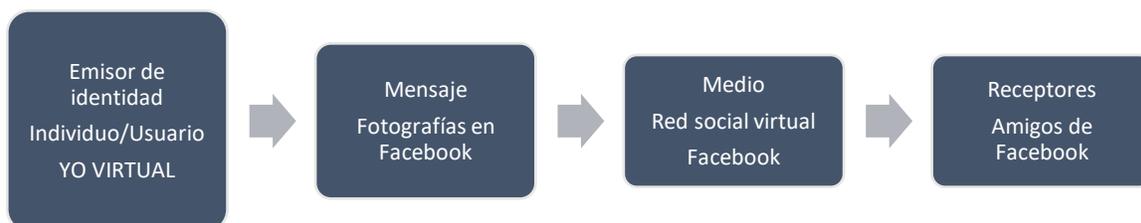


Figura 1

Identidad virtual como proceso de comunicación

Fuente: Tarango A. (2019)

Las fotografías de los individuos en Facebook permiten que otros usuarios generen estereotipos de ellos según lo que reflejan; sin un conocimiento previo de una persona como ocurre algunas veces con los amigos agregados en Facebook, los usuarios pueden creer lo que el individuo dice que es y cómo es.

La expresividad de un individuo es la capacidad de producir impresiones, esto es: la expresividad de los jóvenes en sus fotografías que publican en Facebook se mide con la cantidad de impresiones que logran obtener de los demás usuarios (likes, reacciones, comentarios, compartidos). El joven en la red social puede lograr que tengan un alto concepto de su persona, puede hacerse ver como deseé y hacer pensar a sus amigos que tiene de igual manera una buena percepción de ellos reaccionando e interactuando con sus fotografías. Según la expresividad y la finalidad que den a sus fotografías obtendrán impresiones definidas y deseadas.

Yus, (2014) dice que la identidad virtual en Facebook está moldeada en tres vertientes: personal, interactiva y social. El discurso utilizado en estos perfiles, tanto de índoles verbal como visual y multimedia se revela esencial para gestionar en el mundo virtual toda la información que, en última instancia, redunda en un mejor conocimiento de la identidad y de la posición del usuario respecto a los demás, todo ello a partir de las interacciones, comentarios y diálogos que se llevan a cabo en estos entornos de socialización y publicación de contenido.

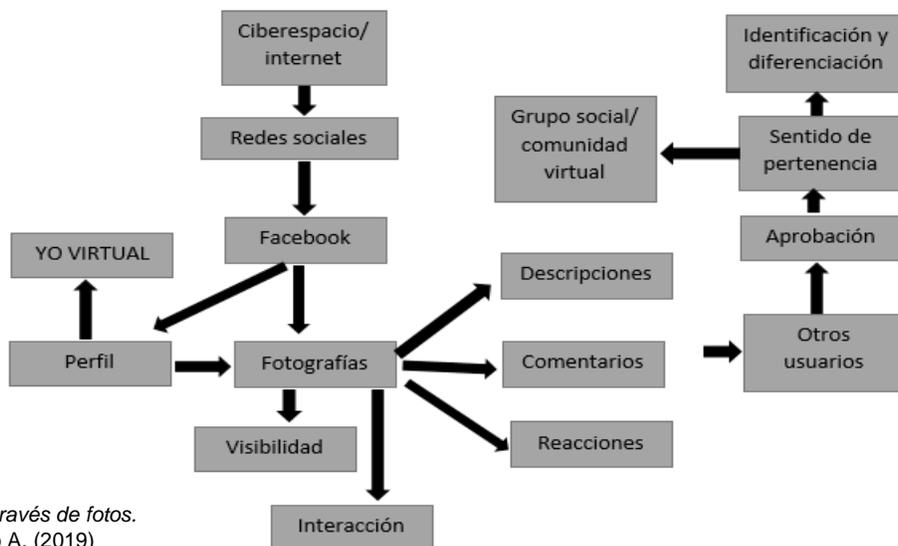


Figura 2
El "yo" virtual a través de fotos.
Fuente: Tarango A. (2019)

La identidad en Facebook surge a partir de las relaciones nuevas en comunidades virtuales; puede modificarse basada en los intereses de los usuarios, es permisible que alcancen su ideal de identidad en esta red social, aquella que sea aceptada por su comunidad de amigos. El ciberespacio da la oportunidad de reformular la identidad de los cibernautas. Hay nuevas formas de socializar y una de ellas es mediante lo visual, esto brinda mayor posibilidad de acrecentar el número de contactos en la red social, por ello no es raro que los jóvenes dediquen tanto tiempo y esfuerzo a sus fotografías, éstas se convierten en un método de promoción de sí mismos en Facebook.

El punto de relevancia de la investigación es conocer si las impresiones causadas por los jóvenes con sus fotografías en otros usuarios de Facebook corresponden a su identidad real o si fingen con otra identidad generada a través de la colocación de una máscara y actuar en su interacción en el mundo virtual. La máscara en los jóvenes es la conformación que se han hecho de sí mismos, esa máscara pueden ser sus fotografías. Quizá la fotografía sea el instrumento perfecto para la construcción de mentiras que parecen realidad. La fotografía sirve para la construcción de identidades porque representa la “realidad”, sin embargo, oscila entre realidad y ficción; la fotografía se concibe entonces no como un “espejo del mundo” sino como un conjunto de códigos que portan un mensaje específico.

La imagen en red es información visual para analizar. La retórica de la fotografía personal está anclada en un sentido de identidad individual y social y el pathos del control sobre los medios de fabricación de imagen. Una fotografía es la captura de un referente y el ser humano, consciente de su existencia y relevancia, desea contemplarse por medio de la interpretación de su propia imagen por encima de la de los demás.

Si la fotografía es una interpretación de lo real, ¿puede la cámara revelar la esencia de la identidad de la persona fotografiada? La escritora Susan Sontag así lo creía, que los retratos revelaban su realidad intrínseca en la misma acción de posar.

Pero Roland Barthes, por su parte, afirma en “La cámara lúcida” que en el proceso de posar “me construyo otro cuerpo instantáneamente, me transformo en una imagen antes de que me tomen la foto”. Niega, de este modo, la posibilidad de que la fotografía, mediante sus medios y limitaciones de espacio y tiempo, pueda capturar su esencia.

Una de las funciones principales de la fotografía es capturar la esencia del sujeto. Ahora, el hecho de disfrazarse conscientemente para la cámara contiene la posibilidad de una construcción activa de la identidad.

En la época del yo auto promocionado, somos conscientes de esta codificación del lenguaje fotográfico para elaborar nuestra imagen. Se puede construir a una persona a partir de fotografías. Internet ha permitido a aquellos creadores que utilizan la fotografía como medio de expresión explorar vías en el retrato como el uso del tiempo (mediante la publicación periódica de fotografías en una suerte de actualización del concepto de serie) o la interferencia de textos en los perfiles de las páginas personales de las redes sociales, lo que amplía el potencial narrativo y biográfico (construido o no) de las imágenes fotográficas. La web 2.0 narra por sí sola lo predicho por la postmodernidad: la fotografía no puede hablarnos de la “realidad”, pero sí de máscaras y de identidades.

1.4 “Dime qué fotos publicas y te diré quién eres”

Es fundamental entender el proceso fotográfico para hacer el análisis de una imagen. Examinar una imagen significa observarla con detenimiento y analizar los objetos que la componen: qué muestra una imagen, cómo lo muestra y cuál es la intención del fotógrafo.

La interpretación de una imagen se puede hacer desde distintos niveles que se componen de dos partes: lo que denotan (qué y cómo lo muestra) y lo que connotan (por qué lo muestra y qué significa como lo muestra). Es decir, se hace un análisis de lo que se ve (perceptivo) y después un análisis del significado que podrían tener los elementos (comprensivo).

Niveles perceptivos del análisis de una fotografía:

1. Nivel de Visión general: Una mirada general en la que vemos la fotografía sin fijarse en los detalles. ¿Llama la atención o simplemente se puede pasar por encima de la imagen? Si no llama la atención es que seguramente a la imagen le falte algo.
2. Nivel compositivo: Ver la estructura de la imagen; pensar en el encuadre, la perspectiva, la proporción y la distribución de pesos. ¿Desde dónde ha sido realizada la fotografía? ¿Está tomada a la altura de los ojos o desde otras posiciones (ángulo frontal, picado, cenital, contrapicado, nadir)? El uso del espacio vacío y relación entre elementos. El uso del color, si hay dominantes o si se juega con las tonalidades (fríos al fondo y cálidos al frente). También otros elementos de composición como ritmos o texturas. Verificar si el recorrido visual de la imagen nos permite estar varios segundos viendo la imagen o simplemente nos dirige hacia afuera (los bordes).
3. Nivel técnico: Considerar aspectos técnicos de la cámara: enfoque, apertura de diafragma, velocidad de obturación, profundidad de campo y balance de blancos; si el encuadre es el correcto y el fondo no distrae la atención de la imagen; si la luz es correcta, fallos menores como horizontes rectos,

encuadres cortados. También es importante otros fallos como nitidez, contrastes, salvo que estos estén provocados de una forma deliberada.

4. Nivel narrativo: ¿Qué es lo que cuenta la fotografía? ¿Cuáles son los elementos narrativos más importantes que componen la historia? Analizarla a nivel expresivo.

Emma Torres, (2016) propone las siguientes preguntas para analizar una fotografía:

- ¿Cuál es el propósito de la fotografía?
- ¿Es una fotografía espontánea o planificada?
- ¿Cuáles son las condiciones en las que se tomó la fotografía?
- ¿Cuál era la finalidad del fotógrafo?
- ¿Qué te ha transmitido la fotografía?
- ¿Qué historia crees que cuenta?

Cuando elegimos una foto para publicarla en el perfil de una red social escogemos nuestra carta de presentación al mundo. Algunos elementos que se pueden analizar en las fotografías son los siguientes:

- Pose: Las personas que no tienen miedo a exponerse suelen salir con los brazos abiertos, tranquilas y con fotografías de cuerpo entero (o medio cuerpo), en cambio, una persona más reservada probablemente tenga una fotografía más seria, con los brazos cruzados y en un plano más cerrado.
- Expresión facial: una abierta sonrisa, sin retoques y de frente, suelen ser personas seguras de sí mismas, abiertas y extrovertidas. Una mueca puede ser signo de que queremos mostrar "naturalidad" pero, en el fondo, sentimiento de inseguridad y forzar a salir graciosos/as en una fotografía.

