

# **Juventudes y fotografía: la imagen en las redes sociales**

**XI Jornadas de Jóvenes Investigadorxs  
Instituto de Investigaciones Gino Germani  
26, 27 y 28 de Octubre de 2022  
Guadalupe Correa Lago  
Facultad de Ciencias Sociales-UBA  
g.correalago@gmail.com  
Estudiante de grado**

**Eje 4 “Medios y tecnologías digitales”**

## **Introducción**

La presente ponencia se inscribe en las líneas de investigación del Equipo Internet Sociedad y Cultura (ESIC) del Instituto Gino Germani y se propone indagar los usos, funciones y sentidos cobran, para los y las jóvenes, las fotografías que encuentran, comparten y producen en las redes sociales. Se consideran sus repercusiones en: la sociabilidad y la conformación de identidades individuales y grupales, la importancia del sentido de pertenencia a los grupos de pares, el rol que juega el cuerpo, el simbolismo de la inmediatez -por ejemplo a través de las historias de Instagram-, la exposición cotidiana de lo privado en el espacio público-virtual, entre otras cosas.

En líneas generales se intenta recuperar el lugar que ocupa la fotografía en un contexto sociocultural e histórico determinado, como herramienta para entender y problematizar las diversas prácticas y relaciones sociales que en su seno se desarrollan. A su vez, nos interesa indagar lo que ocurre con la fotografía en las redes sociales teniendo en cuenta que éstas ocupan un lugar preponderante en la vida de las personas y principalmente de las y los jóvenes y adolescentes, quienes acceden desde temprana edad a la tecnología móvil.

Con el advenimiento de las primeras cámaras digitales de uso masivo se producen importantes modificaciones tanto en el proceso de génesis como en el de almacenamiento de la imagen, lo cual “produjo el abandono de algunas técnicas en el proceso de producción y desencadenó una extensa y variada lista de impactos en el ámbito de la circulación y consumo” (Pérez Fernández, 2010). Estos cambios se potenciaron aún más con el uso de las tecnologías digitales, provocando el desarrollo de nuevas prácticas sociales, entre las cuáles podemos registrar una ampliación en el acceso a la fotografía a nivel global. Es así que, la

“portabilidad” posibilita la producción de fotos en diversos escenarios y situaciones de forma espontánea y, como señala José Enrique Finol (2014) “ha democratizado la imagen o, incluso ha llevado a un exceso de representación; pero también ha establecido una nueva relación entre nuestros cuerpos y sus representaciones, tanto públicas como privadas” (p. 112).

Vivimos en una era del consumo, la velocidad, de lo efímero y lo modificable lo cual se ve reflejado en los usos y prácticas fotográficas, así como en lo que para los grupos sociales es susceptible de ser fotografiado (Finol, 2014; Byung-Chul Han, 2013). En este contexto, “(...) las imágenes pasaron de ser algo que consumimos a convertirse en una parte central del modo en que nos relacionamos” (Tenembaun, 2019, P.233). Hoy en día las fotografías funcionan como “cartas de presentación” y cada vez son más los vínculos socioafectivos que parten o se refuerzan de una foto en una red social o aplicación móvil, lo cual adjudica un lugar central a la cuestión estética y visual de las fotografías.

Así como Bourdieu (1965), explica que, la fotografía funciona como un medio para la satisfacción de otra función social más general, cabe pensar cuáles podrían ser hoy en día esas funciones para lxs jóvenes. Aquello que, para un determinado grupo social, aparece como “factible de ser fotografiado”, es lo que merece ser “(...) fijado, conservado, mostrado y admirado” (p. 44) y está íntimamente relacionado con el sistema de valores de la cultura a la que pertenece. A su vez, en los *habitus* fotográficos que expresan las personas, pueden identificarse los intereses propios de su clase o grupo, así como las relaciones que sostienen con otras clases o grupos. En este sentido, Urresti (2008) analiza y explica como los y las adolescentes tienen la necesidad de experimentar con su propia imagen. Esto se vincula con la importancia que tiene para la constitución de la identidad la mirada de los otros, así como también, con la exploración de la sexualidad. La fotografía podría servir de medio para canalizar dicha experimentación entre otras cosas.

## **Breve desarrollo teórico y aportes de investigaciones recientes**

### **Fotografía, cultura y sociedad**

Para la conceptualización teórica, haremos foco, en un principio, en la fotografía y su lugar en la sociedad y la cultura. Partiremos de los puntos de vista de tres autores clásicos en la teoría e investigación sobre fotografía: Roland Barthes, Pierre Bourdieu y Walter Benjamin.

Barthes, se propone analizar a la fotografía como mensaje y como lenguaje compuesto por elementos culturizados o convencionalizados que pueden constituir sistemas de significación y que permiten su análisis semiológico. Es así que analiza distintos *procesos de connotación*, que imponen un segundo sentido al mensaje fotográfico, a veces mediante una modificación de la realidad. A su vez, distingue dos elementos en la fotografía: el *studium* y el *punctum*. En el mundo de las redes sociales, podríamos decir que el *studium* está vinculado a la cultura de los “likes”/ “me gusta”, ya que tiene que ver con un deseo o un gusto más bien vulgar por las fotos habituales o *unarias*. Esto se debe a que se basa en el hecho de compartir códigos culturales a través de los cuales comprendemos -linealmente- lo que el fotógrafo está queriendo mostrar. El *punctum* rompe con el *studium* ya que no produce goce, sino que provoca fortuitamente fascinación, conmoción, perplejidad en el espectador. Las fotos que circulan en las redes generalmente no tienen nada de *punctum*, son evidentes o bien intentan crear una realidad socialmente construida mediante procesos de connotación. Por otra parte, podemos reflexionar acerca del efecto que puede tener sobre los cuerpos el hecho de tomar una fotografía y luego compartirla masivamente ya que, para Barthes, la fotografía tiene un carácter performativo de nuestro cuerpo y lo transforma semióticamente al convertirlo en imagen, que luego se convierte en espectáculo al entrar en el circuito de las redes sociales. Es así que señala que:

“Cuando me siento observado por el objetivo (de la cámara) todo cambia: me constituyo en el acto de ‘posar’, me fabrico instantáneamente otro cuerpo, me transformo por adelantado en imagen. Dicha transformación es activa: siento que la Fotografía crea mi cuerpo o lo mortifica, según su capricho”. (Barthes, 1980, p. 41)

De esta manera podemos decir que, al compartir nuestras fotografías en las redes sociales, re-semiotizamos nuestro cuerpo e identidad, le damos nuevos sentidos que están fundamentalmente enfocados en la validación de la mirada y el juicio del otro. En relación con esto, señalábamos que la adolescencia es un momento de importante desarrollo de la identidad donde se crean fuertes lazos identificatorios con lxs otrxs. Vinculando con los temas que venimos tratando, entendemos que las fotos que los y las jóvenes exponen y consumen en la web tienen un fuerte peso en estos procesos (Urresti, 2008; Finol, 2014; Sibila, 2008).

