

INSTITUTO TECNOLÓGICO Y DE ESTUDIOS SUPERIORES DE MONTERREY
ESCUELA DE HUMANIDADES Y EDUCACIÓN
CAMPUS MONTERREY



TECNOLÓGICO DE MONTERREY

**LA PRÁCTICA SELFIE: UN FENÓMENO SOCIO-TÉCNICO
Y UNA PRÁCTICA CORPORAL**

TESIS PRESENTADA POR

ALEJANDRO GALINDO CORREA

PARA OBTENER EL GRADO DE

MAESTRO EN ESTUDIOS HUMANÍSTICOS

JUNIO DE 2020



TECNOLÓGICO DE MONTERREY

LA PRÁCTICA SELFIE: UN FENÓMENO SOCIO-TÉCNICO Y UNA PRÁCTICA CORPORAL

Tesis presentada por

Alejandro Galindo Correa

como uno de los requisitos para obtener el grado de

Maestro en Estudios Humanísticos

Comité de tesis:

Dra. Carla María Maeda González - Tecnológico de Monterrey
Dr. Diego Zavala Scherer - Tecnológico de Monterrey
Dra. María Concepción Castillo González - Tecnológico de Monterrey
Dra. Frida Anais Godínez Garza - Tecnológico de Monterrey
Dra. María del Roble Mendiola Delgado - Tecnológico de Monterrey

Junio de 2020

Instituto Tecnológico y de Estudios Superiores de Monterrey

Escuela de Humanidades y Educación

Los miembros del comité de tesis aquí citados certificamos que hemos leído la disertación presentada por **Alejandro Galindo Correa** y consideramos que es adecuada en alcance y calidad como un requisito parcial para obtener el grado de **Maestro en Estudios Humanísticos**.

Dra. Carla María Maeda González
Tecnológico de Monterrey
Asesora principal

[RÚBRICA]

Dr. Diego Zavala Scherer
Tecnológico de Monterrey
Coasesor

[RÚBRICA]

Dra. María Concepción Castillo González
Tecnológico de Monterrey
Miembro del comité de tesis

[RÚBRICA]

Dra. Frida Anais Godínez Garza
Tecnológico de Monterrey
Miembro del comité de tesis

[RÚBRICA]

Dra. María del Roble Mendiola Delgado
Tecnológico de Monterrey
Miembro del comité de tesis

[RÚBRICA]

Dr. Maximiliano Maza Pérez
Director del Doctorado en Estudios Humanísticos
Escuela de Humanidades y Educación
Tecnológico de Monterrey

[RÚBRICA]

Dr. Roberto Domínguez Cáceres
Decano Asociado de Posgrados
Escuela de Humanidades y Educación
Tecnológico de Monterrey

[RÚBRICA]

ÍNDICE

1	Introducción.....	10
2	Antecedentes.....	12
2.1	Del autorretrato a las selfies	15
2.2	El interés sobre las selfies.....	19
3	Preguntas y objetivo de investigación	22
3.1	Objetivo General.....	22
3.2	Preguntas de investigación:	22
4	Justificación.....	23
5	Marco teórico.....	25
5.1	El cuerpo.....	25
5.1.1	Prácticas corporales	30
5.1.2	Cuerpo y tecnología.....	35
5.1.3	Representación del cuerpo.....	39
5.2	Sistemas socio-técnicos	44
5.2.1	Humanos y no humanos	47
5.2.2	Fotografía digital en red, la <i>selfie</i> como sistema socio-técnico.....	49
6	Metodología.....	52
7	Análisis y resultados.....	57
7.1	El concepto de selfie.....	58
7.1.1	Usos y significados ¿Para qué una <i>selfie</i> ?	72

7.1.1.1	Significados	80
7.2	El proceso – (Los procesos).....	83
7.2.1	Selfies individuales.....	85
7.2.2	Selfies Grupales.....	101
7.3	La mediación socio-técnica	106
7.3.1	Entramado social	109
7.3.2	Publicación	111
7.3.3	Hardware y software del dispositivo fotográfico.	113
7.4	La experiencia corporal de la práctica selfie	117
7.4.1	Experiencia corporal.....	118
7.4.2	Cuerpo y tecnología: técnicas y significados	121
8	Conclusiones.....	132
8.1	¿Qué procesos se siguen para realizar una selfie?	133
8.2	¿Cómo es la experiencia corporal de realizar una selfie? y ¿Cómo interviene el dispositivo fotográfico y su contexto socio-técnico en la experiencia corporal de realizar una selfie? 136	
8.3	De la metodología y el marco teórico.....	141
8.4	Propuestas y Futuras investigaciones	142
9	Bibliografía.....	144
10	Anexos	153
10.1	Entrevista.....	153
10.2	Diagrama del proceso de una selfie.....	159

I

El ojo que ves no es
ojo porque tú lo veas;
es ojo porque te ve.

II

Para dialogar,
preguntad, primero;
después... escuchad.

III

Todo narcisismo
es un vicio feo,
y ya viejo vicio.

IV

Mas busca en tu espejo al otro,
al otro que va contigo.

V

Entre el vivir y el soñar
hay una tercera cosa.

Adivínala.

VI

Ese tu Narciso
ya no se ve en el espejo
porque es el espejo mismo.

VII

¿Siglo nuevo? ¿Todavía
llamea la misma fragua?
¿Corre todavía el agua
por el cauce que tenía?

VIII

Hoy es siempre todavía.

– *Antonio Machado*

Agradecimientos

Agradezco profundamente a todas las personas, a todos los cuerpos, que han participado y me han acompañado en esta experiencia: a los profesores que dentro y fuera de las aulas me han inspirado; a mis compañeros de generación que sin su red de apoyo esto habría sido casi imposible; a quienes participaron compartiendo sus experiencias con sinceridad; a mis amigos y amigas que me alentaron siempre; a mi familia, a mi madre Carolina Correa Díaz y a mi hermano Elías Galindo Correa, que de ustedes aprendí que la locura es una virtud y que las risas crecen el alma. Agradezco especialmente a Alexandra Garza López por su paciencia, amor y fortaleza, por la escucha y las palabras, por prestarme su coraje y valentía para seguir inquieto, sostenerme firme y comprometerme en la congruencia del decir y del hacer. Gracias.

1 INTRODUCCIÓN

Las *selfies* se han vuelto un fenómeno mundial, no cabe duda. A principios de la década, gracias a la integración de las cámaras digitales en los teléfono celulares, se presenció una proliferación exponencial de esta práctica hasta integrarse de maneras tan profundas alrededor del mundo que actualmente es un fenómeno que pasa desapercibido en muchos aspectos. La ubiquidad de las *selfies* (en la vida cotidiana, en la academia, en el mundo mediático, etc.) las vuelve un objeto de estudio tan interesante como iterativo. Múltiples investigaciones han centrado su interés en este fenómeno y mucho se ha dicho sobre ello. No obstante, las mayoría de estas aproximaciones se realizan desde el costado de la imagen, es decir, desde la *selfie* en sí misma.

Esto, claro, ha proporcionado muchos hallazgos de suma relevancia, pero algunos aspectos han quedado fuera, sobre todo lo que respecta a la práctica de la *selfie*, es decir, al acto de realizar este tipo de fotografías. La *selfie* no es solo la imagen resultante y su publicación en redes sociales. Este fenómeno comprende varios momentos, que para atenderse requerirán abordajes distintos, de tal forma que este proyecto de investigación se ha planteado analizar este fenómeno tomando como punto de partida la perspectiva desde la práctica, no desde la representación. Para ello se ha servido de dos grandes pilares: las redes socio-técnicas y las prácticas corporales.

Dada la gran condicionante de la tecnología respecto al fenómeno *selfie*, fue necesario considerar la red o sistema socio-técnico en la que se ve inmersa esta práctica. En otras palabras, se reconocen las condiciones tecnológicas y sociales que dan pie al surgimiento, establecimiento y mantenimiento de fenómeno *selfie* y cómo estas condiciones intervienen en la propia práctica *selfie*. Esto, además, intenta dar cuenta de la participación y la mediación de la tecnología en la

experiencia corporal de las personas, en este caso, a través de la interacción con un dispositivo fotográfico (teléfono inteligente). De esta forma, se pasaría a abordar la práctica *selfie* desde el paradigma de las prácticas corporales, el cual propone considerar al cuerpo como un entramado cultural que se materializa a través de las acciones que realiza. Con ello se planteó el objetivo general de esta investigación: “analizar la experiencia corporal en la práctica socio-técnica de la *selfie* bajo el paradigma de las prácticas corporales”. Para cumplir con este objetivo se organizó una metodología que consistió en analizar 10 entrevistas semiestructuradas que buscaron explorar los procedimientos, las experiencias y la forma en que el uso del *smartphone* interviene en relación a la práctica *selfie*.

No obstante, antes de comenzar con el análisis, es necesario comprender los antecedentes sobre este fenómeno, desde su aparición y consolidación, hasta los intereses que existen alrededor del mismo. Luego se presentará el marco teórico que servirá como base para el análisis de las entrevistas realizadas y que permitirá conectar entre sí a los hallazgos realizados. Seguido se profundizará en la metodología planteada y se explicará el tamaño y composición de la muestra para luego exponer los resultados encontrados y discutir sobre ellos.

Por ahora, basta advertir que el fenómeno *selfie* que aquí se aborda no es solo el fenómeno de las redes sociales, de los *likes* y de los comentarios, sino el fenómeno de la experiencia, del juego corporal de idear, planear, ejecutar, editar/seleccionar y por supuesto, compartir estas fotografías.

2 ANTECEDENTES

Durante la última década las *selfies* han sido objeto de gran interés y han despertado variadas inquietudes en múltiples campos. La comunicación, la psicología y los estudios visuales se han dedicado arduamente a estudiar este fenómeno. En un inicio, en el sentido más tradicional, las *selfies* se recibieron como una variación del autorretrato fotográfico. En un fuerte sentido esto es cierto pues su característica más evidente así lo sugiere: ambas son fotografías que uno hace de sí mismo. Sin embargo, las *selfies* se han consolidado como una forma muy distinta de hacer una fotografía de uno mismo. Tanto es así que en 2013 el Diccionario de Oxford nombró a la palabra *selfie* como palabra del año. Este mismo diccionario define *selfie* como: “una fotografía que uno ha tomado de sí mismo, generalmente con un teléfono inteligente o con una cámara web y que es compartida en redes sociales” (English Oxford Dictionaries, 2019). No es gratuito que en esta definición aparezcan elementos respectivos a lo tecnológico y a lo social ya que son estos dos aspectos las características clave para la constitución de las *selfies*.

No obstante, es un tanto complejo dar una definición exacta y homóloga sobre las *selfies*. Este mismo diccionario añade algunas variaciones como derivados de la *selfie*. Castro (2016), ha recopilado además varios vocablos que ponen en perspectiva las múltiples concepciones y prácticas frente a la *selfie*. Estas variaciones de la *selfie* son de uso y conocimiento general. La mayoría de estas variaciones provienen de formas lingüísticas del idioma inglés pero se han adoptado fácilmente al idioma español. Entre ellas se encuentran:

- Belfie (derivado de *butt, buttocks*, “nalgas”): fotografiar el propio trasero.
- Drelfie (de *drunk*, “ebrio”): *selfie* mientras se está ebrio.
- Helfie (derivado de *hair*, “cabello”): fotografiar el cabello

- Legsie (de *legs*, “piernas”): *selfie* de las propias piernas.
- Welfie (de *workout*, “rutina de ejercicio”): *selfie* mientras se realiza ejercicio.
- Dronie (de *drone*, un vehículo aéreo no tripulado): realizar una *selfie* desde uno de estos vehículos.
- Groupie (de *group*, “grupo”): *selfie* groupal
- Uglie (de *ugly*, “feo”): *selfie* en la que se posa o gesticula deliberadamente para parecer feo.
- Ussie o usie (de *Us*, “nosotros”): una *selfie* con grupo delimitado de personas. (pp. 87-88)

Estas son solo algunas de las variaciones de la *selfie* y no existe ninguna clasificación exacta y precisa que revele todas y cada una de sus formas, pues la creación de una y otra dependerá de múltiples factores impredecibles, de los que destaca la capacidad tecnológica de los dispositivos de captura y la manera de interactuar con ellos, que es particular de cada persona. No obstante, Zhao y Zappavigna (2018) han propuesto cuatro tipos de *selfies* basados en las metafunciones de significado que le han otorgado a este tipo de práctica fotográfica. Primero han delimitado a la *selfie* como un mensaje visual e identificado tres tipos de significados para estas: a) ideacional: representación del sujeto o del yo; b) interpersonal: el establecimiento de la relación intersubjetiva entre el fotógrafo, el yo representado y el espectador; c) textual: la organización visual de los elementos en la imagen.

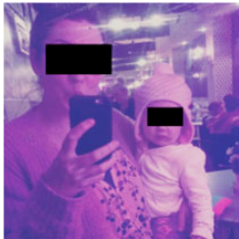
De ello se desprenden los cuatro tipos de *selfies* que van de lo más explícito a lo implícito:

- **Presentada:** se observa la imagen directa del fotógrafo; (+otros participantes; +objetos; fondo).



En términos de relación intersubjetiva se presenta: la perspectiva del yo sobre la representación tecnológicamente mediada (cámara) de sí mismo (o grupo). **yo**→ **tecnología** (cámara)→ **yo**

- **Espejada:** se observa la imagen del fotógrafo a través del espejo + el espejo mismo + el dispositivo de captura (+la imagen de objetos, fondo u otros participantes)



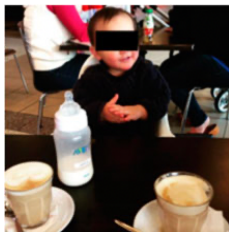
En términos de relación intersubjetiva se presenta: la perspectiva del yo sobre la representación tecnológicamente mediada (cámara) de la representación del yo tecnológicamente mediada (espejo). **yo**→ **tecnología** (cámara) → **tecnología** (espejo) → **yo**

- **Inferida:** se observan partes del cuerpo (ej. manos, piernas, nalgas) + objetos + otros participantes + escenario.



En términos de relación intersubjetiva se presenta: la perspectiva del yo sobre la representación tecnológicamente mediada (cámara) de la propia perspectiva de cierto fenómeno (x)
yo → **tecnología**→ **yo**→ **fenómeno (x)**

- **Implicada:** se observan objetos implicando al fotógrafo + otros participantes + objetos + escenario.



No hay relaciones intersubjetivas. (pp. 68-70).

Esta propuesta de clasificación resalta la intervención de la tecnología como un elemento relevante para el entendimiento de las funciones de significado que se le pueden atribuir a las *selfies* y proporciona una nueva vía de comprensión que no se centra en el contenido visual de la imagen. Para este modelo de clasificación no es importante qué hay en la fotografía sino qué *funciones de significado* puede tener. El dispositivo de captura juega un papel muy importante pues funge como pivote para virar esas funciones de significado según su nivel de intervención respecto al distanciamiento o acercamiento del sujeto con su propia representación.

Estos modelos de clasificación sirven, en parte, para dimensionar el fenómeno en varios niveles de profundidad y revela la gran extensión de esta práctica, más allá de la composición visual de sus elementos. No obstante, hasta ahora no existe una clasificación de las *selfies* que no esté basada en un análisis de la fotografía final, pues tampoco ha habido una conceptualización clara de la *selfie* como fenómeno práctico y no visual. Ciertamente, esto es natural dadas sus condiciones de origen y explorar su evolución dará mayor sentido a esta aclaración.

2.1 *Del autorretrato a las selfies*

Aunque el retrato fotográfico surge con el inicio de la propia fotografía, sus orígenes se sitúan en las artes pictóricas, particularmente en las pinturas de finales de la Edad Media, en las cuales se comenzó a dar importancia a los rasgos particulares de las personas, dejando de lado una representación genérica de la figura humana. (Canal, 2000, p. 8). La posibilidad de ver la imagen de uno mismo era un privilegio de unos cuantos. Monarcas, élites y personas de alto rango social fueron los primeros en obtener una imagen de sí mismos. Los artistas pictóricos de la era absolutista, enlazados con la alta sociedad, fueron quienes trazaron el camino del retrato al *autorretrato*, añadiéndole un halo de jerarquía y poder. “El autorretrato del artista afirmaba que el

arte era obra de nobles, no de artesanos” (Mirzoeff, 2016, p. 43). El autorretrato se veía así como una práctica de habilidad y destreza, posible solo en las pequeñas comunidades acaudaladas y poderosas.

Esta forma de autorepresentación estaba limitada al artista. Da Vinci, Velázquez, Rembrandt, Goya, Van Gogh y Kahlo, por mencionar a algunos, realizaron famosos autorretratos en distintas épocas. Los artistas no buscaban solo plasmar sus facciones y rasgos físicos en un lienzo sino más bien se utilizaban los autorretratos como una forma de reflexionar sobre las condiciones del mundo circundante y las relaciones que se tenían con él (Petri, 2018).

A partir del invento de la fotografía en 1839, el retrato y el autorretrato comenzaron a estar al alcance de un mayor número de personas. En ese mismo año Hypolite Bayard –quien habría desarrollado un método fotográfico en paralelo a Daguerre y Talbot– realizó tres autorretratos conocidos como “Le Noyé” (el ahogado) y por los cuales Nicholas Mirzoeff (2016) le atribuye a él el invento de la *selfie* y además el de la falsificación fotográfica, pues aunque la imagen, el título y el texto que Bayard escribió al reverso de las fotografías indican que se trata de él mismo en estado de descomposición, evidentemente él no estaba muerto al realizar la fotografía. En este sentido la fotografía inauguró nuevos debates sobre la imagen, reflexionando sobre su capacidad de transmitir información objetiva, sus cualidades de representación y su calidad artística.

No obstante, el autorretrato no fue una práctica cotidiana sino hasta mediados de la década de los 80’s con la aparición de las fotografías instantáneas. Antes de este momento los autorretratos no aparecían con frecuencia en las prácticas fotográficas cotidianas como álbumes familiares, fotografías escolares o documentos de identificación. De hecho, durante la época de la fotografía análoga, muchas cámaras no contaban con la tecnología necesaria para capturar una foto de uno

mismo como el auto disparador o el disparador a distancia y los autorretratos eran sumamente complicados. Con el paso del tiempo estas barreras fueron desapareciendo y hacer estas fotografías se volvió cada vez más fácil.

El origen de la *selfie* ha sido muy discutido en diversos contextos. En noviembre de 2017, por medio de la plataforma Twitter, Paris Hilton aseguró haber inventado la *selfie* junto con Britney Spears. Publicó dos fotografías de ellas mismas con la nota “Hoy, hace 11 años, Britney y yo inventamos la *selfie*”. A esto la BBC respondió con una nota rastreando el “origen” de varios estilos de *selfies* y proponiendo a Robert Cornelius, un estadounidense, como el inventor original de las *selfies* adjuntando su autorretrato de 1839 (Rahman-Jones, 2017). El artículo menciona además que las *selfies en espejos* datan de 1914, con la rusa Anastasia Romanov. Así mismo se cita otro tweet del Museo de la Ciudad de Nueva York en donde aseguran que la primera *selfie grupal* fue hecha por Joseph Byron y sus colegas en esa misma ciudad.

Probablemente no pueda saberse nunca si hubo un solo y verdadero momento de “origen” para las *selfies*, lo que sí puede decirse es que el auge del autorretrato y posteriormente de la *selfie*, sucedió con la introducción de las cámaras digitales en los dispositivos móviles y en particular con el lanzamiento del iPhone 4 en 2010, el primer dispositivo móvil con una cámara que permitía fotografías de buena calidad (Mirzoeff, 2016, p. 63). Estos nuevos dispositivos, amalgama entre cámara fotográfica digital y teléfono celular, se dedicaron a facilitar la creación de fotografías digitales al contar con sencillos modos de disparo e intuitivas interfaces para interactuar con la tecnología. De este modo, el autorretrato se volvió una práctica muy popular y se le comenzó a llamar Selfie a estas auto-fotografías capturadas con un teléfono inteligente y se aludía al *self* (yo mismo) para resaltar que quien hace la fotografía es uno mismo y que el objeto de la fotografía

también es uno mismo. “Así, la práctica del autorretrato se ha «expandido», en cuanto a que se ha popularizado, sus usos se han multiplicado y ha migrado de la esfera del arte a los ámbitos de la vida diaria.” (Castro, 2016, pp. 8-9). Actualmente comienzan a surgir nuevos formatos que derivan de los avances tecnológicos que rodean a las *selfies*. Un ejemplo claro es el *slowfie*, introducido en 2019 por Apple junto al iPhone 11, los cuales no son otra cosa que cortos videos en alta velocidad capturados con la cámara frontal.

La procedencia de la palabra *selfie* ha sido rastreado por el Oxford Dictionaries hasta el año 2002. Su primera aparición fue en un foro australiano en donde un hombre publicó una fotografía de su labio mostrando una lesión que tuvo. En el texto adjunto el hombre pide disculpas por el enfoque, justificando que era una *selfie* (Oxford Dictionaries s/f). A partir de este momento el aspecto tecnológico se volvió clave para diferenciar las *selfies* de otros autorretratos y para posicionarla como un género particular dentro de la fotografía digital contemporánea.

El fenómeno se volvió popular a través de internet y se constituyó, sobre todo, por medio de las redes sociales. Sin embargo, hay que resaltar la importante participación de los medios de comunicación para el establecimiento de este fenómeno mundial. Por ejemplo, como rastrea Castro (2016), en los Premios Oscar de 2014, varios actores y famosos de Hollywood, entre ellos Ellen DeGeneres, Meryl Streep, Angelina Jolie y Brad Pitt, organizaron una *selfie* grupal que se convirtió en la fotografía más reenviada en la historia de la plataforma Twitter (pp. 110-11). A partir de este suceso se desencadenaron muchos eventos relacionados al fenómeno *selfie*. Matt Groening, autor de la serie animada Los Simpson realizó una parodia de esta fotografía con un dibujo de esta, que fue luego publicado en redes sociales. En México, dentro de varios shows televisivos, se presentaron algunos tipos de réplicas de esta famosa *selfie*. Los presentadores del programa *Venga*

la alegría, transmitido por Televisión Azteca y algunos actores de Televisa, intentaron replicar esta famosa *selfie* grupal (Castro, 2016. p.118). Esto muestra que la consolidación de la práctica *selfie* se produjo a partir de muchos momentos interconectados, desde avances tecnológicos y desarrollo de software, hasta la validación mediática de una costumbre cultural, pasando también como elemento publicitario, sin mencionar la apropiación cotidiana de esta práctica por parte del público general.

2.2 *El interés sobre las selfies*

Con el fenómeno ya establecido en las actividades cotidianas de las personas, comenzaron a surgir un gran número de artículos, publicaciones e investigaciones entorno a ello. No solo el medio académico se interesó por entender este fenómeno, sino también los medios y, ciertamente, las sociedades en general. Artículos en revistas y periódicos internacionales hablaban novedosamente sobre este fenómeno. El actor James Franco (2013) publicó en el New York Times comentando su creciente “adicción” a compartir este tipo de imágenes, denominándolas “una herramienta de la comunicación y no un acto de vanidad”. También se hablaba de cómo las *selfies* se habían convertido en un “fenómeno global” (Day, 2013), y se rastreaba la primera publicación en Instagram con la etiqueta *#selfie* en enero 16 de 2011 (Newman, 2014). En mayo de 2015, Kim Kardashian publica un fotolibro donde compila sus *selfies* compartidas en redes sociales, recibiendo el título de “Reina de las *selfies*” por el New York Times (Rogers, 2016).

Considerando aquella perspectiva más tradicional sobre las *selfies*, es entendible que la mayoría de las investigaciones que toman al fenómeno *selfie* como objeto de estudio se hayan centrado casi de forma exclusiva en las imágenes fotográficas resultantes, es decir en la *selfie* misma. Interesarse por la imagen al tratarse de un fenómeno vinculado a la fotografía parece ser

de lo más natural. No obstante, es preciso aclarar que el interés de esta investigación no se dirige en ese camino y no se enfocará en la imagen fotográfica, sino más bien en la experiencia del proceso de su creación; en particular en la experiencia corporal, la cual suscita en el encuentro del sujeto con una red tecnológica y un entramado social; encuentro posible sólo gracias al fenómeno *selfie*. Para comprender cabalmente esta propuesta de aproximación al fenómeno, desde un camino distinto al de la imagen, es necesario hacer un breve rastreo de las investigaciones que han abordado a las *selfies* mismas.

Por una parte, los investigadores analizaban los cambios en término visuales y de composición fotográfica que surgían en estas imágenes, comparándolos con una firme tradición en la fotografía de retrato (Bruno y Bertamini 2013; Bruno, Gabriele, Tasso, y Bertamini, 2014; Yeh y Lin, 2014). También se les veía como una forma de actividad narcisista y ligada a estados emocionales negativos (McCain, et. al., 2016; Barry, et. al., 2019; Weiser, 2015), una autorepresentación objetivada (Lyu, 2016) y una forma de comunicarse con otros. (Katz, y Crocker, 2015; Liu, 2018; Wang, 2019; Babič, Ropert, y Musil, 2018;).

Se podría, como lo mencionan Gómez Cruz y Thornham (2015), diferenciar dos grandes tendencias de aproximación al fenómeno. La primera como una continuación de una cultura visual donde las imágenes son leídas como representaciones que aguardan interpretación, utilizadas como “pruebas visuales” o evidencias de una realidad representada (p.2). En esta visión se apunta a la idea de que hay un autor intencionado, calculador y reflexivo que utiliza las *selfies* como un recurso plenamente consciente de autorepresentación. (Mascheroni, Vincent, y Jiménez, E. 2015). La segunda tendencia, no muy distante a la anterior, aborda la *selfie* desde una lectura estética de su

contenido, partiendo de la concepción de que la *selfie* es un significante visual del yo (Qiu, et. al. 2015; Fox, y Vendemia, 2016).

Cabe resaltar la especial relación que el desarrollo del fenómeno *selfie* guarda con la innovación tecnológica, esto en sincronía con la cultura y sociedad que lo posibilitan, puesto que sin el avance tecnológico del smartphone las *selfies* no existirían como tal. El elemento tecnológico es clave para conceptualizarle. El fenómeno *selfie* solo ocurre bajo condiciones de interacción tecnológica particulares, las cuales precisan del establecimiento de prácticas concretas, es decir, procedimientos, técnicas, costumbres y acciones que se establecen en el acto de realizar una *selfie*. Una práctica (*praktik*) , dice Reckwitz (2002):

“es un tipo de comportamiento rutinizado que consiste en diversos elementos interconectados unos con otros: formas de actividad corporal, formas de actividad mental, “cosas/objetos” y sus usos, un trasfondo de conocimiento, un ”saber hacer”, estados emocionales y motivacionales.” (p. 249).

De esta forma el fenómeno *selfie* no puede comprenderse sólo desde la perspectiva de la imagen fotográfica resultante, sino que deberán considerarse también las interconexiones de los distintos elementos que se desprenden del establecimiento de las prácticas referentes al fenómeno. En otras palabras, una *selfie* incluye a todo el proceso recorrido para ser creada, que no es otra cosa más que la forma en que se utilizan los dispositivos fotográficos, a las rutinas, los hábitos y las preparaciones que se realizan durante, previo y posterior a la fotografía, a los conocimientos, creencias y significados sobre el fenómeno, sus procedimientos, sus implicaciones sociales y culturales, además de los modos de actividad, disposición y significación de la corporalidad que surgen durante el ejercicio de la práctica *selfie*.

Es importante resaltar que estos elementos no existen de manera aislada, sino que se relacionan mutuamente en formas y niveles distintos. Aunque pueden observarse las dimensiones de lo económico, lo político, lo mediático, lo psicológico, lo estético-visual, en este proyecto de investigación las dimensiones de lo tecnológico, de lo social-cultural y de lo corporal, serán el centro de atención.

3 PREGUNTAS Y OBJETIVO DE INVESTIGACIÓN

3.1 *Objetivo General*

Analizar la experiencia corporal en la práctica socio-técnica de la *selfie* bajo el paradigma de las prácticas corporales

3.2 *Preguntas de investigación:*

- ¿Qué procesos se siguen para realizar una *selfie*?
- ¿Cómo es la experiencia corporal de realizar una *selfie*?
- ¿Cómo interviene el dispositivo fotográfico y su contexto socio-técnico en la experiencia corporal de realizar una *selfie*?

4 JUSTIFICACIÓN

De acuerdo con los resultados de la Encuesta Nacional sobre Disponibilidad y Uso de Tecnologías de la Información en los Hogares (ENDUTIH), realizada por el Instituto Nacional de Estadística y Geografía (2019) “el número total de usuarios que disponen de celular inteligente (smartphone) creció de 64.7 millones de personas en 2017 a 69.9 millones en 2018” (p.2). Asimismo, se reporta que el estado de Nuevo León ocupa el tercer lugar en número de usuarios de estos dispositivos (s/p). De igual forma, el Interactive Advertising Bureau (IAB) ha encontrado en su Estudio de Consumo de Medios y Dispositivos entre Internautas Mexicanos (2018), que los smartphone son el principal dispositivo de conexión a internet (p.13). De ello es esperable que incrementen las actividades realizadas con estos dispositivos, entre ellas la práctica *selfie*.