Las personas más serias (o que utilizan sus redes con fines profesionales) suelen salir con una media sonrisa o con una expresión sin muecas y sobria.

- Si es una foto antigua o de la infancia: Indica un fuerte anclaje al pasado, es posible que el individuo esté pasando por un mal momento y no quiera conectar con ello o simplemente tenga miedo de seguir adelante con su vida.
- Color de la foto: el color también es un elemento muy importante, una foto en blanco y negro puede ser signo de una personalidad melancólica, poética o introvertida. En cambio, unos colores vivos suelen expresar vitalidad y alegría.

Fotos en blanco y negro: puede ser signo de tendencias artísticas. Retocar una fotografía con el objetivo de quitar las tonalidades puede indicar también una mala autoestima y como consecuencia cierta inseguridad al mostrarnos al mundo.

- Fotos con mucho color: Las fotos estridentes, con muchos tonos y llenas de color son características de personas igualmente estridentes y llamativas. No solamente es signo de extroversión, los colores llamativos también indican ganas de llamar la atención y de tener cierta presencia en la vida de los demás, ya sea en el mundo real o en Internet.
- Fotos con tonos azules: Utilizar tonos fríos como el azul puede indicar dos cosas: o bien una personalidad corporativa, sobria y elegante o una tendencia a ser una persona fría y calculadora. Estos tonos no invitan a ahondar en las profundidades personales de cada uno.
- Fotos con color rojo: Si en la foto predomina este tono tan llamativo, es posible que queramos mostrar la energía y pasión que tenemos en nuestro día a día.

El uso de los colores cálidos denota una personalidad intensa, competitiva y, en ocasiones, agresiva.

- Fotos de media cara: No mostrar nuestra cara parcialmente puede ser indicio de dos cosas muy distintas:
 - Personalidad misteriosa: media cara invita a entrar en el perfil para descubrir más, ver qué esconde esa persona y develar su personalidad.

- Desinterés por las redes sociales: una persona que no le importa exponerse en las redes sociales pero que tampoco quiere perder el tiempo en ellas. Para este tipo de individuos, una foto de media cara implica que han dado el mensaje de que sí, ese perfil de Facebook es suyo, pero tampoco quieren mostrar toda su vida en él.
- Foto del rostro: Las personas que suben como foto de perfil una imagen sólo de su rostro, sin retoques, centrados y sonriendo demuestran a alguien tal cual es, seguro de sí mismo, sin miedos a la crítica, con necesidad de expresar su yo real, son algo egocéntricas.
- Fotos girando el rostro: Las personas que muestran su rostro parcialmente girado, mirando a otro sitio son personas que quieren mostrarse, pero que inconscientemente expresan que tienen que ganar su atención que en el momento tienen en otro sitio. No sienten necesidad de ser conocidas o reconocidas, sin afán de protagonismo o que huyen de él, quizá con un gran mundo interior que les cuesta mostrar, sin excesivo interés por establecer relaciones de esta manera. Algo reservadas y concentradas en otros asuntos de su interés.
- Fotos con paisajes de fondo: Las personas que funden su imagen con el paisaje o personas que muestran una fusión de su personalidad con el contexto no son nada egocéntricas y/o se quieren asociar al paisaje para adoptar su belleza. En las imágenes en las que están alejadas hay algo que quieren ocultar o disimular.
- Foto de espaldas: En este tipo de fotos no se ve el rostro y por lo consiguiente, ocultamos nuestras expresiones faciales al mundo de Internet. Una foto de espaldas también puede significar que hemos pasado por un momento doloroso y que, ahora mismo, no tengamos el valor suficiente como para mostrarnos de cara a un mundo tan extenso como las redes sociales.
- Fotos retocadas: Las personas que muestran fotos retocadas, artísticas claramente quieren dar al exterior una mejor imagen de la que perciben de sí

mismas. Partiendo del hecho de que todos intentamos de una manera u otra mostrar una imagen positiva de nosotros mismos, estas personas sienten gran influencia por la opinión de los demás.

- Foto frente al espejo: Las personas que aparecen reflejadas en un espejo intentan que los demás los vean como ellos se ven a sí mismos. Quizá hayan pasado por situaciones en las que se las han malinterpretado y ahora quieren reconocerse y mostrarse tan y como son.
- Fotos con objetos de lujo: Las fotografías con objetos de lujo parecen una explícita demostración de las posibilidades, recursos y poder, forma parte de una manifestación para impresionar y sorprender a los demás, así como para confirmar el éxito y el bienestar.
- Fotos sin filtros: Las fotos reales y cotidianas pueden contener el deseo de invitar a más personas a la vida personal; indican deseo de parecer simple y real, pero al mismo tiempo pueden ser un tributo a la moda y una especie de máscara que permite parecer más ordinario. Este tipo de fotos indican que la persona se acepta tal y como es; su visión del mundo es estable, no necesita demostrarle nada a nadie en las redes sociales, recibir "me gusta" y comentarios no es su prioridad.

Las imágenes que divulga un individuo en su red social pueden llevar a contemplaciones sobre su personalidad. Existen conductas dentro de Facebook respecto a la publicación de fotografías que nos hablan sobre la personalidad de un individuo:

1.- Cuando una persona publica muchas selfies: Las selfies son una forma de expresarse, de decir: existo, aquí estoy ante la necesidad de retroalimentación de los demás, pero a veces la manía de publicar selfies se convierte en una obsesión que podría encubrir inseguridades y una baja autoestima. Es una forma de compensar la falta de atención. Esta conducta también puede ser percibida como una señal de egoísmo y narcisismo, pero también pueden ser una herramienta de búsqueda interior.

Las selfies pueden ser una manera de examinarse desde el exterior para corregir expresiones faciales, postura e incluso la figura.

2.- Imágenes de naturaleza y fotos de viajes: “La publicación de paisajes y fotos tomadas durante viajes es una forma de sentir de nuevo las experiencias significativas y de preservar el pasado en una forma inalterada, reviviéndolo con la atención de los demás” Innokenti Arséniev, (2017). Las fotos de viajes también pueden significar que la persona no acepta su vida diaria, puede ser un intento de escapar de la rutina.

Las fotografías permiten generar una identidad a partir de la construcción del “yo” por medio de su relación con su reflejo. Cuando una persona se observa en un espejo afirma lo que es, forja una identidad en la medida en la que él mismo al observarse y verse de una u otra manera, dependiendo de si le gusta o no lo que observa, lo mismo ocurre cuando se miran a través de sus fotografías, se trata de una constante construcción identitaria. La construcción que una persona realiza de sí misma está determinada por la sociedad en la cual se encuentra inmersa y que lo lleva a modificar en función de lo “socialmente aceptable” tal como lo señala Santiago Caneda Lowry, (2012).

La Teoría de la Identidad Social de Tajfel de 1981 se origina por la idea de que por muy basta y compleja que sea la imagen que los individuos tienen de sí mismos en relación con el mundo físico y social que les rodea, algunos de los aspectos de esa idea son aportados por la pertenencia a ciertos grupos o categorías sociales. Parte del auto concepto de un individuo se conforma por su identidad social, es decir: el conocimiento que posee un individuo de que pertenece a determinados grupos sociales junto a la significación emocional y de valor que tiene para él/ella dicha pertenencia. El comportamiento social de un individuo variaba a lo largo de dos extremos: el intergrupalo, en el cual la conducta se determina por la pertenencia a diferentes grupos o categorías sociales; y el interpersonal, en el que la conducta se determinada por las relaciones personales con otros individuos y por las características personales idiosincráticas.

Como lo menciona Tajfel, los individuos tienen una relación con el mundo físico y social que los rodea, este se puede ver representado a través de sus fotografías, posteriormente dentro de su comportamiento tanto intergrupales como interpersonal en Facebook, los individuos al publicar fotografías de ellos dan paso a una generación de identidad dentro de esa comunidad virtual.

En los apartados anteriores se mencionó que para el análisis de las fotografías de los jóvenes en Facebook se usaría la semiótica de Peirce ya que la fotografía es un medio de comunicación que transmite y expresa ideas en un proceso que implica una emisión, pero también una interpretación, así como la explicación de su sistema de comunicación desde la óptica. La fotografía goza de mimesis y de un significado; comprender mejor los signos, resulta crucial para leer mejor una fotografía.

A continuación, se explica la tricotomía semiótica de Peirce enfocada al análisis de una fotografía:

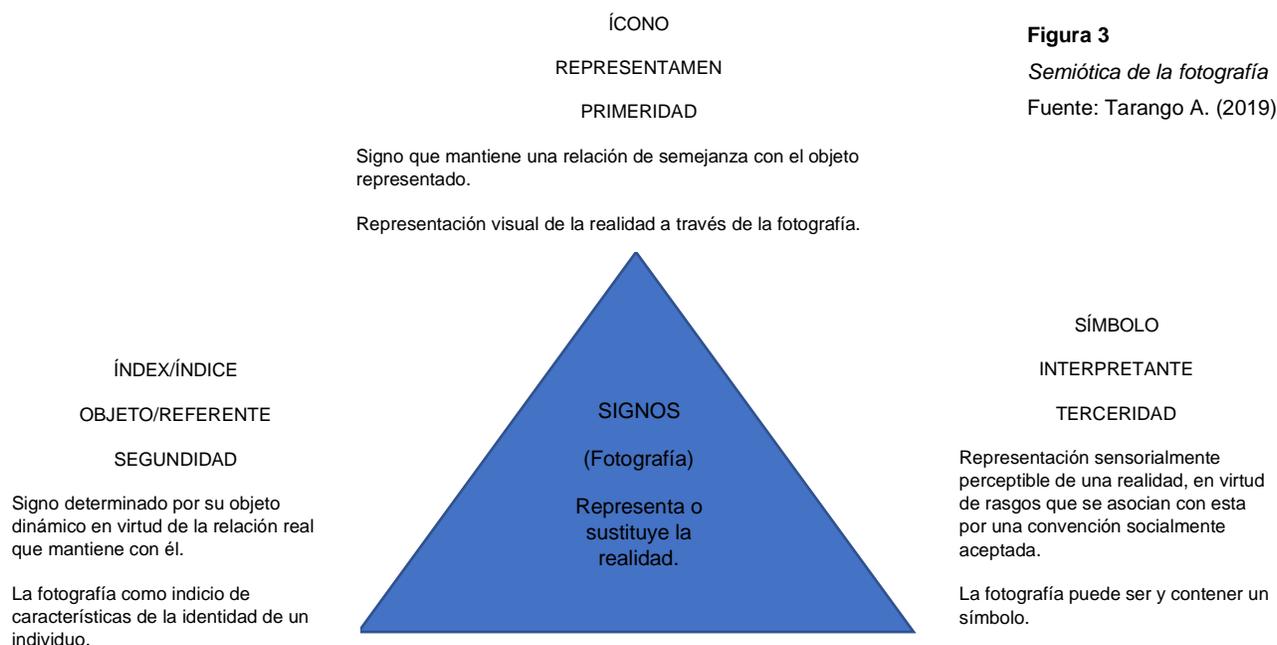


Figura 3
Semiótica de la fotografía
Fuente: Tarango A. (2019)

Los jóvenes se desarrollan actualmente en un contexto tecnológico de relaciones personales. Internet ha cambiado su vida, el aumento de los “nativos digitales” explica la importancia de las TIC’s y una vida social en el mundo virtual.