Barthes, nos aporta herramientas para realizar una semiótica de la imagen fotográfica de las y los adolescentes participantes. A partir de ese análisis, mediante la técnica de la etnografía

virtual, podemos dar cuenta de aquellos elementos culturales que constituyen un sistema propio de significación. Muchos de los *procesos de connotación* que son analizados por él pueden ser encontrados en estas fotografías, por ejemplo, el *trucaje*, *la pose*, etc. (Barthes, 1986 y 2004)

Por su parte, en “Un arte medio. Ensayo sobre los usos sociales de la fotografía” (1965) Bourdieu se preocupa por investigar los *usos sociales* de esta práctica focalizando en aquellos grupos en los que circulan la mayor cantidad de fotos instantáneas. Para el autor, la cámara no es neutral y la fotografía resulta de cánones, convenciones y usos sociales objetivados. De esta manera, denomina a la fotografía como *arte medio* por su triple sentido: por ser un arte practicada por los sectores medios, porque está en una posición intermedia entre las artes “legítimas” y las populares y porque en definitiva es un medio para satisfacer una función social general o superior. La fotografía expresa esquemas de percepción, de pensamiento y de apreciación comunes a la cultura y los entramados simbólicos. El estudio de los *usos sociales* de la fotografía sirve para “(...) captar en su expresión más auténtica las estéticas (y las éticas) propias de los diferentes grupos o clases (...)” (Bourdieu, 1966, p. 45), considerando a la estética como una dimensión del sistema de valores de una clase social determinada. Es así que las diferentes formas de apropiación de la fotografía actual, así como de otras prácticas ligadas a las tecnologías digitales, dependen de los límites y posibilidades, materiales y culturales de los sectores sociales que la lleven a cabo. Así, podríamos dar cuenta de los *habitus fotográficos* y de los *usos sociales* que los y las jóvenes<sup>1</sup> hacen de sus fotografías en las redes sociales y las diferencias nacionales, regionales, de género, de clase, etc. que pueden presentar estas fotografías. De esta manera sería posible reconocer diferencias socioculturales -estéticas, de moda, de prácticas cotidianas, de gustos musicales, etc.- dentro del mismo grupo etario.

Por último, tomando a Benjamin, es pertinente considerar la masividad de imágenes fotográficas que circulan en las redes sociales. El autor, nos habla de una tensión entre la pieza única y la reproducibilidad masiva de la imagen, la cual se ve expresada en su máxima potencia ya que hoy en día las personas y principalmente los y las jóvenes toman, editan y

---

<sup>1</sup> Cabe aclarar, que consideramos que las juventudes y adolescencias son históricas y están social, económica y culturalmente determinadas, evitando caer en miradas unívocas, ahistóricas y reduccionistas en torno a este grupo etario. Son múltiples, diversas, históricas, atravesadas por cuestiones como el género, la realidad social, las realidades económicas, los contextos familiares, la religión, la escolaridad o la ausencia de la misma, entre otros. (Silva, 2008; Urtresti, 2008). En el presente trabajo, por diferentes límites, sólo trabajaremos incorporando la variable género en el análisis de nuestra muestra.

reproducen múltiples fotos constantemente. La inmediatez de las historias de Instagram, las aplicaciones que retocan las fotografías tomadas por los teléfonos móviles, los “filtros” que brindan muchas de las plataformas digitales para modificar la foto original son algunos ejemplos actuales que ilustran ese agotamiento del *aura* de la fotografía, es decir lo que hace que sea una pieza única, y que se ha intensificado en las últimas décadas. A su vez el autor señala que el *valor cultural* de las cosas depende de su existencia y no de su exposición, pero esto último es justamente lo que les adjudica valor a las fotografías en la sociedad actual. La visibilidad absoluta y la fetichización de las imágenes van disolviendo su *aura*. Además, el valor de lo expuesto suele depender de estándares estéticos en ideales de formas de vida, mostrar en las fotografías nuestro cuerpo de determinada manera, crear cierta imagen de nuestros vínculos de pareja, exhibir momentos “felices” de vacaciones, entre otras cosas tiene que ver con esta lógica (Benjamín 2004; Crimp, 2004).

### **Juventudes, redes sociales y fotografía**

Hoy en día se torna evidente que las nuevas generaciones pasaron a utilizar las plataformas virtuales como lugar de apropiación, construcción e identificación personal y colectiva. Inclusive cada vez son más las actividades sociales de las personas que son trasladadas a las plataformas virtuales por lo que las relaciones sociales del siglo XXI son impensadas por fuera de la red. Según Van Dijck (2016) existen distintos tipos de medios sociales dentro de los cuales se encuentran las redes sociales -como Instagram o Facebook- que “(...) priorizan el contacto interpersonal, sea entre individuos o grupos; forjan conexiones personales, profesionales o geográficas y alientan la formación de lazos débiles” (p.15), mientras que, los sitios dedicados al contenido generado por usuarios -Como YouTube y Wikipedia- son “(...) herramientas creativas que ponen en primer plano la actividad cultural y promueven el intercambio de contenido amateur o profesional (...) (p.15)”.

Basile y Linne (2014) reflexionan sobre los usos de las fotografías digitales por parte de adolescentes de sectores populares, particularmente en la red social Facebook. Allí concluyen que los jóvenes, se fotografían, editan y exhiben cotidianamente sus fotos para que sus pares interactúen, vean y tomen posición sobre su imagen personal. Según estos autores, una práctica distintiva de las generaciones actuales, tiene que ver con que despliegan una “autobiografía visual” en sus perfiles de redes sociales, en donde eligen qué mostrar y monitorean sus espacios de red y los de sus grupos de pares. Es decir que seleccionan qué versión de sí mismos compartir en ese marco de visibilidad. Por eso, hablamos de

“performances de autopresentación” a través de las fotografías digitales que funcionan como “un catálogo de memorias y contactos, y además como un archivo móvil de imágenes para mirar en cualquier lugar y atravesar un momento intersticial en la rutina diaria” (Basile y Linne, p. 211). Es así que, para lxs jóvenes “funciona como una extensión de la relación con el espejo y permite al adolescente experimentar con la presentación estética de sí mismo mediante la manipulación de diversas herramientas y estrategias” (Basile y Linne, p. 211).