El fenómeno *selfie*, con antecedentes en los mismos inicios de la fotografía, hasta su nacimiento y apogeo a principios de la segunda década del siglo XXI, continúa siendo de interés tanto por el público general y la industria (de publicidad, de telecomunicaciones, de tecnología, de entretenimiento, etc.), como por la academia. Esto ha fomentado que distintas disciplinas como la comunicación, la psicología, la sociología o los estudios visuales hayan tomado a este fenómeno como objeto de estudio. Sin embargo, como se ha expuesto con antelación, la mayoría de estas investigaciones comprenden el fenómeno *selfie* sólo desde la perspectiva de sus cualidades comunicacionales o semióticas y se enfocan en estudiar la imagen fotográfica resultante, es decir, la *selfie* en sí misma. De forma general este tipo de autofotografías se han tomado como prueba de una intención comunicativa de orden autorepresentacional y narcisista, como germen de autocomparación con otras personas impactando en el autoestima y la satisfacción corporal (Selfie City, 2014; Fox y Vendemia, 2016; Lonergan, 2019; Veldhuis, 2018). Si bien estas

aproximaciones son valiosas, al considerar las imágenes *selfies* de manera exclusiva tienden a pasar por alto otros amplios contextos que también delimitan y constituyen al fenómeno. Esto supone una brecha en su comprensión y como señalan Gómez Cruz y Thornham (2015):

“Se presenta esto como problemático, no sólo porque se inclina hacia un discurso individualista sino porque centra y eleva tanto a la imagen visual en sí como a los métodos para analizarla, lo que demerita – sí no niega– las amplias prácticas, discursos e ideologías que constituyen el fenómeno *selfie*.” (p.2).

Es así que este proyecto de investigación propone explorar el fenómeno de las *selfies* desde una perspectiva que le concibe como un fenómeno socio-técnico y como una práctica corporal. De tal manera que la relación entre las dimensiones tecnológicas, sociales y corporales de este fenómeno pueda ampliarse y comprenderse mejor.

A su vez, integrar esas dimensiones en el plano de análisis de un fenómeno como las *selfies* servirá para dar mejor luz al camino en el conocimiento sobre la interacción de los seres humanos con la tecnología y sus reciprocidades con la sociedad y la cultura y en particular con el cuerpo. Estas interacciones han sido y continúan siendo de gran interés pues, por su ubicuidad, es imposible negar la participación de aparatos tecnológicos en la vida cotidiana. En otras palabras, las experiencias de interacción con los aparatos tecnológicos, en este caso los teléfonos inteligentes, constituyen nuevas formas de corporalidades.

Por otra parte, el abordaje propuesto en este proyecto de investigación pretende ser de interés para muy variadas disciplinas como la comunicación, la filosofía, los estudios del cuerpo, los estudios culturales, los estudios sobre Ciencia, Tecnología y Sociedad (CTS) o las nuevas

tendencias sobre el estudio de la interacción de humanos con computadoras. De tal manera que se amplíen las conexiones transdisciplinarias dentro del mundo del conocimiento.

5 MARCO TEÓRICO

5.1 *El cuerpo*

Hasta hace algunas décadas, en el mundo occidental, el cuerpo permanecía arrinconado a los intereses derivados del pensamiento dicotómico mente-cuerpo, fundado por la tradición platónica y retomado por el judaísmo y el cristianismo (Muñiz, 2015, p. 9). Desde esta perspectiva el cuerpo es un “receptáculo efímero en progresiva corrupción, lo material perecedero que aloja lo inmaterial eterno (llámese espíritu, alma o, simplemente, identidad o yo.)” (Torras, 2015, p. 17). Así, según el ego cogito cartesiano, el cuerpo es un obstáculo al pensamiento racional y se debe prescindir de él para lograr el conocimiento o la ascensión espiritual.

Esto llevó primero a dos grandes consideraciones sobre el cuerpo. Por un lado, se encuentra la perspectiva del *tener cuerpo*, en la que el cuerpo cumple un propósito y es comparado con una máquina, por lo que debe ajustarse, pulirse y adiestrarse. Desde esta perspectiva se supone una relación jerárquica entre Yo y cuerpo en donde el alma posee al cuerpo. Por otro lado, existe la concepción del *ser cuerpo*, en la que no hay diferencia entre ese Yo y el cuerpo. Para esta perspectiva, el alma, el entendimiento o el Yo, “no son más que fenómenos derivados de la materia corporal” (Torras, 2015, p. 17).

Una perspectiva más, la del *devenir cuerpo*, por la que se apuesta en este escrito, pone en tela de juicio la supuesta materialidad del cuerpo ajena a la cultura. Los marcos culturales dan

forma al cuerpo y lo hacen visible a través de códigos, discursos y poderes. Como lo expresa Torras (2015) “Más que *tener* un cuerpo o *ser* un cuerpo, *nos convertimos*, en un cuerpo y lo negociamos, en un proceso entrecruzado con nuestro devenir sujetos...” (p. 20). Junto a esta perspectiva se comprenden las propuestas hechas desde la fenomenología, en particular en la que se resalta la percepción del propio cuerpo (Merleau-Ponty, 1997) y desde los sistemas de poder, control y vigilancia que Foucault (2008) reúne en el concepto *de tecnologías del yo*.

Este término fue desarrollado por Foucault a partir de sus intereses sobre las formas de control y disciplinamiento de los sujetos, en particular sobre la actividad sexual y la producción de conocimiento, las cuales se relacionan directamente con el concepto de verdad pues para establecer cualquier tipo de poder sobre las personas es necesario controlar también lo que será verdadero o lo que será falso. La pregunta central para Foucault sería ¿Cómo las personas han desarrollado un saber acerca de sí mismos? Responde a ello desde las estructuras e instituciones del saber, que dan dirección y sentido a los sujetos, como la religión, la economía, la biología, la medicina, la psicología, etc.

Foucault propone entender estas llamadas ciencias, no como un saber con un valor preestablecido, sino como “juegos de verdad” relacionados con técnicas específicas que las personas utilizan para entenderse a sí mismos (Foucault, 2008. p. 47). Establece entonces 4 tipos de estas tecnologías: a) **Tecnologías de producción**: aquellas que permiten producir y manipular las cosas; b) **Tecnologías de Sistemas de Signos**: permiten utilizar símbolos, significados, sentidos; c) **Tecnologías de Poder**: determinan la conducta de los individuos, les someten y consisten en darle al sujeto el estatuto de objeto; d) **Tecnologías del Yo**: “que permiten a los individuos efectuar, por cuenta propia o con la ayuda de otros, cierto número de operaciones

sobre su cuerpo y su alma, pensamientos, conducta, o cualquier forma de ser, obteniendo así una transformación de sí mismos con el fin de alcanzar cierto estado de felicidad, pureza, sabiduría o inmortalidad” (Foucault, 2008. p. 48).

Es importante aclarar que ninguna de estas tecnologías funciona por separado pues su aplicación requiere necesariamente la presencia de las demás en mayor o menos medida. Foucault traza los orígenes de estas técnicas y prácticas, llamadas tecnologías del yo, hasta la antigua Grecia, condensado en el principio delfico “conócete a ti mismo”. Esta frase es altamente conocida en las culturas occidentales y denota una actitud de cuidado hacia uno mismo, de preocupación por el ser propio y en esencia, el cuidado de sí mismo era una de las principales estatutos de la conducta social y de la vida en general. Esta atención sobre uno mismo se estableció no solo como una intención sino enteramente como una práctica constante. Pero Foucault señala que el aspecto “conocer” opacó al sentido de “cuidado” y se proclamó así que cuidarse a sí mismo era conocerse a sí mismo y por lo tanto saber su verdad.

Junto con este opacamiento se presenta el inicio de las tradiciones grecorromanas y cristianas sobre el cuidado de sí o mejor dicho sobre el saber de sí mismo, pues en ellas se fundan muchas de las consideraciones actuales sobre la preocupación del ser y del yo. Mientras que en los primeros momento de la antigua Grecia se proponía la meditación, la duda, el diálogo, la lectura y la escritura como prácticas dirigidas al cuidado de uno mismo, con el paso del tiempo fueron convirtiéndose en formas de vigilancia y control sobre sí mismo. Como afirma Foucault (2008), “este tema del cuidado de sí no era un consejo abstracto, si no una actividad extensa, una red de obligaciones y servicios para el alma.” (p. 61).

Foucault rastrea al menos tres técnicas del yo en los Estoicos: hacer cartas a los amigos y revelación del yo, examen de sí y de conciencia y la llamada *askesis*, Es un conjunto de prácticas mediante las cuales uno puede adquirir, asimilar y transformar la verdad en un principio permanente de acción... La palabra griega que lo define es *paraskeuazo* («estar preparado»). Es un conjunto de prácticas mediante las cuales uno puede adquirir, asimilar y transformar la verdad en un principio permanente de acción. *Aletheia* se convierte en *ethos*. Es un proceso hacia un grado mayor de subjetividad. (Foucault, 2008. p. 74)

En estas prácticas se ponía a prueba la preparación de los sujetos hacia la vida misma y se incluía la *meditatio* (meditación) como una actividad imaginaria y ética que ejercita el pensamiento y la *gymnasia* (entrenarse a sí mismo) como un entrenamiento en una situación real (abstinencia sexual, privación física y distintos rituales de purificación). Este tipo de prácticas, dirigidas hacia uno mismo, se continúan realizando en la actualidad. Algunas de las prácticas llevan realizándose desde hace siglos, como la práctica religiosa cristiana de la confesión (*exomologésis*), en la que se expone “la verdad” sobre un hecho para purificar el alma a través de una penitencia. Se explicaba esta práctica desde un modelo médico que decía: uno debe mostrar sus propias heridas si quiere ser curado. Se representaba así una ruptura con la identidad pasada (pecadora) para pasar a ser puro. Dice Foucault (2008): la revelación de sí es al mismo tiempo destrucción de sí.

La diferencia entre las tradiciones estoica y cristiana se debe a que en la tradición estoica el examen de sí, el juicio y la disciplina muestran el camino al conocimiento de sí mediante la sobre imposición de la verdad de cada uno a través de la memoria, esto es, memorizando reglas. En la *exomologésis* del penitente alcanza la verdad sobre sí por medio de

una ruptura y una disociación violentas. Es importante insistir en que la exomologésis no es verbal. Es simbólica, ritual y teatral” (p.86).

La exomologésis se fundaba en el martirio, pero existía también otra forma (*exagoreusis*) fundada en la verbalización y análisis de todos los pensamientos dentro de un marco de obediencia al otro, renunciando al deseo y al yo. En tiempo más recientes, el Estado se volvió la principal institución de gobierno sobre las personas, indudablemente esto requería de la aplicación de distintas técnicas del yo. Nombrar aquí cada una de ellas sería imposible, pero en resumen se podrían comprender en la relación entre las experiencias, los saberes y el poder, como se afectan entre sí simultáneamente. En otras palabras, se efectúa el poder del estado sobre los sujetos a partir del manejo de las experiencias que viven las personas a través del establecimiento de un sistema de saberes y verdad que se ejecuta gracias al poder que el propio estado ejerce por medio de sus instituciones: el sistema de salud, la escuela, la ciencia, el ejército, la policía, etc.

La diferencia, tal vez, entre el análisis que hace Foucault sobre estas técnicas y lo que se pretende analizar en este trabajo de investigación es que en el fenómeno *selfie*, como fenómeno propio de la era digital, la globalización y el internet, no se presenta como una forma explícita de control y dirección de las personas, sino como un supuesto campo de posibilidades, de libertad de decisión y de manipulación consciente sobre las creaciones visuales. No obstante, estas creaciones solo suceden dentro del marco provisto por las condiciones del dispositivo tecnológico y la red socio-técnica en la que se ve inmerso a la par de su usuario. Estas condiciones socio-técnicas delimita las acciones que una persona puede realizar en la interacción

con el *smartphone*, lo que a su vez determina las prácticas (procedimientos y técnicas) que se establecen alrededor del fenómeno *selfie*.

De esta forma, se podría intuir los múltiples procedimientos asociados a la vida digital web que funcionan, de una forma u otra, como técnicas para el control y manejo de las personas, sobre todo, a través de los cuerpos de las personas que interactúan con estos sistemas.

5.1.1 Prácticas corporales

Ahora bien, tras posicionar al cuerpo en un entramado cultura-naturaleza se rescata su complejidad y se le vuelve acreedor de mayor interés académico, abriendo un camino esencialmente transdisciplinario y en constante progreso. Esto significa que mantener la visión monolítica y especializada que la medicina y la biología habrían propagado con fervor no haría otra cosa que escindir nuevamente al cuerpo, parcializando su comprensión. Alejándose de ello se estaría pensando pues en una ruptura de la dualidad antagónica y se entraría a una lógica hologramática en donde el cuerpo es producto y productor. Todo eso lleva necesariamente a plantear una aproximación al cuerpo que no le considere como un objeto de estudio separado del sujeto. Es justamente esto lo que Elsa Muñiz (2015) pretende al proponer ya no centrarse en el objeto-cuerpo sino desplazar el análisis hacia sus representaciones, pero

“sobre todo, hacia las prácticas corporales a partir de los usos intencionales, individuales y colectivos del cuerpo (amputaciones, mutilaciones, modificaciones, intervenciones quirúrgicas, tortura, guerras, violencia y muerte); prácticas y disciplinas corporales que se superponen a sus imágenes, aquellas que ofrecen variaciones físicas de lo humano (peso, color de piel, órganos sexuales, color de cabello y ojos)”. (p.32)

La propuesta de Muñiz tiene antecedentes en la llamada *teoría de las prácticas*. Para esta perspectiva no existe una única y particular noción sobre las prácticas; existen, de hecho, muchísimas variantes y aproximaciones según el campo que la haya implementado, que van desde la filosofía hasta la historia, pasando por la antropología, la sociología, los estudios del cuerpo hasta llegar a los estudios de ciencia y tecnología. No obstante, de todas ellas se pueden rescatar las convergencias en sus matices para depositarlas dentro de lo que se denomina “el campo de las prácticas”. Desde esta perspectiva, las prácticas son consideradas como “un arreglo de actividades humanas, encarnadas y mediadas materialmente que se organizan alrededor de un conocimiento práctico compartido” (Schatzki, 2001. p. 11).

El nuevo paradigma sobre las prácticas dice Schatzki (2001), resalta las capacidades encarnadas como el saber-hacer, las habilidades, el conocimiento tácito y la disposición (p.16). A esto se le conoce como el giro hacia las prácticas y se produjo tras el cambio paradigmático que las ciencias sociales y la filosofía propiciaron al desprenderse de la priorización de las creencias, deseos, emociones y propósitos como las bases de las actividades humanas. Trajo consigo que el pensamiento occidental considerara a lo “no humano” como un elemento crucial en la vida humana. A esto se le podría considerar como una aproximación posthumanista pues desde esta perspectiva, dentro de la teoría de las prácticas, se proclama que humanos y no humanos se co-determinan unos a otros y más importante, los humanos no dominan (conceptual o casualmente), ni la entrada ni el impacto de lo no humano en el mundo de los humanos. (Schatzki, 2001. p. 19). Esto sienta todas las bases para considerar dentro de las prácticas a las entidades no humanas y por lo tanto comprenderlas como elementos clave en la constitución de los sujetos. Esto implica otorgarle características de lo humano a aquellas entidades no humanas, tales como agenciamiento, intencionalidad, propósito o conocimiento y considerar las propiedades y el

poder de ambas entidades como emergencias equitativas de una plano primordial denominado “prácticas”.

Ante todo, el vasto espectro de la teoría de las prácticas insiste en defender una visión no individualista, no modernista y no cartesiana al revelar que las actividades humanas no son dominadas por un sujeto autoconsciente sino todo lo contrario, es decir que no se producen en las acciones deliberadas y premeditadas de las personas, sino que suceden en la inadvertida interacción entre lo humano y lo no humano, entre el objeto y el sujeto, y entre la corporalidad y lo intangible. Siendo así el caso, las prácticas reemplazan a la mente como el fenómeno central de la vida del ser humano. Schatzki (2001) señala:

“El cuerpo humano se ofrece a sí mismo como el punto de conexión entre individuos y disposiciones sociales. Con ello el entendimiento práctico se convierte en el fenómeno determinante ideal, lo suficientemente psicológico para evitar el determinismo físico, lo suficientemente no psicológico para ser encarnado, y lo suficientemente adecuado para explicar gran parte o si no toda la actividad humana.” (p.17)

Ahora bien, es necesario aclarar que para Muñiz, E. (2010) una práctica corporal es “un conjunto de acciones performativas..., que los individuos ejecutan sobre sí mismos y sobre otros, a través de las cuales se adquiere una forma corporal y se producen transformaciones, es decir, se constituye la materialidad de los sujetos.” (p. 282).

El estudio de las prácticas corporales se ha constituido inherentemente transdisciplinario pues aborda al cuerpo considerando su carácter multidimensional y a su vez se percata del propio proceso cambiante de las prácticas ya que, al formar parte del medio, ellas no son independientes

de los cambios que puedan existir en el contexto en el que se desarrollan. Esto se refiere a que lo denominado “estudios del cuerpo” toma al cuerpo como un entramado tanto biológico como social y cultural y como un punto de partida y de retorno en el proceso de materialización de los sujetos (Muñiz, 2015. p.15).

Hasta ahora se han investigado las prácticas corporales desde 5 perspectivas: a) La normalización del cuerpo; b) los patrones estéticos; c) la sexualidad; d) la violencia, la mortificación, la tortura y la guerra; e) la referida a subversión, a la disidencia y a la protesta. Este proyecto de investigación se limitará a considerar tres de ellas: la perspectiva de normalización del cuerpo, la de patrones estéticos y en cierto grado la que respecta a la sexualidad, a su vez, considerando sus matices, vertientes y amalgamas producidos en la singularidad del quehacer humano.

Los estudios sobre prácticas corporales en la perspectiva de la normalización del cuerpo versan sobre las formas de disciplinamiento y control de los cuerpos para normalizar a los sujetos. Sobre los patrones estéticos se abordan las prácticas de la belleza y las transformaciones corporales en donde existe un ideal impuesto de belleza. Los estudios a cerca de la sexualidad se han encargado principalmente de las prácticas sexuales e identidades de género, basándose fuertemente en la crítica feminista. Estas tres perspectivas darán puerta a comprender las formas en que se establecen el uso y las funciones del cuerpo dentro de la práctica del *selfie*.

Una dimensión más que se ha ligado a los estudios del cuerpo (a menor medida) es la tecnológica. Esta se incluye evidentemente en la concepción del cuerpo como producto cultural pues los objetos tecnológicos son parte de la cultura. Sin embargo, el terreno de esta dimensión

ha sido explorado en su mayoría por los estudios de CTS, de filosofía de la ciencia, de robótica y de computación.

Ihde, D (2004) ha propuesto, de hecho, tres modos de ser a través del cuerpo para entender distintos niveles de experiencia, dando pie a la particular experiencia del cuerpo y la tecnología. El primer modo “Cuerpo Uno” sería la forma de “ser en el mundo” emotivo, perceptivo y móvil. El segundo modo “Cuerpo Dos” sería el sentido social y cultural. Por último, la conexión entre Cuerpo Uno y Cuerpo Dos sería la *dimensión de lo tecnológico*. (p.13). Bajo este paradigma puede entenderse que existe una dimensión corporal que es engendrada en el encuentro de los cuerpos con los instrumentos y aparatos tecnológicos, los cuales parten a su vez de las condiciones sociales y culturales propias del momento y lugar en que se desarrollan. Se estaría hablando pues de un cuerpo producto y productor de lo que es llamado un “sistema socio-técnico”; una red de elementos tecnológicos y sociales que se crea en la interacción de los sujetos con la tecnología.

Así pues, considerar al cuerpo como una dimensión de análisis para el fenómeno *selfie* surge como imperativo al establecer como interés principal a la *práctica del selfie*, pues una práctica, como se ha mencionado, es llevada a cabo necesariamente a través del cuerpo. Así mismo, la dimensión tecnológica es indispensable para el establecimiento de la práctica *selfie*, y su incidencia en la constitución de los cuerpos que la practican no puede pasar desapercibida. Se reunirían así, en la práctica *selfie* y en su condición tecnológica, los elementos que, desde una perspectiva contemporánea de la corporalidad, conviven con “los discursos que producen representaciones y con las prácticas corporales cotidianas y ritualizadas que producen cuerpos dóciles, maleables y controlables” (Muñiz, E. 2015. p.56).

5.1.2 Cuerpo y tecnología

Posiblemente, al tratar de vincular al cuerpo con lo tecnológico se piense, casi de forma natural, en robots, androides, ciborgs y ciencia ficción. Este tipo de representaciones son ya parte de una cultura envuelta en el espacio mediático del cine, la televisión y los videojuegos. A ello se le suman palabras como realidad virtual, realidad aumentada y ciberespacio. Todo ello es, sin duda, un encuentro entre cuerpos y tecnología. Sin embargo, esta relación no se limita a los avances tecnológicos posteriores a la computación, la electrónica y la digitalidad. Se encuentra, silenciosamente, en la periferia de la historia de la humanidad.

Heidegger, en su obra *Ser y Tiempo*, había ya discutido la diferencia entre lo orgánico y lo artificial y con ello planteado que los seres humanos se relacionan con los objetos tecnológicos de tal forma que pueden “incorporarlos” a ellos mismos. Heidegger, en el ejemplo del obrero y el martillo, lleva a considerar a los artefactos como “proyecciones orgánicas, en la medida en la que las “experiencias cotidianas de manipulación de útiles están caracterizadas precisamente por un acoplamiento mecánico eficiente no-teorético” (Heidegger en Parente, D. 2008). Se estaría tratando pues de una relación tal entre el obrero y el martillo que se vuelven uno con el otro en un acoplamiento que no requiere un saber racional/intelectual sino un saber-hacer apoyado en la propia corporalidad del obrero. En otras palabras, el elemento tecnológico se incorpora, en cierta forma, al propio sujeto y desaparece en su uso cotidiano. De esta forma se habrá escuchado decir alguna vez que alguien, maestro en alguna actividad, considera a sus herramientas, artefactos o dispositivos tecnológicos como parte de sí mismo: el arquero y su arco, el conductor y su vehículo, el chef y su cuchillo, el fotógrafo y su cámara.

Paradójicamente en esta incorporación de lo tecnológico, el valor de los artefactos, aparatos y herramientas suele relegarse a una visión de utilidad, eficiencia y practicidad, olvidando el amplio carácter ontológico de cualquier objeto. Suele, además, priorizarse el producto de la aplicación del elemento tecnológico y no la actividad o participación propia de ese elemento. En el caso de la fotografía, suele valorarse la imagen sobre la actividad fotográfica. Varios han considerado ya esta ignorada participación de la propia cámara. Cartier Bresson (1952) proponía el “instante decisivo” de la fotografía: un encuentro exitoso entre la cámara, la mano y el ojo del fotógrafo. Philippe Dubois (1994) y Roland Barthes (2018) habrían considerado ya esta ignorada participación de la cámara en el proceso fotográfico, pero más bien como una coincidencia en la utilización de la cámara quedando como una mera herramienta.

Fue Vilém Flusser quien reivindicó la participación de la tecnología en la práctica fotográfica otorgándole un lugar primordial en la constitución de las propias imágenes. Reconoce a la cámara como participante activo en el acto fotográfico, replanteando profundamente la relación entre el sujeto y el objeto pues el fotógrafo ya no solo utiliza la cámara, sino que es fusionado con ella. De igual forma, desmiente la supuesta objetividad de la imagen fotográfica al distinguir entre imágenes técnicas, que son generadas por un aparato (la cámara) y las imágenes tradicionales, como la pintura o el dibujo. A las primeras se les atribuye generalmente un poder de representación objetivo, una especie de calco de la realidad y en ellas no se encuentra ningún grado de simbolismo; en las segundas este carácter simbólico es más que evidente pues su creación se encuentra en el “interior” del sujeto que la produce. No obstante, Flusser (2014) sostiene que, aunque en las imágenes técnicas se ha obviado que su creación sucede entre una cámara y quien la maneja y se pretende que el significado de la imagen no se interrumpa en este

proceso, su codificación sucede dentro de esta estructura *aparato/operador* y queda oculta en el interior de la cámara, una *caja negra*. (p.21)

En esencia, Flusser propone que la cámara es un juguete y no una herramienta, pues el aparato no está en función del sujeto, ni el sujeto en función del aparato. Además,

“el fotógrafo no juega con su juguete, sino contra... A diferencia del artesano rodeado de su instrumento y del obrero junto a la máquina, el fotógrafo está dentro del aparato y entrelazado con el aparato... el hombre no es ni la constante ni la variable, sino donde el hombre y el aparato se funden en una unidad” (Flusser, V. 2014. p. 30)

Cabe resaltar que el juego solo puede suceder dentro de ciertos parámetros o “reglas” que Flusser llama *programa*. La relación fotógrafo/aparato sucede en dos programas integrados en la cámara: por una parte, uno que lleva al aparato a hacer imágenes de forma automática y por otra el que permite jugar al fotógrafo. Tras esto, agrega Flusser, hay otros programas (metaprogramas) más: “el de la industria fotográfica, que ha programado el aparato de foto; el del parque industrial que ha programado la industria fotográfica; el del aparato socio-económico, que ha programado el parque industrial; y así” (Flusser, V. 2014. p. 32). Y aunque este autor señale que lo que está en cuestión no es quien posee el programa, sino quien lo agota, en algún grado de funcionamiento del programa es relevante también la posesión del objeto material que contiene ese programa. En el caso de este trabajo de investigación, el teléfono inteligente.

Sin embargo, de esto queda mencionar que, ciertamente, en el juego del programa, el poder se traslada del dueño del objeto al programador y también al operador. El fotógrafo tiene así poder sobre quien observa sus fotografías pues “programa” sus comportamientos y el aparato

tiene poder sobre el fotógrafo pues programa sus gestos (Flusser, V. 2014. p. 33). Este poder se desprende de la estructura cultural en donde acontece la relación fotógrafo/cámara. Es decir, obedece directa o indirectamente a los intereses de los sistemas de poder propios de la cultura.

Siguiendo la propuesta de Michelle Foucault y tal como lo retoma Muñiz, E. (2015), “el cuerpo se presenta como el lugar primario para la operación de las modernas formas de poder” (p.40). Este poder es, ante todo, sutil, evasivo y productivo. En este sentido, el poder que la cámara ejerce sobre el fotógrafo, al que Flusser se refiere, tiene repercusiones directas sobre los cuerpos de los involucrados en el proceso fotográfico. En el caso de la práctica *selfie*, el papel del fotógrafo y de lo fotografiado recae en la misma persona, lo que vuelve al fenómeno una relación de poderes aun más compleja.

Tecnofantasías es el término que Ihde, D. (2004) propone para hablar de la intersección entre tecnología y deseo humano, tanto en el sentido corporal como en el social. Estas son ligadas generalmente al ámbito de la ciencia ficción, pero son también formas de “ilustrar nuestro modo de “vernarnos” o “comprendernos” a nosotros mismos con, y a través de, los artefactos.” (p.15). Las tecnofantasías refieren a imaginaciones entorno a “hibridaciones” entre cuerpos y tecnologías que pueden ir desde la incorporación de un aparato a la anatomía física, la extensión sensorial a partir de un dispositivo o la expansión vivencial del cuerpo por medio de la tecnología. Todas ellas implican lo que Ihde (2004) denomina *relaciones encarnadas*, “relaciones en las que se tiene una experiencia a través de un artefacto, una tecnología” (p.13-14). El elemento “encarnado” refiere a la inherente participación del cuerpo en esa relación. El uso de una silla de ruedas o lentes de contacto ilustra eficientemente la idea de relaciones encarnadas, sin embargo, la propuesta de Ihde intenta profundizar en las relaciones con la

tecnología para analizar los efectos que estas tienen en la concepción de sí mismo, es decir, en la subjetividad, la identidad y la corporalidad en general.

Las relaciones encarnadas de Ihde proponen, son a su vez una idea de cuerpo virtual, entendida desde lo tecnológico, por supuesto, pero en esencia desde lo no tecnológico. En otras palabras, la virtualidad del cuerpo no solo recae en un contexto digital, sino que acentúa la capacidad de virtualidad del cuerpo al expandir sus posibilidades de experiencia y significación.

En la situación que aquí compete (la práctica *selfie*), las relaciones encarnadas atraviesan más dimensiones que en el caso del uso de anteojos o un martillo. En el fenómeno *selfie* intervienen tanto objetos tecnológicos materiales como objetos tecnológicos no materiales, es decir, por un lado, está el teléfono inteligente, un *selfiestick*, una luz artificial, etc., por otro un *software* fotográfico, una aplicación de edición digital, una red social, etc. Todo ello reacciona en el carácter encarnado de la relación, es decir en la corporalidad de la práctica *selfie*, y con ello se reúnen tanto las fuerzas que operan desde lo tecnológico como las fuerzas que operan en la corporalidad, fuerzas que refieren al poder, la disciplina, la determinación física material, la significación social/cultural/subjetiva, de lo económico, lo político y hasta lo psicológico y lo inconsciente.