Las fotografías pueden ser vistas como un conjunto de signos que representan la identidad de los jóvenes en su perfil de Facebook, pero existe esa brecha entre la vida online y off line, lo cual difumina la realidad de percepción de identidad de los jóvenes.

1.5 Categorías de análisis

Tabla 1

Categoría de análisis

SUBCATEGORÍAS		ASPECTOS	TÉCNICAS DE INVESTIGACIÓN
Facebook	<ul style="list-style-type: none"> • Socialización fotográfica digital • Interacción • Recepción • Comunidad Virtual • Vínculos entre usuarios 	Social Digital	Observación directa y encuesta.
Fotografía	<ul style="list-style-type: none"> • Tratamiento fotográfico para redes sociales. • Captura • Uso de las fotografías en Facebook. • Lo que comunica una fotografía. • Complementos de una fotografía en Facebook (Descripciones) • Respuesta e interacción con las fotografías en Facebook. (Comentarios y reacciones) 	Social Semiótico Fotográfico Comunicación	Análisis semiótico – fotográfico.
Identidad	<ul style="list-style-type: none"> • Autopercepción de los jóvenes en Facebook. • Diferencia entre la vida off line y la online. • Comportamiento social en Facebook 	Social	Encuesta y observación directa.

La interrelación entre las categorías y subcategorías con las técnicas de investigación ayudan a la triangulación metodológica y a localizar los puntos centrales de la investigación categorizando en aspectos de área de estudio.

Tarango A. (2019). Categorías de análisis [Tabla].

CAPÍTULO 2. METODOLOGÍA

2.1 Área de investigación. Comunicación audiovisual y mass media.

2.2 Tipo de estudio.

Proyecto cualitativo de investigación descriptiva y explicativa que pretende explorar y explicar el modo en que los jóvenes de la FCPyS de la UAEMex manipulan y utilizan sus fotografías compartidas en Facebook para describir la identidad de los sujetos de estudio en su círculo social virtual y, por último, explicar las razones que los llevan a actuar de esa manera.

2.3 Métodos de investigación.

Método hipotético-deductivo: El método hipotético-deductivo tiene varios pasos esenciales: observación del fenómeno a estudiar, creación de una hipótesis para explicar dicho fenómeno, deducción de consecuencias o proposiciones más elementales que la propia hipótesis, y verificación o comprobación de la verdad de los enunciados deducidos comparándolos con la experiencia. Este método obliga al científico a combinar la reflexión racional o momento racional (la formación de hipótesis y la deducción) con la observación de la realidad o momento empírico (la observación y la verificación).

2.4 Población. “Una población es el conjunto de todos los elementos que estamos estudiando, acerca de los cuales intentamos sacar conclusiones”. Levin & Rubin (1996).

2.4.1 Determinación de la población.

En la FCPyS hay 3, 796 alumnos de 4 licenciaturas: comunicación, ciencias políticas, sociología y gestión en redes sociales; el estudio engloba a alumnos en un rango de edad de los 19 a 25 años ya que es la categoría que abarca a los “nativos digitales”. Los sujetos de investigación serán alumnos de las 4 licenciaturas para contrastar resultados.

2.5 Instrumentos de recolección de información.

2.5.1 Encuesta.

Según Naresh K. Malhotra, (2004) las encuestas son entrevistas con un gran número de personas utilizando un cuestionario prediseñado, el método de encuesta incluye un cuestionario estructurado que se da a los encuestados y que está diseñado para obtener información específica.

Para Trespalacios, Vázquez y Bello, (2005) las encuestas son instrumentos de investigación descriptiva que precisan identificar a priori las preguntas a realizar, las personas seleccionadas en una muestra representativa de la población, especificar las respuestas y determinar el método empleado para recoger la información que se vaya obteniendo.

En este caso la encuesta se utiliza para hacer un diagnóstico de la utilización y reacción de las fotografías en Facebook. El número de encuestados es 100, 20 alumnos por licenciatura, cubriendo una cuota equitativa de 10 hombres y 10 mujeres.

2.5.2 Ciber-etnografía.

Una etnografía de Internet puede observar con detalle las formas en que se experimenta el uso de una tecnología” (Hine, 2004:13).

La ciber etnografía como también se le conoce a esta técnica tiene un uso de ayuda para analizar el método de socialización y percepción de identidad los jóvenes de la FCPyS de la UAEMex con la recolección de información acerca de las razones que llevan a los jóvenes a modificar sus fotografías antes de publicarlas y la selección de las descripciones que las acompañan. 16 perfiles analizados durante un período de 3 meses, 4 por licenciatura, 2 de hombres y 2 de mujeres, seleccionados de manera aleatoria de la lista de miembros del grupo en Facebook de la FCPyS.

2.5.3 Análisis semiótico-fotográfico.

Es el estudio del signo icónico y los procesos de sentido-significación a partir de la imagen. El estudio de la imagen y las comunicaciones visuales en realidad desborda lo estrictamente pictórico o visual, tal como pueden ser los análisis de colores, formas, iconos y composición, para dar paso a los elementos históricos y socio-antropológicos que forman parte de la semiótica de la imagen (Tanius Karam2014).

La utilización de esta técnica radica en analizar el contenido comunicativo que expresan y reflejan las fotografías de los jóvenes seleccionados, describir así la identidad que reflejan y el uso de máscaras virtuales con filtros y otras alteraciones a las fotografías.

2.5.4 Entrevista semiestructurada.

Conversación que se propone un fin determinado distinto al simple hecho de conversar; instrumento técnico que adopta la forma de un diálogo coloquial, comunicación interpersonal establecida entre el investigador y el sujeto de estudio, a fin de obtener respuestas verbales a las interrogantes planteadas sobre el problema propuesto (Turruco, 2013).

La entrevista aplicada como herramienta para conocer a profundidad el proceso de los jóvenes para tomarse una fotografía, seleccionarla para subirla a su red social, qué quieren reflejar, así como las razones de su comportamiento ante las descripciones que les colocan al momento de publicarlas y las reacciones obtenidas. El número de entrevistados es 8, un hombre y una mujer por licenciatura elegidos según la presentación de un comportamiento relevante e interesante en la ciber etnografía.

2.6 Técnicas de análisis de información.

En el ámbito de la investigación y de las ciencias de la información, se conoce como análisis de la información al proceso de decodificar los datos que contiene un documento específico, a través de operaciones de procesamiento, que permitan el acceso y recuperación de datos, en aras de traducirlo posteriormente a un lenguaje entendible, el cual es llamado epígrafe, a fin de realizar un nuevo documento, llamado producto.

2.6.1 Análisis de contenido.

El análisis de contenido en un sentido amplio es una técnica de interpretación de textos, ya sean escritos, grabados, pintados, filmados u otra forma diferente donde puedan existir toda clase de registros de datos, transcripción de entrevistas, discursos, protocolos de observación, documentos, videos; el denominador común de todos estos materiales es su capacidad para albergar un contenido que leído e interpretado adecuadamente nos abre las puertas al conocimiento de diversos aspectos y fenómenos de la vida social. J. Adreú (2001).

Berelson (1952 p.18) sostiene que el análisis de contenido es “una técnica de investigación para la descripción objetiva, sistemática y cuantitativa del contenido manifiesto de la comunicación”.

Se analizará toda la información arrojada tanto de las encuestas, entrevistas como de los perfiles y las fotografías de los jóvenes y con ellos se formularán resultados descriptivos de la problemática y el contexto actual de la misma.

2.6.2 Codificación.

Procedimiento analítico mediante el cual los datos se fracturan y se abren para sacar a la luz los pensamientos, las ideas y significados que contienen con el fin de descubrir, etiquetar y desarrollar conceptos. Schettini y Cortazzo (1990).

Se explicarán y describirán los significados de las fotografías de los jóvenes y las ideas que estos tienen respecto a mantener una máscara con sus fotografías de Facebook, se relacionarán las actitudes que toman al socializar virtualmente con el desarrollo de su identidad.

2.6.3 Descripción densa.

La tarea central del investigador es generar sentido a partir de una descripción a escala micro y macro de una situación local. Esta idea de hacer un estudio microscópico, que parta de un conocimiento abundante sobre lo pequeño, para arribar a conclusiones más amplias o abstractas y que se apoye en la teoría de una manera limitada en tanto esta le sirva para comprender densamente los fenómenos que ha estudiado de forma etnográfica. Schettini y Cortazzo (1990).

Se describirá de qué manera se vive el fenómeno actualmente con los jóvenes de la FCPyS de la UAEMex y la relevancia social que implica dicha problemática en el desarrollo de la identidad de los jóvenes y la manera en que también afecta su socialización.

CAPÍTULO 3. EL OJO DE LA VERDAD

Con el fin de lograr los objetivos planteados al inicio de esta tesis, se vació la información obtenida mediante los cuestionarios y entrevistas aplicadas, así como el seguimiento realizado a los perfiles seleccionados de los jóvenes para el análisis y la interpretación del uso de sus fotografías en Facebook.

Se presentan los resultados en orden, partiendo de la relación de la aceptación (medida por medio de reacciones) con el uso de filtros o la realización de correcciones en las fotografías que los jóvenes publican; y posteriormente, se presentan los resultados concernientes a la identificación de los jóvenes a través de sus fotografías y la manera en que se representan con ellas en su perfil de Facebook.