Por último, los autores encuentran tres grandes “tipos” de fotografías realizadas y publicadas por los y las adolescentes: 1. Las *autofotos* o *selfies* en las que aparecen solos y contienen un tono más bien íntimo, en el hogar y son centrales en la configuración de su identidad y sociabilidad ya que posibilitan una experimentación autorepresentativa y permiten ensayar las masculinidades y feminidades. 2. El *foto-book*, que puede ser individual o a dúo y es mayoritariamente realizado por mujeres. Estas fotos se producen a partir de realizar fotos emulando las prácticas de modelaje que lxs jóvenes conocen de los medios masivos de comunicación. 3. Las fotos con grupos de pares, que pueden ser diurnas -de menor contenido erótico, más lúdicas, afectivas y espontáneas- o nocturnas -en un espacio principalmente gobernado por lxs jóvenes mientras que los adultos duermen<sup>2</sup> (Margulis et al, 1994)-. Asimismo, cobra importancia la posibilidad de autoregistro que brinda la fotografía para el recuerdo y la “evaluación” de cuestiones como la vestimenta, los vínculos afectivos, la “bien” o “mal” que se la pasó esa noche, etc. Por último, es muy común que los jóvenes editen sus fotos con diferentes aplicaciones o programas.

Las fotografías digitales exhibidas en las redes sociales poseen múltiples sentidos para los y las jóvenes: 1. estético -ya que prestan atención a la escena, ángulo, etc.-, 2. sexual -en búsqueda de seducción o experimentación con el cuerpo-, 3. social -ya que buscan aprobación, popularidad, etc.- 4. afectivo -cuando la fotografía incluye a sus grupos de pares, amigos o familia o busca ser un registro de una experiencia vivida- 5. lúdico, 6. histórico y 7. identitario. La interacción con los grupos de pares y la búsqueda de aprobación a través de los comentarios y los “me gusta” así como la sociabilidad y también la construcción del género y la corporalidad son cuestiones centrales que se ponen en juego en estas prácticas fotográficas.

---

<sup>2</sup> Siguiendo a Bourdieu, entendemos que en sus *habitus* fotográficos, los y las adolescentes, expresan su diferenciación con otros grupos (sociales, etarios, de clase, etc.). En este caso, podemos ver cómo buscan distanciarse o contraponerse a las imágenes de adultez y responsabilidad.

Por su parte, el antropólogo especialista en sociosemiótica, José Enrique Finol (2014) recopila y analiza una gran cantidad de definiciones de la palabra *selfie*<sup>3</sup> según los jóvenes: muchas hacen referencia a la *auto-foto* como un “acto masturbatorio moderno” ya que “te hace sentir satisfecho contigo mismo”. Por otra parte, mientras que algunas acepciones se vinculan con la necesidad de atención o de elevación de la autoestima y/o acentúan lo relativo a la soledad de este tipo de fotos, otras adquieren un carácter egocéntrico, narcisista o egoísta. En cuanto a los espacios donde se suelen tomar las *selfies*, señala que son espacios íntimos como los baños y los espejos o también espacios turísticos. A su vez “(...) al hacer un *selfie*, escogemos ángulos, vestimentas, gestualidades, iluminación, que favorezcan nuestra imagen”(p. 119).

Visto así, el *selfie* es una respuesta a las demandas de la sociedad actual, donde la imagen cobra un rol fundamental. Por ello, Finol habla de un “neo-narcisismo fundado, por un lado, en la propia contemplación del cuerpo y, por el otro, en su exhibición y cotejo con los modelos (...)” (p. 119). Incluso, hay estudios que evidencian que el uso de plataformas basadas puramente en imágenes fotográficas como Instagram o Tinder, llevan a que las personas (principalmente las jóvenes) examinen y cuestionen mucho más su propia imagen, generando, por ejemplo, un incremento en la tendencia a la realización de cirugías faciales. En relación con estas cuestiones, Tamara Tenenbaum (2019) también vincula la exposición de fotos en las redes y la edición de las mismas mediante programas como el Photoshop, con la cultura de las cirugías plásticas y la industria del *wellness*, debido a la presión que ejercen los estándares de belleza impuestos. Esto se ve reforzado en algunas aplicaciones de “citas”, en las que la imagen exponemos de nosotros mismos funciona como una llave para un encuentro y posible vínculo sexoafectivo. De esta manera, el cuerpo es exhibido en búsqueda del placer y el goce, deviniendo en un objeto fetichizado. Por último, la *selfie* a diferencia de la fotografía tradicional -cuya esencia se compone de *realidad* y *pasado* (Barthes, 1980)-, reivindica el presente, intenta capturar el momento y fijarlo en cuanto tal. Esto se deriva, según Finol, de tres operaciones presentificantes: 1. la débil conexión con el pasado y el futuro debido a la juventud de la mayoría de sus actores, 2. su uso para las redes sociales que han modificado no solo nuestra percepción del espacio para hacerlo cercano sino también del

---

<sup>3</sup> La *selfie* es una foto tomada por uno mismo pero destinada a las redes sociales. Esta foto consiste en un autorretrato hecho con un teléfono inteligente (Smartphone) y se puede tomar volteando la cámara hacia uno mismo o fotografiándonos en un espejo. En las *selfies*, fotógrafo y fotografiado son la misma persona (Finol, 2014).

tiempo al que han caracterizado por su inmediatez y 3. la sucesión y sustitución constante de fotografías que “renuevan” el tiempo haciéndolo “puro presente”<sup>4</sup>.

## **Estrategia metodológica**

Para la presente investigación se combinó la técnica de etnografía virtual<sup>5</sup> con un cuestionario digital autoasistido conformado por preguntas cerradas y abiertas y también se llevaron a cabo grupos de discusión. Se aborda como unidad de análisis a jóvenes y adolescentes de entre 13 y 21 años que residen en el AMBA entre el 2021 y el 2022.

La etnografía virtual se utilizó para explorar las redes sociales de las y los jóvenes y adolescentes y se focalizó en Instagram ya que es la red social más utilizada por este grupo etario (Digital House, 2021)<sup>6</sup>.