5.1.3 Representación del cuerpo

Si bien se ha aclarado ya que el interés principal de este trabajo de investigación se sostiene en las prácticas, es menester ahora reconocer que para comprender la idea de cuerpo que aquí se expone, es muy importante el papel de las representaciones del cuerpo. Esto remite indiscutiblemente a las imágenes que existen alrededor de los cuerpos y sus concepciones. De

entrada, pueden incluirse aquí imágenes materiales como, textos, pinturas, dibujos, esculturas, fotografías o videos, pero también imágenes no materiales como ideas, recuerdos, significados, asociaciones, etc.

En cualquiera que fuesen sus modos de existencia, se encuentran discursos que sostienen tales representaciones. Prácticas y representaciones nunca aparecen separadas. Representar puede convertirse también en una práctica y una práctica crea, del mismo modo, ciertas formas de representación. Las representaciones del cuerpo, junto a los discursos, dan un entendimiento sobre qué es el cuerpo. LeBreton (1990) afirma que “las representaciones del cuerpo y los saberes acerca del cuerpo son tributarios de un estado social, de una visión del mundo, y dentro de esta última, de una definición de la persona” (p.13).

Las fuentes de representación son muy diversas. Por ejemplo, la visión anatomofisiologista es una de las fuentes de saber sobre el cuerpo más extendida y profundamente posicionada en las sociedades occidentales. De ella se deriva un cuerpo que se posee, que se tiene, (LeBreton. 1990. p.15), al cual hay que reparar y cuidar para su buen funcionamiento. Esto construye una idea sobre el cuerpo la cual construye subjetividades particulares. A todo ello pueden sumarse las muy variadas estrategias de proliferación que materializan esas representaciones: normas, prácticas, regulaciones, que llevan a la creación de infografías, comerciales, posters, videos, fotografías, libros, manuales, etc., etc. Así, cualquier disciplina, la religión, la política, la organización, algún grupo y cualquier ente podrá tener formas de representación del cuerpo.

Existen múltiples tipos de representación corporal según la perspectiva que las aborde (la antropología, la psicología, la filosofía, la sociología, etc.) En muchas ocasiones estas

perspectivas se entremezclan, se alejan o separan en distintos niveles. Por una parte se encuentra la perspectiva neuropsicológica y la psicoafectiva que hablan sobre la percepción y concepción del cuerpo desde dos ángulos: en primer lugar desde su materialidad fisiológica y motriz, fundamentada en procesos neuronales que suscitan una percepción del cuerpo comúnmente llamada *esquema corporal*; en segundo lugar desde la experiencia basada en fenómenos psicoemocionales y afectivos que producen una serie de significados a través de los cuales se construye una identidad y una idea del propio cuerpo denominada *imagen corporal*.

Dolto (1986) hace una clara diferencia entre esquema e imagen corporales. “El esquema corporal es una realidad de hecho, en cierto modo es nuestro vivir carnal al contacto del mundo físico... la imagen del cuerpo es la síntesis viva de nuestras experiencias emocionales”(p. 18). En otras palabras, el esquema corporal es la integración de las percepciones sensoriales corporales, el sentir que el cuerpo físico es propio; la imagen del cuerpo es la conceptualización de ese cuerpo físico, es la idea del cuerpo que se forma tras las vivencias simbólicas.

Desde este momento queda claro que el esquema corporal y la perspectiva neuropsicológica no se ajustan a los intereses de esta investigación. No obstante, la imagen corporal se erige como un elemento esencial para comprender la experiencia y las prácticas en torno al fenómeno *selfie* pues la imagen corporal se constituye como elemento fundamental en la percepción que una persona tiene sobre sí mismo. Desde esta imagen se construye una idea; se tiene una noción de lo que implica un *cuerpo*, el propio cuerpo, sobre todo; o más bien, esta imagen es la idea de cómo es el cuerpo. Gracias a esta imagen corporal, el cuerpo puede variar en su configuración –de uso, de estética o de concepto–. Gracias a esta imagen corporal las personas pueden ser, ver-se, sentir-se, creer-se, imaginar-se o idear-se como lo hacen.

La construcción de la imagen corporal “se estructura mediante la comunicación entre sujetos” (Dolto, 1986. p.21). Esta comunicación se da a través de un lenguaje, por el uso de la palabra, imágenes, movimientos, etc. En esencia, se estructura simbólicamente a través de cualquier elemento que aporte significado. Schilder (1983) afirma que la imagen corporal se produce a través de la interacción social: “nuestra imagen corporal y las imágenes corporales de los otros son datos primarios de la experiencia, y que desde el principio mismo existe una vinculación sumamente estrecha entre nuestra imagen corporal y la de los demás.”(p. 203).

Desde una perspectiva socio-histórica las representaciones corporales son derivados de las fluctuaciones entre distintos elementos sociales, históricos, culturales, políticos y económicos. En todos ellos el elemento que permanece son las relaciones de poder entre las formas de representación y los cuerpos a los que son atribuidas. En este grupo se localiza la perspectiva de la medicina y la biología que sirvió antes de ejemplo. También se incluyen las visiones de la antropología, la sociología, la religión.

Sin duda, uno de los sectores sociales y culturales más importantes en relación con el establecimiento de modelos de representación que interceden directamente en el esquema e imagen corporal de las personas son los medios de comunicación masiva y la industria publicitaria. Revistas, programas de televisión, películas, redes sociales, anuncios y demás material, muestran formas de concebir muchos elementos de la vida diaria, la belleza y la imagen personal. Dice Acuña (2017): “estas concepciones de belleza ejercen una influencia sobre la percepción de los cuerpos ideales y en consecuencia la percepción del propio cuerpo” (p.191). Estos efectos son dirigidos principalmente hacia los cuerpos de las mujeres y con ello la promoción de lo que se conoce como *cosificación*, un término que, en palabras de González y Torrado (2018),

“hace referencia al proceso de construcción social por el cual todas las mujeres, constituyen un todo homogéneo y no heterogéneo, diversos y con agencia. Por el contrario, se objetiviza a las mujeres y sus cuerpos como si fueran cosas, se las desprovee de agencia, negando su diferenciación y rol de sujetos y actores políticos.” (p.2)

Se estaría hablando pues de un mecanismo de mercantilización de los cuerpos que trata, por medio de sus representaciones y prácticas, como objetos a los sujetos. González y Torrado (2018) resaltan la participación de la tecnología en estos mecanismos y concuerdan en que, si bien “han permitido el fortalecimiento de los movimientos en defensa de los derechos de las mujeres, ... también son un vehículo para ejercer la subordinación y control.” (p. 2). Así, los cuerpos son sexualizados y vueltos producto para vender, promocionar y por ende mantener un modelo de belleza que en muchas ocasiones no corresponde a la realidad de las personas, creando un ideal virtualmente inalcanzable.

Ahora bien, como lo indican Aguilar, A. y Morfín, F. (2007), el estudio del cuerpo “ha cambiado de la representación a los aspectos existenciales del cuerpo...corporeizarse es una forma de conocimiento que surge de la experiencia, la cuál es siempre intersubjetiva, construida en relación con otros” (p.28).

Así bien, lo que se ha dicho sobre el cuerpo, sus prácticas y sus representaciones puede reunirse y concretar una conceptualización que este trabajo de investigación tomará como base fundamental para entender el cuerpo, sus prácticas y sus experiencias. Se ha abordado ya, de manera general, una perspectiva que considera al cuerpo como una superficie en la que se inscriben las normas, leyes y valores de la sociedad y la cultura; y otra que refiere a la experiencia vivida del cuerpo como una anatomía de orden imaginario en donde se debaten las

funciones, extensiones, expresiones, etc. Ambas, perspectivas, en algunos instantes incompatibles, son resueltas por Elizabeth Grosz al proponer que el cuerpo “puede ser concebido como un lugar entre una física o interioridad vivida y una exterioridad sociopolítica que produce interioridad a través de la inscripción de la superficie exterior de los cuerpos” (Muñiz, E. 2015. p. 41).

De este modo, afirma Muñiz (2015), que en esta perspectiva, el cuerpo como experiencia se vuelve el centro del análisis psicoanalítico y fenomenológico, comprendiendo un modelo de inscripción que se refiere a los procesos por los cuales la subjetividad es marcada, cicatrizada, transformada y escrita desde los poderes institucional, discursivo y no discursivo, que construyen un tipo particular de cuerpo (p.41).

5.2 *Sistemas socio-técnicos*

Una red socio-técnica aparece como un ensamblaje de componentes materiales y no materiales, discursivos, tecnológicos y sociales que otorga sentido y se configura a través de prácticas. (Gómez, E. 2012. p. 396). En este entramado de relaciones participan, evidentemente, objetos y sujetos y para considerarle como un sistema socio-técnico es necesario percatarse de la mutua determinación de todos los elementos del sistema. Larsen (2008) resalta el componente tecnológico de la fotografía y la entiende como una red compleja de tecnología y no sólo como un único dispositivo tecnológico. Esta red produce distintas relaciones e interacciones y dice:

“Las tecnologías son híbridos. Desde esta posición la fotografía es tan evidentemente material y social, objetiva y subjetiva, es decir, heterogénea. Es una compleja amalgama

de tecnología, discurso y prácticas. La agencia fotográfica es un efecto relacional que se da cuando una red heterogénea de humanos y no humanos toma lugar” (p.145).

Las pantallas de los teléfonos inteligentes son ahora las zonas de contacto tecnológico más populares. A estas zonas de contacto se les conoce como *Interfaz* pues funcionan precisamente como una *superficie de interacción*, un espacio puente que liga al usuario con las funciones tecnológicas del aparato. El término de interfaz comenzó en el campo de la computación a mediados del siglo XX, entendido como “el hardware y el software a través del que el ser humano y el ordenador se comunican, y que ha ido evolucionando hacia incluir también los aspectos cognitivos y emocionales de la experiencia del usuario” (Lauren, B. 1994. p. 11). Las interfaces de los teléfonos inteligentes, cámaras web y otras cámaras digitales utilizadas en la práctica *selfie* y de cualquier otro aparato tecnológico son diseñadas a partir de los criterios de los fabricantes según la idea que posean sobre los usuarios y sobre el aparato mismo, y según las posibilidades tecnológicas del momento. La forma en que los humanos interactúan con los aparatos está mediada por el diseño de la interfaz, de ello se encarga un nuevo campo de estudio transdisciplinario llamado *Human Computer Interaction* (HCI) llegando a desarrollar todo un campo de aplicación y estudio llamado *Diseño de Experiencia de Usuario* que constituye un “proceso de diseño para crear productos que proveen experiencias significativas y relevantes a los usuarios. Esto incluye todo el proceso para lograr e integrar el producto, incluyendo aspectos de marca, diseño, usabilidad y funcionalidad.” (Interaction Design Foundation, s. f)

Aun que la interacción con el dispositivo pueda premeditarse por los diseñadores de este, se espera la participación activa del usuario. Es decir, el diseño de la interfaz y la experiencia de

usuario no tienen ningún sentido sin la aparición de un sujeto que interactúe con el dispositivo por medio de su cuerpo. De esta forma la figura del espectador, para la interfaz, “sucumbe a sus propias creaciones, puesto que éste, como usuario, se construye constantemente a sí mismo, en la medida en que sus acciones determinan el mundo en que ellas mismas son posibles y operativas.” (Catalá, J. 2005. p. 540). Esto se comprende bien al posicionar a la tecnología y al usuario como un continuo de producción. Lo que Pickerin, A. (2001), basado en las ideas de Marx sobre los sistemas de producción, refiere al decir que estamos entonces ante la creación de un sujeto para el objeto y viceversa (p.177).

No obstante, retomando las aportaciones de Flusser, en el caso de la cámara y principalmente en el del teléfono inteligente, el usuario se posiciona como un jugador, no como un trabajador enteramente condicionado por la máquina. Se propone aquí una visión que entrelace las influencias de los participantes para concebirlos como codeterminantes.

En realidad, habría de marcarse una diferencia entre la fotografía análoga y la fotografía digital sobre estos últimos puntos. En la fotografía digital, dice González (2018) hay un cambio de naturaleza frente a la fotografía análoga al romper el vínculo directo de imagen y realidad que esta tenía al componerse por un código óptico-geométrico, ya que la fotografía digital se compone más bien de un metacódigo que emula a la fotografía análoga en algoritmos numéricos para así confundirse con ella (p.218). Además, en la fotografía digital y en especial en la fotografía con teléfonos inteligentes, el fotógrafo no captura la imagen a partir del mundo real, sino a partir de la imagen que le es presentada en la pantalla del dispositivo. Es decir, que “la cámara ya produjo una imagen (e incluso se la presentó al fotógrafo mediante una corrección con filtros) que el fotógrafo elije o no” (González, 2018).

En particular, el metacódigo de los teléfonos inteligentes introduce una nueva forma de actuar frente a la fotografía: “fotografías-como-tocar” (González. 2018. p. 229). Esto gracias a la ubicuidad, automatización y facilidad de uso de estos dispositivos que según González (2018), Flusser ya había descrito en 1985 cuando habló sobre el programa lineal “mano-ojo-dedo-punta del dedo” (p.276).

Todo ello reunido en el gesto de mover el teléfono (fundido con la mano del usuario) para fotografiar (con el toque de los dedos). “La acción no es visual, sino corporal: ya no encuadra, sino que fotografía con un cuerpo colonizado por la máquina, su cibercuerpo.” (González, 2018. p. 230). Así, en la fotografía digital con teléfonos inteligentes y en especial la práctica del *selfie*, se posiciona como un encuentro altamente corporizado que crea un modo particular de interacción y a la vez una nueva dimensión del sujeto-cuerpo.

5.2.1 Humanos y no humanos

Hasta ahora se ha venido perfilando un especial interés en la interacción entre sujetos y tecnología. Esto es, de hecho, uno de los puntos teóricos centrales que sostienen a este trabajo de investigación. No obstante, es necesario profundizar en las particularidades de tal interacción para comprender cabalmente su relevancia en la constitución y disposición del cuerpo en la práctica *selfie*. Para ello se abordarán principalmente las aportaciones de Bruno Latour en torno a la llamada Teoría del Actor Red (TAR) y en particular el acuñamiento del término *mediación tecnológica*, el cual servirá como contenedor final de las consideraciones teóricas que se proponen para este apartado.

Latour es reconocido ahora por sus aportaciones en el campo de la filosofía de la ciencia, la antropología y en especial en las ciencias sociales. La propuesta, compartida con John Law y Michael Callon, sobre la TAR se ancla en “una serie de herramientas conceptuales para desentrañar las complejas redes que constituyen la producción de la verdad científica y las relaciones inseparables entre tecnología y sociedad.” (Correa, G. 2012. p. 56). Esta propuesta surgió a partir de las críticas que las ciencias sociales recibieron por sostener la idea de que en el estudio de la ciencia y el conocimiento la dimensión social no tenía participación, una visión propia de la sociología del conocimiento socioconstructivista de los años setenta y ochenta. Bajo esa perspectiva “lo social” implicaba la existencia de los dualismos como naturaleza y sociedad, interno y externo, conocimiento y creencia. La TAR inaugura una nueva concepción de “lo social” en donde tal visión dualista (en términos epistemológicos y ontológicos) desvanece oposiciones como materialismo e idealismo, cuerpo y alma, ciencia y política, o subjetividad y objetividad.

La nueva propuesta invita a reconsiderar lo social pues niega “la existencia de cuestiones puramente naturales, científicas o tecnológicas. Pero también la existencia de cuestiones estrictamente sociales, humanas o culturales.” (Larrión, J. 2019. p. 326). Así, la TAR “no distingue a la tecnología y a la sociedad como dos esferas separadas sino como un único entramado” (Correa, G. 2012. p. 59). De tal forma que acontece una nueva concepción de lo social, entendida como un *ensamblaje* o *red de conexiones* que denominan más un *colectivo*.

La naturaleza para la TAR dice Larrión (2019), “será concebible e interpretable de muy diversas maneras (humanas), pero esta también impondrá ciertos límites, restricciones o condicionantes (no humanos)” (p.327). Por eso en el colectivo se apela a la diversidad de

elementos participantes y a su mutua interconexión. Se incluyen actores humanos y no humanos que conviven con otros colectivos de forma armónica o no y entre los cuales se producen diversos mecanismos de interacción en los que no existen formas preestablecidas de actuación, dirección, motivación o metas (Cruz, A. 2015. p.65). Así el desarrollo de las interacciones en el colectivo no es de forma lineal, sino que tomarán múltiples direcciones y sentidos para armar, precisamente, la red a la que la TAR le apuesta.

Ahora bien, puesto que para la TAR distinguir entre sujeto y objeto carece de sentido al proponer que se encuentran dentro de una red de mediaciones sin agentes particulares y predefinidos, la *medialidad tecnológica* es un término que se posiciona como un pilar en el entendimiento de las interacciones entre humanos y no-humanos. según Correa, G. (2011) la medialidad tecnológica “será aquello que se encuentra o se mueve entre las cosas, entendida como arbitraje, moderación, paso comunicación, combinación, intercambio, traducción, transformación, sustitución” (p. 67). En otras palabras, es el punto de encuentro e interacción entre las personas y el contexto socio-técnico de los dispositivos, aparatos y redes con los que entra en contacto.

Cabe aclarar que, aunque la TAR es una perspectiva altamente metodológica, en este proyecto de investigación se tomarán en cuenta sus aportes teóricos y sus modelos metodológicos no formarán parte de las acciones realizadas a lo largo de esta investigación.

5.2.2 Fotografía digital en red, la *selfie* como sistema socio-técnico

Se podría decir que el campo de la teoría fotográfica ha intentado abordar las *selfies* de varias maneras, generando inevitablemente un extenso debate y abriendo nuevos caminos que

apuntan hacia un abordaje multidisciplinario. Por un lado, desde el costado del potencial autorepresentativo de la *selfie*, se plantearía una mirada “clásica” en donde se otorgaría cierto privilegio al análisis estético de la imagen. Esto inclinaría la balanza hacia una tradición semiótica del medio fotográfico e inhibiría la incorporación de las novedades tecnológicas que la *selfie* precisa para conceptualizarse. En otras palabras, se estaría tratando pues de un autorretrato y no una *selfie*, ya que la constitución de este fenómeno, aquello que lo singulariza, es la utilización de un aparato tecnológico (cámara web o teléfono inteligente) y no solamente su carácter representacional de imagen. Comprender que una imagen en particular es una *selfie* (en lugar de solo una fotografía de un rostro) requiere que el espectador haga inferencias sobre las condiciones tencoculturales no representacionales en las cuales esa imagen fue creada (Frosh, P. 2015, p. 1608).

Por otro lado, con cierta separación de la perspectiva clásica, se entiende a la fotografía en general como una constelación fluctuante de dispositivos, prácticas culturales materiales y formas representacionales (Batchen, 2004, p. 115). Esta perspectiva es contingente a las experiencias digitales y continúa cobrando cada vez más terreno. El núcleo de esta perspectiva es la importancia de la participación en red de tres elementos: los dispositivos, las prácticas culturales y las formas representacionales.

De este modo se posiciona a la fotografía dentro de un sistema socio-técnico pues diversos aparatos tecnológicos, contextos sociales, contextos culturales y formas de representación interactúan entre sí para dar forma a distintas prácticas fotográficas. De tal forma que las prácticas relacionadas con la fotografía “incluyen todas aquellas rutinas de preparación, producción, uso y socialización de las imágenes fotográficas, así como el significado que para

determinado grupo tienen.” (Gómez, 2012, p. 398). En la práctica del *selfie* es posible encontrar todos esos elementos y en todos ellos intercede de alguna forma un aparato tecnológico. Esto concuerda con la propuesta de Gómez y Thornham (2015) para comprender el rol de la fotografía en la era digital hay que centrarse en las prácticas, ya que las imágenes son solo uno de varios elementos del proceso fotográfico y en ocasiones no el más relevante (p.3).

Se entiende así que en las prácticas fotográficas se materializan tanto los conocimientos técnicos y prácticos para utilizar los dispositivos tecnológicos involucrados en ellas (fotográficos o no), como los significados que sus imágenes resultantes tienen para determinado contexto social y/o cultural. El sentido de las imágenes y la práctica es el complejo resultado de esa agencia compartida formada por los dispositivos y sus aplicaciones, los individuos y grupos, las plataformas y sus características y regulaciones, las normas de uso formales y las reglas de etiqueta informales, las intenciones de usuarios, comercializadores y reguladores, y también lo que escapa a esa intencionalidad. (Lasén, 2012, pág. 258).

En el contexto del fenómeno *selfie*, el dispositivo utilizado proporciona una inmensa gama de posibilidades para expandir las variaciones de la práctica *selfie*, es decir, los teléfonos móviles inteligentes, gracias a sus constituciones en software y hardware, diversifican los elementos que componen a la práctica. Aguado y Martínez (2008. citado en Rabadán, 2016) mencionan que el teléfono móvil se ha constituido en un objeto cultural gracias a su “impacto en los procesos de producción de la identidad individual y colectiva mediante la integración de nuevas prácticas asociadas al registro e intercambio de imágenes”. Pero no sólo al registro e intercambio de imágenes, sino que, sobre todo, en el establecimiento de prácticas en las que el

cuerpo es protagonista, espectador y crítico, en las que se incluyen los momentos previos a la realización de la fotografía y los efectos posteriores del intercambio de las imágenes.

6 METODOLOGÍA

Para esta investigación se ha establecido un encuadre metodológico de orden cualitativo con un enfoque fenomenológico. Aunque el enfoque fenomenológico es utilizado principalmente en los campos de la psicología, la psiquiatría, el desarrollo humano, la educación y la sociología, este se presenta como el más adecuado para cumplir con el propósito de esta investigación.

Entendiendo que la fenomenología “se fundamenta en el estudio de las experiencias de vida, respecto de un suceso, desde la perspectiva del sujeto” (Fuster, 2019, p. 202), solo es posible explorar la experiencia de la corporalidad de la práctica *selfie* bajo el contexto socio-técnico de todo el fenómeno. Asimismo, adherirse a una perspectiva fenomenológica, implica considerar a los seres humanos como “sujetos encarnados-en-relación-con-el-mundo” (Moreno, 2014, p. 71), lo cual establece las bases de este marco metodológico. De igual forma, la propuesta de la TAR, altamente metodológica, invita a una tarea más profunda que la descripción, que logre una cartografía de la complejidad de la realidad y permita vislumbrar las múltiples mediaciones de los actores. En esencia se buscan visiones en detalle y de detalles, pero parciales, que no es otra cosa que *ver muy poco, pero ver muy bien* (Cruz, 2015. p. 67).

Como técnica de recolección de datos se decidió utilizar la entrevista semiestructurada ya que otorga mayor flexibilidad que el cuestionario o la entrevista estructurada, pero a la vez permite ceñirse con uniformidad a los propósitos de la investigación (Díaz-Bravo, Torruco-García, Martínez-Hernández y Varela-Ruiz, 2013, p. 163).

Con el fin de recabar datos preliminares sobre las categorías más relevantes para profundizar en las entrevistas posteriores, se decidió comenzar con una prueba piloto de entrevista. Posteriormente se diseñó el instrumento y se realizaron 10 entrevistas semiestructuradas según la formación de categorías siguiente:

a) Conceptualización de la *selfie*:

Pretende explorar las distintas formas de entender qué es una *selfie*, para qué sirve y qué significados tiene para las personas que la practican.

b) Procedimiento:

Se analizan los procesos que se siguen para realizar una *selfie*, sus variantes, modificaciones y excepciones según criterios personales, sociales, técnicos o culturales.

c) características socio-técnicas:

Comprende todo lo que respecta a la interacción de las personas con los dispositivos tecnológicos utilizados en el fenómeno *selfie*. En específico se abordarán las características técnicas de los dispositivos, los conocimientos tanto técnicos como sociales aplicados al momento de tomar una *selfie* en donde se incluyen las normas, reglas y procedimientos que se siguen para hacerlo y la forma en que se obtienen tales conocimientos. Se incluyen también los hábitos sobre frecuencia, cantidad de *selfies* y formas de socializarlas, además del significado que los dispositivos tecnológicos tienen para sus usuarios.

d) experiencia corporal:

Alberga todo lo que respecta a la intervención del cuerpo en el fenómeno *selfie*, es decir, los movimientos, rutinas, preparaciones, poses y gestos que aparecen al momento de tomar una *selfie*. Se incluyen los usos, funciones y significados particulares que el fenómeno produce, promueve o modifica en cuando a la actividad corporal para las personas, así como también los cambios, modificaciones o alteraciones al cuerpo dentro del proceso de captura de la *selfie* como ángulos de cámara específicos, procesos de retoque digital, vestuario, aplicación de filtros, etc.

Se integran también las formas de disciplinamiento del cuerpo y la aplicación de técnicas y procedimientos que ciñen y determinan algún proceso relacionado con la conformación y mantenimiento de la identidad.

Así pues, basándose en la teoría fundamentada, la entrevista preliminar sirvió para robustecer el marco teórico y proveer una sólida base para el análisis de los resultados finales. De esta manera se encontró que la muestra inicial, establecida con los siguientes criterios: mujeres de entre 15 y 18 años, que se identifiquen a sí mismos como practicantes activos de la *selfie* y que utilicen un dispositivo iPhone 6s o posterior, no es adecuada para los intereses de esta investigación por varios motivos: por un lado, la Encuesta Nacional sobre Disponibilidad y Uso de Tecnologías de la información en los Hogares (ENDUTIH) 2019, publicada a principios de 2020, mostró que el rango de edad seleccionado inicialmente representa menos del 12% del total de usuarios de telefonía móvil en México; por otro, se encontró que las personas entrevistadas no mostraban una práctica activa en *selfies* pues han surgido nuevas plataformas de interacción como TikTok en donde la fotografía es remplazada por el video y las animaciones digitales. Así pues, se hizo un ajuste en el rango de edad de la muestra.

De tal forma que siguiendo los datos presentados por el Instituto Nacional de Estadística y Geografía (INEGI) sobre la ENDUTIH 2019, en donde se informa que las mujeres representan el 51.7% de los usuarios de telefonía móvil, y aunque el grupo de edad con mayor cantidad de usuarios es de 25 a 34 años con el 18.9%, por accesibilidad a la muestra, se ha decidido contemplar solamente el grupo de 18 a 24 años, el cual representa el 15% del total de usuarios de telefonía móvil.

Se estableció también, como forma de homologación de la muestra, que los participantes utilizaran un dispositivo iPhone, modelo 6s o posterior, con el sistema operativo iOS 12 o posterior, para realizar sus *selfies*. Esto con el objetivo de estandarizar lo más posible en lo que respecta a las características del dispositivo y así mantener cierta uniformidad en la experiencia de la interacción con la tecnología. Aun así, se contempla activamente que las experiencias de interacción tecnológica de cada persona entrevistada no se ciñen exclusivamente a las características físicas-materiales del dispositivo, ni a su diseño, composición o estructura en cuanto a software.

Finalmente, se determinó así que la población participante fueron mujeres de entre 18 y 24 años, que indiquen gustar de realizarse *selfies* y que utilicen un dispositivo móvil con las características antes mencionadas. La entrevista preliminar se incluyó en el análisis final pues la entrevistada cumplía con el requisito de edad de la segunda muestra. Así mismo, la selección de las participantes se realizó por el método “bola de nieve”. Es decir que las mismas participantes contactaron a las siguientes entrevistadas. En total se realizaron diez entrevistas pues se llegó a la saturación teórica.

Estas entrevistas tuvieron una duración promedio de 1 hora. Siete de las diez entrevistas finales se realizaron vía web dada la contingencia sanitaria del COVID-19. Todas las entrevistas fueron grabadas en audio y fueron transcritas para procesarse en el software de investigación Nvivo en donde se realizó el análisis de la información recabada y algunos de los diagramas y gráficos que se utilizan en la sección de resultados para sintetizar los hallazgos de este proyecto. El nombre real de todas las participantes fue modificado para proteger los estatutos de confidencialidad y se utilizaron nombres ficticios en su lugar.

Como parte de las delimitaciones de este proyecto de investigación se encuentra su objeto material, el cual es *la práctica selfie*. Así pues, se abordarán solamente su dimensión socio-técnica y su dimensión corporal, es decir, la interacción entre los usuarios y los dispositivos tecnológicos junto con el contexto social en donde se desarrollan, ligándose a la participación de los cuerpos de quienes practican la *selfie*. Es importante resaltar que las imágenes fotográficas (*selfies*) no serán el objeto de estudio para este proyecto de investigación.