3.1 Amigos por la fotografía.

Es importante iniciar este apartado demostrando la importancia que tienen las fotografías de Facebook en la vida del joven mirándola como una forma de presentación personal en la que existe una mediación a partir de su interacción con la tecnología lo cual les permite generar actuaciones (performance), es decir: máscaras gracias a la cualidad de la fotografía que desde lo técnico permite la recreación. Los jóvenes pueden generar relaciones a partir de las fotografías que publican y la interacción generada con reacciones o comentarios. Es interesante descubrir el lugar que ocupan las fotografías en la vida de los jóvenes, por ello dentro de la encuesta se les preguntó lo siguiente:



Figura 4
Elementos importantes en el perfil de Facebook según los jóvenes
Fuente: Tarango A.

El 18.4% mencionó que sus fotos son lo más importante de su perfil, sin embargo, estas les permiten establecer relaciones con otros usuarios a través de la generación de empatía y aceptación a partir de sus fotografías, retomando el postulado de Martha Langford el álbum fotográfico tiene la función de generar sentido de conexión entre las personas, actualmente en Facebook se genera de manera digital como resultado de la convergencia entre la tecnología, las redes sociales y los jóvenes, pero funciona igual- El propósito de la red es claro, hacer “amigos”, por ello este es el punto más importante para los jóvenes, pero analizar a profundidad cómo se establecen estas relaciones es lo interesante.

“Creo que tienen mucha importancia porque hablan de mí y entonces son como un historial”. (L. Santillán, comunicación personal, 07 de octubre de 2019).

“Mucha pues se vuelve hasta cierto punto hoy en día un historial de vida”. (B.V. De la Cruz, comunicación personal, 15 de octubre de 2019).

“Pues demostrar que existes socialmente”. (C. Olmedo, comunicación personal, 10 de octubre de 2019).

Resulta relevante que lo menos importante para los jóvenes sea su información personal, si lo analizamos a profundidad esto podría entenderse como que quieren ser conocidos no a través de sus datos personales si no a través del contenido que publican. El texto que publican ocupa el 2º puesto en importancia dentro de lo que compone su perfil de Facebook, pero este es parte de sus fotografías ya que contienen texto visual y texto escrito. La importancia que han llegado a cobrar las fotografías en la vida de los jóvenes repercute incluso en su autoestima, su estado de ánimo, su auto aceptación, su comportamiento.

Figura 5
Relación reacción-comentarios negativos.
 Fuente: Tarango A. (2019)

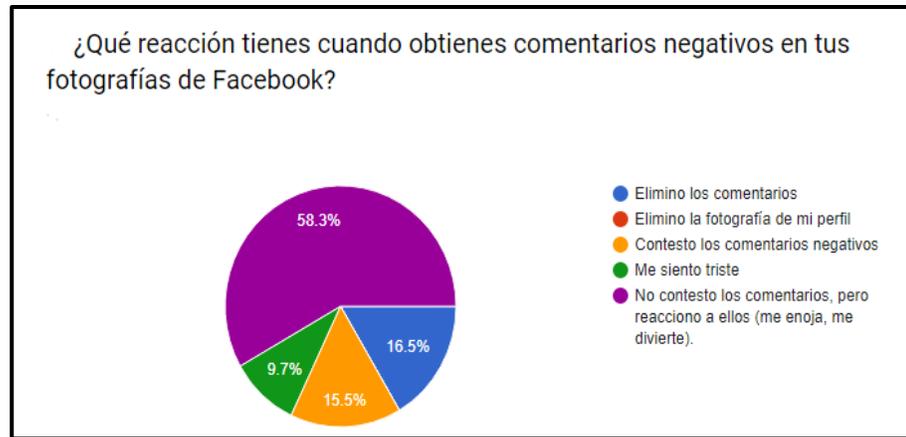


Figura 6
Reacciones con comentarios positivos.
 Fuente: Tarango A. (2019)



En las gráficas anteriores se puede mostrar un contraste entre la aceptación y el rechazo en esta red, cuando aparecen comentarios negativos expresando rechazo a la fotografía los usuarios no los contestan, pero reaccionan a ellos, de algún modo evitan la interacción con el usuario que realizó el comentario negativo, pero se hace presente para defender su identidad. Lo contrario ocurre con los comentarios positivos, con estos la interacción entre usuarios aumenta, mejora la estabilidad emocional del usuario generando felicidad debido a la aceptación recibida, no tiene que mostrar resistencia o lucha para pertenecer a ese marco de sentido.

“Creo que, de una manera al natural, más como... no sé, creo que es ilustrativa o cada quien lo haría por cómo se siente emocionalmente”. (L. Santillán, comunicación personal, 07 de octubre de 2019).

La fotografía juega en Facebook un papel muy importante para el establecimiento de relaciones entre los usuarios, más del que se imaginaba, se podría pensar que sólo son para compartir momentos con amigos como lo plantea la red misma, pero no es así, en realidad tiene una carga impresionante de aceptación.

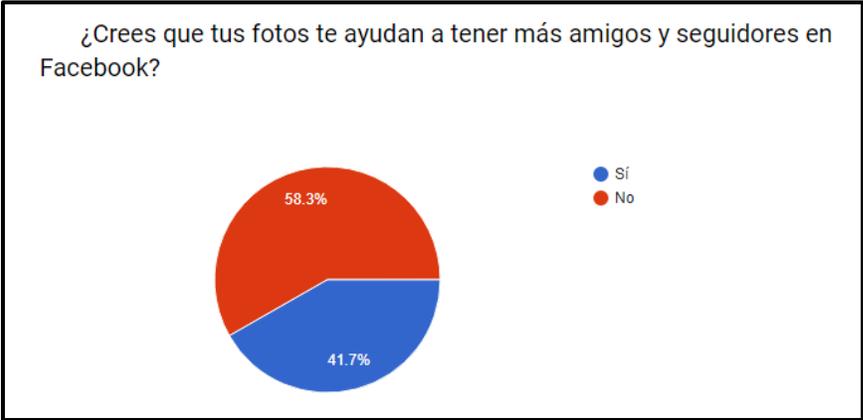


Figura 7
La fotografía como lazo de amistad en Facebook.
 Fuente: Tarango A. (2019)

La mayoría de jóvenes encuestados, el 58.3% con exactitud piensa que las fotografías que publican no los ayuda a tener más amigos en Facebook, pero la fotografía es el factor que utilizan para decidir aceptar una solicitud de amistad.

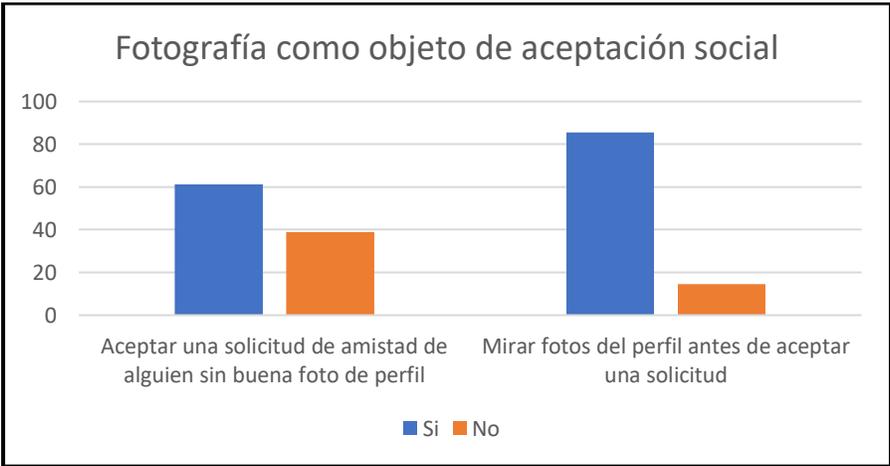


Figura 8
Fotografía como objeto de aceptación social.
 Fuente: Tarango A. (2019)

La fotografía que se hace en la actualidad y que se sube a redes sociales es una fotografía que todo el tiempo está en movimiento bajo la lógica de actualizar la imagen y mantenerse presente en la red social. El 85.4% mira las fotos del perfil de un usuario antes de aceptar su solicitud de amistad y menos de la mitad (38.8%) rechaza a personas que no tengan una buena foto de perfil. Dentro de este punto la fotografía de perfil actúa como símbolo de aceptación o rechazo, pero también ayuda a proporcionar veracidad al perfil.

El problema aparece cuando esa veracidad y confianza que brinda la foto de perfil se torna distorsionada por el uso de filtros o alguna corrección previa modificando así la imagen del joven, su realidad.

“Para demostrar que el perfil de Facebook es mío”. “Pues demostrar que existes socialmente”. (C. Olmedo, comunicación personal, 10 de octubre de 2019).

“Creo que Facebook es un gran filtro para establecer la imagen que quieres dar ante la sociedad, creo que es una gran puerta, un espacio de apertura en el que juegas a esta creación de tu propia identidad, pero desde tu perspectiva, tienes la posibilidad de qué mostrar y qué no mostrar, entonces creo que la forma en que nos mostramos no es casual, está totalmente condicionada a qué es lo que queremos que los demás vean de nosotros y en medida de eso generamos relaciones sociales o generamos conversaciones o establecemos algún tipo de relación con personas que conocemos y que no conocemos en medida de lo que queremos mostrar”. (L. Rufino, comunicación personal, 10 de octubre de 2019).

“Yo creo que tengo las de perfil que representan todo lo que soy realmente: sorpresa espontaneidad y diversión supongo”. (L. E. Misulinich, comunicación personal, 10 de octubre de 2019).



Figura 10
Tratamiento fotográfico pre-publicado.
 Fuente: Tarango A. (2019)

El 43% ajusta sus fotografías antes de publicarlas (luz, brillo, contraste, recorte), el 37.9% dice no modificarlas y sólo el 9.7% confesó utilizar filtros. Los jóvenes cada vez modifican más sus fotografías, pero no aceptan hacerlo, mienten, se colocan máscaras, modifican su identidad. Dentro del seguimiento realizado por 3 meses a jóvenes de la FCPyS de 137 fotos analizadas 47 tenían algún tipo de filtro, 40 correcciones de luz, contraste, enfoque o recorte y 60 no tenían ninguna modificación. La época de liquidez en la que vivimos en la actualidad ha llevado a los jóvenes a banalizar su imagen y a modificarla cada vez con más frecuencia y en mayor nivel. Los jóvenes de la FCPyS publican en promedio 3 fotografías al mes.