Por otro lado, el cuestionario digital autoasistido “Fotografía y redes sociales” fue respondido por 62 jóvenes y adolescentes de entre 13 y 21 años. El mismo, consiste en un formulario de la plataforma Google forms que consta de 4 secciones 1. caracterización del entrevistado/a, 2. el uso que hacen de sus fotografías y de sus redes sociales los y las entrevistados/as, 3. el sentido que le adjudican a las fotografías que encuentran en sus redes sociales y 4. preguntas abiertas de cierre que buscan reflexiones más generales sobre la fotografía. La mayoría de lxs jóvenes (41) tienen entre 16 y 18 años, 14 entre 13 y 15 años y 7 entre 19 y 21 años. A su vez, 26 de ellos se autopercebieron con el género masculino mientras que 36 lo hicieron con el género femenino.

Por último, se realizaron dos grupos de discusión de 21 y 22 jóvenes. Uno estuvo compuesto por jóvenes que tenían entre 15 y 16 años y el otro entre 17 y 18 años.

## **Sobre la etnografía virtual**

Para llevar a cabo esta técnica nos focalizamos en la red social Instagram ya que, según estadísticas, quienes más la usan son lxs adolescentes y jóvenes de entre 13 y 24 años de edad

---

<sup>4</sup> En contraposición, Bourdieu cuestiona los estudios psicológicos sobre fotografía ya que, según él, dichos estudios basan la explicación del porqué de la fotografía en las funciones psicológicas, aspiracionales y motivacionales de las personas o incluso se limitan a la teoría freudiana al adjudicare características narcisistas o exhibicionistas, desconociendo de esta manera las funciones sociales de la práctica.

<sup>5</sup> La etnografía virtual o digital es una técnica que adapta la etnografía clásica para explorar las interacciones sociales que se dan en entorno de la web 2.0 e investigar la comunidad y cultura digital, es decir aquellas mediadas por computadoras, teléfonos móviles u otros dispositivos de acceso Internet (Hine, 2000).

<sup>6</sup> Si distinguimos el uso de las diferentes redes sociales según las generaciones a las que pertenecen sus usuarixs, las redes sociales más seleccionadas por el grupo generacional caracterizado como Centennial (menores de 25 años) fueron Instagram (90%) y WhatsApp (88%) mientras que en el caso de Facebook sólo un 26% reconoció usarlo.

(Digital House, 2021) y porque se trata de una red social especializada en el intercambio de fotografías, a diferencia de otras plataformas masivas como YouTube o Tik-Tok que están centradas en el formato audiovisual o WhatsApp en mensajería. Es así que estudiamos los *perfiles* de varixs de los participantes que respondieron el formulario virtual autoasistido, mientras que también accedimos a la plataforma desde el perfil de adolescentes colaboradores clave con el fin de poder visualizar su “inicio” en el que encontramos publicaciones de muchxs jóvenes que cumplen con las características de la población escogida. A su vez, exploramos algunos otros *perfiles* de adolescentes y sus historias de Instagram.

Entre los y las jóvenes y adolescentes que respondieron el formulario virtual, la mayoría tiene entre 500 y 1000 *Seguidores* de su Instagram. Puede verse que son pocas (entre 5 y 15) las fotos publicadas como *Feed*, es decir en la página central de su perfil, e incluso varixs no poseen ninguna publicación (ver imagen 1). En sintonía con los hallazgos de Finol, este tipo de fotos son casi en su totalidad fotos de ellxs solxs, generalmente posando (en espacios íntimos como su habitación o el baño, a veces utilizando un espejo) (imágenes 2 y 3) aunque también algunas se usan para mostrar algún tipo de arte o actividad que realizan (música, baile, dibujo) (imágenes 4 y 5) y muchas veces se puede dar cuenta de que están editadas. Podríamos vincular estos tipos de fotografía con esa idea de *carta de presentación* que plantea Tenembaun, la cual pone en juego la exhibición del propio cuerpo y los estereotipos de belleza presentes en nuestra cultura. A su vez, si analizamos las fotos como un mensaje que vislumbra significantes culturales es posible encontrar elementos de la moda, la estética, los estilos y las formas de vincularse de una sociedad y de una generación: por ejemplo, las mujeres suelen publicar más fotos posando (con menos ropa y maquilladas) que los varones mientras que éstos parecerían compartir fotos en sus espacios de pertenencia, donde realizan actividades lúdicas, artísticas o deportivas, en mayor medida que las chicas. Como explica Finol lxs jóvenes escogen ángulos, vestimentas, gestualidades que buscan crear una determinada imagen que, tomando a Bourdieu, responden a cánones, convenciones y usos sociales objetivados. Finalmente parecería que, crear una imagen propia a través de las fotografías que se toman y comparten en las redes, representa una *función social* en sí misma.



IMÁGEN 01



IMÁGEN 02

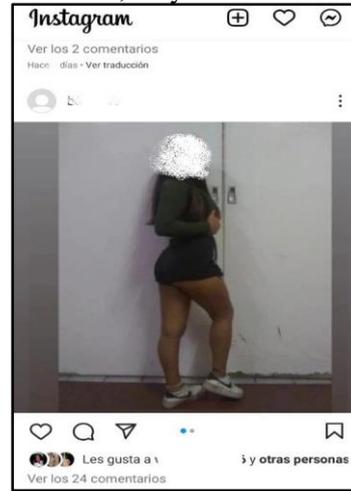
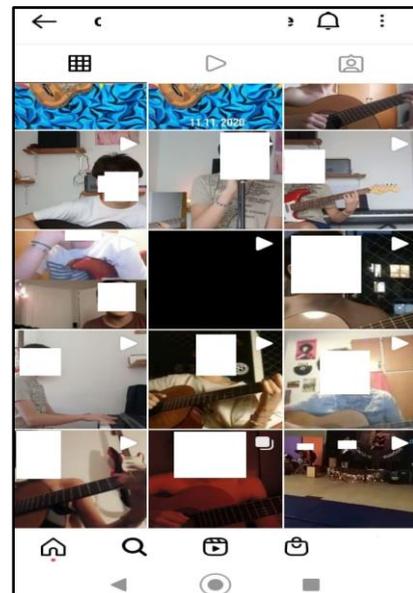