7 Análisis y resultados

La información recabada mostró que las categorías analizadas guardan muy variadas relaciones entre sí y comparten conexiones pluridireccionales en múltiples niveles. Esto supone un entramado profundo entre la tecnología, las interacciones sociales, las prácticas corporales y los procesos entorno al fenómeno *selfie*. En otras palabras, ninguno de estos elementos existe por sí mismo; todos los elementos dependen de los demás, aunque sea momentáneamente. Siendo así, la exposición de los resultados intentará dar vista de estas múltiples conexiones, al mismo tiempo que busca presentar de forma clara los hallazgos realizados.

Para ello se organizaron cuatro grandes apartados de análisis correspondientes a las categorías exploradas en las entrevistas: **a) El concepto de *selfie*, b) El proceso, c) La intervención socio-técnica y d) La experiencia corporal.** El apartado **a)** corresponde a la exploración general sobre el concepto de *selfie*, en el que se incluyen los significados y motivos de una *selfie*. En el apartado **b)** se presenta el proceso base del cual se desprenden modificaciones particulares según el propósito y condiciones de la *selfie*. En el apartado **c)** se explora la forma en la que el teléfono inteligente y su condición socio-técnica intervienen en el proceso. Y en el apartado **d)** se analiza la experiencia corporal de las entrevistadas frente a la práctica *selfie*, es decir, las modificaciones, cambios, constituciones, significados que se construyen en relación con la corporalidad durante la práctica *selfie*.

Esta organización se propone sólo como una forma de estructurar los resultados siguiendo una progresión clara de la evolución del mismo análisis. Así mismo, como ya se ha indicado, los elementos analizados están íntimamente relacionados y no pueden ser excluidos en su totalidad

unos de otros, por tal motivo se dejará para la sección de Conclusiones para retomar y profundizar en las relaciones más relevantes entre los elementos de análisis.

Así pues, cabe aclarar, que a modo de ejemplo, se presentarán entre los párrafos de esta sección algunos diálogos y comentarios sucedidos en las entrevistas para constatar la información obtenida y explorar mejor los hallazgos realizados. Se expondrán estas citas mostrando en mayúsculas el nombre (ficticio) de las entrevistadas, seguido de su comentario. Si en la cita es pertinente mostrar la pregunta o el diálogo con el entrevistador, se especificará con la letra “E:” lo que corresponde a las palabras de este.

7.1 *El concepto de selfie*

Puesto que la *selfie* es un fenómeno relativamente reciente, directamente ligado con las innovaciones tecnológicas y en constante evolución, es esperado que exista un alto grado de dispersión en cuanto a su conceptualización, sus usos, sus formas y sus significados. Así mismo, al ser un fenómeno engendrado en la propia práctica, es más susceptible a contener variaciones pronunciadas según la experiencia individual de cada sujeto, es decir, es un fenómeno sustentado en múltiples prácticas, las cuales son producidas en el encuentro único de la persona con los elementos que le componen, produciendo variaciones singulares en cada persona.

Aunque existen claras descripciones sobre los distintos tipos de *selfies* y sus variaciones, como las que propone el canal de entretenimiento y moda E! Entertainment Television (2020), en el que divide tipos de *selfie* utilizando fotografías de famosos estadounidenses como Selena Gomez y Kylie Jenner, estas se construyen en su mayoría a partir del análisis de la imagen final y sobre todo en la imagen publicada en redes sociales. Existen también otras clasificaciones que aluden al nivel y la forma de representación del yo (Zhao y Zappavigna, 2018), a los elementos

visuales que aparecen en la imagen o a los momentos en los que se realiza (Castro, 2016). En estas clasificaciones se visulmbra un poco la participación del dispositivo fotográfico en la constitución de la *selfie* como en el caso de las *dronies* (*selfies* tomadas con un drone) o también en las *selfies espejeadas* (Zhao y Zappavigna, 2018), en donde se resalta la función meta-representacional de la intervención del dispositivo fotográfico y de un espejo (ambos objetos de la tecnología).

No obstante, siguiendo los objetivos de esta investigación, se apuesta a que hay más en este fenómeno que solo la fotografía final y sus elementos visuales. Es por esto que en este apartado sobre *el concepto de selfie* se propone construir un entendimiento sobre los usos, definiciones, variaciones, tipos o excepciones que la *selfie* ha adquirido, tomando en cuenta principalmente a las *prácticas que construyen* las imágenes *selfie*.

Para comenzar, es importante resaltar que dadas las condiciones de existencia del fenómeno *selfie* y sus prácticas relativas, es decir, su profunda relación con los avances tecnológicos y con las dinámicas de interacción social, sería imprudente suponer que es posible otorgarle una definición exacta a la *selfie*. Por ello se apunta a comprenderle en su concepto, considerando múltiples acepciones, y así conocer de mejor manera a los elementos que le componen para entonces alumbrar las dinámicas desapercibidas que se juegan durante los procesos que le dan forma.

Así pues, se ha encontrado que de forma general una *selfie* es descrita sencillamente como *una fotografía que uno toma de sí mismo*. Una descripción ligera, sin duda, pero que engloba ampliamente la naturaleza de estas fotografías. Sin embargo las diferenciaciones

comienzan al poner en duda lo que significa y constituye el acto de “tomar una fotografía” y sobre todo la dirección de ese acto, es decir, “a uno mismo”.

Así pues, las entrevistadas mostraron peculiares diferencias en su entendimiento sobre las *selfies*, dependiendo tanto por las características socio-técnicas del dispositivo y el medio social con el que se interactúa, como por la experiencia corporal particular de quien realiza una *selfie*, la cual, a su vez, es mediada por las condiciones del contexto social en el que se vive y por las características psico-emocionales individuales de la persona, sin mencionar la participación retroactiva de la propia interacción el dispositivo fotográfico. Ello indica que el concepto de *selfie* se construye a partir de múltiples pilares y en efecto, no puede darse una definición asilada de las prácticas singulares de cada persona, pues se encuentran en constante cambio.

Por ejemplo, las participantes Mariana, Adeline y Maru respondieron a la pregunta ¿Qué es una *selfie*? Haciendo alusión a esta, antes mencionada, sencillez y generalidad en el concepto. De hecho, esta última entrevistada señaló directamente que la respuesta a esa pregunta puede parecer “tonta”:

MARU: “pues una foto tuya, tipo que tú te la tomas. Se oye tonto, pero sí, o sea una foto que tú tomas sola, ¿sacas? Bueno, no tiene que ser sola, puede ser con más gente, pero regularmente sola. Bueno, Okay, una foto tuya que tú tomas, eso.”

MARIANA: “Es una foto de mí que yo me estoy tomando.”

ADELINE: “Para mi una *selfie* es una foto que me tomo yo.”

Esto muestra, además, que el fenómeno *selfie* y sus prácticas pertenecen al mundo de lo habitual y su entendimiento no representa una gran preocupación, pues su funcionamiento es

comprendido en las acciones de la vida diaria, instaurándose tan profundo en la cotidianeidad que su sencillez puede resultar a la vez muy enigmática. Esto es, precisamente, la conformación de una práctica, de un saber situado en el hacer y no en el conocer.

A esta base conceptual sencilla se le agregan ciertas condiciones que resaltan el uso de un aparato fotográfico o el reforzamiento de la cualidad *auto*, (*sí mismo*) de la *selfie*, coincidiendo en que un elemento distinguible para una *selfie* es la aparición del rostro dentro del marco fotográfico:

ROSA: Pues como un autorretrato que nos hacemos ya sea de un teléfono o cualquier cámara.

ARLET: Una foto de mi cara.

ALETT: Es una foto, una autofoto que te tomas a tí mismo de tu cara.

ALONDRA: Para mi es más que nada tomarte una foto donde salga tu cara...

De esta forma queda asociado a la *selfie* el componente tecnológico y se fortifica la íntima relación entre el sujeto y sí mismo a través del elemento corporal del rostro, el cual, como se expondrá mas adelante, aparece como un componente muy importante para todo el fenómeno, pues su papel se sostiene en más que su mera estructura fisiológica y se expande a una experiencia corporal de significación intersubjetiva, emocional, cultural, social, etc.

En este caso, Fabiola, la más joven de las entrevistadas, al responder la misma pregunta antes mencionada, hace referencia a su experiencia vivida, organizada por el gusto de las particularidades físicas personales, por la muestra de belleza y por las interacciones sociales.

FABIOLA: “Para mi una *selfie* es...o sea ya sea... a mi me encantan las *selfies* cuando te da el sol directo, por que hace que se te vean más tus expresiones o no sé. Esa luz que hace

que te vas más, pues ¿cómo te diré?... pues como más bonita o bueno no sé. Bueno, una *selfie* para mi significa que te gusta como te ves o la quieres subir a tus redes sociales y quieres decir de que no pues esta foto me encantó por tal cosa, por como se me ven los ojos, la nariz o la boca o quién sabe y pues así. “

En esta respuesta se puede observar que no hay una conceptualización estricta de lo que es una *selfie* y que se comprende a partir de las formas en que se experimenta personalmente todo el fenómeno. El elemento de belleza sobresale y aparece, de hecho, en distintos puntos del fenómeno, las prácticas y toda la experiencia general de las *selfies*. Esto aparece también en otras entrevistadas al responder la pregunta “¿Cuándo sueles tomarte *selfies*?”

ADELINA: “cuando me siento bien, o sea cuando me siento bonita o me gusta cuando me veo, siento que es lo primero que hago, o sea, tomar una foto, una *selfie*. O cuando estoy con personas que quiero o cuando es un evento importante para mí.”

ARLET: “Cuando me arreglo y me veo bonita y quiero guardar ese momento o para enseñarle algo a alguien, como que su opinión.”

CARLA: “No, a menos que sea especial de que «hoy me siento bonita» pero es diferente el rubro de «me voy a tomar fotos para subirlas»”

Se encuentra así que en muchas ocasiones el motivo para tomarse una *selfie* no es otro más que el apreciar el propio aspecto físico, a veces como una forma de alentar el ánimo, otras como mero gusto por el autoconcepto. Todo ello enfocado en promover el autoestima y el bienestar general:

ALONDRA: “La neta, la neta... empiezo a decirme «la verdad estoy bien bonita» me empiezo a dar ánimos a mi misma. Es una forma de motivarme por así decirlo.”

No obstante, algunas entrevistadas reportan que en otros momentos de su vida, las *selfies* tenían un impacto un tanto negativo en su percepción corporal y en esos momentos se concebía a la *selfie* más bien como una muestra de vanidad o egocentrismo.

ARLET: “Sí, hubo un momento de mi vida en el que todo era *selfies* y no me gustó...”

ALONDRA: “O sea por ejemplo esos cambios que antes quería hacerme o que pensaba constantemente era más que nada por *selfies* y porque siempre me quedaba viendo mucho hacia el espejo. Siempre me volteaba a ver al espejo y me comparaba con la *selfie* y empecé como que «a ver quiero esto y me quiero cambiar esto y lo otro» entonces siento que si se involucraba más o menos en mi vida las *selfies* para querer cambiar cosas.”

Esta perspectiva es residual de las primeras consideraciones populares sobre la *selfie*, aquellas en donde se acentuaba coloquialmente su sentido *auto* y se le percibía como una práctica superficial y vaga, en donde sus usuarios se les consideraba como falsos, presumidos o exagerados.

ARLET: “Creo que hay muchas razones, pero creo que la principal es ego, o sea el «como me veo» no sé, lo primero que puedes llegar a pensar es eso, muchas veces que te arreglas o así quieres saber cómo quedaste o recordarlo, pero creo que la principal razón es el ego.”

MARU: “o sea yo lo que siento que pensarían de mí es como que «ay que presumida»...”

LIZA: “Pues se me hace bien pero hasta cierto punto se me hace como muy egocéntrico, si como medio.... ¿cómo te digo? si, o sea hasta cierto punto ya se me hace muy falso es como que «ay ¿qué, tu cara qué?»”.

Paralelo a esto, las *selfies* son consideradas también como una especie de invitación a experimentar lúdicamente con el cuerpo y construir así un gusto por la apreciación de toda la corporalidad.

*ADELIN*E: “eso es lo que me gusta de las *selfies* cada uno puede jugar con todo, con todo lo que tiene. Siento que todos podemos encontrar un buen ángulo y que nos guste nuestra *selfie* si encontramos la forma adecuada para nosotros”

LIZA: “Por ejemplo tengo amigas que a lo mejor les gusta más algo de moda, de maquillaje o así y lo hacen dirigiéndose hacia esas cosas ¿me explico? cada quien agarra su punto, lo que quiere mostrar.”

ARLET: Pues en el momento lo veía como algo muy vanidoso pero siento que tiene que ver con quererte y no de manera egoísta si no como «hoy me gusto o quiero que la gente me vea que hoy me veo bien», siento que ya hay un balance.

Así, las *selfies* han pasado desde una conceptualización superficial ligada profundamente con el egocentrismo y la vanidad, hasta un acto de promoción a la autoestima y la identidad. Estas perspectivas si bien pueden parecer opuestas, son muy similares en el sentido de la autoreferencia. En ambas perspectivas se remite a la *autoafirmación*, de la identidad, del concepto de sí mismo, del propio yo.

Ahora bien, la característica imprescindible para diferenciar entre *selfies* y cualquier otro autorretrato se encuentra en las capacidades tecnológicas del dispositivo utilizado, en particular su hibridación entre la pantalla (el soporte) y la cámara.

FABIOLA: Que en el autorretrato te la toma una persona y no te estás viendo y en la *selfie* te ves porque ves cómo te ves y si no te gusta. Y en el autorretrato puedes decir a no pues acomódame de tal lado o se me ve mejor de este lado o del otro.

E: ¿En una *selfie* te tienes que estar viendo al mismo tiempo que te tomas la foto?

FABIOLA: “¡Ajá!”

MARU: Pues no sé. Yo solo me tomo *selfies* con el celular, nunca he usado una cámara normal porque pues no sé, siento que no es tan fácil por lo mismo de que no te ves. O sea de que se puede se puede pero no te estás viendo, pues.

Posicionar la cámara en la parte frontal de los smartphone, junto con la pantalla, es una de las señales más reconocidas de que se trata de una *selfie*. Utilizar la cámara frontal para capturar la fotografía es un gesto distintivo de la práctica *selfie*.

ALONDRA: “Mmmh, no. Bueno *selfie* es tipo más que nada cámara frontal ¿no? O sea que salga nada más esto (señala con sus manos su cara y parte de su torso). El tomar una foto con tu celular pero con la cámara trasera por así decirlo, es como que ya una foto normal. Pero para mi *selfie* es de que frontal.”

Se muestra así que la capacidad de observar la imagen de uno mismo a la par de capturar la fotografía es la característica más representativa de la práctica *selfie*. Ello muestra que la conceptualización de la *selfie* parte de la experiencia particular del fotografiarse a uno mismo, del

encuentro con el dispositivo *cámara-pantalla* que provee la peculiaridad de poder capturar la imagen fotográfica que uno observa de sí mismo. A diferencia de una cámara fotográfica convencional, en un smartphone es muy sencillo ver la imagen de uno mismo al tiempo en que se captura. Esta posibilidad es fruto del diseño del dispositivo que responde directamente a las exigencias del mercado, de la industria y de la tendencia tecnofílica de las sociedades contemporáneas.

Esta es pues una diferencia clara entre autorretratos y *selfies*. En definitiva una *selfie* es un autorretrato pues se trata de una fotografía que captura la imagen del usuario de la cámara. Sin embargo, no todos los autorretratos son *selfies*. Por ejemplo, Liza utiliza el smartphone como pantalla extendida del teléfono para volver la cámara tradicional en una especie de nuevo aparato de *selfies*.

LIZA: “O sea pongo el temporizador y me veo aquí en el teléfono con el control y las tomo pero son más, son mi cara, como un autorretrato vaya.”

De hecho, que ella nombre como “autorretrato” a esta funcionalidad hace evidente la presencia de una frontera más para las *selfies*. Aquí podrían incluirse cámaras digitales (convencionales) que tienen la capacidad de conectarse a internet y compartir las fotografías al momento que se capturan y aquellas que tienen la capacidad de girar su pantalla hacia el frente del dispositivo.

No obstante, un autorretrato continúa en reserva para la esfera del arte, se expande hacia la pintura, el dibujo o la escultura, además de considerar un mayor grado de preparación y tecnicidad. La *selfie* así, es considerada como una forma expés, instantánea, del momento, que no requiere gran cantidad de conocimientos técnicos.

MARU: “Si, si. Pero si tu dices autorretrato pienso más en arte, pintura o cosas así. Como algo más artístico, más profundo, o con más significado. Una *selfie* siento que es algo como de la vida común, o sea, si es algo que te tomas por verte mejor, por exponerte al mundo, etc. Pero también es algo que por ejemplo, yo con mi novio, le mando una *selfie* de que aquí en el gym y aunque no salga la mejor pose mandas la *selfie*. Ya es parte de una rutina, de un lifestyle por así decirlo, que no es algo tan profundo. Y un autorretrato, si tú me dices autorretrato si me parecería más como tipo exponer o retratar lo que soy yo, tipo más artístico, con más significado. O sea yo así lo separaría.”

LIZA: “A lo mejor un autorretrato es solamente con cámara y la *selfie* con un celular o cualquier cosa que sea diferente a una cámara.”

CARLA: “Siento que es una foto rápida que para cualquier momento es de que «*selfie*» no es como que el proceso de una foto donde tienes que acomodarte y así, tipo más profesional que nada más es así como que rápido.”

Por un lado, la aparente simplicidad de la *selfie* remite a una presentación del yo igualmente simple o “incompleta”, pero por otro, la misma fugacidad aporta ciertos elementos de autenticidad al disminuir la preparación en especie de teatralidad que un autorretrato clásico supone. Sin embargo puede anticiparse que en ambos casos, en la *selfie* y el autorretrato, existe cierta clase de arreglo, organización y disposición de uno mismo a condición de ciertos parámetros propios del contexto, de las características de la imagen y de la situación de su captura, por lo que diferenciarles por el grado de exposición del yo o la identidad es un parámetro poco útil para su conceptualización. Siguiendo la propuesta de esta investigación sería mucho más conveniente

resaltar las características de la *selfie* en función de las capacidades socio-técnicas y su impacto en la experiencia de la corporalidad.

Tomando en cuenta esto, la peculiaridad de poder observar la propia imagen en la pantalla del teléfono inteligente resulta más fructífera para conceptualizar la *selfie*. La singularidad de encontrarse con la propia imagen no es una experiencia nueva, los espejos y otras superficies reflejantes ofrecen ya esta posibilidad. Sin embargo, estos reflejos no permanecen, su experiencia es efímera y aparentemente personal. Las *selfies*, pues, permiten extender claramente esta imagen hasta la mirada de otros, trascendiendo lo que uno puede ver de sí mismo para incluir tácitamente lo que otros ven en esa imagen. Esta extensión es un resultado directo de los avances tecnológicos en el dispositivo y es lo que convierte a la *selfie* en un fenómeno socio-técnico. De esta forma las *selfies* se vuelven una superficie un tanto más profunda que el reflejo de un espejo y se convierten también en espacio de almacenamiento. Su contenido es un referente para comparar la realidad percibida en primera instancia por los sentidos, con la realidad presentada por medio del dispositivo.

FABIOLA: “Gracias a las *selfies* me veo. Obviamente en los espejos sí, pero se las puedo enseñar a la demás gente. En el espejo nada más te ves tú y se acabó. “

ALETT: “No es igual cómo te ves en un espejo a cómo te ves en una pantalla.

E: ¿por qué no es igual?”

ALETT: “No sé! O sea, en el espejo como que... a veces me pasa que me veo bien en el espejo y luego en la cámara no. Digo no se a que se deba pero según yo si cambia cómo te ves en un espejo a como te ves cuando ya te vas a tomar una *selfie*. O sea lo utilizo como un espejo.”

CARLA: “No me gusta que a veces no salen bien, o sea que en el espejo yo me puedo ver muy bien pero en la cámara no.”

LIZA: “No es lo mismo verme en un espejo o en una foto.”

Se hace evidente así que hay una diferencia entre la imagen de un espejo y la imagen *selfie* y se destaca la aparente cualidad representativa de su condición fotográfica. Que una pantalla digital se posicione en comparación con un espejo advierte que la mediación tecnológica del proceso fotográfico sigue siendo muy enigmática y por ello la propuesta de Vilém Flusser (2015) sobre el funcionamiento de los aparatos como cámaras oscuras es muy pertinente. Las personas se percatan de estas diferencias, entre el espejo y la pantalla, pero no están al tanto de cómo son dadas (deformación por la distancia focal del objetivo, capacidad de procesamiento digital, equilibrio de blancos, perspectiva, capacidad del sensor digital, resolución de pantalla, etc., etc.).

De cualquier forma, puede entonces diferenciarse un tipo de *selfies* muy particular y también popular, aquellas que se toman frente al espejo. No obstante para unas entrevistadas este tipo de fotografías no son consideradas una *selfie*.

E: “Alguna vez te has tomado *selfies* con la cámara trasera?”

ADELINE: “Si, más que nada las del espejo.””

E: “Ok, entonces cuando te tomas *selfies* ¿también utilizas la cámara trasera o en el espejo cómo le haces?”

MEYRONE: “Ah, o sea, viendo al espejo, como cuando vas a tomar una foto, pero en el espejo.”

Según la propuesta Zhao y Zappavigna (2018) las *selfies espejeadas* (tomadas frente a un espejo) agregan un nivel más de mediación en comparación con las *selfies presentadas* (*selfies* directas). En las *selfies espejeadas* el recorrido de la imagen inicia en la persona, pasa por la cámara, luego por el espejo y regresa a la persona; en las *selfies presentadas*, inicia en la persona,

pasa por la cámara y regresa a la persona. Ese recorrido implica, por supuesto, cambios en el procedimiento y por ende en toda la práctica. Por ejemplo, la pose deberá coordinarse tanto en la pantalla del dispositivo como en la imagen del espejo. Lo mismo sucedería con el ángulo de captura, con el acomodo del fondo, la iluminación, etc. Estos cambios significativos se vuelven un parteaguas para conceptualizar este tipo de fotografías como *selfies*.

Otro parámetro para conceptualizar la *selfie* corresponde a las diferencias sobre el propósito y la plataforma por la que se compartirá. Por ejemplo, Maru identifica tres tipos de *selfies* según estos parámetros (casual, para exponerse al mundo y como sistema de memoria).

MARU: “Si es ese tipo de *selfie* sí... o sea porque yo siento que hay tipos de *selfies*. Como que hay la *selfie* que es casual que mandas nada más porque si, sin importar como salgas. Pero hay más, ¿sacas? está la *selfie* casual, la *selfie* que ya es tipo la que pones en Instagram, la que está retocada así lo que quieres exponer al mundo y la *selfie* tipo de memoria como la Polaroid o así, esa es tipo para el recuerdo, salga como salga, la mitad de tu cara o así. Entonces depende también para qué quieres la *selfie* o para qué la estás usando.”

Se podrían determinar múltiples parámetros para establecer una clasificación para la *selfie* y analizando la información obtenida por medio de las entrevistas, un buen camino a seguir es por medio de los usos y significados que se les pueden atribuir a estas fotografías. Se profundizará en ello durante el siguiente apartado. Por ahora resta decir que un elemento constitutivo de las *selfies* es su relación con el estado emocional que precede, suscita y mantiene la práctica en cuestión.

Se encontró que el “sentirse a gusto”, estar en el humor adecuado y que la persona se sienta cómoda con su esquema e imagen corporal en general, son elementos recurrentes y muy

importantes dentro del fenómeno *selfie*, sobre todo como punto de partida para determinar la forma de ejecutar sus prácticas. Las respuestas a la pregunta “¿Qué es lo más importante de una *selfie*?” apuntan a esto mismo.

ADELINE: “Qué yo me sienta a gusto, que yo me sienta a gusto con cómo me veo. Que yo me sienta bien.”

ARLET: Creo que si tú te sientes bien va a salir bien, creo que es importante eso.

MEYRONE: Que me sienta bien con esa foto, al tomármela y compartirla.

LIZA: mmm lo que transmite, las emociones.

ROSA: Lo más importante para mí es que te guste a ti, que te valga la opinión de los demás. Si te gusta a ti y te sientes segura tú, pues está bien. Súbela o así.

De las entrevistas puede rescatarse que una *selfie* es entendida, de manera general, como una fotografía que uno toma de sí mismo, especialmente de su rostro, utilizando principalmente la cámara frontal de un teléfono inteligente. Pero también se incluye, para algunos, fotografías tomadas frente al espejo o utilizando otro dispositivo fotográfico. Lo que permanece, sin importar qué dispositivo tecnológico se utilice, es la aparición del yo y del cuerpo. Se encontró así, que las mayores diferencias sobre las *selfies* están en relación a sus objetivos, significado y los medios en los que serán compartidas o almacenadas. Esto se abordará en el apartado siguiente.

7.1.1 Usos y significados ¿Para qué una *selfie*?

Dentro de la conceptualización de la *selfie* se encuentran sus significados, usos y propósitos. Los usos de la *selfie* no se limitan a exponerse egocéntricamente a sí mismo, como la visión más burda y general suele sugerir, sino que se amplían a intenciones y motivaciones de comunicación, de relación, de confianza, de archivo y memoria o de autoreferencia. Las *selfies* se utilizan para expresar emociones, como elemento de conversación, como experiencia de belleza y sensualidad.

Las entrevistas mostraron que el realizar una *selfie* es señal de que a uno le agrada cómo se ve a sí mismo, particularmente en términos fisionómicos.

FABIOLA: "... bueno, una *selfie* para mí significa que te gusta cómo te ves o la quieres subir a tus redes sociales, y quieres decir de que «no pues esta foto me encantó por tal cosa, por como se me ven los ojos, la nariz o la boca» o quien sabe y pues así."

Se agrega a ello una satisfacción con el estado de ánimo del momento, es decir, para realizar una *selfie* es indispensable encontrarse en un ánimo agradable para la persona o haber experimentado una emoción o sentimiento tal que se obtengan ganas de compartirlo con alguien más. Por ejemplo, Liza comenta que ella usa las *selfies* como forma de expresar y compartir sus emociones y sentimientos, incluso aquellas que por lo general suelen considerarse un tanto desagradables.

LIZA: "creo yo solamente cuando son como emociones fuertes. Por ejemplo cuando me caí me tomé una foto llorando jajaja. O por ejemplo cuando viajo, que me grabo, me tomo

una foto después capturando la emoción que tengo en ese momento, el sentimiento o algo así.”

Las *selfies* pueden usarse entonces como elemento de conversación, para expresar un sentimiento, un afecto o una emoción, para recordar un momento, para preservar una imagen de sí mismo, para estar en contacto con seres queridos. Es importante aquí resaltar que los usos son particulares y no pueden generalizarse. Por ello vale la pena exponer en su especificidad lo que las entrevistadas mencionan al respecto pues aunque pueden agruparse en campos generales, todas las *selfies* pueden tener más de un uso o no tener ninguno a priori. No obstante se han reunido en cinco categorías amplias (recordar/capturar un momento o emoción; verse a sí mismo; ser visto por otros; conectar con seres queridos; ocio). Se presentan a continuación algunos diálogos que muestran la enorme variedad sobre este aspecto.

- Recordar/capturar un momento o emoción:

MARU: “Pues para eso, para dejar un recuerdo, por ejemplo si te tomas una con Polaroid o así, que yo casi no me tomo porque tengo miedo de que salga mal o así pero siento que estaría chido nada más recordar algo. O estoy hablando por WhatsApp o algo así como de que «estoy haciendo esto» y me tomo una *selfie*. Para captar el momento y ya.”

LIZA: “Pues... para capturar un momento o una emoción que tienes en el momento en el que estás o en el momento en el que la haces.”

ROSA: “yo creo que sirve por ejemplo, cuando estás en un evento importante como una graduación, una fiesta, algo que quieras captar, que se quede ahí, no sé. Lo que estás viviendo con tus seres queridos o familiares. También puede ser como para compartir si

estás en un lugar, compartir una ubicación. Si estás en un restaurante y estás comiendo algo rico, también para eso. No sé, siento que para compartir tu día a día, tus gustos, etc.”

ARLET: “Cuando me arreglo y me veo bonita y quiero guardar ese momento o para enseñarle algo a alguien, como que su opinión...”

- Verse a sí mismo:

FABIOLA: “pues yo las subo a mis redes sociales o nada más para verme cómo me veo, si me falta algo o así.”

ARLET: “Para verme a mí misma, esa siempre es mi prioridad, te puedes ver en el espejo y decir ah me veo bien deja me tomo una *selfie* pero siempre es para verme yo en la *selfie*.”

- Ser visto por otros:

MARU: “...O eso, la que subes a Instagram o a Facebook para que la gente te vea de una forma.”

ALETT: “No creo que tengan un propósito, siento que nada es para subir a redes sociales, para que la gente vea cómo eres o cómo tu aspecto físico. Pues yo nada más subo *selfies* que me gusten mucho entonces el propósito con el que lo hago es pues por los *likes*, nada más. No tengo otro propósito más que ese. Me gusta cómo sale la foto y para ver si a la demás gente también le gusta cómo salgo en esa foto.”