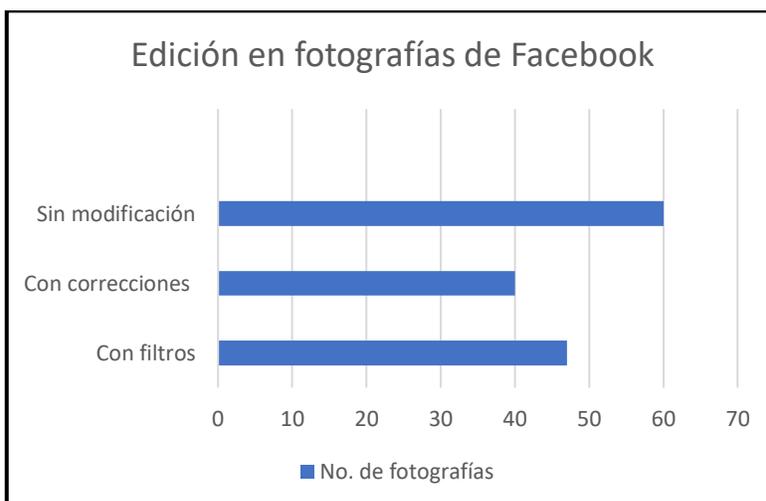
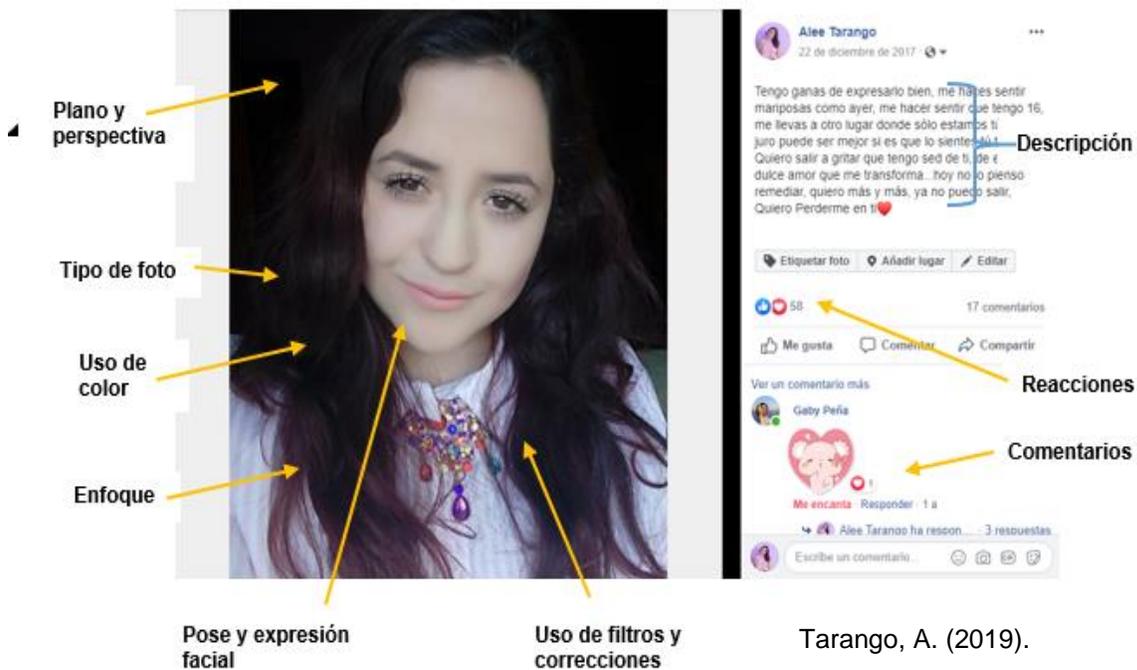


Figura 11
Ediciones en fotografías de Facebook.
 Fuente: Tarango A. (2019)

En la ciber etnografía se analizaron los siguientes elementos de una fotografía:

Los elementos analizados permitieron realizar el análisis semiótico de las fotografías de los jóvenes y ayudar a la configuración y descripción de las identidades que están generando, así como la relación de reacciones y uso de filtros. También el discurso narrativo desarrollado a través de sus descripciones.

Ejemplo:



Tarango, A. (2019).

Ciber etnografía en Facebook [Fotografía].

“Sí, pero procuro que no se noten tanto, eh... sí, sí he llegado a utilizar filtros porque me gusta a veces resaltar más cosas de la foto ¿Sabes?, por ejemplo: los filtros luego ayudan como a concentrar el color y no sé, a veces me gusta que mi cabello se vea más intenso o los ojos creo que es principalmente por mejorar la apariencia o la primera apariencia por así decirlo”. (L. Rufino, comunicación personal, 10 de octubre de 2019).

“No utilizo filtros porque me veo muy diferente con filtros y a veces no me reconocen”. (C. Olmedo, comunicación personal, 10 de octubre de 2019).

3.2 La cámara de la realidad.

Las fotografías son como un espejo, pero gracias a la mediación tecnológica y las redes sociales se ha vuelto un espejo manipulable, de manera que veamos el reflejo que queremos ver. Eso ocurre cuando una persona utiliza un filtro o modifica una fotografía, manipula su pantalla espejo y entonces el reflejo que muestra no es real 100%.

Dado que la fotografía digital permite realizar un tratamiento fotográfico, los resultados obtenidos permiten generar una especie de antropología visual para revisar las manifestaciones sociales y culturales de la comunidad de jóvenes de la FCPyS dentro de un entramado online en Facebook que posibilita una identidad virtual.

Analizando la manera en que se generan relaciones entre jóvenes gracias a las fotografías que publican y la interacción recibida se encontraron datos interesantes en la ciber etnografía que se muestran en la gráfica de abajo.

La diferencia entre el nivel reacciones (likes) y comentarios entre una foto editada y otra que no lo está es tan sólo de una unidad; una fotografía editada obtiene en promedio 39 likes y 3 comentarios mientras que una foto sin edición tiene en promedio 40 likes y 2 comentarios, esto contradice un poco al estudio "Por qué aplicamos filtros a nuestras fotos y qué impacto tiene eso a la hora de afianzar seguidores" publicado en 2015 el cual dice que las imágenes con filtros son más propensas a ser vistas y comentadas, en el caso de las fotografías de los jóvenes de la FCPyS no es así, los porcentajes entre una foto con edición y una sin edición son por una unidad casi iguales, lo cual lleva a cuestionar: si la interacción es casi la misma con filtros que sin filtros ¿qué lleva a los jóvenes a modificar su imagen con el uso de los mismos? La importancia para los jóvenes de las reacciones en sus fotos se vuelve una variable a perseguir.

El 75.7% dice no importarle las reacciones que reciben sus fotos bajo los argumentos de que es algo superficial, no es importante, no buscan aprobación social, el 23.3% sí le importa las reacciones de sus fotos porque se dan cuenta a qué personas les interesa su perfil, valorizan la calidad de sus fotografías, piensan que en el fondo es algo que a todos importa, son muy importantes para la convivencia que generan día a día en esta red social, buscan una retroalimentación, mide popularidad, para mostrar su identidad, son una manera de ver la perspectiva que otros tienen de un individuo e influyen en su autoestima, miden el alcance que tiene un usuario dentro de la red. Las fotografías en una red social permiten una visibilización de la identidad del individuo y las reacciones su supervivencia en el medio para no caer en una invisibilización o exclusión y llegar a la espiral del silencio.

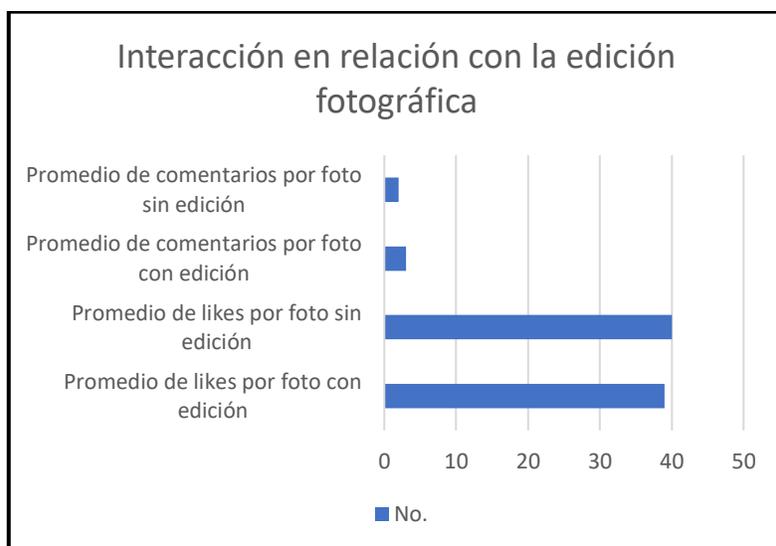


Figura 12
Interacción en relación con la edición fotográfica.
 Fuente: Tarango A. (2019)

Los filtros más utilizados por los jóvenes son Vintage, Sepia, New York, Snapseed, HDR, blanco y negro y filtros de aplicaciones como Instagram, Picsart, B612 y Ligthroom. Un pequeño sector de los jóvenes encuestados que no dieron nombres específicos de filtros describió que aquellos que utilizaban eran los sencillos o con los que se viera la foto natural, esto corresponde a la no búsqueda de una modificación a la identidad si no a la perfección de la imagen.

El 62.1% de los jóvenes encuestados modifican sus fotografías antes de publicarlas, tienen una utopía de la perfección y aunque piensen que si utilizan filtros no modifican su identidad, al momento de aplicar ajustes como el recorte, enmarcan una parte de su realidad, limitando el entorno que muestran ante los demás usuarios, generan una máscara a través de cambiar parte de su aspecto con las modificaciones específicas realizadas. Lo anterior refleja una falta de aceptación e inconformidad con su identidad offline.



Figura 13
Cuándo comentan las fotografías los jóvenes.
Fuente: Tarango A. (2019)

Otro dato interesante encontrado en las encuestas es que la mayoría de jóvenes comenta una fotografía cuando les agrada la persona, ya sea porque la conoce en su mundo offline o de no ser así, entonces es dado porque se ha generado empatía entre los usuarios a través de la narrativa biográfica que han adquirido uno del otro y dejando en menor peso el motivo de comentar una foto por el gusto estético de la misma. Se puede hablar entonces de la fotografía como un medio de socialización nuevo entre los jóvenes, a través del cual se generan “amistades”, empatía por medio del intercambio de comentarios.

Al generar un historial, una narrativa biográfica a través de sus fotografías entra en funcionamiento la característica de la fotografía de dejar huella y generar memoria ¿Cómo quieren ser recordados los jóvenes? ¿Qué imagen quieren que sea lo primero en la mente de otro usuario cuando piensan en ellos?

Una imagen pulida, corregida, cercana a lo que consideran perfecto y aceptable, a lo que piensan les otorgará el éxito social. Esto habla del acomodo que están teniendo los jóvenes en Facebook, lo que sucede en esta época derivado de la evolución digital y tecnológica es importante.