IMAGEN 03



IMAGEN 05



IMÁGEN 06

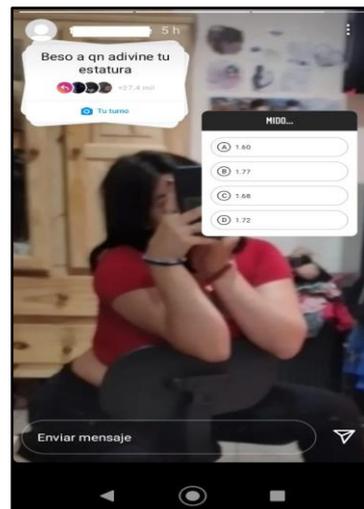
Por su parte, hallamos que lxs adolescentes utilizan más las *Historias* de Instagram, ya que la mayoría cuenta con muchas *Historias destacadas* de las cuales en su gran mayoría son fotos de ellxs mismxs posando (principalmente en sus casas) o de ellos con sus amigxs (también en general posando y en este caso suele ser en espacios públicos como shoppings, patios de comida, parques o discotecas) y están editadas o poseen algún tipo de filtro (imágenes 1, 6 y 7). Es posible que esta preferencia por las *historias* de Instagram tenga que ver con aquellas *operaciones presentificantes* señaladas por Finol. A diferencia de las fotografías tradicionales de antaño que, según Barthes se centraban en el pasado, las que se publican en *historias* se

basan en el presente y se enmarcan en una cultura de lo efímero y lo espontáneo. Hoy el presente es fugaz, pero a la vez lo que fue no muere sino que queda almacenado o guardado en *historias destacadas*, el acceso al registro fotográfico es infinito y constante.

A su vez, al explorar el *Inicio* del Instagram de nuestrx colaborador, vimos que no son muchas las fotos publicadas en los últimos días y que en su mayoría corresponden a chicas posando para la cámara, algunas en formato *selfie* y otras no. Empero son muchas las “historias” publicadas en los últimos días, en su mayoría corresponden nuevamente a chicas posando, pero también podemos encontrar muchos varones y también aparecen algunas fotos en grupo y en menor medida fotos realizando algún tipo de actividad deportiva, artística o recreativa (murga, música, fútbol) o mostrando sus vacaciones (debido a la época del año). Las fotos de *historias* suelen estar editadas o contar con algún tipo de filtro, así como también muchas de ellas son interactivas ya que se comparte música o se realizan preguntas (muchas sobre su aspecto o si gusta lo que se muestra) y/o se pide por comentarios (a veces se pide que se responda con otra foto) a través de herramientas que brinda la aplicación (imagen 8). Podemos reconocer que hoy existen nuevos *procesos de connotación* gracias a estas herramientas, aunque se mantienen otros de los indicados por Barthes.



IMÁGEN 07



IMÁGEN 08

Luego, escogimos para indagar 10 perfiles de Instagram dentro de los “seguidores” de nuestrxs colaboradorxs clave, de los cuales 5 son de sexo femenino y 5 de sexo masculino. Esta experiencia sirvió para reforzar las percepciones mencionadas sobre lxs perfiles de lxs participantes del cuestionario (similar cantidad de seguidores, cantidad y tipos de fotos publicadas y tipos de fotos en historias destacadas y espacios y lugares en los que toman sus

fotos). Así cómo lo explican Basile y Linne, creemos que lxs jóvenes arman selectivamente sus perfiles, eligen que mostrar creando una determinada imagen de sí mismxs que como dijimos no es neutral, ni refleja la realidad, sino que está condicionada socioculturalmente. Por último, cabe destacar que en las redes estudiadas pudimos encontrar esos 3 tipos de fotos establecidos por Basile: predominan las *autofotos* y las *selfies*, la siguen las *fotos con los grupos de pares* y quizás las *photobook* sean más bien características del espacio de *Publicaciones* y no tanto de las *Historias*; también aparece la edición como método habitual.

### **Usos y funciones de la fotografía**

Bourdieu (1965) explicaba la importancia de la *función familiar* de la fotografía, aplicada a la búsqueda de “solemnizar y eternizar” momentos y en consolidar el sentido de pertenencia y unidad (p.57). También pasa esto con las fotografías en las fiestas o rituales importantes para la vida familiar, ya que sirven para “solemnizar esos momentos culminantes de la vida social en los que el grupo reafirma solemnemente su unidad” (p.60) y, a posteriori, promueven el intercambio y la comunicación intrafamiliar (al enviarse y comentar las fotos). Y en estos casos, lo que se fotografía no son individuos sino papeles o relaciones sociales.

En el caso de los y las jóvenes que respondieron el cuestionario autoasistido podemos ver que la mayoría utiliza la fotografía para “Guardar o registrar un momento importante”, es decir que aquel uso de la foto, señalado por Bourdieu, existe hoy en día. Ahora bien, para lxs jóvenes, lxs amigos y lxs pares aparecen como los grupos más importantes de sus vínculos sociales (lo que merece ser principalmente fotografiado, para conservar ese momento y mostrarlo en sus redes sociales). A su vez, la mayoría eligió la opción “para que la vean mis amigxs y/o conocidxs” cuando se les preguntó para qué suben las fotos a sus redes o qué es lo que más les importa a la hora de hacerlo, lo cuál también da cuenta de la importancia de la mirada de sus otrxs significantes de la misma generación. En relación con la frecuencia en la que se toman fotos, la mayoría aseguró hacerlo con poca frecuencia (35,5%) o bien con frecuencia regular (32,3%), mientras que sólo un 21% dijo hacerlo con mucha frecuencia.

En cuanto a los usos y funciones que, según lxs encuestadxs, atribuyen sus amigos a las fotos que comparten en las redes, podemos identificar 4 grandes categorías: Registrar o guardar momentos importantes o que valgan la pena, expresar o compartir momentos de su vida en él presente, socializar o entablar vínculos de amistad y sexoafectivos y crear una imagen

estética determinada basada en la mirada del otro con la intención de que sea vista o que reciba “me gustas”.