ALONDRA: “mhhh, es que mira... para mí... a mí me gusta mucho de que subir muchas fotos de que a *instastory* porque me gusta que me vean... jajaja la verdad. Es de que

estoy arreglada y subo una foto de que en instastory... siempre siempre, porque me gusta que me vean. Pues nada más, porque a veces me preguntan qué estoy haciendo y mando una foto y ya. Normalmente es eso que me preguntan qué estoy haciendo. “

- Conectar con seres queridos:

MARU: “...la normal, la que mandas al grupo de la familia, al novio o a tu mejor amigo que no importa, sino que es para comunicar algo real ¿me explico?”

ALETT: “También puede ser para compartir un momento. Por ejemplo estás con tu familia y te la tomas una *selfie* familiar donde salen todos o en viajes.”

ADELINE: “Para mandarlas a mi novio, a mi familia, a mis amigos. Creo que como soy foránea, le doy mucho uso a las *selfies* porque todo el tiempo estoy mandando fotos a mi familia. Aunque no me gusten las fotos a ellos si se las mando, me vale. Más que nada para estar en contacto todo el tiempo.”

FABIOLA: “o para mandarla a mi amigos de que estoy en tal lado o expresar algo. Como yo que me he tomado fotos sonriendo, pero estoy feliz o a veces yo me tomo fotos llorando y se las mando a mi amigas. Entonces es como que expresa muchas cosas.”

MEYRONE: “Lo uso mucho para expresarme, por ejemplo, para mandar a mis amigas, cuando me estoy riendo, se la mando, es mi modo de “veme como estoy”. Soy mucho de estar platicando con alguien y le mando mi foto de “tengo mucha hueva”, estoy comiendo y le mando una foto haciendo caras, soy muy así. Pero cuando las subo, es porque me veo muy bonita.”

- Ocio:

CARLA: “Pues, no sé, porque puedes estar aburrido. Yo me tomo porque estoy aburrida a veces y sale una buena y ya, la subo.”

ARLET: si yo veo el carrete de mis fotos tengo demasiadas *selfies* que no subo, que solamente quería ver cómo se veía el filtro o porque estaba aburrida.”

Sería imposible nombrar todos y cada unos de los usos que las *selfies* podrían adoptar, pues ello dependerá de la concepción que la persona tenga sobre ellas, además de su creatividad y sus motivaciones personales. Cada persona tiene la capacidad de desarrollar ciertos usos específicos para sus propias costumbres o necesidades. Por ejemplo, Alett habla también sobre el uso que le da a las *selfies* como sistema de organización visual en la galería de imágenes del dispositivo:

ALETT: “No, las uso como no sé cuando estoy de que... no se como se diga... en el carrete ¿no? Bueno, como son muchas fotos y generalmente son 3, 4 filitas al menos yo las veo como un... ¿cómo decirlo? cómo en un tiempo de mi vida. O sea, por ejemplo, no sé, veo de repente fotos mías y tengo de que no sé, cuatro filas de esas *selfies* que me tomé y digo ay no sé: la vez que fui a cenar con esta amiga... entonces es como que me acuerdo de pues cómo me veía ese día y así, entonces por eso no las borro, para acordarme. Porque si dejas una o dos fotos en el carrete pues cómo que se pierden entre las demás. Entonces yo a veces las utilizo para eso, como para acordarme.”

Las *selfies*, en este caso se utilizan como una marca visual dentro de toda la galería de imágenes del dispositivo para distinguir ciertos momentos. Supóngase como una portada de sección en un álbum de fotos que anuncia en el inicio de las fotos de las últimas vacaciones.

Los usos de una *selfie* también pueden diferenciarse según el medio por el que se comparten o a quién va dirigida la fotografía. Algunas entrevistadas mencionaron también algunos usos relacionados con prácticas sexuales propias del mundo digital y de la comunicación móvil, tales como el sexting, que consiste en producir y enviar mensajes, videos o fotografías eróticas.

E: “¿Crees que haya otro tipo de *selfies* que tengan otra clase de propósitos?”

FABIOLA: Si.

E: ¿Cuáles conoces?

FABIOLA: Como al novio. Jajajaja. Y esas no, a nadie más. Nada más a esa persona.

E: ¿Tú sueles hacer ese tipo de fotos?

FABIOLA: No, claro que no.

E: ¿Crees que sean comunes? ¿Crees que la gente lo haga?

FABIOLA: Sí, sí. Pero ya es de cada persona. A unas personas no les gusta y a otras sí.”

Este tipo de *selfies* surgió durante las entrevistas sobre todo al momento de explorar los riesgos y cuidados que se tienen al tomar y compartir *selfies*. Al respecto se menciona:

“MARU: Pues depende de la *selfie* o sea si es una normal no si es una tipo *selfie* nude pues si porque o sea pueden ver alguien más algo pero si no, no. Si es una *selfie* normal, no hay problema.

E: Estas *selfies* que dices, las tipo *nude* ¿Crees que sea algo común en las personas?

MARU: Pues supongo que sí. Siendo súper honesta yo nunca he mandado y nunca me han llegado en eso si yo estoy súper en contra y jamás lo haría porque ahí sí siento que es algo que no es tuyo si tu ya lo mandas ya no es tuyo, ya no hay privacidad y nunca sabes en manos de quien va estar, no porque no confíes en la persona a la que se la mandas pero si te hackean o entras a una red que no es segura, etc. ya son cosas que no están en tus manos, entonces yo si estoy supe en contra de eso y tampoco he pedido porque no me gustaría exponer a nadie conocido mío pero si pienso que es común si sé de gente que lo ha hecho, obviamente mil gente y creo que la gente no lo ve tan peligroso.”

ARLET: “Supongo que sería el mismo, si son *selfies* normales o sea no triple X o algo comprometedor pues creo que lo normal, obviamente hay riesgos cuando haces eso pero en general no creo que los haya. “

ADELINE: “Dependiendo de la foto. Siento que hay algunas fotos que podrían tomarse como más comprometedoras y ya es decisión de nosotros si la subimos o no la subimos pero siento que subiéndolas a redes sociales ya no hay vuelta atrás y siento que la gente si podría arrepentirse. Pero es dependiendo lo que para nosotros se consideraría comprometedor.”

Es probable que esta práctica sea más común de lo que aquí aparenta pues aunque no sea una actividad frecuente en las entrevistadas, varias de ellas comentan que es algo común en las personas. De igual forma la práctica del sexting es todo un objeto de estudio en sí mismo, en ella se incluyen otros formatos multimedia, además de *selfies* y fotografías, que escapan de los intereses de esta investigación. No obstante se retomarán algunas de sus implicaciones en el apartado de Experiencia Corporal. De hecho una “nude”, como se les conoce popularmente a los

autorretratos de desnudos que se comparten por aplicaciones de mensajería privada, podrían no considerarse como una *selfie*. Así lo menciona Arlet:

ARLET: “Mmm... no, o sea sí mando nudes, pero nunca se ve mi cara, entonces pues ahí para mi no entra como *selfie* porque no me veo yo, no se ve mi cara.”

Según la Fundación UNAM (s/f), el *sexting* es una práctica muy común en México, tanto en jóvenes como en adultos. En los jóvenes se estaría tratando más de un proceso de exploración en cuanto a la identidad a través de prácticas sexuales, mientras que en los adultos funcionaría más bien como una forma de diversificar prácticas sexuales.

Pese a que no pueden enlistarse todos los usos de una *selfie*, será más conveniente otro tipo de organización. Se proponen dos grandes grupos: *usos privados* y *usos públicos*. Los primeros corresponderían a aquellos fines que requieren solo de la participación del mismo usuario o de muy pocas personas y que no está disponible para el público general; las segundas corresponderían aquellos usos que requieren de la participación de un número grande de personas o aquellos que ponen la imagen a disposición pública.

Así pues, la información presentada puede condensarse en la siguiente organización:

- Usos Privados:
 - Verse a sí mismo
 - Estar en contacto con seres queridos
 - Sistema de organización de la galería
 - Recordar un momento
 - Sexting

- Ocio
- Usos Públicos:
 - Ser visto/a por los demás
 - Compartir una emoción, sentimiento
 - Compartir una experiencia significativa
 - Recibir likes y comentarios

7.1.1.1 Significados

Queda entonces explorar los significados que la *selfie* tiene para sus usuarios. Por una parte se observa un grupo de significados asociados a la confianza con otros y al establecimiento de relaciones de amistad o cercanía con la familia. Esto se presenta sobre todo en las *selfies* que se comparten de manera privada, de forma rápida y como elemento de conversación, o en las fotografías grupales ya que estas prácticas suelen realizarse en entornos cómodos, íntimos y cercanos a la persona que captura o comparte sus fotografías.

E: ¿Con quienes te sueles tomar *selfies*?

MARU: Mi novio, amigas, tipo mejores amigas o mis perros y ya. O en una reunión familiar.

ADELINE: Si son *selfies* privadas, pues nada más mi novio, mi familia o amigos cercanos.

ARLET: Casi siempre con mi familia y amigos cercanos, tipo si estamos pasando algún momento agradable o así tomo *selfie* o si son mis amigas y nos arreglamos pues tomo una *selfie*.

ROSA: Yo soy mucho de mandar fotos, entonces depende de con quien hable: mi familia, amigos, grupos o así.

También se asocia a la *selfie*, y en particular al acto de tomarse una *selfie*, con un referente de confianza con sí mismo o con una buena autoestima. En otras palabras, una *selfie* significa que uno se siente cómodo con su esquema e imagen corporal o que al menos intenta estarlo.

ADELINE: Si me la estoy tomando es porque me gusta como me veo en ese momento, me siento a gusto, en confianza conmigo.

ROSA: Lo más importante para mi es que te guste a ti, que te valga la opinión de los demás. Si te gusta a ti y te sientes segura tú, pues está bien. Súbela o así.

MEYRONE: me sienta bien con esa foto, al tomármela y compartirla.

FABIOLA: Bueno, una *selfie* para mi significa que te gusta como te ves o la quieres subir a tus redes sociales y quieres decir de que no pues esta foto me encantó por tal cosa, por como se me ven los ojos, la nariz o la boca o quién sabe y pues así.

ALETT: Sí, creo que si no te agradara tu cuerpo pues no te tomarías nada.

Esto resulta un tanto paradójico puesto que también se encuentran quienes realizan modificaciones digitales a sus *selfies*, lo que para algunos podría indicar, precisamente, un disgusto con su esquema o su imagen corporal.

ALONDRA: Pues mira, siento que si editas efectos siento que no afecta tanto porque es modificar los colores pero siento que el ya modificar el editar el cuerpo o la cara siento

que es como que el que no te sepas aceptar a ti misma. Así lo siento yo que ocupas o dependas del tener que editar las fotos para que te sientas bien.

ALETT: más bien con lo que no estoy de acuerdo en cuanto a las fotos es cuando se ponen más delgadas o sea que modifican su cuerpo, siento que como que son falsas, a diferencia de por ejemplo las imperfecciones o sea ahí pues si eres tú.

No obstante, el sacarse una *selfie* no implica necesariamente que a la persona le agrade su aspecto físico o por el contrario, que no se realicen *selfies* tampoco es un indicador de que a la persona le desagrade cómo se ve cuerpo.

ADELINE: Yo siento que no todos, pero eso es lo que me gusta de las *selfies* cada uno puede jugar con todo, con todo lo que tiene. Siento que todos podemos encontrar un buen ángulo y que nos guste nuestra *selfie* si encontramos la forma adecuada para nosotros pero no siento que a todos les guste su cuerpo

ARLET: Creo que hay un balance, o sea creo que hay gente que se toma *selfies* porque les gusta mucho su cuerpo y creo que hay otros que no les gusta su cuerpo y se toman *selfies* buscando que a alguien mas les guste, o sea que buscan aprobación.

MARU: Mmmh, half, half. Siento que hay quien le gusta porque se siente bien buenota y tipo quiere presumirse y la que está ahí insegura consigo misma y por eso quiere verse y modificarse para sentirse mejor. O sea creo que hay de todo pero eso sería en los extremos que yo pondría.

La *selfie* se convierte así en territorio de un intercambio de vivencias tanto gratificantes como desagradables en el que se puede transformar la experiencia que uno mismo tiene con su imagen. Todo ello gracias a la participación de la tecnología que el smartphone proporciona.

No existen usos predefinidos para una *selfie*, estos se construyen y se desarrollan a través de su misma aplicación. Algunas entrevistadas afirman que han utilizado las *selfies* para muchos fines y estos han cambiado a lo largo de su vida. Estos cambios han sido propiciados por sus experiencias corporales, emocionales, socioafectivas y culturales, es decir, los usos de una *selfie* parecen expandirse sin límites preestablecidos a casi cualquier área de actividad humana. Por lo tanto, la práctica *selfie* sirve como área de experimentación, exploración y creación de formas de pensar, actuar y sentir frente a uno mismo y otros. La práctica *selfie* es entonces una forma de conexión subjetiva que modifica continuamente los significados y usos de todos los elementos que le componen, todo ello en una experiencia encarnada en todas las dimensiones de lo corporal. En esta multiplicidad de usos, fines y motivos se observan interconexiones entre los distintos niveles de análisis que se proponen en el paradigma de E, Muñiz (2015) sobre las prácticas corporales. (sexualidad, disciplina, belleza, castigo, tortura). Estos elementos serán retomados en el apartado de experiencia corporal.

7.2 *El proceso – (Los procesos)*

Cada uno de los distintos motivos para realizar una *selfie* parece tener un procedimiento propio, desarrollado personalmente por cada sujeto. Esto indica la existencia de varias prácticas asociadas a la *selfie*. No obstante, puede entenderse un procedimiento general o base, del que luego se desprenden variaciones según múltiples factores. Se obtiene pues el proceso base siguiente:

- **Ideación - Planeación**

- Se prevé un fin para la fotografía y se determinan las condiciones generales del proceso.
- **Ejecución**
 - Se realizan las capturas prueba haciendo modificaciones en la pose, los gestos y el ángulo del dispositivo fotográfico.
 - Se revisan las pruebas para descartar las no deseadas.
 - Se seleccionan la o las fotografías finales.
 - Se procesan digitalmente en aplicaciones de edición de imágenes
- **Publicación**
 - Se publican en redes sociales, se comparten por chats privados (individuales o grupales) o simplemente se almacenan en el dispositivo

Así bien, habrá de referirse a varios procesos y no uno solo, pues las variaciones son tales que se pueden identificar, además de las variaciones del proceso base, procesos paralelos, procesos previos y procesos posteriores a la toma de la fotografía que cambian según la motivación para realizar la fotografía, el estado de ánimo de la persona, el objetivo de la *selfie*, el destinatario, el medio por el que se comparte, la aplicación por la que se captura, las características propias del dispositivo utilizado o el contexto en el que sucede la fotografía.

Para comenzar pueden diferenciarse dos grandes variantes del proceso de acuerdo con si será una fotografía grupal o una fotografía individual. Dentro de cada grupo existen a su vez más variaciones, sobre todo en aquellas que son individuales pues la *selfie* se vuelve una práctica personal empapada de las características propias de la persona que captura la imagen. Así pues, se expondrán primero los procesos encontrados dentro del grupo de Selfies individuales ya que es el

más extenso de los dos y servirá como base comparativa para las siguientes variantes. No obstante, puede adelantarse ahora que existen *selfies* individuales con la intención de compartirse, otras que se almacenarán para uno mismo y otras que a las que no se les prevé un fin, medio o destinatario y que podrían o no adquirirlos posterior a su realización.

7.2.1 Selfies individuales

En el caso de las *selfies* individuales, es decir en las que aparece solo una persona en la fotografía, se observa un procedimiento muy claro y ensayado. En primera instancia y de manera casi sincrónica, habrá de establecerse **un fin**, determinar si será una fotografía **pública o privada** y si tendrá **uno o varios destinatarios**. Desde este momento previo se determina gran parte del proceso siguiente.

Se han expuesto ya los diferentes fines y motivos para realizar una *selfie* : Usos privados (verse a sí mismo, estar en contacto con seres queridos, sistema de organización de la galería, recordar un momento, sexting; Usos Públicos (ser visto/a por los demás compartir una emoción, sentimiento, compartir una experiencia significativa, recibir likes y comentarios). Según el fin establecido puede decidirse el utilizar tal o cual aplicación para la captura de la *selfie* y también el medio por el que se compartirá, en caso de que se decida hacer pública la fotografía. Las aplicaciones más utilizadas por las entrevistadas para capturar las *selfies* son: Instagram, Instagram stories y la App Cámara nativa del sistema operativo del smartphone. Utilizar una u otra también dependerá de los conocimientos técnicos que se tenga sobre la aplicación, sus funciones y sus procesado digital de imágenes. Por ejemplo, utilizar la aplicación Instagram sobre la aplicación cámara nativa de iOS reside en que esta última “voltea” horizontalmente la imagen capturada por

la cámara frontal y entonces la percepción de la fisionomía del rostro no sería la esperada, lo que afectaría el flujo del proceso pues habría que revertir ese efecto de manera digital.

ALONDRA: Instagram... y ya. Casi siempre uso Instagram... Porque casi siempre uso efectos o ... y porque tomo una foto y en la aplicación de cámara del celular se voltea la foto y a mi eso no me gusta.

ROSA: Si, también, pero la mayoría de las veces para *selfies* me gusta más Instagram... Porque... bueno, no sé si te has dado cuenta pero la cámara del iPhone, la frontal, cuando tu te tomas una foto se voltea y a mi no me gusta eso, entonces en Instagram tu te la tomas y se queda así, o sea no se voltea.

E: ¿por qué no te gusta que se voltee?

ROSA: No sé, es como que me estoy viendo de una manera, o sea yo me estoy visualizando y ya me gustó pero cuando la veo se cambia de lado y no me gusta igual, no sé, no me gusta. Por eso la mayoría de las veces la tomo en Instagram.

No obstante, utilizar Instagram para capturar las fotografías implica revisar y almacenar en el dispositivo cada *selfie* individualmente lo que podría reducir la cantidad de capturas que se realizan, disminuyendo las probabilidades de que ocurra una o varias fotografías satisfactorias.

Junto al fin suele establecerse si la *selfie* será pública o privada y también se decidirá por cuál medio será compartida o almacenada.¹ Todo este primer punto requiere a su vez de un proceso previo de valoración en cuanto a la motivación personal de hacer la fotografía, lo que incluye los

¹ Se profundizará en las diferencias entre cada una de estas opciones en el apartado de Publicación.

sentimientos, las emociones y el estado de ánimo general de la persona, el estado de ánimo particular de ese momento, su propia percepción corporal y en sí toda la imagen que ha construido sobre sí misma.

LIZA: Ajá. Pero pues hay personas que quieren mostrar diferentes cosas pero finalmente creo que lo hacen desde una emoción...

A todo este momento previo se le denominará **Ideación** y se incluirá como antecedente del paso contiguo: **Planeación**, en el cual se determinan las condiciones materiales de la **Ejecución** siguiente. Cabe mencionar que para la progresión del acto de tomarse una *selfie* no es necesario determinar un fin, un medio o un destinatario en particular, en realidad, para que puedan darse estos elementos es necesario contar de fondo con una motivación personal que continúe durante todo el proceso. Por ejemplo, comentan las entrevistadas:

FABIOLA: yo me he tomado *selfies* que no las subo a ningún lado o que no las ha visto nadie y nada más son para mi y que me gustan, pero no para enseñarla o así. “

ARLET: a veces nada más quiero ver como me veo y ya si una me gusta pues la uso. La puedo poner en el WhatsApp o Instagram.

Esta motivación personal podría ser el simple gusto por el acto mismo de la *selfie*, el establecer o fortalecer una o varias relaciones socio-afectivas. También podría surgir de los ánimos de apreciar la propia imagen en el resultado final o de la experiencia general de todo el fenómeno la cual se asienta en las cualidades performativas de la corporalidad. Es posible que en ocasiones no pueda describirse con claridad esta motivación, pero de todos modos pueda existir y experimentarse efectivamente en las acciones de la persona.

Ahora bien, en el proceso de **Planeación** se determinan, a grandes rasgos, las condiciones físicas materiales de la *selfie* como el espacio y tiempo de ejecución y la utilización o no de un dispositivo o herramienta externos. Junto a estas condiciones se establecen también ciertas restricciones. Por ejemplo, en lo que respecta al lugar en el que se realizará la *selfie*, se deberá tomar en cuenta si es un espacio público o privado, si hay gente al rededor, si existen las cualidades de luz optimas, si el fondo es adecuado o si hay elementos no deseados en la composición como personas o cualquier objeto.

En el caso de que se encuentre la persona en un espacio público con mucha gente alrededor, es probable que no se lleve a cabo el proceso completo o se descarte totalmente la actividad pues sentirse observado al momento de llevar a cabo el proceso interviene en el estado de ánimo particular del momento lo que afecta significativamente a todo el proceso². Al respecto se encuentran los siguientes comentarios:

ADELIN: Si, algunas veces en espacios públicos que me gusta cómo se ve todo, como me veo yo, cómo se ve el fondo, todo está a favor pero me da pena porque a lo mejor hay mucha gente o no me siento en confianza con las personas con las que estoy y simplemente no me tomo nada.

ALETT: A veces, o sea vergüenza si estoy en un lugar donde hay mucha gente si me da pena, pero es porque yo soy más penosa y no me gusta que la gente se me quede viendo mientras me tomo fotos

² En el apartado sobre la experiencia corporal se profundizará en estos aspectos.

ROSA: Sí, más que nada cuando estamos en lugares públicos y hay mucha gente es cómo que “que pena no me la voy a tomar” aunque me guste mucho el lugar donde estoy o cómo estoy. No me la tomo por pena.

MARU: O sea a mi, a mi en lo personal sí me da pena que la gente me vea tomándome *selfies*, o sea que me vean haciéndolo.

CARLA: Sí, normalmente cuando hay mucha gente mejor no, porque me da pena que vean que me estoy tomando una *selfie*.

Aunque esto es un impedimento fuerte para la mayoría de las entrevistadas, también hay quienes no le dan tanta importancia y continúan sus intenciones de tomar una *selfie*.

ALONDRA: No, tanto mal, nunca. Vergüenza sí, a veces me ha dado pena el tomarme una *selfie* de que en público o cosas así pero sí lo hago como quiera.

MEYRONE: Me ha pasado que estoy en un centro comercial y se te quedan viendo pero aun así me la tomé, o no sé, en una fiesta o cena que hubiera amigos pero más gente que no conozco, tal vez sí se fueran a sacar de onda, pero aun así lo hago.

Si se está en un lugar privado o si se está en una zona poco concurrida se hace una exploración del entorno para identificar el lugar más adecuado para realizar la fotografía, determinado principalmente por la calidad y condiciones de luz disponible. En caso de que se esté confiando en la luz solar, se unificarán aquí las condiciones de tiempo, pues las cualidades de esta cambian dependiendo de la hora del día y del espacio geográfico en el que se encuentre la persona. La luz natural es preferida sobre la luz artificial o de interior. Así, la iluminación se vuelve el elemento

más importante de la Planeación y uno de los más relevantes para todo el proceso en general. A ello se encuentra:

E: ¿En qué lugares te tomas *selfies* con más frecuencia?

FABIOLA: donde me dé luz.

E: o sea ¿no importa el lugar, con que haya luz?

FABIOLA: Ajá.

FABIOLA: Pues no, todos los lugares son buenos para unas buenas fotos. Bueno... pues sí, en cualquier lugar puede ser. Porque también a veces me pasa que hay luz, pero no me da a mí, me da, pero oscura. Entonces me tengo que voltear del otro lado para que me dé la luz.

CARLA: Donde haya buena luz, donde haya un spot bonito... si las voy a subir, si no, equis, me vale.

CARLA: Aquí en mi casa, la ventana de mi cuarto, porque da luz del sol.

También se presta atención a los detalles del fondo. Siguiendo el caso de estar en un lugar público se tiene especial atención en que no aparezca en el fondo ninguna persona u objeto no deseado. En el caso de estar en un lugar privado y de ser necesario y/o posible, se reordenan los elementos del entorno para congeniar visualmente con toda la imagen y con las expectativas de la persona.

F: Ah sí. Por ejemplo, a veces, cuando estoy en mi casa, si hay mugrero atrás pues lo muevo y así. Quiero que se vea limpia la casa, aunque no esté limpia. Jajajaja Si, pero eso importa porque te imaginas que salga bien guapa pero atrás el mugrero pues no.

ROSA: Si, claro. O sea por ejemplo si... no sé, hay algo tirado es como que acomoda para que se vea mejor y si, pues sí, siempre es así.

También es importante considerar el momento en el que se tomará una *selfie*. Esto se establece como una rutina o una simple coincidencia. Varias entrevistadas indicaron que el momento en el que más suelen tomarse *selfies* es cuando se han vestido, maquillado y peinado para iniciar su día o por algún evento o reunión y desean aprovechar eso en sus fotografías.

ALONDRA: Yo me las tomo mas que nada cuando voy a salir. Siempre, cuando ya estoy arreglada, siempre me tomo una *selfie* o de que video o cosas así pero obviamente siempre hacia mi.

ALETT: como me arreglo aquí y me gusta como me veo y antes de empezar mi día, pues no sé, como que el maquillaje con el paso del tiempo ya no se ve como que tan padre. Se te corre el rímel o comes y se te cae el labial. Entonces generalmente lo hago después de maquillarme aquí en mi casa.

Este podría ser también un condicionante importante previo a iniciar el proceso, es decir, algunas entrevistadas indican que no dedicarían el tiempo y esfuerzo de aplicarse maquillaje, peinarse y vestirse especial y exclusivamente para tomar una *selfie*.

LIZA: Yo no, o sea tal vez diría que maquillaje, pero igual forma no es como que me maquille muy producido.

MARU: No, pero bueno si, por ejemplo normalmente me las tomo que son para feed de Instagram y así, cuando estoy arreglada. La verdad, antes hace mucho cuando empezaba todo eso de las *selfies* de que en... no sé cuando empezó, ponte hace 5 años o así, si me arreglaba para tomarme las *selfies* pero ahorita es más como que ya estoy arreglada porque tengo algo me la tomo de pasada pero no me voy a arreglar especial para tomarme la *selfie*

Para otras entrevistadas esto no supone un problema y es, de hecho, parte de su proceso general para tomarse *selfies*. Maquillarse, peinarse y vestirse se vuelve un elemento recurrente en la práctica *selfie* y va ligado íntimamente con las normas de belleza y con las expectativas de identidad.

E: ¿Te preparas de alguna manera para tomarte las *selfies* que publicas?

CARLA: Sí, me llego a maquillar, acomodar el pelo, y ya.

ROSA: Sí, planeo mi outfit, mi cara, me maquillo o así, me peino, trato de ver, de buscar bien el fondo y la luz también. La verdad sí me preparo.

ALEXA: Sí, me arreglo el pelo. Veo cómo se me ve el pelo si muy lacio o muy esponjado o muy... no sé.

Luego de esta preparación previa a la captura de la *selfie*, comienza la **Ejecución**: primero se selecciona la aplicación con la que se capturará la *selfie*, se abre la cámara y se posiciona el smartphone según la dirección de la luz y el fondo. Luego se elige un ángulo que favorezca a los intereses de la *selfie*. Este ángulo deberá, principalmente, acentuar las características físicas que la persona considere como bellas y al mismo tiempo buscará disminuir los atributos que se consideren feos o poco agradables. Al mismo tiempo se establece la pose y los gestos faciales base, de los cuales se parte para hacer modificaciones mínimas entre captura y captura.

ADELINE: Pues dependiendo de la foto que quiera. Si quiero que sea una *selfie* de cuerpo completo si lo modifico, casi siempre pongo el teléfono arriba y lo voy volteando, dependiendo de que quiero que salga y que no. Si es una *selfie* nada más de mi cara yo ya sé que lado me gusta y ya acomodo el teléfono pero no es tan arriba sino un poco más abajo.

CARLA: Busco el lugar “aquí hay luz, pues aquí me la tomo”. Me puedo llegar a salir a buscar un spot bonito y pues ahí también. Ya que encontré el lugar, la posiciono y ya veo qué ángulo me puede gustar más.

ROSA: Ya después de eso busco un lugar, un lugar que esté iluminado bien y que no se vean muchas cosas atrás, simplemente algo sencillo. Después saco mi teléfono, checo mi ángulo, muy importante

La mayoría de las veces se captura la *selfie* desde un ángulo en picada. En general, se posiciona el teléfono a una distancia intermedia equivalente a un brazo semiflexionado, a la altura de los ojos o más arriba. Se advierte que una toma distinta a estos parámetros no sería favorable para el rostro pues aparecería la papada.

ALETT: Pues en todo, porque es dependiendo del ángulo es como te ves en la foto, entonces... pues si es un ángulo donde no te ves bien pues la selfie no va a salir bien.

ALONDRA: De arriba, siempre de arriba porque si no sale mi papada, siempre cuida eso.