La fotografía es una manera de auto describirse y un proceso de legitimación, autodefinirnos está limitado por el miedo a la exclusión, la decisión de cómo nos presentamos ante redes sociales está pre condicionado por lo que los jóvenes han ido apropiándose de los hábitos de la red ante los parámetros de libertad otorgados por las posibilidades de la foto digital, el medio no se adapta a las personas, las personas se adaptan al medio, este influye en los individuos y los filtros actúan como incentivos para la apropiación de esta nueva forma de identificarnos a partir de una fotografía, siendo este un proceso demasiado complejo, complicando también la significación de la realidad, ya que los jóvenes viven una doble realidad: on line y off line, la producción de signos a partir de imágenes que son sometidas a modificaciones distorsiona la producción identitaria que ha caído en una teatralidad.

Las reacciones y comentarios que obtiene una fotografía ayuda a reforzar o tirar la máscara que los jóvenes generan, entonces de este modo los comentarios legitiman el discurso visual, la identidad del joven. Analizar la fotografía desde el lenguaje visual; somos lenguaje, somos imágenes, somos información, esto construye la identidad desde un interaccionismo simbólico en la red social.

Desde la semiótica estas reacciones y comentarios pasan a ser la expresividad del joven en la que se analiza la expresión que quiere reflejar de acuerdo a la manera en que modifica sus fotografías y con la interacción recibida se analiza la expresión que emana.

Se generan performances a partir de las descripciones de las fotografías, la imagen y su modificación, es decir, se moldea el personaje de un usuario construyendo una biografía virtual que sostenga la identidad y máscara virtual de los jóvenes

“Las fotos que selecciono son porque reflejan lo que soy, lo que me gusta y cómo me percibo a mí misma, por ello no las altero porque me gusta que sean vistas tal cual las tomé”. (N. González, comunicación personal, 15 de octubre de 2019).

“Tanto de tu identidad como de tu personalidad lo que tú consideras que está bien que los demás vean”. (L. Rufino, comunicación personal, 10 de octubre de 2019).

“Creo que las fotos realmente no me reflejan al 100% ya que creo que como la mayoría de las personas sólo es una plataforma muy banal donde a veces compartimos sólo algunas cosas. Sólo comparto las fotos donde me gusta cómo me veo y no creo que refleje lo que realmente soy o las actividades que estoy haciendo día a día, entonces en lo personal creo que la foto de perfil o algunas cosas de Facebook no reflejan a todas las personas”. (J. González, comunicación personal, 10 de octubre de 2019).

“Refleja mi personalidad y el estilo de vida que llevo”. (C. Olmedo, comunicación personal, 10 de octubre de 2019).

Retomando la idea de la socialización fotográfica resaltemos que el 48.3% piensa que las fotografías que publican les ayudan a tener más amigos en Facebook porque lo visual es tractivo y si tiene una buena estética es mejor, además de que son la primera impresión o percepción que se tiene de una persona y porque hay que mantenerse activo en la red publicando constantemente fotografías para tener más visibilidad.

Actualmente la identidad se ha vuelto maleable de acuerdo a las exigencias de las redes sociales, las personas se convierten entonces en imágenes y las imágenes en información que se inmortaliza en Facebook y trae efectos en la manera de socializar de los jóvenes.

3.3 La identificación del joven a partir de la fotografía.

Los jóvenes se identifican en una fotografía porque esta es su reflejo, como si fuera un espejo estático, pero ¿qué pasa cuando la imagen que refleja este espejo se mira distorsionada? ¿Los jóvenes pueden identificarse aun así? ¿Por qué modifican su reflejo?, estos cuestionamientos son la base de este apartado en el que se hace un análisis más profundo de la fotografía.

Es limitante pensar la fotografía sólo como la imagen, en el caso de Facebook a la fotografía también la componen las descripciones, son parte de la narrativa del individuo que las publica, por ello son dignas de análisis. Pero también se tiene que tomar en cuenta el contexto, dentro de un marco de sentido, la fotografía captura sólo una parte de la realidad, aquello que el fotógrafo (el joven) quiere mostrar, puede ser que con la ayuda de herramientas tecnológicas modifique este trozo de realidad.

Hay que mirar a la fotografía como un objeto social que ha evolucionado cambiando también las prácticas culturales de los jóvenes dentro de un modelo cultural ahora de socialización digital. La actual situación de la comunicación viene subyugada por los nuevos entornos sociales, pero no se puede olvidar que existe una realidad off line. Los resultados de este estudio invitan a hacer una crítica sobre la autenticidad de las relaciones sociales en las que en la época de la hiperfotografía se abre la identidad a través de experiencias compartidas en imágenes con otros usuarios, lo cual redefine y reconstruye los elementos de dicha identidad con el objetivo de ampliar los horizontes de comunicación en la red.

La comunicación ha sufrido un proceso de democratización ineludible en el que las percepciones sobre la identidad de un joven en Facebook son alimentadas a través de la conversación, de la interacción que sus fotografías generan. Esto orilla a una revisión continua de la identidad sobre los que se sostiene la máscara que funciona en Facebook.

Por ello se analiza también el enfoque y planos de las fotografías ¿qué parte de su realidad, de su identidad les interesa a los jóvenes mostrar en sus fotos de Facebook?

“Siento que la reflejan de una manera no completa, pero tampoco se queda a medias porque finalmente si es algo que estoy compartiendo de mí es parte de mi personalidad, de lo que pienso, lo que me hace reír o me agrada”. (L. Santillán, comunicación personal, 07 de octubre de 2019).

“...las fotos que selecciono son porque reflejan lo que soy, lo que me gusta y cómo me percibo a mí misma, por ello no las altero porque me gusta que sean vistas tal cual las tomé”. (N. González, comunicación personal, 15 de octubre de 2019).

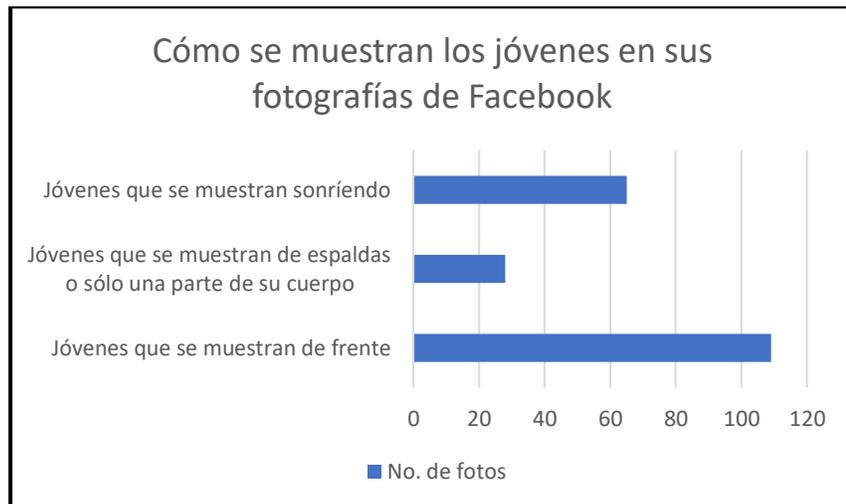


Figura 14
Cómo se muestran los jóvenes en sus fotografías de Facebook.
Fuente: Tarango A. (2019)

Analizando la gestualidad fotográfica, en su mayoría los jóvenes se muestran de frente y sonriendo, sin embargo, en 28 fotografías de las 137 analizadas los jóvenes no mostraban su rostro o sólo aparecía parte de su cuerpo, una identidad incompleta. El 54% no coloca una descripción a sus fotografías en contraste con el 45.9% que si coloca descripciones de las cuales el 23.3% son frases motivacionales o de canciones y el 17.5% describen la foto o el estado de ánimo del joven, ambos tipos de descripciones revelan rasgos de la personalidad del joven, forman parte de su identidad y de la manera en cómo quieren ser percibidos. La descripción tiene un puesto muy importante porque incluso de esta depende el éxito de la fotografía.

El contexto de una fotografía abarca la historia, la descripción de la misma, el motivo, pero sobre todo el momento y el lugar; dentro de lo que se puede percibir en Facebook. Los jóvenes generan una narrativa biográfica con la primera fotografía que publican y un archivo histórico puesto que el 81.6% guarda las fotografías que se toma en su celular y menos del 10% las publica.



Figura 15
Qué pasa con las fotografías que se toman los jóvenes.
Fuente: Tarango A. (2019)

Se fragmentaron las identidades de los jóvenes que utilizaron filtros; se visualizó que todos los jóvenes tienen los dos tipos de fotografías publicadas: con y sin correcciones, experimentan su aceptación dentro de la red y cuando no logran mantener una socialización estable o las reacciones esperadas acuden a la modificación digital con siguiente fotografía que publican.

Bajo el postulado de Mitchell, (1996) sobre la accesibilidad en las redes sociales, los resultados ya analizados muestran el nivel de intensidad, es decir la incidencia de un usuario en el comportamiento de otro dentro de las características que forman el sentido de pertenencia: identificación y distinción. Se forman lazos en los que se comparte información a través de fotografías que son a su vez canales de comunicación que emanan información muy particular del usuario, han adquirido un nuevo uso comunicativo. Hay una combinación de la identidad entre la realidad física, lo virtual y la edición fotográfica, que dan como resultado una máscara de identidad.

CONCLUSIONES

Dentro de una reflexión sobre las prácticas culturales actuales en las que los jóvenes se representan y la fotografía influye en la configuración de su identidad se concluye que ocurre una interacción entre los jóvenes a partir de la identificación con la fotografía de otro usuario, cuando esto pasa reciben reacciones y comentarios en sus fotografías que alimentan su identidad; utilizan las fotografías como un medio de expresión de su manera de pensar y sus gustos, socializan con quiénes concuerdan con ellos.

Los jóvenes que dicen no relacionarse por medio de sus fotografías son aquellos que no logran una interacción con otros usuarios, aquellos que sus fotos no son comentadas ni tienen reacciones. Estas imágenes hablan de la ausencia, la aparición y desaparición debido a la acción de los otros, del juego de una espiral del silencio en una comunidad virtual.

Los jóvenes siguen tendencias que reflejan con sus fotografías, por lo tanto, no reflejan su verdadera identidad, ya que tratan mantenerse a la vanguardia. Seleccionan sus fotografías de acuerdo a criterios estéticos, en las que luzcan mejor, aquella fotografía que les garantice el éxito en la red. Experimentan con las fotografías que publican para ver qué tipo de fotos les funciona para tener más visibilidad. Cuidan su apariencia en Facebook porque saben que esto les permite tener más “amigos” y esto los mantiene en existencia social dentro de la comunidad virtual.