GRÁFICO 01

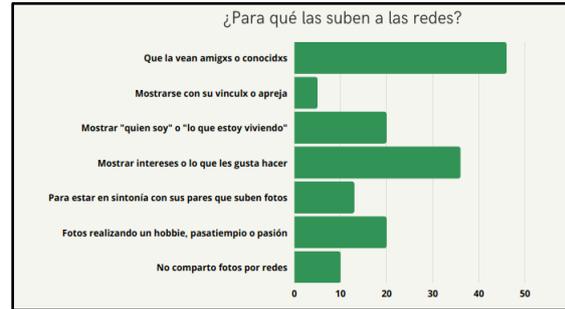
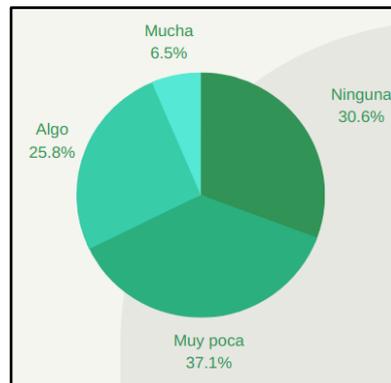


GRÁFICO 02

### Los "vistos" y los "me gusta"

En principio, podemos ver la importancia que tienen las redes sociales a la hora de tomarse fotos ya que 27 de lxs jóvenes señalaron que utiliza la fotografía para subirla a sus redes mientras que un 31,3% dijo hacerlo para publicitar o compartir sus hobbies o actividades lo cuál va en sintonía con la importancia que adjudican a mostrar sus gustos en intereses.

Por otro lado, si bien la mayoría afirma no darle mucha relevancia a la aprobación o visibilización de sus fotos en las redes, cuando se les preguntó para qué se toman fotografías, el 43,6% dijo hacerlo para "subirlas a sus redes". Además, sabemos que la red social Instagram (utilizada por toda la muestra), se basa en la imagen como elemento central.



Importancia de los "vistos" y los "me gusta" en las fotos

GRÁFICO 03

### Lo público y lo privado

La mayoría de lxs jóvenes suele tomarse fotos solo/a y en sus casas (37 jóvenes) o en casa de amigos o familiares (27 jóvenes). Pero 33 de ellxs también dijo hacerlo en espacios públicos. Podemos decir que el ámbito privado suele exhibirse en las redes pero que la vida en general

tiende a exponerse o espectacularizarse siendo que se toman fotos de salidas nocturnas, en eventos masivos y en los espacios donde desenvuelven sus intereses y actividades varias.

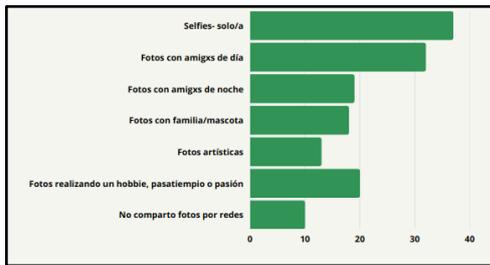


GRÁFICO 04



GRÁFICO 05

### Cuerpo e imagen

Más de la mitad (63,1%) afirma adjudicar algún grado de importancia a su imagen física en las redes (algo, mucha o demasiada). Dentro de ellxs, el 35,5% solo le da “algo” de importancia a su imagen. Pero también, muchxs dicen no darle importancia (19,4%) o bien darle poca importancia a la misma (14.5%). Ahora bien, esto cambia en la percepción que tienen acerca de la importancia que sus amigxs le adjudican a su imagen física en las redes: un 40,3% señala que le dan mucha o demasiada importancia. A su vez, más de la mitad de la muestra señaló que, al menos algunas veces, editan o modifican sus fotografías para subirlas a las redes.

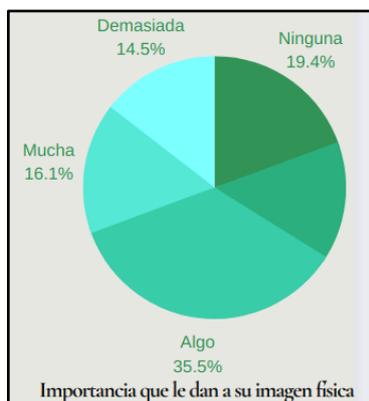


GRÁFICO 06

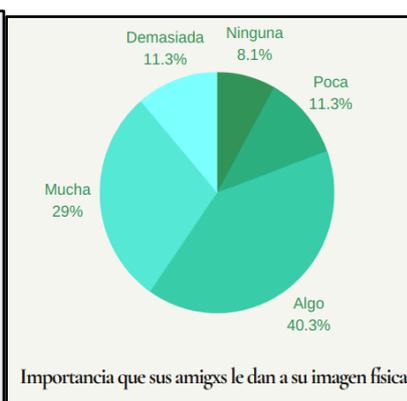


GRÁFICO 07

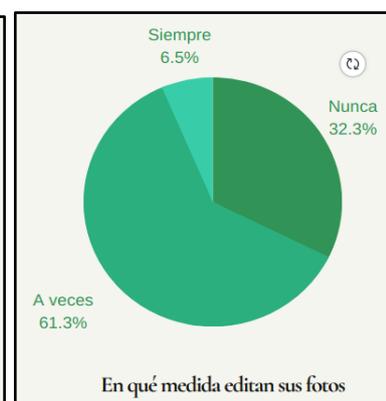


GRÁFICO 08

### Estándares y estereotipos

En el cuestionario, se indaga sobre la influencia que tienen sobre sí mismxs y en la sociedad las fotos que otras personas comparten en sus redes sociales. Según lxs jóvenes, las fotos que sus pares de la misma edad comparten, no tienen demasiada influencia sobre la imagen que tienen de sí mismxs, aunque un 75,3% le adjudica al menos “poca” influencia sobre sí

mismxs es decir que sí repercute. Pero, a su vez, esto cambia en el caso de las fotos de famosxs y las publicitarias ya que solo el 11,3% afirma que éstas no tienen ninguna influencia sobre la imagen de sí mismxs y el 88,7% sostiene que tienen entre poca y demasiada influencia. En gran medida, creen que éstas imponen modas y estereotipos.