ROSA: No me gusta que sea de abajo porque luego sale papada y así y no está padre

MARU: Pues no tal cual pero siempre es obviamente más arriba para que no se vea la papada y ya

Establecido esto comienza efectivamente el proceso de **Captura**. Este proceso puede llevar algunos segundos, varios minutos o incluso horas. Esto dependerá sobre todo, del objetivo de la *selfie*. La cantidad de pruebas y los cambios que se hagan en cada una de ellas dependerá de

múltiples factores como el objetivo de la *selfie*, la aplicación por la que se captura, el estado de ánimo de la persona o el nivel de éxito del proceso para resultar en una *selfie* agradable. Durante la captura se establece uno de los elementos más complejos y diversos del proceso: la pose y la expresión facial. En ocasiones se tiene muy claro cómo posar y en otras sucede más bien un juego corporal de prueba y error.

ALONDRA: Por que todas mis fotos, las *selfies* que me he tomado ya sé mas o menos como quiero salir entonces siempre busco ese ángulo y lo hago.

FABIOLA: Si, siempre salgo seria.

CARLA: No es que lo sepa o lo planeo, es solo como vaya saliendo.

La pose y la expresión facial dependerán también del estado de ánimo, del lugar en el que se encuentre, con quienes se está realizando la fotografía o cual es el objetivo de a *selfie*. Adeline dice:

E: ¿Cómo sabes qué pose o expresión facial poner?

ADELINE: Siento que influye mucho el lugar en el que estoy. Si me siento en confianza, si estoy en mi casa o en un lugar donde no hay mucha gente si empiezo a hacer caras de todo tipo, a sacar la lengua, no sé, aventar un beso o lo que sea, siento que me siento más en confianza. Cuando estoy en lugares públicos o cuando hay mucha gente mi cara no cambia mucho, es solo como que sonriendo normal o así.

LIZA: Pues depende de como me sienta.

Generalmente se hacen modificaciones mínimas entre cada prueba, cambiando ligeramente el ángulo, la pose o la expresión facial.

FABIOLA: levanto la ceja, la bajo, cambio cosas, pero cosas así bien pequeñas.

ALONDRA: Muchas veces... es más que nada el ángulo, porque casi todas son iguales pero cambia tantito el ángulo y me gusta más cómo salgo en esa o en la otra. Es más que nada por eso.

Pueden hacerse también cambios más robustos como ir a un lugar distinto, cambiar de iluminación o de atuendo, pero estos cambios mayores son poco comunes, la mayoría de las entrevistadas prefiere suspender la captura de *selfies* si alguno de estos factores no le es satisfactorio. Si se prefiere también puede cambiarse el filtro o efecto que se aplica a la fotografía.

ADELINE: Entonces ya empiezo a ver si se ve bien o no, y si no me gusta cambio de filtro y así hasta que me gusta uno. O tomo algunas fotos y si me gusta sigo tomando y si no cambio de filtro.

E: Ah, ¿pero nunca es una sola?

FABIOLA: No pues porque modelo diferente verdad.

E: ah o sea haces diferentes poses.

FABIOLA: si, para ver qué se me ve mejor y así.

MARU: Y como quiera cuando te las tomas intentas varias cosas. Yo si intento como que más arribita, una más así (inclina su cabeza) o así (inclina hacia el otro lado) o

sonriendo así o sonriendo sin dientes o sea haces las variaciones para ver al final cual se ve mejor.

ARLET: El ángulo de la cara, a lo mejor en alguna me veo mas cachetona y pues levanto mas la cara, pero pues nada mas.

Entre cada prueba se hacen modificaciones pequeñas en cuanto al ángulo, la pose y la expresión facial. Pueden hacerse también cambios más robustos como ir a un lugar distinto, cambiar de iluminación o de atuendo, pero estos cambios mayores son poco comunes, la mayoría de las entrevistadas prefiere suspender la captura de *selfies* si alguno de estos factores no le es satisfactorio.

MARU: Y como quiera cuando te las tomas intentas varias cosas. Yo si intento como que más arribita, una más así (inclina su cabeza) o así (inclina hacia el otro lado) o sonriendo así o sonriendo sin dientes o sea haces las variaciones para ver al final cual se ve mejor.

FABIOLA: levanto la ceja, la bajo, cambio cosas, pero cosas así bien pequeñas

Después de capturar las *selfies* viene el proceso de **Selección y Eliminación**. En el que se seleccionan las mejores fotografías, se eligen algunas de esas y se desechan las que no fueron satisfactorias.

ALONDRA: es que si ya me quedo con ciertas fotos, por ejemplo, en este caso las 4... ahí las dejo. Literal hasta que ya no tenga espacio las empiezo a borrar. Así me voy con todas, te lo juro.

Este proceso presenta ciertas variaciones según las capacidades de almacenamiento del dispositivo y la comodidad general de llevar a cabo el proceso. Por ejemplo, si el dispositivo no cuenta con suficiente espacio de memoria puede afectar el desarrollo del proceso y no solo interrumpirlo, por obvias razones, sino porque esa limitación es una limitación técnica que no depende del usuario, sino del aparato y su contexto socio-técnico, pues la capacidad de almacenamiento que posee y lo que puede almacenar se encuentran dentro de un marco referencial más amplio que dicta estos parámetros. Esto se experimenta de forma sencilla, como explica Alett:

ALETT: Pues es que yo utilizo el cel mas que nada para redes sociales entonces por eso creo que es importante la cámara y la memoria... pues porque se llena y da mucha flojera como que andar borrando fotos y así.

Carla presenta una forma en la que ha venido evolucionando este proceso y es probable que no permanezca con estas limitaciones por mucho tiempo más:

Carla: sí, las guardo en mi teléfono y, por ejemplo, si ya se me llenó el carrete, las paso a la nube. O si ya digo “está ya no”, la borro, pero sí hay algunas que sí dejo.

Después de seleccionar las fotografías finales les son aplicados filtros predefinidos y algunas correcciones manuales. Aquí comienza el proceso de **Edición** En su mayoría a través de aplicaciones no nativas del dispositivo, que para utilizarlas requirieron una interacción más directa y profunda con el sistema socio-técnico del fenómeno *selfie* como la búsqueda de estas aplicaciones y el proceso de aprender a utilizarlas, por más sencillas e intuitivas se presenten.

Lightroom e Instagram son las más utilizadas, pero se encuentran también Tezza, Facetune. Este punto del proceso es llevado a cabo con especial cuidado y parece ser un momento muy importante para toda la práctica *selfie*.

FABIOLA: ¡Ah, claro! No las puedo subir sin editar.

E: ¿Qué aplicaciones usas?

FABIOLA: Lightroom, Tezza, tezza también.

Hay una perspectiva clara a la versatilidad y gusto por los filtros y las ediciones pero también una perspectiva que reclama de esto:

ALONDRA: Pues mira, siento que si editas efectos siento que no afecta tanto porque es modificar los colores pero siento que el ya modificar el editar el cuerpo o la cara siento que es como que el que no te sepas aceptar a ti misma. Así lo siento yo que ocupas o dependas del tener que editar las fotos para que te sientas bien.

FABIOLA: A mi me gusta mucho editar, entonces, eee. La mayoría de mis amigas me piden las fotos así que se las edite. Porque yo compré en Lightroom *presets*, así se llaman, que son como filtros y así namás tú le picas y la foto cambia toda súper padre y ya tú ves si “ay me encanta” o “déjame le bajo tantito la luz” y más contraste o saturación o así. Si quieres que se te vean los ojos más brillantes pues este la luz o saturación. O sea, si tengo mis cosas para que las *selfies* se haga perfecta.

Las prácticas claramente identificables de edición y manipulación de imágenes digitales son un tema muy comentado en la cotidianeidad de la nueva cultura visual. Mairy presenta su preocupación al respecto:

MARU: Y editarlas también pero tampoco soy de editarla de que al 100%, de que si soy bien gorda hacerme bien flaca porque siento que ahorita esto es un tema súper sensible, creo que si esto fuera nuevo y nadie sabe pues todo cool, pero ya la gente sabe, es algo obvio. Es un tema sensible y pues no manches la gente sabe como estás, has de cuenta

que si estoy así, (extiende sus brazos inflando su cuerpo) y luego me veo así (junta sus manos indicando delgadez) todos van a estar de que “ay no es cierto” entonces editar cosas sencillas de que típico la parte blanca del ojo más blanca, el ruido o que se te vean o no los poros y así pero no de cosas como la complexión o pasadas de lanza de que “wey no estas así”.

El uso de filtros preestablecidos indica que los conocimientos formales sobre manipulación de imágenes digitales no son extensos. Si bien los conocimientos técnicos para realizar estas modificaciones parecen ser muy importantes y fue necesario aprender a utilizar estas aplicaciones, este aprendizaje no proviene de una educación formal, sino que los conocimientos necesarios fueron adquiridos a través de la práctica misma y la experimentación manual.

E: ¿Cómo aprendiste?

FBIOLA: Yo solita. Pues fui viendo de que ah Okay, si le bajas a la luz te ves más oscura obviamente. Si le subes pues te ves más brillante y así. El contraste es para que se te note más el cabello o los ojos, la ceja o la ropa o el lugar o así. Y la saturación es para que si estás muy blanca pss se te vea colorcito y así fui aprendiendo.

CARLA: Porque antes no le tomaba tanta importancia a la luz y al contraste y así, me daba igual, la verdad. Pero descubrí que moviendo esas cosas, puede que las fotos te gusten más.

Ello indica que no es necesario un conocimiento profundo para implementar esta práctica, pero al mismo tiempo se reconoce que llevar a cabo estos procedimientos requiere cierto grado de dedicación, lo que implica tiempo, esfuerzo y disposición para aprender.

E: ¿Buscarías que un filtro se note mucho o no?

FABIOLA: No, que se vea que me veo así pero que se vea que le eché ganas a la foto. O sea que se vea mis expresiones o sea lo que quiero que se me vea.

E: ¿Has utilizado otras aplicaciones para editar otras cosas de la foto además de la iluminación y color? Por ejemplo, para quitar o poner cosas, modificar otras cosas.

FABIOLA: No no, eso todavía no sé hacerlo. Por ejemplo, una vez, una foto que me tomaron la edité, pero le puse un fondo distinto, así como de revista. Y ya, eso ha sido lo único, pero no me he quitado ni nada.

E: ¿Sabes qué otras cosas pueden hacerse?

FABIOLA: Si, hay aplicaciones que quitas personas, carros y así, pero no lo sé hacer. Porque pues ya sabes... se nota... Bueno depende, si sabes editar bien, no.

El paso final en el proceso para fotografías individuales pensadas para redes sociales es compartirla en distintas plataformas, generalmente por Instagram stories o Facebook, pero también pueden servir como fotografías de perfil en WhatsApp. Esto inicia el proceso de **Publicación**. A la par de este momento, es frecuente el consultar la opinión de amigos en una forma de segundo filtro para corroborar que la *selfie* seleccionada es efectivamente buena.

FABIOLA: les pregunto para ver si la subo o no, de que ¿te gusta? ¡Ah, sí! De que “no esta no porque no se te marca esto” o “la luz está fea” o no sé “tómame del otro lado” o “acomódate el cabello” o así. Esteem, si si le he preguntado a gente.

LIZA: De que me tomaba fotos y de las dos o tres que me quedaban se las mandaba a una amiga y le preguntaba “¿Cual te gusta mas” o “¿qué opinas? cuál editarías, se ve mejor en blanco y negro o como? Cosas así.

Las *selfies* individuales pueden ser también pensadas únicamente para ser compartidas por aplicaciones de mensajería privada como WhatsApp o Facebook chat y estas *selfies* varían en la velocidad del proceso y en que se omite o se reduce al máximo el proceso de revisión, eliminación y edición. En este punto se priorizan las características comunicativas de la *selfie* y la estética visual pasa de largo.

ALETT: No jaja no, es que esas fotos solo se las mando a mis mejores amigos, o sea gente con la cual ya tengo mucha confianza, la verdad no me interesa como me vea en la *selfie*.

Este tipo de *selfies* y su práctica es una de las formas más sencillas de una *selfie* en cuanto a su procedimiento pero no en sus aplicaciones ni efectos en la subjetividad de las personas. Esta práctica se asocia con las relaciones afectivas con los demás y se vuelven un gran significante de actividad socioafectiva. Este proceso, también se vuelve aún más cotidiano que una *selfie* pensada para ser publicada en redes sociales. Así lo indica Meyrone:

MEYRONE: Con amigas es instantáneo, estoy hablando con ella y me empiezo a reír o algo y me tomo foto de mi cara y ya. Selfie sería verme en el espejo para ver si estoy bien, o de repente estoy terminando de arreglarme pero me veo en la cámara del celular y ahí también es otro filtro para tomarme una foto, digo “ay, a ver a ver” y ya me tomo la foto.

7.2.2 Selfies Grupales

En el caso de las *selfies* grupales el procedimiento suele variar según el contexto en el que sucede la fotografía. Puede ser una reunión familiar, una salida de ocio con los amigos, un

momento junto a alguien significativo, pero cada uno de esos momentos implica, para cada persona, distintas variaciones al proceso. Por ejemplo, para Fabiola implica que tendrá que adoptar una actitud alegre y de confianza:

FABIOLA: Ah bueno así en *selfie* la verdad, te soy sincera, yo cuando me tomo fotos sola no sonrío, pero cuando estoy con la demás gente si.

E: ¿Por qué?

FABIOLA: Bueno, depende. Si estoy en una fiesta y quiero verme bien diva: seria. Pero si estoy feliz y por ejemplo no sé, estoy con mis amigos en no sé, comiendo... de que dicen “¡Foto!” y sonrío, o sea sonrío así de la nada, porque, o sea es como un momento feliz y me la tomo, bueno la toman.

Muchas situaciones incómodas pueden pasar también en estos momentos como sentirse obligado a participar en una *selfie* grupal como parte de una costumbre social y cultural:

ADELINE: Si, más que nada en reuniones con amigos o sobre todo con familia. Me ha pasado que quieren tomarse una foto o así y yo no quiero pero como que no vas a decir que no y te la tomas pero no por mi propia voluntad.

En las *selfies* grupales el procedimiento es más flexible, no parece haber mucha preparación y las situaciones generalmente producen una reacción más espontánea. Sin embargo se conserva la preocupación por la belleza que propicia la revisión y aprobación de las fotografías:

E: ¿Y cuando no te gusta una *selfie* que te tomaste con alguien más pero no con tu teléfono?

FABIOLA: si no fue con el mío pero no me gustó cómo me vi en el celular de esa persona pues le digo que otra.

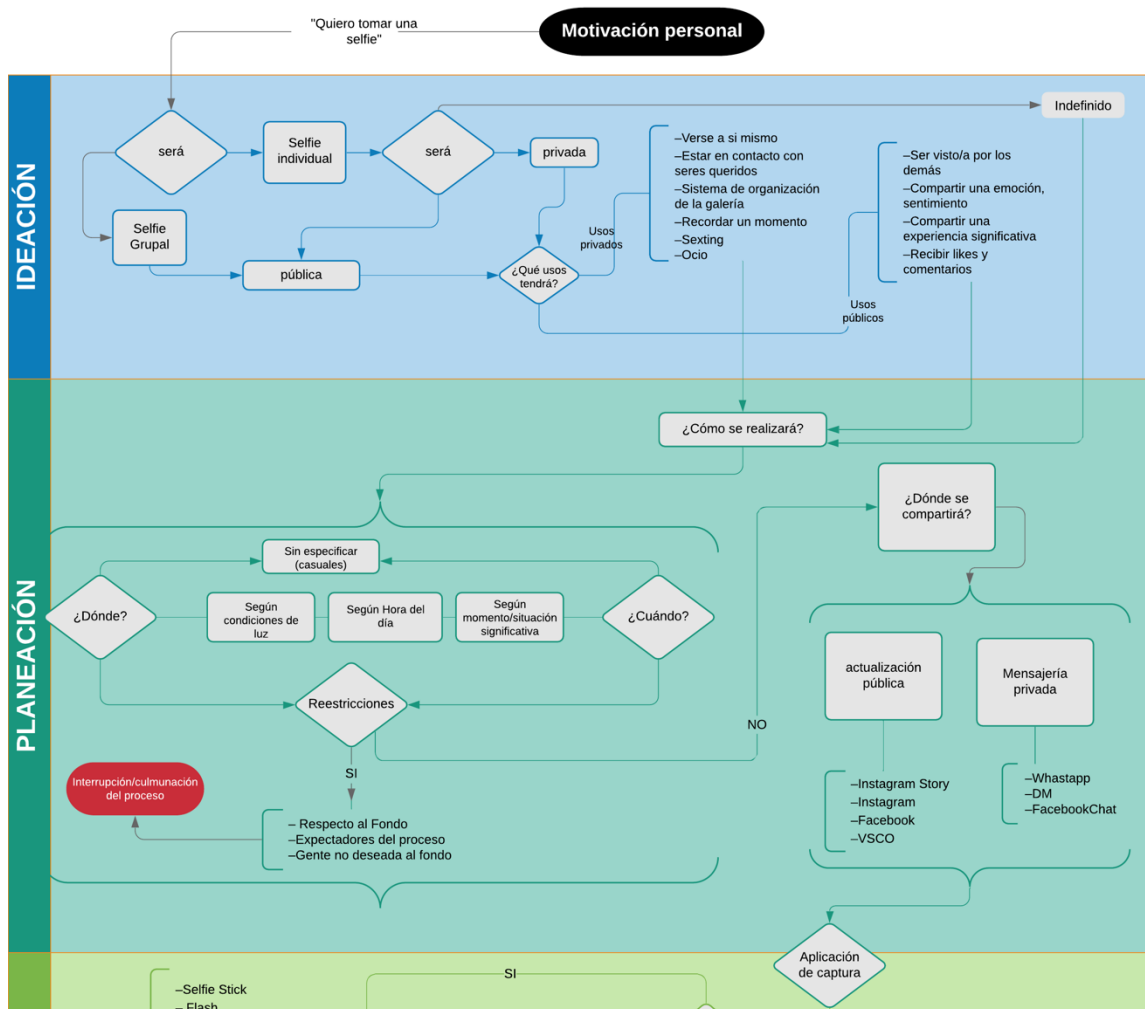
E: ¿le pides otra foto?

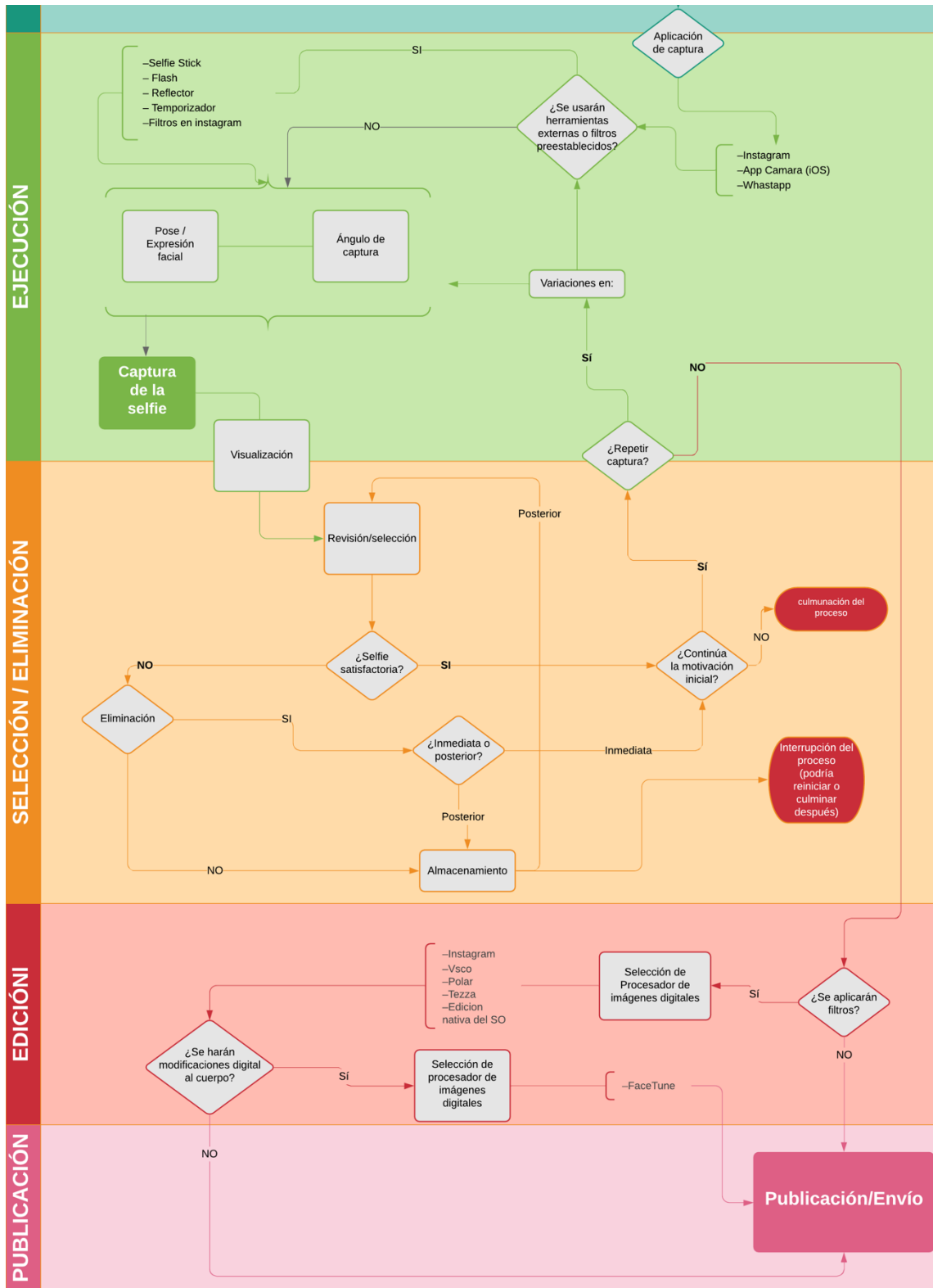
FABIOLA: si, le pido otra y que elimine esa. Pero si esa persona sale bien y yo no, le pido que también la borre. Si yo no salgo bien le digo que la borre.

También estas *selfies* propician ciertos tipos de interacciones que son valoradas explícitamente como prácticas sociales y culturales porque se reconocen sus funciones de interacción y conexión con otros, muy similar a enviar *selfies* por mensajería privada, pero de una forma mucho más evidente para la mayoría de las personas:

ALETT: Si está padre digamos el fenómeno. Ya ves que en un momento hasta en los Oscars creo se tomaron una *selfie*. Está padre la dinámica de tomarte una *selfie*, o sea cuando es con más personas. De que estamos todo en grupo y pónganse para la *selfie*. Siento que está padre como forma de convivir. La misma foto hace que convivas de alguna manera. Siento que eso es algo lindo, pero no sé si importante. Es lo que a mi me gusta de las *selfies*.

Ahora bien, a forma de resumen se presenta el siguiente diagrama en donde se condensa en una representación visual la progresión de la práctica *selfie* según lo expuesto en el apartado presente. Cada “sección” del proceso se distingue según su título y color asignado según una secuencia de progresión marcada en el diagrama por las líneas conectoras y descrita con mayor profundidad en las páginas siguientes. Este diagrama pretende ser una condensación de una actividad (dividida aquí solo para fines explicativos pero que es experimentada siempre en un solo momento conglomerador) con procesos sincrónicos y otros secuenciales.





7.3 *La mediación socio-técnica*

Dentro de este apartado se expondrán las formas en que las condiciones socio-técnicas del fenómeno *selfie* intervienen en la instauración, progresión y modificación de sus procesos y prácticas, además de explorar las incidencias que estas condiciones socio-técnicas tienen sobre la conceptualización misma de la *selfie*, lo que incluye sus significados, usos y motivaciones.

Como se ha presentado ya, el concepto de *selfie* es construido en gran proporción por la experiencia de la interacción con el dispositivo mismo, particularmente con la capacidad de ver la imagen de uno mismo en el dispositivo cámara-pantalla al mismo tiempo que se captura la fotografía. Esa experiencia, mediada por la tecnología, incluye también la capacidad de comunicar, transmitir y expresar emociones, sentimientos y afectos, gracias a las múltiples disposiciones del cuerpo a través de las fotografías y en particular aquellas que refieren al rostro. De hecho, esta capacidad comunicacional es reconocida explícitamente por Fabiola al decir:

FABIOLA: Porque pues antes no existía la cámara ni eso, no te tomabas *selfies* y pues nadie te veía si estabas feliz o triste. Bueno sólo si estaban contigo pero ahora se la mandas a un amigo que vive lejos y así y pues ya, no sé, pues te dice algo o no sé.

Aquí, al teléfono inteligente y a su modalidad de cámara, le son atribuidas la capacidad de permitir que otros se enteren del estado emocional de uno mismo. No obstante, esto es evidentemente posible por múltiples medios y no todos requieren una cercanía física, como lo indica Fabiola. Sin embargo, a lo que ella refiere es a la capacidad de las *selfies* de transmitir esta información de forma cuasi inmediata, sin una restricción física de espacio. Estas dos cualidades de la *selfie*, una experimentada en el proceso de creación (verse a sí mismo en la pantalla) y otra

en el de distribución (transmisión inmediata de la información), se vuelven significativas al converger en la corporalidad de los sujetos, pues lo que se observa en la pantalla y lo que produce y sostiene la información en una *selfie*, es, principalmente, el cuerpo.

Lo sorprendente para Fabiola es poder transmitir la información de sus afectos y emociones por medio de su cuerpo y así extenderlo hasta el cuerpo del destinatario, todo ello de forma aparentemente expedita y sobre todo autónoma. En esto último recae el verdadero poder de la intervención de lo tecnológico: el pasar desapercibida (a menos parcialmente)³ su participación. Para Fabiola es ella quien decide qué, cómo y cuando se transmite su *selfie*, y en parte es así. No obstante, durante el proceso que ha de seguir para producir la *selfie*, se involucra profundamente todo el sistema socio-técnico que envuelve a su práctica fotográfica.

Este sistema incluye, como ya se ha mencionado, todo el entramado de interacción entre la tecnología, los sujetos y los contextos a los que pertenecen. Así, retomando las aportaciones de Foucault (2008) sobre las tecnologías del Yo, la *selfie* se vuelve una práctica derivada de un dispositivo tanto tecnológico (en el sentido más coloquial posible, o sea lo referente a la innovación, la ciencia, etc.), como de poder, que instaura un marco de actividad en el que, a diferencia de otros dispositivos “clásicos” de poder, el meollo se encuentra en darle explícitamente al sujeto la libertad de decidir qué hacer consigo mismo.

Esta indicación se vuelve explícita por medio del diseño del smartphone, de sus aplicaciones y de las redes de interacción digital en las que se inmersa la persona durante el fenómeno *selfie*. La interfaz y los botones con los que el usuario interactúa durante la práctica *selfie* son dispuestos en tal manera que se tiene la aparente libertad de decidir qué procesos se ejecutarán, cómo se ejecutarán y cuándo sucederán. Tener la opción de habilitar o no la función

³ Pues que se sabe que interviene el contexto tecnológico y social pero no hay claridad en qué medida y cómo lo hacen pues los procesos (programación y diseño) son desconocidos para sus usuarios.

de flash, de aumentar o disminuir la exposición, de hacer zoom, de cambiar de lente, aplicar un filtro o modificar algo de la imagen, da la sensación de control y decisión total sobre el proceso y el resultado de la práctica *selfie*.

Esto no es falso, efectivamente el usuario del smartphone tiene el poder de decidir. Pero esa decisión sucede solo en el marco de acción que provee el dispositivo, precisamente: su hardware y su software. Ambos diseñados y creados a su vez dentro de otro marco de acción derivado de lo que Flusser (2015) llamó Metaprogramas. En este caso se consideraría a la industria de las telecomunicaciones, a la industria de la telefonía celular, la a industria fotográfica, al sistema económico, a los acuerdos mercantiles internacionales, etc., etc.

De esta forma, la *selfie* se conceptualiza, a partir de su condición socio-técnica como una forma de autoexplorarse, de conocerse, de compartir afectos, de comunicarse, de acercarse; en la que el yo de la persona es presentado como el punto central.

Se reconoce así que el dispositivo fotográfico y en sí todo el sistema socio-técnico que rodea a las *selfies* posibilitan una relación particular de uno mismo con su corporalidad en tanto que permiten una experiencia de sí mismo en donde se admira, se juzgan, se critican y también se modifica la percepción del cuerpo, y se actualizan constantemente el esquema corporal y la imagen corporal general (Dolto, 1984). En otras palabras, la *selfie* permite a las personas reconocer, por sí mismas, las condiciones y característica de su corporalidad, al proveer un espacio de actuación suficiente para experimentar con las poses, con los ángulos, con los efectos digitales, con la capacidad y creatividad para transmitir emociones, sentimiento e ideas, etc. y así abrir un costado más a la experiencia corporal, una experiencia corporal a partir del encuentro socio-técnico.