Son conscientes de que las fotografías están condicionadas y los definen según lo que otros quieren ver de una persona. La construcción que un joven realiza de sí misma por medio de sus fotografías está determinada por la sociedad en el que se encuentra inmerso y que lo lleva a modificarlo en función de lo “socialmente aceptable”. El joven se construye a través de relaciones y las fotografías que crean una biografía; la fotografía sirve como generador de narrativa biográfica en un medio digital, una red social como Facebook.

La mayoría de los jóvenes corrige o coloca filtros a sus fotos, pero se justifican diciendo que no abusan de estos, es decir, que no caen en un exceso de edición. La utilización de filtros la justifican para resaltar detalles o rasgos de la foto y del individuo mismo. Miran a los filtros como una oportunidad de mejorar su apariencia no de distorsionarla.

Los jóvenes que no utilizan filtros en sus fotografías son porque piensan que pueden caer en una edición que los distorsione al grado de que otros usuarios no los reconozcan, también porque quieren ser vistos de manera natural y transparente, esa es la percepción que quieren lograr. El exceso de edición es mirado como negativo.

Un punto muy importante es que una fotografía en Facebook sirve como prueba de identidad para saber que un perfil no es falso. Los jóvenes quieren ser percibidos como personas atractivas, amables, divertidos y se definen por el contenido que publican.

Existe una falsa idea de que las fotografías con filtros van a ser más exitosas en la red. Con los resultados obtenidos en la ciber etnografía se comprobó que es mínima la diferencia de reacciones y comentarios entre una fotografía editada y una original, hay un desconocimiento de esto y con el auge de la foto digital y el uso de filtros se necesita mediatizar que la naturalidad de una persona reflejada en una fotografía otorga el mismo éxito que la de una foto con máscara. Debe generarse un discurso en el que se informe a los jóvenes y a la sociedad en general que el nivel de interacción hacía una fotografía no varía con el uso de filtros.

La identidad se produce entonces performativamente, por medio de las máscaras que generan los jóvenes al modificar su apariencia con el uso de filtros. Los mecanismos de edición posibilitan a la fotografía determinar un sistema de representación único y moldeable. La fotografía en la actualidad deja de ser un ovejito semiótico fijo y se vuelve en un objeto en movimiento.

El recuerdo tiene un peso muy importante dentro de la fotografía. Publicar una fotografía es una manera de inmortalizar algún momento importante de su vida. Muchas de las fotografías que publican son personalmente significativas.

Las fotos que consideran importantes son donde aparecen los jóvenes, ya que estas reflejan su narrativa biográfica, su evolución a través del tiempo, a lo largo de las tendencias que van siguiendo, su recuerdo, su memoria. Las fotografías cobran cada vez más importancia en la vida de los jóvenes. Se genera una memoria visual de los jóvenes con los álbumes de Facebook.

La técnica y la edición fotográfica son elementos que construyen y condicionan la imagen del joven. Cuando un joven se observa en una fotografía afirma quién es, forja una identidad en la medida en la que él mismo se percibe en la foto, dependiendo de si le agrada o no lo que mira, puede cambiar su forma de representación y proceder a configurarse de otras formas para sentirse bien. Este proceso lleva a una constante construcción identitaria y una falta de definición y aceptación de identidad. La fotografía se ha convertido en un estilo de vida para los jóvenes en el que tienen la necesidad de expresarse y ser escuchados.

La identidad de los jóvenes en Facebook generada a partir de la colocación de máscaras y modificaciones digitales convierte su imagen en un híbrido de realidades (on line y off line).

Los objetivos de esta investigación se cumplieron confirmando que: el uso fotográfico que los jóvenes dan a sus fotografías dentro de Facebook les permite generar máscaras a su identidad; el uso principal de la fotografía en esta red social es la socialización y las posibilidades de la fotografía digital mediatizan el proceso de socialización de los jóvenes, lo afectan debido a que no existe una veracidad y autenticidad total de los sujetos que interactúan a consecuencia del uso de filtros y correcciones en su imagen.

Se debe crear conciencia colectiva sobre el uso de filtros en las fotografías. Los jóvenes se reconocen en la red como un ser con multifacético, dinámico y fragmentado. Gracias a las imágenes fotográficas se pueden observar fenómenos de socialización como este que marcan a la sociedad y a la historia en una evolución de las prácticas culturales de la juventud, ya que sirven como testimonio y registro de las actividades de una sociedad joven en interacción con el mundo virtual.

La evolución a la par de las redes sociales y prácticas culturales ha permitido que la fotografía digital se convierta en parte fundamental de los procesos de construcción de identidades en los jóvenes. Las redes sociales como Facebook elevan el poder comunicativo de la fotografía que debe de ser tomada con mayor importancia dentro de los estudios de las ciencias sociales debido al impacto que genera en la vida de los individuos, en este caso los jóvenes y la manera en que interviene su uso dentro de una red digital en la modificación de las prácticas culturales.

Se establece un proceso de elección al momento de generar una identidad virtual en el que no existe semejanza absoluta entre el “yo” del mundo off line y el “yo” online, son identidades fragmentadas detrás de máscaras; las fotografías actúan entonces como una moneda de cambio para socializar en la red.

Se encontró similitud entre las necesidades que plantea Maslow y las identidades virtuales. Primero se cubre la necesidad fisiológica con el acceso a internet y a una red social, dentro de un mundo globalizado donde los ahora jóvenes desde el contexto de su nacimiento se les catalogaron como nativos digitales. Luego la fotografía cubre la necesidad de seguridad desde su función de veracidad, en la que sirve para el reconocimiento de la identidad de los jóvenes, aunque esta se ve alterada digitalmente. Continúa la socialización a través de interacciones que afecta directamente la autoestima del usuario donde se busca el reconocimiento frente a otras identidades virtuales. La necesidad de autorrealización se ve reflejada en el uso de los jóvenes de sus capacidades creativas en la edición de sus fotografías en la que el problema es que fragmentan y distorsionan su imagen; esta necesidad está estrechamente relacionada con el número de reacciones y comentarios.

La creación de la identidad virtual es algo individual pero se vuelve colectivo cuando los jóvenes comienzan a seguir tendencias. La fotografía es una unidad esencial para comprender el proceso de construcción de las identidades virtuales de los jóvenes en las redes sociales.

Hay una confrontación de realidades y por lo tanto de identidades en consecuencia del uso de filtros y modificación digital de la fotografía. La modificación del referente cambia el representamen pero no la interacción que recibe el signo. El representamen de las interacciones influye directamente en la permanencia y aceptación del signo (la fotografía). El signo alterado otorga un nuevo símbolo a la fotografía.

Dentro de una lógica de filtros, el medio maquillado es un mensaje enmascarado. Los jóvenes generan marcos de sentido a su identidad virtual a través de las modificaciones que realizan a su imagen así como también a través del texto que utilizan para acompañarla.

Existe una fragmentación simbólica de la identidad en la fotografía y los elementos que la componen: descripción, comentarios, imagen, la edición. Una red social como Facebook que propone relacionarse por medio del contenido que se publica alimenta la fragmentación simbólica de la identidad del joven, se convierten en un canal que dificulta la definición del "yo" en un infinito cambio de máscaras para no caer en el abismo de la espiral del silencio.

REFERENCIAS

- Barthes, R. (1989). *La cámara lúcida. Nota sobre la fotografía*, Barcelona, España, Ediciones Paidós Ibérica.
- BBC Mundo. (2015, junio, 06). Los mejores filtros para que tus fotos sean un éxito en redes sociales, según la ciencia. *BBC*. Recuperado de: https://www.bbc.com/mundo/noticias/2015/06/150529_tecnologia_mejores_filtros_fotos_redes_sociales_finde_lv
- Bourdieu, P. (2003). *Un arte medio*, Barcelona, España, Editorial Gustavo Gili.
- Canva. (2018). Investigación: Los filtros de Instagram más populares alrededor del mundo. *Canva*. Recuperado de: https://www.canva.com/es_mx/aprende/estudio-filtros-de-instagram-mas-populares-del-mundo/
- Casas, L. (2012). *La semiótica de Pearce y la enunciación en el análisis de procesos de producción social de sentido*, Buenos Aires, Argentina, V Jornadas.
- Colón P. F. (2017). *La fotografía como documento social e la construcción de la memoria visual de la sociedad*, Bogotá, Colombia, Universidad de La Salle.
- Colorado N. O. (2013, septiembre, 14). La fotografía como fenómeno de masas: Del daguerrotipo al Instagram. *Oscar en fotos*. Recuperado de: https://oscarenfotos.com/2013/09/14/la-fotografia-como-fenomeno-de-masas/#_edn6
- Colorado N. O. (2014, julio, 26). Filtros y efectos: ¿Trampa fotográfica o recurso expresivo? *Oscar en fotos*. Recuperado de: <https://oscarenfotos.com/2014/07/26/filtros-y-efectos-trampa-o-recurso/>
- De la Torre, C. (2001). *Las identidades, una mirada desde la psicología*, La Habana: Centro de Investigación y Desarrollo de la cultura cubana Juan Marinello.