GRÁFICO 09

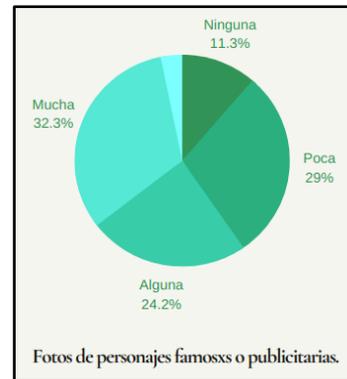


GRÁFICO 10

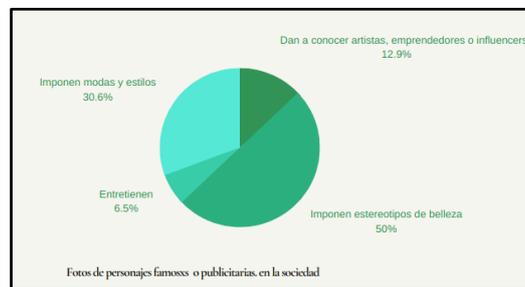


GRÁFICO 11

### Diferencias en cuanto al género

Las mujeres atribuyen significativamente más importancia que los varones a su imagen física en las fotos que comparten en sus redes sociales: dentro de la muestra, quienes dicen atribuir “demasiada importancia” a su imagen son todas mujeres mientras que, de quienes dicen no atribuirle ningún grado de importancia, son todos varones. A su vez, también son las jóvenes, quienes suelen editar o modificar sus fotos a la hora de subirlas a sus redes, en mayor medida que los varones mientras que, entre quienes señalaron no darle "ninguna importancia" a los likes en sus fotos, la mayoría son varones.

### Percepciones acerca de la fotografía

Hacia el final del cuestionario se realizaron preguntas abiertas con el fin de conocer, en palabras de lxs jóvenes, que es para ellxs la fotografía y para qué les parece que sirve. La mayoría de las respuestas podrían categorizarse en dos tipos: 1. Guardar momentos o

recuerdos y 2. Expresarse y compartir momentos. A continuación, reproducimos algunas de las respuestas de lxs jóvenes. Dentro de la primera categoría, podemos encontrar frases como: “La fotografía para mí es cautivar ese momento y poder verlo y recordarlo cada vez que pueda” (Participante (P) femenina de e/19 y 21 años); o también: “Suelo fotografiar todo lo que se vea lindo en la cámara, colorido e iluminado. Lo hago con la intención de inmortalizar un momento, que viva y permanezca por siempre” (P. femenina de e/16 y 18 años), “(...) es un modo de captar la realidad y resguardarla. Nos permite transmitir emociones, sentimientos y momentos únicos” (P. masculino de e/16 y 18 años). Podemos pensar que aquí, la práctica fotográfica se focaliza en lo individual, en aquello que es importante para cada unx individualmente (si bien hay patrones compartidos de lo susceptible de ser fotografiado y guardado). Otro participante describe con bellas palabras la forma en que la fotografía nos permite conservar momentos para volver a ellxs:

(...) por lo menos a mí me sirven para recordar momentos con algo más preciso que solo la memoria. Siempre me suelen traer una sonrisa. En este modo una fotografía no es solo la captura de un momento, trae consigo la atmósfera y conversaciones guardadas en la memoria. La llave a una puerta en la mente para develar recuerdos.  
(P. masculino de e/19 y 21 años)

En cuanto a la segunda categoría, dentro de quienes señalaron que la fotografía sirve para expresarse y compartir momentos podemos encontrar frases como: “Para mí la fotografía sirve para guardar momentos importantes y enseñárselos a otras personas” (P. masculino de e/13 y 15 años), o también “La fotografía me parece muy genial. Creo que es la principal forma de mostrar algo, tal vez una realidad, algún problema, así como también se pueden mostrar cosas bellas. Es una forma de expresión” (P. femenina de e/19 y 21 años), o bien “Sirve para expresar lo que uno le quiere mostrar al mundo, ya sea una actividad, o simplemente mostrar que la pasas bien con tus amigos, también me gusta que la gente vea quién y cómo soy en mis fotos (...)” (P. masculino de E/ 16 y 18 años). Aquí, podemos decir que cobra más importancia el aspecto social adjudicando a la imagen un papel activo de expresión de gustos, intereses, prácticas cotidianas, ideologías, etc. que merecen ser socializados. Aunque muchas veces se reproduzcan estándares y estereotipos y desigualdades socioculturalmente establecidas, la fotografía también es expresión de lo propio y de lo compartido, de los vínculos, las emociones y la cultura juvenil en general. Podemos decir que

ambas hacen a la constitución de la identidad individual y colectiva y en ambas se ponen en juego cuestiones estéticas y emotivas.

## **Sobre los grupos de discusión**

### **Vínculos sexoafectivos**

Muchos de lxs adolescentes afirman que las redes son utilizadas en gran medida para "chonguear", es decir para interactuar sexoafectivamente en busca de citas. Describen un procedimiento que consiste en "subir" y "responderse" fotos de las "historias" de instagram. Cabe señalar que lxs jóvenes, no usan aplicaciones específicas de citas como Tinder. En general utilizan la opción de "mejores amigos" por la cuál solo pueden ver las historias aquellos que sean seleccionados como tales por lxs usuarixs. Allí se muestran fotos "más íntimas". Hablan de esa persona a con la que buscan interactuar sexoafectivamente como un "objetivo". Es así que se monitorean las reacciones y los vistos de las fotografías subidas a historias y una vez que "el objetivo" la ve, ésta es eliminada. En esta interacción tienden a ser los varones los que "dan el primer paso" a la reacción. Aparece cómo un hallazgo una práctica que es usual entre lxs jóvenes y que consiste en crearse una "cuenta secundaria" de Instagram que se utiliza para mostrar y compartir situaciones de la "vida real" con lxs amigxs más cercanxs para no subir a "mejores amigos". En palabras de una joven de 17 años: "a mejores amigos subir fotos para chamullar y a la cuenta pública la vida que querés mostrar pero a la cuenta secundaria subis lo que te pinte, ahí te siguen tus amigos reales y subis tu vida real".

### **El peso de la imagen: patriarcado, cosificación y belleza hegemónica**

La mayoría cree que las mujeres son más cosificadas (por ejemplo porque tienden a publicar fotos con poca ropa) y a quienes más les pesan los estereotipos de belleza dominantes aunque no desconocen que también ocurra con algunos varones. También señalan la presión que genera la mirada del otrx y sobre todo las chicas, mencionan que muchas veces tienen miedo o les produce ansiedad "el click" que las lleva a subir una foto, por temor a que esa foto no entre dentro de los márgenes aceptados. Es así que, una adolescente participante de 17 años señala: "te medis, te comparás y decís: quisiera pero no llego a ser eso".