7.3.1 Entramado social

La participación del entramado social⁴ se observa desde mucho antes de que la *selfie* se realice. De hecho, puede encontrarse desde la Planeación y resuena en los momentos posteriores de la Publicación. Esta presencia actúa especialmente sobre los modos en que las personas presentan, disponen y entienden su corporalidad. Fabiola comenta que antes de tomar una fotografía cruza por su pensamiento la duda sobre qué aspectos de su cuerpo van a ser observados por las demás personas, lo que le otorga a la opinión pública un alto grado de participación sobre la decisión de posar, vestirse y en general sobre toda la intención de la práctica *selfie*:

E: ¿Eso lo piensas al momento de tomarte la foto?

FABIOLA: Si, van a decir “aaah, mira, que bonitos ojos.... que bonito se te ve esto”. O por ejemplo, cuando me la tomo con la trasera así como “Ah mira su outfit está bien padre” y “como te maquillaron” y cosas así.

Puede observarse también que Fabiola se anticipa a esta opinión pública y asegura cómo serían los comentarios recibidos, lo que muestra, de nuevo, una profunda valoración por el criterio de los espectadores, pero a su vez, esto remite a una validación personal, puesto que la anticipación no es otra cosa que una evidencia de lo que ya se espera. De hecho, así lo expresa la entrevistada:

E: y cuando te dicen esos comentarios ¿qué sientes?

FABIOLA: ¡Ay, maravilloso! Por eso me tomo fotos, todos los días *selfie*.

⁴ En esto se incluyen las normas, las expectativas y los modelos de comportamiento, sobre todo lo que respecta a la belleza, que se producen y promueven por medio de las interacciones con otros dentro del contexto socio-técnico del fenómeno *selfie*.

La opinión pública también se encuentra presente en las decisiones respecto a la edición y modificación digital de las fotografías. Claro está que en este punto intervienen también las consideraciones personales sobre la percepción corporal, sobre el autoconcepto y la autoestima,

E: ¿Y pensando en ese tipo de cosas haces modificaciones en tu *selfie*?

FABIOLA: Pensando en lo que podría decir la gente, si...No, no nada más soy yo, es la demás gente. Si me gusta la foto pienso en la demás gente. Obviamente que cuando levanto el teléfono digo: Okay, me veo bonita, eso es lo que quiero.

Esto también puedo encontrarse en otras entrevistadas que

ALONDRA

– Porque, fíjate, yo me baso mucho en el qué dirá la gente. O sea qué es lo que piensa la gente, ¿porque? no sé. pero es como que estoy tomando la foto y siento que la gente se me queda viendo. Entonces no se porqué me voy por el qué dirán.

ENTREVISTADOR

– Pero lo que quieres es que te vean, no?

ALONDRA

– SI, soy un poquito rara es ese aspecto. O sea en el momento en el que me estoy tomando la foto y me están viendo me pregunto “¿qué dirán”? Pero cuando subí la foto es como equis, no pasa nada lo que opinen.

7.3.2 Publicación

Las condiciones de publicación están determinadas tanto por los fines establecidos al inicio del proceso *selfie*, como por las características socio-técnicas de la plataforma destino, tales como las distintas funciones que ofrece cada una de ellas y los significados que se le atribuyen a su utilización. Según las entrevistadas, las plataformas más utilizadas para compartir *selfies* son Instagram, Instagram Stories, WhatsApp y Facebook.

Cada plataforma brinda distintas posibilidades y formatos de publicación lo que lleva indiscutiblemente a producir significados y a asignárselos a ellas. En el caso de Instagram, si se trata de una *selfie* de orden público, se especifica que son compartidas preferentemente por medio de *historias*⁵ y que el perfil principal se reserva para retratos, *selfies* especiales o fotografías y videos sobre todo tipo de temáticas:

FABIOLA: Me gusta más para subirla a Facebook. A Instagram casi siempre subo que me las toman. Entonces también subo a Instagram pero solo a las historias.

MARU: La instastory es algo más rápido. La gente lo ve pero solo 24 horas y no lo ve todo mundo; el *feed* lo ve todo mundo. O sea se pueden meter después a verlo. Para mi también era diferente la *selfie* que subes a instastory porque es rápida, es como que más casual a la que subes al feed

De esta forma, en el caso de Instagram, las *selfies* pertenecen más a la sección de historias pues éstas son rápidas, personales y tienen un tiempo limitado de exposición al mundo, reflejando muy bien las cualidades de la *selfie*: cotidiana, personal, sencilla, expés. Por otra

⁵ Instagram Stories es una función integrada en la aplicación Instagram en la cual puede publicarse un breve video o fotografía con la restricción de que es visible solo por 24 horas. Terminadas estas 24 horas no puede accederse de nuevo a la publicación.

parte, el perfil principal de Instagram se percibe más como una continuidad permanente y en esto la *selfie* no embona con facilidad, se prefiere publicar en esta sección otro tipo de fotografías.

Si la *selfie* es compartida por aplicaciones de mensajería privada, la preferida es WhatsApp, aunque también se incluye DM⁶ de Instagram. Esto es así por la basta presencia de esta aplicación⁷. Enviar una fotografía por mensajería privada es indicio de una relación más cercana con el destinatario y el proceso requiere menos pasos para concretarse.

Así mismo, cada plataforma ofrece un sistema distinto de interacción con la fotografía publicada lo que influye en la decisión del medio de publicación. Por ejemplo VSCO no permite comentarios ni likes, por lo que publicar una *selfie* en esta plataforma tiene connotaciones distintas a Instagram; VSCO es percibido más como un blog personal y privado; Instagram parece ser más un terreno de exposición abierta al público:

ROSA: Es nada más literal subir lo que estás haciendo. Hay veces que dices “ay estoy en tal lugar y me gustó como se ve” le tomas foto y la subes. Tienes opción de editar ahí y así. O tal vez una comida, se ve bonita, le tomas foto y la subes. Pero ahí no puedes dar likes, ni comentar. Ahí puedes ponerla en favoritos o “retuitearla” repostearla y sale en tu perfil pero no le puedes comentar ni dar *like* y a las demás personas no les aparece quien le dio *fav* o así. Y tampoco pueden ver tus seguidores ni pueden ver a quienes sigues.

De igual forma, estas plataformas de publicación también cuentan con la función de cámara y de edición de imágenes lo que proporciona una metodología distinta para llevar a cabo

⁶ Siglas en inglés de Direct Message (mensaje directo): función de mensajería privada dentro de la aplicación Instagram

⁷ Esta aplicación es la número 1 en descargas en la sección “ redes sociales” dentro de la AppStore de Apple. (Apple Inc., 2020)

la práctica *selfie*. Aplicar tal o cual filtro dependerá de estas funciones integradas en las aplicaciones.

7.3.3 Hardware y software del dispositivo fotográfico.

En esta sección se exponen las formas en que las características físicas (hardware) y las características de programación (software) afectan o determinan la práctica *selfie* y la experiencia corporal durante todo el proceso. Así mismo se exploran los significados y valencias que se le otorgan al dispositivo y a las plataformas digitales donde se comparten las *selfies*.

De forma general, el teléfono inteligente es importante, pero su grado de relevancia dependerá de las actividades y necesidades de su usuario. Por ejemplo, Fabiola asume una idea de necesitarlo por cuestiones de comunicación pero señala también algunos de los inconvenientes que produce.

FABIOLA: Ay, mucho. Bueno pues ahorita se necesita mucho, verdad. Estamos con esa mentalidad de que se necesita tener un celular en la mano porque nunca sabes lo que te pueda pasar o qué onda. No puedes ir a la calle sin un celular, aunque sea esos del Oxxo, pero tienes que tener uno. Porque no sé, mamá y papá, o está padre tener celular. Está padre pero a veces sí, nos quita la inteligencia. Nos distrae mucho el celular. O sea pero está padre.

Entre las características técnicas generales de un teléfono inteligente que son más relevantes para las entrevistadas, se encuentran las capacidades fotográficas y la facilidad de utilizar el dispositivo en general; le siguen la capacidad de almacenamiento, el diseño y la capacidad de procesamiento de información. Estas valoraciones también se ajustan a las actividades, gustos y necesidades de sus usuarios. Las primeras dos, junto con la capacidad de almacenamiento, se relacionan directamente con la práctica *selfie*.

E: ¿Qué características son importantes para ti?

FABIOLA: Pues qué funcione bien y qué me guste el sistema del celular.

Las entrevistadas mencionaron que el dispositivo con el que se capturas las *selfies* determina mucho del proceso a seguir y del resultado final. La marca que fabrica el smartphone, el año de lanzamiento o la novedad en cuanto al diseño, las funcionalidades y la facilidad de interacción con el dispositivo son elementos importantes.

ADELINE : Si!, definitivamente si. Yo la verdad noto mucho la diferencia si te toman fotos dependiendo del teléfono que tienen. Cambia mucho la calidad.

ALONDRA: Emmm si... por ejemplo a mi me gusta más iPhone por la cámara. Eso si, nunca me he tomado foto con Samsung entonces no sé cómo salgan las fotos. muchas veces me dicen que salen mucho mejor que en iPhone pero no sé, yo sigo prefiriendo Apple.

De hecho, se le otorga al dispositivo y a estas características el poder de determinar si la persona saldrá bella o fea en la *selfie*. Fabiola menciona:

FABIOLA: ¡Ah, si! Si te tomas con uno de los años así bien feos, no sé, como 2010 o así pss salen bien feos. Perro obviamente yo prefiero de *selfies* el iPhone. El iPhone mil veces.

FABIOLA: Me he tomado con Android o sea no discrimino nada, a cada quien le gusta el celular pero yo digo que el iPhone tiene mucha mejor captura, o sea, como no sé, le echaron muchas ganas a la cámara. Eso es lo que hace padre al iPhone, la cámara. Porque pues dices, en un Android no sale igual que en un iPhone.

Cabe mencionar que en los dispositivos Android es común que esté disponible una función llamada “belleza”, la cual aplica en tiempo real ciertos efectos digitales sobre el rostro de la persona, modificando la estructura de la cara, los ojos y la nariz, además de la manera en la que se ve la piel. Estos efectos se regulan generalmente en una escala del 1 al 10. No obstante, aunque esta función alegue proporcionar belleza al rostro, como se observa, hay personas que lo consideran contraproducente, optando mejor por un dispositivo que se crea representa fielmente las características de la persona (como los dispositivos iPhone).

FABIOLA: Ya ves que en un Android te sale la cara rara, como si no tuvieras ni pecas, como si no tuvieras nada, como si tuvieras la cara como perfecta o así. Y el iPhone hace que se te vean tus pecas, ya sea que tengas pecas, un lunar que te guste mucho o granitos verdad y así. Entonces si es muy distinta la cámara, tanto como *selfie* o por atrás.

ADELIN: Por ejemplo, con Android, que se lo toman de broma, te cambia mucho la cámara, como que te maquilla demasiado o sale pixelado. Cambia mucho la calidad de la foto dependiendo del teléfono

Fabiola también menciona que si bien no tuvo que aprender a utilizar su teléfono inteligente, si tuvo que aprender a tomar *selfies*, considerando la luz y la pose. En lo que respecta al conocimiento técnico sobre fotografía, aclara que el iPhone, a través de su diseño de software facilita el proceso de tomar una *selfie*.

E: ¿Tuviste que aprender a utilizar el teléfono para tomarte la *selfie*?

FABIOLA: No pues ya todos estamos con la tecnología en la cabeza.

E: ¿Crees que es necesario aprender a tomarte una *selfie*?

FABIOLA: Si, para que salga bien. Qué si te tomas una *selfie* que salga toda la luz en tu cara y así pues no.

E: Tú cómo aprendiste a tomarte la *selfie*?

FABIOLA: Pues bueno, el iPhone tiene el sistema de subirle o bajarle la luz entonces pues está bien fácil, el iPhone te lo hace más fácil.

Esto supone que gran parte del proceso es determinado implícitamente por los parámetros de configuración predeterminada del dispositivo, en parte por el desconocimiento del usuario, en parte por la automatización que conlleva el teléfono inteligente.

E:¿Tuviste que cambiar algún aspecto de la configuración del teléfono o así como está?

FABIOLA: No, así como está. Digo obviamente si está de noche le pongo flash pero ya.

El cambio más significativo en el funcionamiento del dispositivo es el uso ocasional de la cámara trasera. Eso implica un cambio en procedimiento pues, en los términos de Fabiola, esto ya no sería una *selfie*, al no poder ver la pantalla simultáneamente. De hecho, la diferencia entre la cámara frontal y la trasera es un elemento de conflicto que Fabiola identifica dentro de su experiencia de la *selfie*.

FABIOLA: Pues depende. Si quiero que se me vea todo el outfit completo o me veo muy guapa para que me la tomen pues trasera. Pero si me gusta como me veo yo de cara esteem *selfie*.

FABIOLA: No me gusta porque me las toman y no me veo igual que en las *selfies*. O sea hay muchas veces que me la toman así como de, con la cámara trasera pero me veo yo en

la *selfie* y me encanta. O sea me encanta como me veo y es así como que algo raro y me molesta porque me encantaría salir igual cuando me la tomo yo que cuando me la toma la demás gente.

FABIOLA: Ah si, porque veo como me veo. Si me pongo el cabello así, de este lado me veo como me encanta. Si en la foto trasera me lo pongo del otro lado que no es, no me veo como me veo, no me estoy viendo. Entonces estaría padrísimo que atrás pusieran una pantalla y me vea yo, pero eso jamás va a pasar. Bueno quien sabe, con las 10 mil cámaras y demás.

7.4 *La experiencia corporal de la práctica selfie*

Cual imán, este ultimo apartado, previo a la culminación de la exposición de los resultados obtenidos en esta investigación, atrae a los anteriores apartados para reunirlos todos en las amplias experiencias corporales de la práctica *selfie*. Se pretende así, exponer las múltiples interconexiones establecidas entre la corporalidad y la práctica *selfie*, visibles durante todo el proceso de realización. Todos los elementos del proceso, desde el nacimiento de la intención de capturar una *selfie*, hasta el sistema de recompensas posterior a su publicación, pueden comprenderse como una experiencia corporal, puesto que todos esos momentos de la práctica *selfie* y sus variaciones, son realizadas a partir de las corporalidades de las personas. Es decir, para realizar una *selfie* es necesario, indudablemente, no solo la “utilización” del cuerpo como instrumento mecánico, sino la concepción y disposición del cuerpo como campo de transformación y de acción activa, tanto de disciplinamiento como de resistencia.

Para lograr esto se han organizado los hallazgos según la siguiente estructura:

- Experiencia corporal
- Cuerpo, rostro y tecnología: técnicas y significados
- Selfie: una práctica corporal socio-técnica

7.4.1 Experiencia corporal

Para comenzar, es necesario hacer una pequeña síntesis de lo que se comprende aquí como experiencia corporal. Servirá esto como punto de partida para el análisis de la experiencia de la práctica *selfie* y como ancla para unir sus significados, usos, formas y técnicas. Una experiencia corporal es más que una sensación física consciente o una percepción de la materialidad del cuerpo. Toda experiencia es, en sí, una experiencia corporal, pues no hay conexión posible que no requiera, de alguna forma, al cuerpo. Es más, el cuerpo es sólo a partir de estas experiencias. Es un movimiento sincrónico: el cuerpo es cuerpo porque se experimenta.

Esto se basa en la perspectiva de que *no se tiene un cuerpo, ni se es un cuerpo, sino que se deviene cuerpo* (Torras, 2015). Es decir, que el cuerpo existe en un flujo constante de significados, disposiciones, representaciones, normas, juicios, percepciones, poderes y prácticas, todas inmersas en la cultura. Por lo tanto, conocer la experiencia corporal de un fenómeno por medio de sus prácticas es un camino fiel al entendimiento tanto del fenómeno como de la corporalidad del sujeto que lo vive.

Al indagar fenomenológicamente en la experiencia corporal de realizar una *selfie* se ha encontrado que esta es dada primordialmente por el encuentro intuitivo y casual entre una persona y un teléfono inteligente. La progresión de la práctica *selfie* muestra el desarrollo de este encuentro. Omitiendo por ahora los procesos previos a la captura de la *selfie*, se presenta el

momento de interactuar con el smartphone, de usar los brazos, las manos y los dedos para comenzar y efectuar la captura de una *selfie*. Se abre la aplicación de la cámara, se posa, se sonríe, se crea, se juega, se experimenta, se transforma y entre cada uno de esos momentos existe un “toque” [en la pantalla también, como el nuevo gesto fotográfico (González, 2018)] que captura al cuerpo [en la memoria del smartphone también] y lo revela [en la pantalla del dispositivo también].

Justo como las fotografías que se capturan, que se revisan y se que modifican, el cuerpo se captura, se revisa y se modifica. El cuerpo adquiere las capacidades y significados de lo tecnológico a través de las prácticas que rodean la interacción que tiene con este elemento. Es la materialización del cuerpo a través de sus imágenes digitales (modificables), ya que esas imágenes ya no son estáticas y representativas, sino performativas, porque no son solo un producto, sino un creación, algo nuevo cada vez. Esto refiere, por supuesto, a las posibilidades tecnológicas y computacionales, pero también a las capacidades humanas de plasticidad, de multiplicidad, de diversidad, de singularidad y de colectividad.

No obstante, ese encuentro se presenta como eco en los momentos previos y posteriores a la práctica *selfie*, expandiendo su alcance hasta los momentos del fenómeno que no requieren una interacción con la materia física del cuerpo. Estos encuentros anteriores, que no tendrían, aparentemente, nada que ver con el cuerpo, se experimentan, no obstante, con el cuerpo. De esta forma, la experiencia corporal abarca toda la práctica *selfie* y todo el fenómeno también.

En esencia, todo comienza con un afecto, un sentimiento o una intención que derivan en una puesta en acción y en una práctica, que se vive en el cuerpo, que se crea en el cuerpo y que se reinventa en el cuerpo. Que a demás trata sobre el cuerpo, sus imágenes, sus potencialidades.

Aunque en ciertos momentos esto pueda convertir a la *selfie* en una hermenéutica del ser, como desciframiento del sujeto, la *selfie* también se presenta como la posibilidad de participar en la constitución del propio ser, de la propia subjetividad, de la propia corporalidad y de la propia identidad, poniendo las capacidades de la virtualidad corporal (en el más amplio sentido de la palabra) a disposición de los sujetos.

El proceso, podría verse más bien como una pulsación, que aumenta y disminuye en actividad como una ola. Que se reactiva cada vez que sucede aquel afecto, sentimiento o intención y que se mantiene constante hasta el siguiente pulso. Los puntos más alto de actividad coincide con los elementos más significativos para la transformación de la corporalidad, por ejemplo, al momento de posar para la captura y de editar las fotografías.

La experiencia corporal sucede primero como una proposición, luego como una disposición, seguido de una composición, para dar paso a una modificación y por último una materialización. En análogo: primero se intuye, se idea y se planea una *selfie*, luego se ejecuta y se captura, luego se analiza y se modifica para culminar en una imagen de uno mismo (en la materialización se incluiría en su posterior publicación).

El dispositivo tiene una influencia primordial en el proceso de la experiencia corporal de la práctica *selfie* puesto que es en este elemento en donde se establecen las primeras normas de interacción. Por ejemplo, la interfaz del dispositivo es principalmente táctil y visual, pero también es auditiva y de cierta forma también cinética. Esto condiciona de gran forma la manera en la que se interactúa con el dispositivo y cómo sucede la práctica *selfie*. También la disposición de la cámara y la pantalla, el tamaño, el peso, la marca, la capacidad de memoria, el poder de procesamiento, la conectividad y en general la programación de los softwares presentes en el

dispositivo, participan directamente en cómo se constituye la práctica y por ende en cómo se vive la experiencia corporal. Junto a esos dispositivos tecnológicos se encuentran los sistemas económicos, sociales, culturales, políticos, etc., que los producen; aquello a lo que Flusser (2015) se refería con Metaprogramas.

7.4.2 Cuerpo y tecnología: técnicas y significados

La pose y expresión facial es un elemento muy importante para las *selfies* y es necesario dedicarles una sección particular para abordarles desde el paradigma de las prácticas corporales y así profundizar en sus múltiples aristas dentro del fenómeno. Se ha señalado ya, en el apartado de conceptualización, que el rostro, junto con la capacidad de observarlo en la pantalla del el dispositivo, mientras se captura la fotografía, son los sellos distintivos de la *selfie*.

El rostro, en su entendimiento más general, sería la fisonomía de la cara, los ojos, la nariz, la boca, etc. Pero es claro ya que estos aspectos se han obviado y se habrá de atender este elemento desde una visión holista en sus funciones, significados, usos y disposiciones. En otras palabras, el rostro al que aquí se alude es el rostro del sujeto, el rostro ligado directamente con las llamadas cuestiones éticas contemporáneas: subjetividad, alteridad y responsabilidad. (Jaramillo, L. y Aguirre, J. 2010. P.176).

El rostro es, en esencia, el rasgo más distintivo de un ser humano (Palacios, 2019). Es una zona en la que se incluye todo el cuerpo y la identidad. El rostro es el medio por el cual se reconoce a alguien: uno mismo u otro. Este carácter identificatorio del rostro es exacerbado por el alto grado de representatividad que la fotografía tiene para las más recientes sociedades.

No es sorpresa pues, que la pose y la expresión facial sean puntos esenciales para la práctica *selfie*. No por las bases fotográficas de la *selfie* sino por su sentido *impsum*⁸. También porque estos dos elementos (del cuerpo y de la cara respectivamente) funcionan como modos de expresión, de comunicación y de significación. La pose y el rostro están cargados de todo tipo de significados que se cristalizan en las *selfies*. Por ejemplo, una fotografía *selfie* del rostro no es entendida igual si se muestra toda la cara o solos partes de la cara:

MARU: “yo siento que lo hago en un nivel normal, como que tampoco exagero y la gente que si digo “güey pues ¿que quiere transmitir o qué no tienes o qué te falta?” por ejemplo, conozco a personas que se toman de que su Instagram está lleno pero en ninguno se ve su cara completa o sea es como nunca se ve toda la cara entonces eso me causa como demasiada intriga es como que “porque”?

La exposición parcial del rostro en una *selfie* se asocia con la falta o la incompletud de alguien, más allá de un punto de vista gestáltico fisionómico, desde la aparente incongruencia de mostrar pero no mostrarlo todo. Es como si el acto de realizar una *selfie* estuviera predispuesto a mostrarse uno mismo y que cuando no sucede así, algo ha quedado incompleto, algo falta: el yo está incompleto. Porque el rostro (tal vez por su relación con la mirada) en su forma más superficial, es el rasgo predilecto para la diferenciación de una persona. El rostro tiene una relación muy íntima con la identidad y con la imagen de si. En el fenómeno *selfie* esto se intensifica exponencialmente. Arlet es clara al respecto:

⁸ “sí mismo”.

E: Cuando dices una foto de tu cara es por ejemplo si a ti te tomas una foto de tu cuerpo o de otra parte ¿Eso ya no sería una *selfie*?

ARLET: Yo no lo siento *selfie*, para mi es cara.

El fenómeno *selfie* es por el rostro y por su relación con el yo. De esta forma se nos presenta la *selfie* como un fenómeno y como una práctica que incide directamente en la constitución de esta relación y sus efectos sobre las personas. Se estaría hablando pues, en términos Foucaultianos, de una tecnología del yo; de una forma de ejercer poder sobre el yo de los sujetos, pero, curiosamente, quienes ejercen dicho poder son ellos mismos.

La pose también es importante como forma general de exponer el cuerpo. En la pose pueden leerse comunicaciones diversas, tanto las entendidas comúnmente como lenguaje corporal, como otras más extensas y complejas, por ejemplo, las que muestran las reglas sociales y culturales referentes a la belleza. Con la pose y el rostro viene la ropa, el maquillaje y el peinado, tres elementos altamente valorados en las perspectivas tradicionales y modernas sobre belleza.

La sensualidad, el erotismo y la sexualidad rondan en todas las variantes de la práctica *selfie*. No solo desde lo más evidente como las extensiones a los desnudos y el sexting, sino a las relaciones plurilaterales afectivas que se establecen y se modifican a partir de los usos y significados que se le atribuyen a las *selfies*. Por ejemplo, conectarse con seres queridos mediante una fotografía del rostro:

ADELINE: Para mandarlas a mi novio, a mi familia, a mis amigos. Creo que como soy foránea, le doy mucho uso a las *selfies* porque todo el tiempo estoy mandando fotos a mi

familia. Aunque no me gusten las fotos a ellos si se las mando, me vale. Más que nada para estar en contacto todo el tiempo.

ALETT: No se, por ejemplo hay veces en las que me quiero tomar una foto y pues quiero que se vea más pompi o me pongo de cierta manera en la que me vea pues... “más sexy”

Así, se ofrece la imagen de uno mismo como nodo de interacción afectiva y se pone al yo como moneda de cambio para comunicar, de una forma u otra: “esto soy yo y entrego mi ser para luego volver a ser gracias al otro”, porque si no hubiera otro (aunque sea el que habita en la misma persona) que mire esa imagen de uno, no habría sujeto que realizara una *selfie*. En otras palabras, las *selfies* son la confirmación de la íntima relación de la propia identidad con los demás.

No obstante este proceso de exposición no es fortuito y requiere de una intención personal. Esta intención está impregnada con las motivaciones más fuertes del Yo de solidificarse, sin embargo en el proceso se vuelve más susceptible a los cambios y al presentarse sin reparo podría exponerse “de más” y revelar la verdadera consistencia-inconsistencia maleable del Yo. Por esta razón exponer el proceso de tomarse una *selfie* se vive como penoso o vergonzante y podría esto ser, también, una razón por la que el interés en el proceso de realizar una *selfie* se haya visto menguado en el mundo académico. Muchas entrevistadas comentaron que les es incómodo que alguien presencie el proceso de capturar una *selfie*.

ALETT: y pues no quiero que la gente me ande viendo en ese proceso jajaja o sea yo todas mis *selfies* me las tomo sola o sea no hay nadie alrededor.

CARLA: Sí, normalmente cuando hay mucha gente mejor no, porque me da pena que vean que me estoy tomando una *selfie*.

E: ¿Qué es lo que te da pena?

CARLA: Me da pena que vean que me estoy buscando el ángulo, la luz, o no sé, me da pena el qué vayan a decir o qué vayan a pensar.

E: ¿Qué crees que puedan decir o pensar?

CARLA: Que soy muy vanidosa o algo así.

En este último diálogo que se muestra, Carla indica que cree que la verían como vanidosa al momento de que otros la observen realizar la práctica *selfie*, pues se estaría incurriendo en una repetición de uno mismo, lo que desenmascararía los pequeños artilugios que el yo tiene para presentarse al mundo. Se pondría en evidencia al yo, se mostraría el cuerpo en carne y hueso y no solo en representación como la imagen fotográfica pretende.

Esta confirmación puede, sin embargo, volverse reiteración si los contextos son los suficientes para insistir en oprimir las capacidades performativas de esta práctica y resaltar solo las representativas, es decir, si se insiste en que una *selfie* (y la fotografía en general) solo es una reproducción representativa del sujeto/objeto fotografiado.

MARU: pues yo me considero una persona normal en la escala de *selfies* porque no siento que soy la que más sube, no soy la traumada que sube todo el tiempo pero tampoco soy las niñas que no se toman. Como que estoy en medio, me gustan, están cool, si me tomo pero no soy de las obsesionadas que solo suben eso.

Estas condiciones se ligan fuertemente con el estado emocional y afectivo general de la persona que realiza las *selfies* y con el contexto social y cultural en el que se ve inmerso. La adolescencia, por ejemplo, es una época (dado su reconocimiento general por denominar en gran medida la constitución de la identidad) que sería muy susceptible a esta insistencia, produciendo así experiencias corporales en la práctica *selfie* que se inclinen más a una disposición represora de la corporalidad, más que a una disposición performativa. MARU dice:

MARU: La verdad, antes, hace mucho cuando empezaba todo eso de las *selfies* de que en... no sé cuando empezó, ponte hace 5 años o así, si me arreglaba para tomarme las *selfies* pero ahorita es más como que ya estoy arreglada porque tengo algo me la tomo de pasada pero no me voy a arreglar especial para tomarme la *selfie*. Aunque siento que es un asunto de edad, como que niñas más chiquitas es más probable que se arreglen solo para tomarse la *selfie*. Pero yo no me voy a arreglar solo para tomarme la *selfie*. Como que qué flojera.

Aquí puede intuirse ya, que dentro de la práctica *selfie* se encuentran presentes múltiples interconexiones entre los rubros que los estudios sobre las prácticas corporales proponen para abordarlas.