- El sol. (2017, mayo, 27). Análisis psicológico: “Dime qué fotos publicas y te diré quién eres”. *El Sol*. Recuperado de: <https://www.elsol.com.ar/analisis-psicologico-dime-que-fotos-publicas-y-te-dire-quien-eres.html>
- Foncuberta J. (2010). *La cámara de Pandora. La fotografía después de la fotografía*, Barcelona, España, Editorial Gustavo Gili.
- Fraile, D. (2016, octubre, 11). ¿Quién soy yo? La identidad en la fotografía. *The lighting mind*. Recuperado de: <http://www.thelightingmind.com/identidad-en-la-fotografia/>
- García, C. N., Cruces Francisco y Castro P. M. U. (2012). *Jóvenes, culturas urbanas y redes sociales*, Barcelona España, Editorial Ariel.
- Goffman, E. (1959) *La presentación de la persona en la vida cotidiana*, Buenos Aires, Amorrortu editores.
- Guiddens, A. (2010). *Sociología*, Madrid, España, Alianza Editorial.
- Guzmán, C. (2014). *El autorretrato como referente constructor de identidad y proyección de realidad personal*, Bogotá, Colombia, Institución Universitaria Politécnico Grancolombiano.
- Heather A. H. y Miller D. (2006). *The cell phone: an anthropology of communication*, New York, USA, Editorial offices.
- Islas O., y Ricaurte P. (2013). Investigar las redes sociales. Comunicación total en la sociedad de la ubicuidad. *Razón y Palabra. 1a ed.* México, D.F., México.
- Kemp, S. (2018, enero, 30). Digital in 2018: World’s internet users pass the 4 billion mark. *We are social*. Recuperado de: <https://wearesocial.com/blog/2018/01/global-digital-report-2018>
- La información. (2015, junio, 18). Las 15 cosas que revela tu foto de perfil y no sabías. *La información*. Recuperado de: https://www.lainformacion.com/tecnologia/las-15-cosas-que-revela-tu-foto-de-perfil-y-no-sabias_HfvL9h9anAcljrCncLxUi6/

- Langford M. (2005) *Telling Pictures and Showing Stories: Photographic Albums in the Collection of the McCord Museo fo Canadian History*. Recuperado de: http://www.mccord-museum.qc.ca/notman_doc/pdf/EN/ENG-ALBUMS-final.pdf
- Luna, J. A. (2015, febrero, 05). La relación amor/odio con los filtros de fotografía. *Hipertextual*. Recuperado de: <https://hipertextual.com/2015/02/la-relacion-amorodio-con-los-filtros-de-fotografia>
- Martínez I. y Mauricio A. (2008). *De lo análogo a lo digital. El cambio en la mirada y su efecto en los medios*, Bogotá, Pontificia Universidad Javeriana, Facultad de Comunicación y Lenguaje Comunicación Social.
- Mejía Z. y Jessenia V. (2015). *Análisis de la influencia de las redes sociales en la formación de los jóvenes de los colegios del Cantón Yaguachi*, Guayaquil, Ecuador, Universidad de Guayaquil, Facultad de Comunicación Social.
- Mejía, L. (2018, septiembre, 01). La fotografía: imagen e identidad. Oaxaca, México. *El imparcial*. Recuperado de: <http://imparcialoaxaca.mx/arte-y-cultura/212795/la-fotografia-imagen-e-identidad/>
- Morin, E. (1956). *El cine o el hombre imaginario*, Barcelona, España, Ediciones Paidós.
- Navarrete-Cazales Z. (2015). ¿OTRA VEZ LA IDENTIDAD? Un concepto necesario pero imposible. *Revista Mexicana de Investigación Educativa*, vol. 20, núm. 65, pp. 461-479.
- Pradas, G. C. (2018, mayo, 11). Cómo analizar a una persona por sus fotos. *Psicología-online*. Recuperado de: <https://www.psicologia-online.com/como-analizar-a-una-persona-por-sus-fotos-3795.html>
- Rubinstein D. y Katrina S. (2008). *A Life More Photographic. Mapping the networked image*, London, England, Editorial Routledge.
- Sánchez, H. E. (2008) *Cómo investigar y escribir en ciencias sociales*. México, D.F. Universidad Autónoma Metropolitana. Unidad Xochimilco, División de Ciencias Sociales y Humanas.

- Sánchez, E. (2018, junio, 08). Los filtros de Instagram más populares del mundo. *Merca2.0*. Recuperado de: <https://www.merca20.com/instagram-filtros-populares/>
- Scandroglio B., López M. J. S. y San José Sebastián C. (2008). *La Teoría de la Identidad Social: una síntesis crítica de sus fundamentos, evidencias y controversias*, Madrid, España, Universidad Autónoma de Madrid.
- Smith, K. (2019, junio, 01). 53 Incredible Facebook statics and facts. *Brandwatch*. Recuperado de: <https://www.brandwatch.com/blog/facebook-statistics/>
- Sontag, S. (1973). *Sobre la fotografía*, Ciudad de México, México, Santillana Ediciones Generales.
- Flock U. (2007). *Introducción a la investigación cualitativa*, Madrid, España, Ediciones Morata.
- Yuste, B. (2015). Las nuevas formas de consumir información de los jóvenes, *Revista de Estudios de Juventud*, 108 pp. 179-181.
- Zecchetto V. (2002). *La danza de los signos*, Quito, Ecuador, Ediciones Aby-Yala.

ANEXOS

Anexo 1. Encuesta

ENCUESTA: EL USO DE LA FOTOGRAFÍA EN FACEBOOK POR LOS JÓVENES

Este cuestionario es parte de la investigación para tesis de grado de la licenciatura en comunicación. Los datos de la encuesta son anónimos, el contenido será tratado con confidencialidad.

<p>Edad: _____</p> <p>Sexo: _____</p> <p>Licenciatura:</p> <ul style="list-style-type: none">• Comunicación• Ciencias Políticas• Sociología• Gestión de la Información en Redes Sociales <p>Semestre: _____</p> <p>1.- ¿Con qué frecuencia te tomas fotos para subir las a Facebook?</p> <ul style="list-style-type: none">• Diario• 2 o 3 veces a la semana• 1 vez a la semana• 1 vez cada 15 días• De 2 a 3 veces al mes• 1 vez al mes <p>2.- ¿Con qué frecuencia publicas fotos tuyas en tu perfil de Facebook?</p> <ul style="list-style-type: none">• Diario• 2 o 3 veces a la semana• 1 vez a la semana• 1 vez cada 15 días• De 2 a 3 veces al mes• 1 vez al mes	<p>3.- ¿Publicas una fotografía que haya salido movida, oscura, con mucha luz o desenfocada?</p> <ul style="list-style-type: none">• Sí• No• A veces <p>4.- ¿Qué haces normalmente con las fotografías que te tomas?</p> <ul style="list-style-type: none">• Las guardo en mi celular• Las guardo en mi computadora• Las publico en Facebook• Las imprimo <p>5.- ¿Con quienes compartes tus fotografías que publicas en Facebook?</p> <ul style="list-style-type: none">• Sólo yo• Amigos• Amigos de amigos• Cualquier persona en Facebook <p>6.- ¿Cuándo comentas las fotos de otros amigos o usuarios de Facebook?</p> <ul style="list-style-type: none">• Cuando me gusta la foto• Cuando conozco a la persona• Cuando me agrada la persona
---	--

<p>7.- ¿Qué reacción tienes cuando obtienes comentarios negativos en tus fotografías de Facebook?</p> <ul style="list-style-type: none"> • Elimino los comentarios • Elimino la foto de mi perfil • Contesto los comentarios negativos • Me siento triste • No contesto los comentarios pero reacciono a ellos (me enoja, me divierte, me entristece) 	<p>11.- ¿Crees que tus fotos te ayudan a tener más amigos y seguidores en Facebook?</p> <ul style="list-style-type: none"> • Sí • No <p>¿Por qué?</p> <hr/> <hr/> <hr/>
<p>8.- ¿Qué reacción tienes cuando obtienes comentarios positivos en tus fotografías de Facebook?</p> <ul style="list-style-type: none"> • Me siento feliz • Contesto los comentarios • Sólo reacciono a los comentarios (Me gusta, me encanta, me divierte) 	<p>12.- ¿Antes de agregar a una persona en Facebook miras sus fotografías?</p> <ul style="list-style-type: none"> • Sí • No
<p>9.- ¿Qué tratamiento le das a tus fotografías antes de publicarlas en Facebook?</p> <ul style="list-style-type: none"> • Ninguno • Les pongo filtro • Las recorto • Acomodo contraste o luz y brillo (la ajusto) <p><i>En caso de que sí utilices filtros en tus fotografías contesta la siguiente pregunta, si nunca usas filtros pasa a la pregunta 11.</i></p>	<p>13.- ¿Agregas a personas a tu lista de amigos en Facebook que no tengan una buena foto de perfil?</p> <ul style="list-style-type: none"> • Sí • No
<p>10.- ¿Qué tipo de filtros utilizas?</p> <hr/> <hr/> <hr/>	<p>14.- ¿Qué debe tener una persona para que la agregues como amigo en Facebook?</p> <ul style="list-style-type: none"> • Amigos en común • Una buena foto • Que sea atractivo(a) • Todas las anteriores <p>15.- ¿Borras una fotografía que hayas publicado si nadie la comenta?</p> <ul style="list-style-type: none"> • Sí • No

<p>¿Por qué?</p> <hr/> <hr/> <hr/> <p>16.- ¿Cuál es el principal uso que le das a Facebook?</p> <ul style="list-style-type: none">• Comunicación• Publicar fotografías• Informarme de las noticias y eventos actuales• Conocer sobre la vida de los demás• Diversión <p>17.- ¿Qué es lo más importante de tu perfil de Facebook?</p> <ul style="list-style-type: none">• Fotos• Amigos• Textos publicados• Información personal <p>18.- ¿Te importa el número de reacciones en tus fotografías?</p> <ul style="list-style-type: none">• Sí• No <p>¿Por qué?</p> <hr/> <hr/> <hr/>	<p>19. ¿Te importan los comentarios en tus fotografías?</p> <ul style="list-style-type: none">• Sí• No <p>¿Por qué?</p> <hr/> <hr/> <hr/> <p><i>¡Gracias por tu colaboración!</i></p>
--	---

Anexo 2. Entrevista

Entrevista

1. ¿Cuál es el motivo principal por el que publicas una fotografía en Facebook?
2. ¿Qué características tiene que tener una fotografía para que la publiques en tu perfil de Facebook?
3. ¿Qué importancia tienen en tu vida las fotografías que publicas?
4. ¿Cómo te percibes en tu perfil de Facebook?
5. ¿Utilizas filtros o realizas alguna corrección a tus fotos antes de publicarlas?
¿Por qué?
6. ¿Cómo quieres ser visto en Facebook?
7. ¿De qué manera seleccionas de las fotografías que te tomas cuál o cuáles vas a publicar?
8. ¿De qué forma piensas que una fotografía te ayuda a relacionarte con otras personas?
9. ¿Cómo crees que los demás usuarios te perciben a partir de las fotografías que publicas?
10. ¿De qué manera las fotografías que publicas en tu perfil de Facebook, reflejan tu esencia, tu personalidad, tu identidad?

Anexo 3. Formato de tabla para ciber etnografía

Perfil:	(Licenciatura y sexo) Comunicación Mujer 1									
No. de fotos publicadas:										
Indicadores	Plano	Perspectiva	Tipo de foto	Uso de color	Enfoque	Pose y expresión facial	Correcciones y filtros	Reacciones	Descripción	Comentarios
Foto 1										
Foto 2										
Foto 3										
Foto 4										
Foto 5										