### **La imagen construída**

En gran medida, lxs adolescentes se sienten representados por la idea de que nuestra red social es una "carta de presentación" que en definitiva no muestra la realidad, ni en cuanto al cuerpo ni en cuanto a su vida cotidiana sino que "es un mini segundo de todo, es un recorte de la vida" (P. masculino de 16 años). A su vez, mencionan el uso de filtros o de ángulos para mostrar una imagen determinada y hablan de que sienten presión a mostrarse constantemente, por ejemplo: "tengo que presumir a mi pareja o tengo que subir algo -a Instagram- porque otros lo hacen" (P. femenina de 16 años) así como presiones por modelos a seguir que no se ajustan a la realidad. En esta línea mencionan -en cuanto a imágenes que reflejan estilos de vida en las redes- que "ves lo que te muestran y querés vivirlo también" (P. femenina de 17 años).

También se discutió sobre la preferencia a subir las fotos "historias" antes que al "feed": Muchos argumentaron que genera más inseguridad que las fotos permanezcan mucho tiempo en el perfil y que puedan ser vistas en cualquier momento por cualquier persona y además se pueden acercar o "hacer zoom". En cambio las historias son efímeras, tienen menos peso y además son más interactivas y permiten socializar. Es interesante que no se utilizan prácticamente descripciones, ni en el perfil ni en las fotos, la imagen es suficiente para comunicar.

### **Reflexiones finales**

Podemos decir que dentro de los usos sociales que adquiere la fotografía para estxs jóvenes, las más importantes son: guardar o registrar momentos significativos, socializar, conocer gente, mostrarse ante sus grupos de pares y compartir o exhibir las actividades que realizan y los gustos y preferencias que escogen.

En cuanto a la **identidad y la subjetividad**, encontramos que lxs jóvenes arman selectivamente sus perfiles, eligen que mostrar creando una determinada imagen de sí mismxs que como dijimos no es neutral, ni refleja la realidad, sino que está condicionada socioculturalmente. Por otro lado registramos que la fotografía ocupa un rol importante en la **sociabilidad y en la pertenencia a los grupos de pares** ya que dentro de los usos y funciones que ésta adquiere en las redes, los fundamentales tiene que ver con la interacción con sus amigxs y conocidxs. A su vez hemos visto como, el hecho de exponer las fotografías incorpora en las imágenes nuevos sentidos que tienen que ver con esquemas de percepción y convenciones culturalmente establecidas. Aquí es donde se pone en juego **el cuerpo** como imagen fetichizada significando **estereotipos**. Las imágenes que se eligen para exponer en las

redes, reflejan gustos culturales, ideales de vida y de belleza, **estéticas** legítimamente establecidas, etc.

En cuanto a la cuestión del **tiempo** y la **inmediatez**, mencionaremos que, a diferencia de las fotografías tradicionales de antaño que, según Barthes se centraban en el pasado, las que se publican en historias se basan en el presente y se enmarcan en una cultura de lo efímero y lo espontáneo. De todas maneras encontramos una tensión: hay temor a la permanencia de las fotos individuales pero cuando buscan guardar momentos que para ellxs son importantes (hitos de su proceso de crecimiento, momentos con amigxs, etc.) aparece el anhelo de guardar para el futuro recuerdo.

Por último, al indagar **qué significa para lxs jóvenes la fotografía**, descubrimos que la perciben como canal de expresión -de sus gustos, inquietudes, deseos, prácticas, etc.- o de transmisión -de ideas, sentimientos, sensaciones-. Es así que para ellxs no importa solamente mostrar o exponer la imagen que crean de ellxs mismos, sino que en las redes existe también lo comunitario, allí comparten y se relacionan. Es decir que el uso de las fotografías en las redes no es meramente egoísta, busca reconocimiento pero también pretende conectar, compartir, relacionar y se vincula a los afectos. En este sentido para lxs jóvenes la fotografía también es una herramienta para guardar momentos y una llave hacia los recuerdos que a su vez pueden ser compartidos.

## **Bibliografía**

- Barthes, R. (1980). *La cámara lúcida*. Buenos Aires: Paidós, 2012.
- Barthes, R (1986). El mensaje Fotográfico y Retórica de la Imagen, en *Lo obvio y lo obtuso*. Buenos Aires: Paidós,
- Basile, D, Linne, J. (2014). Performances de autopresentación a través de fotografías digitales. El caso de los adolescentes de sectores populares en Facebook. Cuadernos.info, 35, 209-217. doi: 10.7764/cdi.35.536
- Benjamin, W. (2004): Pequeña historia de la fotografía, La obra de arte en la época de su reproductibilidad técnica y La fotografía, en *Sobre la fotografía*. Valencia: Pre-Textos.
- Bourdieu, P. (1965). *Un arte medio. Ensayo sobre los usos sociales de la fotografía*. Para la edición castellana, Barcelona: Editorial Gustavo Gili. SA, 2003.
- Han, B. (2013). *La sociedad de la transparencia*. Barcelona: Herder Editorial, S.L.
- Crimp, D. (2004): La actividad fotográfica de la posmodernidad, en Ribalta, Jorge (ed.). *Efecto real. Debates posmodernos sobre fotografía*. Op. Cit.

- Finol, J. (2014). Nuevos Escenarios en la Corposfera: Fotografía, selfies y neo-narcisismo. *Letra. Imagen. Sonido L.I.S. Ciudad mediatizada* 6 (11), 111-126. Buenos Aires. <https://publicaciones.sociales.uba.ar/index.php/lis/article/view/3767>
- Hine, C. (2000). *Etnografía Virtual*. De la colección Nuevas Tecnologías Digitales. Editorial UOC, Barcelona, 2004.
- Margulis, M. et al. (1994). *La cultura de la noche*. Buenos Aires: Biblos.
- Pérez Fernandez, S. (2011). De la fotografía analógica a la fotografía digital: apuntes provisionarios para una teoría en transición en *Recorridos- Del formato analógico al digital en el campo audiovisual*. Susana Sel; Silvia Pérez Fernandez; Sergio Armand - 1a ed. Buenos Aires:Prometeo Libros.
- Sibila, P. (2008). *La intimidad como espectáculo*. Buenos Aires: Fondo de Cultura Económica.
- Silva, A. (2008). Ser adolescente hoy. *Fermentum. Revista Venezolana de Sociología y Antropología*, 18 (52), 312-332.
- Tenenbaum, T. (2019). *El fin del amor, querer y cojer*. Buenos Aires: Ariel 2020.
- Urresti, M. (2008). *Ciberculturas juveniles: vida cotidiana, subjetividad y pertenencia entre los jóvenes ante el impacto de las nuevas tecnologías de la comunicación y la información*. En Urresti, M. (Ed.), *Ciberculturas juveniles*. Buenos Aires: La Crujía.