Por un lado se obtiene que las prácticas de normalización del cuerpo y de los patrones de belleza, es decir, las técnicas de control y disciplina que normalizan a los sujetos a través de sus cuerpos y de la imposición de los ideales de belleza, aparecen: a) como parte del entramado socio-técnico de interacción con los dispositivos tecnológicos; b) en los procesos de retroalimentación y gratificación de la post-publicación/compartición de la *selfies* y sobre todo,

c) en las disposiciones del cuerpo para efectuar materialmente los incisivos anteriores⁹ y la ejecución propiamente dicha de la *selfie*. Arlet habla sobre el proceso personal de vaivén con estas prácticas, aunque no las nombre como tal:

ARLET: Yo me considero que a mi me gusta mi cuerpo, porque yo puedo no publicar la foto y yo estar feliz con la foto que me tome, en algún momento de mi vida era más insegura y tenía muchas *selfies* y en ese momento no me pongo a pensar “ah quiero que la gente me vea bonita o tener muchos likes” pero creo que si era una parte esta cosa de “pruebenme” porque pues si las editaba mucho, o sea les ponía filtro y ahorita pues no necesariamente las subo con filtro, ya me vale más, creo que es como un trabajo más interno, entonces ahorita digo que me tomo las fotos porque me gusta tomarlas y no para que a alguien mas les gusten.

Todo ello desde el diseño y producción del hardware y el software del teléfono inteligente y desde los significados sociales y culturales que tienen las otras imágenes y representaciones sobre el cuerpo. Fabiola menciona que la decisión sobre la *selfie* a publicar dependerá de cómo muestre sus pecas, que para ella son un rasgo distintivo y atractivo de su rostro.

E: ¿Cómo decides cuál foto subir y cuál no?

FABIOLA: ¡Jole, pues en la que salga mejor. Por ejemplo, si en la otra no sé, se me marcaba más mis pecas. Ah! pues por mis pecas y así. Por... o tipo no sé o sea la pose que hice. A lo mejor cambié de pose y me gustó más la otra y esa es la que subo, la que me gustó más.

⁹ Es decir, manipular e interactuar con el smartphone.

Además busca que esto sea así también para la gente que observa su *selfie* y de hecho les considera desde el momento en que sostiene su teléfono para capturar la imagen de su cara, de su cuerpo, de ella misma.

FABIOLA: No, no nada más soy yo, es la demás gente. Si me gusta la foto pienso en la demás gente. Obviamente que cuando levanto el teléfono digo: Okay, me veo bonita, eso es lo que quiero.

Ella señala, que lo que aparece en una *selfie*, y más aún en su práctica, no nada más es ella, “es la demás gente”. Esto vuelve a las consideraciones sobre presentarse a sí mismo frente a los otros como susceptibles a transformación, a modificación por ellos.

La experiencia corporal de la práctica *selfie* incluye también a las emociones, los sentimiento y los afectos que se producen en el sujeto durante cualquier momento del proceso. A esto se refiere tanto los que son comunicados dentro de la imagen fotográfica resultante como los experimentados durante la ejecución de la práctica completa y durante la efectividad del fenómeno. Por una parte, el acto de tomarse *selfies* produce este tipo de experiencias corporales a partir de la disposición del cuerpo como superficie de experiencia de sí mismo. Es decir, que se dispone el cuerpo como un soporte del yo y esto produce afectos porque la imagen de uno mismo que regresa a uno es un manjar para los procesos identificatorios. Las *selfies* son también una manera de experimentarse a sí mismo, de presenciarse, de evidenciarse para sí.

E: ¿Qué te gusta de tomarte *selfies*?

FABIOLA: Qué gracias a las *selfies*... me veo.

LIZA: Me gusta que puedo apreciarme, verme, no sé, en otro momento, en otra perspectiva. No es lo mismo verme en un espejo o en una foto. No sé, recordar de que en ese momento fui y no sé... pues si me trae recuerdos.

ALONDRA: Si es de todo el proceso lo que me gusta es ver las fotos. Porque me gusta ya ver cuáles me gustaron, cuales no, cuales voy a borrar, cuales voy a subir... siempre.

Durante la práctica *selfie*, además, como es la propia persona quien efectúa el acto, esta se presenta a si misma como la gobernante total sobre los resultados. En cierta forma es creer que es el sujeto quien decide su propia imagen. No obstante, y justo igual al propio yo, la *selfie* tampoco se construye exclusivamente de las decisiones aisladas del sujeto, sino que participa otro, no un humano, sino un ente tecnológico: el dispositivo fotográfico denominado teléfono inteligente.

Este elemento cobra especial importancia puesto que es de donde surgen las posibilidades materiales-digitales de modificar y transformar las *selfies* y por ende la imagen de uno mismo y el yo, a final de cuentas. Desde las diferencias en perspectiva, profundidad de campo e iluminación del lente y el sensor digital de imagen hasta el procesamiento de la información computacional del archivo de imagen hasta la exportación, almacenamiento y distribución de este, es en donde intercede el sistema socio-técnico que contiene a todo el fenómeno *selfie* y todo esto es entendido no por una experiencia consciente de la persona, sino por la experiencia corporal de realizar la práctica *selfie*.

ROSA: Pues porque yo ya se lo que me gusta. O sea yo ya he tratado de varias maneras y veo qué es lo que me gusta y “¿sabes qué? esa posición no me gusta o me gusta como salgo” o así y pues es la que hago frecuentemente

En este caso se observa una implicación profunda de los afectos en las expectativas sobre los comentarios recibidos a cerca de las fotografías publicadas o compartidas por cualquier medio.

A: Cuando tu te tomas *selfies* ¿lo haces con un propósito particular?

FABIOLA: Con el propósito de que me veo más bonita.

Se habla ya cotidianamente del papel que juegan los comentarios y reacciones a la fotografía publicada en redes sociales, sobre el estado emocional de la persona y cómo esto incentiva o detiene la actividad *selfie*. Ahora se observa que estos mecanismos continúan presentes y que son reconocidos directa o indirectamente por las entrevistadas. A demás, se encontraron también procesos similares de comprobación y verificación que suceden en paralelo o posterior a la práctica *selfie*:

ROSA: Fíjate que sí. Más que nada a mi hermana le pregunto “¿Cómo le hago? ¿Salgo bien así o así?” le pido su opinión. A mi hermana mayor.

E:¿Aplicas estos consejos con frecuencia?

ROSA: Fíjate que sí, la mayoría de las veces sí. O sea porque... haz de cuenta: tomo sus consejos y yo los aplico y me gustaron. Qué la mayoría de las veces sí me gusta. Pues ya, me quedo con ellos

En este ejemplo se presenta un momento casi pedagógico sobre la práctica *selfie*. Se propicia un entorno de aprendizaje en cuando a las disposiciones del cuerpo, el uso de dispositivos y la conformación de toda la práctica en general. Aunque en el ejemplo anterior esto se produce entre familiares, esto puede ocurrir con cualquier persona, no es necesario siquiera que sea un amigo o alguien cercano:

LIZA: yo a veces busco referencias de fotos de mujeres no sé, pelonas ¿cómo se han tomado fotos? y me doy una idea cómo ah no sé “hizo esta pose” bueno pues ahí voy yo también. Si, como que busquen ideas de cómo es la foto que quieren en mente.

En este ejemplo, la entrevistada comenta que recomendaría a una persona que desea tomar una buena *selfie* que busque referencias de otras fotografías con personas que posean sus mismos atributos, como ella que busca fotografías de mujeres con cabello corto porque ella así lo porta, para luego copiar y apropiarse de estas referencias.

Este tipo de referencias aparecen en casi cualquier plataforma de redes sociales y se podrán considerar como análogas a los medios de comunicación que promueven y producen modelos de belleza idealizados, sin embargo en estas plataformas sucede algo distinto. La referencia, en muchas ocasiones, no es solo la imagen de una persona famosa sino la de una persona común, otros usuarios de las redes y otros practicantes de la *selfie*. Cada uno de ellos establece un procedimiento y crea una práctica particular, que puede luego ser emulada por otros practicantes e incluso modificarla, creando una nueva variación. Tal vez alguna persona agregue un filtro extra, o modifique la pose o el ángulo de captura.

Estos cambios en la práctica solo pueden suceder a medida en la que se ejecutan las acciones. Por ejemplo, para determinar la pose que se hará se toman en cuenta distintos factores como el estado de ánimo, el objetivo de la fotografía o el lugar en el que se encuentra la persona. Todo eso se pone en movimiento durante el ejercicio de la práctica *selfie*.

ALET: Pues practicando, hago eso de que pongo la cámara frontal y veo maso menos como me veo, o sea depende de mi estado de animo también a veces tengo ganas de salir más seria o sonriendo o así.

8 CONCLUSIONES

Se presentará a continuación un breve recuento de los resultados más importantes, a la vez de dar respuesta a las directrices que se plantearon en el objetivo de este proyecto de investigación. Junto a ello se revisan la propuesta metodológica y teórica para proponer distintas aproximaciones a este fenómeno que puedan dar cuenta de aspectos que no pudieron integrarse en este proyecto de investigación.

Para tener presente: se planteó como objetivo general el analizar la experiencia corporal en la práctica socio-técnica de la *selfie* bajo el paradigma de las prácticas corporales. A ello se han alineado tres preguntas de investigación: a) ¿Qué procesos se siguen para realizar una *selfie*?; b) ¿Cómo es la experiencia corporal de realizar una *selfie*?; c) ¿Cómo interviene el dispositivo fotográfico y su contexto socio-técnico en la experiencia corporal de realizar una *selfie*? Que darán orden a la exposición de los hallazgos realizados.

8.1 ¿Qué procesos se siguen para realizar una selfie?

Esta pregunta puede responderse a través de la descripción detallada de la práctica *selfie*. No obstante, nombrar todos y cada uno de los procesos que suceden entorno a la práctica *selfie* sería una tarea prácticamente imposible de llevar a cabo en su totalidad. Según los resultados obtenidos del análisis de las entrevistas realizadas, las variaciones al proceso general dependen de múltiples factores, como el estado de ánimo de la persona, el contexto situacional de la *selfie*, las habilidades y conocimientos técnicos sobre el manejo del dispositivo, la innovación tecnológica y las capacidades del dispositivo, el bagaje de experiencias previas entorno a la *selfie*, la concepción misma sobre toda la práctica *selfie*, etc., etc.

En concreto, los procesos entorno a la práctica *selfie* cambian y se modifican constantemente y se componen de elementos sumamente singulares relacionados directamente con la subjetividad de la persona que realiza la práctica, por lo que el surgimiento, desarrollo y establecimiento de cualquier variación es algo que no puede predecirse. Además, el proceso mismo modifica la experiencia subjetiva de cada persona. Se estaría tratando pues de dos elementos codeterminados.

No obstante, para presentar de forma concisa lo que se ha encontrado respecto al proceso, se ha recurrido al *diagrama*. Esta representación gráfica ofrece una exposición concisa del proceso general y algunas de sus variaciones, lo que permite observar los puntos de flexión en donde podrían introducirse nuevas variaciones. Este diagrama incluye seis procesos:

- Ideación

Corresponde al momento de analizar las motivaciones y las condiciones previas para iniciar la práctica *selfie*. Se considera el estado de ánimo, el contexto situacional, la decisión sobre

el fin y las características de la *selfie* buscada. El elemento más relevante en este momento es la presencia de una motivación que deberá permanecer activa durante todo el proceso para poder culminar en una *selfie*. Esta motivación no suele experimentarse como una moción claramente consciente, en la mayoría de las ocasiones solo puede percatarse en afirmaciones de tipo “tengo ganas de tomarme una *selfie*” o simplemente “quiero tomarme una *selfie*”. Puede ser también que la motivación provenga de un compromiso social como por ejemplo al hacer una *selfie* grupal en una reunión con familiares o amigos.

- Planeación

Se determinan las condiciones materiales de la *selfie* al indicar cómo, cuándo y dónde se llevará a cabo la práctica. También se consideran qué herramientas se utilizarán para apoyar el proceso y por donde será distribuida la imagen resultante para así poder determinar con qué aplicación se capturará la *selfie* y dar paso al siguiente proceso. El elemento más relevante en este momento es el análisis de las condiciones de luz para la toma de la fotografía.

- Ejecución

Durante la ejecución se realiza la captura de la *selfie*. en ocasiones se intercala con el proceso de revisión/eliminación pues se incluye también el reinicio de la ejecución si hubo algún disgusto con la fotografía realizada y se desea intentar de nuevo. Aquí también se determina la pose, la expresión facial y el ángulo de captura. También se aplican algunos filtros preestablecidos y se realizan modificaciones a la cantidad y calidad de la luz que hay en la escena. También se modifica el espacio circundante si es necesario para crear armonía en la imagen.

En este punto se realiza la cantidad de capturas necesarias para los intereses y gustos de la persona. Varía según el objetivo de la *selfie*, las costumbres del usuario, la disponibilidad del tiempo, la capacidad de memoria del dispositivo, etc.

- Revisión/eliminación

Este proceso puede realizarse intercalado con el anterior o puede realizarse una vez finalizada la captura de la o las *selfies*. Cada usuario crea un proceso que se le facilite y le permita completar satisfactoriamente la selección de la o las imágenes finales para seguir luego con su eliminación o almacenamiento según las capacidades, gustos y prácticas de la persona. Puede suceder, por ejemplo, que en un primer momento no se haya seleccionado ninguna fotografía, se almacenen en el dispositivo y en algún momento posterior se reactive el proceso de selección para continuar con la práctica.

- Modificación

Este proceso es opcional pues depende de las funciones que el usuario pueda ejecutar según las capacidades de su dispositivo, su estado de ánimo, su autopercepción y en general toda su subjetividad. Pueden aplicarse cambios o efectos menores, las cuales son más aceptadas públicamente, o pueden realizarse también modificaciones en la estructura anatómica del cuerpo para crear una *selfie* más agradable para el sujeto.

- Publicación

Este último paso implica compartir la *selfie* o no, según lo establecido en el proceso de ideación. La *selfie* podría ser individual y privada, entonces se compartiría por alguna aplicación de mensajería privada (Whatsapp, DirectMessage, etc.); la *selfie* podría ser individual y pública y

se compartiría entonces por una red social o como imagen de perfil de distintas plataformas. La *selfie* también podría ser grupal, lo que aumentaría considerablemente sus posibilidades de ser publicada en alguna red social.

Por otro lado, es posible también que la o las *selfies* no hayan sido realizadas con el fin de ser publicadas, por lo que su destino es la memoria interna del dispositivo. Estas fotografías podrían luego tomar algún otro camino y se retomaría el proceso desde *Revisión/eliminación*. Esto apoya al argumento de que la progresión del proceso no ocurre linealmente y que existen múltiples puntos de variación, lo que a su vez, apunta a la íntima relación entre la práctica *selfie* y la experiencia corporal. En otras palabras, la práctica *selfie* es una práctica tan cambiante y flexible como la experiencia corporal lo permita y su propia ejecución modifica tanto la conceptualización general sobre el cuerpo como sus características materiales, posicionando claramente a la práctica *selfie* como una *práctica corporal*.

Es necesario aclarar que este proceso aquí resumido es sólo la estructura general. De este esqueleto se desprenden variantes impredecibles que solo podrán observarse hasta que sucedan en la práctica llevada a cabo por las personas.

8.2 ¿Cómo es la experiencia corporal de realizar una selfie? y ¿Cómo interviene el dispositivo fotográfico y su contexto socio-técnico en la experiencia corporal de realizar una selfie?

La experiencia corporal mediada por la tecnología es un campo de estudio que puede incluir no solo a las modificaciones fisiológicas o anatómicas, sino a todas las interacciones que repercutan directa o indirectamente en la concepción general sobre la corporalidad y en la constitución subjetiva de las personas. En el caso del fenómeno *selfie* es evidente que muchos de

sus procesos y actividades se apoyan robustamente tanto en las capacidades performativas de la corporalidad, como en las posibilidades y funciones de la red socio-técnica en las que sucede el fenómeno. Esto permite considerar a la práctica *selfie* no solo como una práctica corporal sino como una práctica corporal socio-técnica.

No obstante, al ser una práctica instaurada en la cotidianidad puede pasar desapercibida, dirigiéndola a una zona de inferioridad y omitiendo su valor para la vida intersubjetiva, social y cultural de quienes la realizan. Además, esta práctica corporal es compartida con otros practicantes de la *selfie*, creando una red de interacción más allá de las posibilidades de la interfaz del dispositivo, llegando a una especie de conversación a distancia entre los cuerpos de los practicantes en la que se transmiten modelos, formas y disposiciones corporales que de otro modo no existirían. Esto se observa en los procesos de aprendizaje y ensayo que suceden alrededor de la práctica *selfie* como buscar un tutorial, preguntar a un amigo o imitar a otros practicantes de la *selfie*.

La práctica *selfie* además, permite interacciones en el mundo físico material que fortalecen los lazos sociales, amplificando las formas en que las personas se relacionan unas con otras. La captura de una *selfie* podría ser el momento en que una familia se reúne para crear un recuerdo, la excusa de unas amistades para sonreír o una muestra de confianza y cariño hacia un ser querido. Para que esto se active no es necesaria la imagen final, basta con el acto, el movimiento, la cercanía de los cuerpos para generar estos lazos. La práctica *selfie* afirma así la propuesta de Gómez y Thornham (2015) sobre el entendimiento de la fotografía en el era digital pues la imagen fotográfica pasa a ser solo un elemento más del proceso y efectivamente no el más importante.

De esta forma, la experiencia corporal de la práctica *selfie* se extiende más allá de la fotografía final. Inicia y se actualiza en cada momento del proceso, agregando, quitando y

modificando en cada ocasión los significados y creencias sobre la práctica misma y sobre el cuerpo. Esta experiencia es sumamente diversa y en muchos sentidos impredecible. Aquella dimensión corporal que Ihde (2005) nombra como *cuerpo tres*, que trata sobre el encuentro entre los sujetos y la tecnología, sucede aquí de una forma explícita. La práctica *selfie* permite a sus usuarios múltiples puntos de encuentro con la tecnología y con sus propios cuerpos. Desde el momento en que se idea la *selfie* se consideran todos los factores socio-técnicos del fenómeno (desde el sistema operativo del dispositivo de captura, el formato de publicación de la plataforma destino y los conocimientos técnicos fotográficos, hasta las normas y significados sociales que pueden tener todos los otros elementos de la práctica).

La relación entre el proceso, la experiencia corporal y la intervención socio-técnica es tal, que separarlas más allá de su análisis no haría justicia a la complejidad del fenómeno; estas categorías están indiscutiblemente relacionadas entre sí y dependen unas de otras. La mediación tecnológica y la disposición del cuerpo en el fenómeno *selfie* son experiencias que conviven mutuamente en muchos momentos del proceso. Por ejemplo, la colocación de la cámara (ángulo de captura) se realiza en función de múltiples factores como las características físicas del sujeto, de su percepción corporal, de las posibilidades técnicas fotográficas del dispositivo, de la intención de la práctica, etc. Esto produce una fotografía *selfie* mediada por todos esos factores que muestra, al final de cuentas, una imagen con la cual se identifica el usuario y se reconoce (o no) en ella, permitiéndole afirmar que se trata, efectivamente, de una fotografía de sí mismo. Por lo tanto, se encontraría frente a un cuerpo mediado por la tecnología, por un teléfono inteligente, por un software computacional, por significados asociados al uso del dispositivo, a la marca y a todos sus componentes materiales; sin mencionar los complejos mecanismos de promoción de modelos que

rigen la forma de actuar, comportarse y verse, que existen en las plataformas digitales de redes sociales y otros medios masivos.

En lo que respecta al uso del aparato y sus configuraciones, que pretenden ser lo más intuitivas posibles, son en realidad un proceso complejo que requiere ciertas pautas de aprendizaje y socialización de conocimientos que no son necesariamente de orden intelectual sino más bien de orden corporal. A lo que podría referirse como un saber-hacer, un saber que proviene de la práctica y no del razonamiento. Esto produce una integración tal con el dispositivo que su participación es pasada por alto en muchos aspectos, obviando su importancia para la determinación del cuerpo de los usuarios. Por ejemplo, si bien se reconoce que es necesario hacer cambios e interactuar con el celular para dar cierto efecto, intensidad o color a la luz en la imagen, estos resultados no le son atribuidos al dispositivo sino al sujeto, quien es también el objeto de la fotografía. Es decir, el efecto que las características y configuraciones del dispositivo-cámara tienen en la *selfie*, es mostrado como propio, personal y singular del sujeto, obviando la participación del dispositivo mismo (y de los millones de dispositivos y usuarios alrededor del mundo), lo que se traduce en una autoafirmación del Yo del sujeto, pues éste supone ser el origen de su propia determinación, cuando más bien es un proceso compartido con un dispositivo tecnológico, con una red socio-técnica.

Esto es vivido así (desapercibido) dados los múltiples momentos de variación que la misma práctica produce; momentos sincrónicos, instantáneos y fugaces, en donde se introducen nuevas experiencias que singularizan cada acto del proceso de realización de la *selfie* y lo *personalizan* a tal grado de crear un estado de correspondencia directa con las acciones del sujeto y el resultado final de la *selfie*. Lo que Bresson (1952) llamó el *instante decisivo*, se encontraría acá no en el momento de la captura, sino en el encuentro, o más bien en *los encuentros*, que se producen entre

el sujeto y el dispositivo a lo largo de toda la práctica *selfie*. Así se muestra la mediación que el dispositivo tecnológico hace en el fenómeno *selfie* y en particular en la conformación y transformación del cuerpo.

La *selfie* se vuelve una nueva fusión entre las tecnologías de poder y las tecnologías del yo (Foucault, 2008), ya que, si bien, las primeras se entienden como formas de control que alguien ejerce sobre otro, y las segundas como formas de regulación que uno ejerce sobre sí mismo, en la práctica *selfie* ese poder es dejado, supuestamente, en manos del usuario y se insiste sistemáticamente en esto por medio del diseño del hardware y el software del teléfono inteligente, creando así una omisión directa sobre el papel que este dispositivo fotográfico tiene como aparato de control y disciplinamiento, como forma de disponer de las personas.

Aquí se presenta la pregunta: “¿no podría ser, a final de cuentas, que el control provenga de las mismas instituciones y grupos antiguos y este aparato fotográfico sea sólo un medio más para ejercer sus técnicas de control?” Seguramente así lo sea, en cierta forma, pero existe un margen vital para el fenómeno *selfie* que no es previsto ni por la industria, ni por la sociedad, ni por el usuario y es ahí donde emergen las capacidades performativas de los sujetos que realizan *selfies*. Este margen ha sido el principal interés de esta investigación y se presenta en el contacto de los cuerpos de esos usuarios con las redes socio-técnicas, con los teléfonos inteligentes, en los que convergen impredeciblemente (aunque los grupos de diseño de UX y UI lo intenten) distintas experiencias físicas materiales, experiencias subjetivas, experiencias psico-emocionales, experiencias sociales-colectivas, experiencias culturales; reunidas todas ellas en la experiencia corporal cabal que las personas viven al momento de capturar una *selfie* y así lograr transformar el ser y al cuerpo en algo más que su propia imagen, transformarlos en una práctica socio-técnica, es decir, en un cuerpo y un ser socio-técnico.

8.3 *De la metodología y el marco teórico.*

Ahora bien, en lo que respecta al proceso metodológico, queda claro que, aunque la entrevista fenomenológica es imprescindible para conocer la experiencia corporal de la práctica *selfie* y del encuentro de los sujetos con esta práctica socio-técnica, esta solo proporciona una aproximación al fenómeno derivada de las comunicaciones y percepciones de las personas entrevistadas. Esto podría complementarse con otras técnicas de recolección de datos como encuestas, observación directa de la práctica y aplicar así una metodología de análisis de corte cuantitativa para contrastar los datos obtenidos tras un análisis cualitativo. Así mismo, esto permitiría integrar las aportaciones de otros campos de estudio como el análisis de *BigData* o el análisis multimodal aplicado al diseño de los dispositivos tecnológicos y de esta forma ampliar y profundizar en la diversidad de prácticas entorno al fenómeno *selfie*.

Otro aspecto para considerar es la aplicación de un marco teórico que permita adentrarse con firmeza en los procesos y funciones que se despliegan en la práctica *selfie* en relación a la construcción y mantenimiento de la identidad. De igual forma, sería importante explorar las formas en que sucede el aprendizaje y desarrollo de los saberes implicados en la ejecución de la práctica *selfie* lo que llevaría a considerar aspectos de la socialización del conocimiento a través de las prácticas.

Así mismo, tras la presentación de los resultados se vuelve imperativo integrar al marco teórico y metodológico todos los aportes que han hecho los estudios de la corporalidad y en específico de aquellos derivados de las corrientes del feminismo y los estudios de género. Queda claro que el estudio de las prácticas corporales requiere de estas perspectivas para ofrecer una

punto de análisis cabal de los fenómenos en los que el cuerpo se ve atravesado, los cuales no son pocos.

8.4 Propuestas y Futuras investigaciones

Dado que la práctica *selfie* es multifactorial, sería pertinente ampliar este tipo de aproximaciones a otras metodologías como estudios comparativos entre distintos grupos con características demográficas distintas o realizar experimentaciones empíricas para poner a prueba los puntos de contacto e interacción de los elementos socio-técnicos y de la corporalidad de los sujetos. Sin duda, unos de los aspectos más relevantes que han quedado pendientes por explorar es el análisis de este fenómeno bajo una mirada crítica con perspectiva de género. Esto proporcionaría una base sólida para visibilizar los mecanismos de control y disciplinamiento que se expanden desde las formas de representación hasta las prácticas del fenómeno *selfie*. Por ejemplo, atender las formas en que las poses, gestos y movimientos condicionan los cuerpos de quienes practican las *selfies*, en particular aquellas formas que se ligan a los aspectos sexuales y relacionales de la corporalidad. El sexting y otras prácticas sexuales aparecen ligadas de forma directa con el fenómeno *selfie* y esto sería un escenario fructífero para profundizar en las repercusiones del uso de la tecnología en las prácticas sexuales.

También se propone abordar esta práctica profundizando en los usos de la *selfie* referentes a la memoria y el archivo, pues estas parecen integrarse de formas más complejas y profundas de lo que en esta investigación haya podido encontrarse. De igual modo, lo que respecta a la conformación de la identidad aparece como un elemento muy importante para el fenómeno *selfie* y aunque se han explorado ya este tipo de funciones asociadas a la *selfie*, no se ha profundizado

en cómo la práctica del *selfie*, y no la imagen, intervienen en estos procesos, tanto en grupos como en individuos.

Así pues, se invita, de manera general, a continuar con el abordaje del fenómeno *selfie* desde la perspectiva de las prácticas pues este costado de análisis aún tiene mucho que ofrecer al entendimiento del fenómeno, pero también al entendimiento de la interacción entre los sujetos y la tecnología y sin duda, este es un aspecto que no puede obviarse dada la ubicuidad de los dispositivos y de la creciente relación entre entes humanos y entes no humanos. Otras aproximaciones teóricas y filosóficas, como toda la corriente posthumanista, pueden arrojar luces interesantes a este propósito.

9 BIBLIOGRAFÍA

- Acuña, A. (2017). Representación de la mujer y estándares de belleza en la publicidad de productos de cuidado personal: un análisis de contenido. *Anuario de investigación de la comunicación CONEEICC*, (24), 190-202.
- Aguilar, A. y Morfín, F. (2007). El cuerpo conciliado. Una revisión del cuerpo en la filosofía y el pensamiento social. En: Muñiz, E. y List, M. (Ed.), *Pensar el cuerpo*, 1 ed. Mexico: Universidad Autónoma Metropolitana Unidad Azcapotzalco, pp. 11-33.
- Apple, Inc. (2020). *WhatsApp Messenger*. Recuperado el 20 de abril de 2020 de: <https://apps.apple.com/pa/app/whatsapp-messenger/id310633997>
- Arlés, J., Sastre, A. (2007). Prácticas Corporales y Construcción del Sujeto. *Revista Hallazgos*. 1(7), pp. 289-310.
- Babič, N., Ropert, T., & Musil, B. (2018). Revealing faces: Gender and cultural differences in facial prominence of *selfies*. *PLoS ONE*, 13(10) doi:10.1371/journal.pone.0205893
- Barry, C., McDougall, K., Anderson, A., Perkins, M., Lee-Rowland, L., Bender, I., & Charles, N. (2019). ‘Check your *selfie* before you wreck your *selfie*’: Personality ratings of instagram users as a function of self-image posts. *Journal of Research in Personality*, 82 doi:10.1016/j.jrp.2019.07.001
- Batchen, G. (2004). *Arder en deseos: la concepción de la fotografía*. España: Gustavo Gili, S.L.
- Bruno, N., & Bertamini, M. (2013). Self-Portraits: Smartphones Reveal a Side Bias in Non-Artists. *PLoS ONE*, 8(2). <https://doi.org/10.1371/journal.pone.0055141>

Bruno, N., Gabriele, V., Tasso, T., & Bertamini, M. (2014). Selfies Reveal Systematic Deviations from Known Principles of Photographic Composition. *Art and Perception*, 2(1–2), 45–58.

<https://doi.org/10.1163/22134913-00002027>

Canal, F. (2000). *Retrato, rostros y expresiones*. España: Parramón Editores.

Castro, E. (2016). *La selfie como fenómeno mediático, académico y económico*. Tesis doctoral.

Fundación Universidad de las Américas, Puebla, México

Catalá, J. (2005). *La imagen compleja: la fenomenología de las imágenes en la era de cultura visual*. Barcelona: Universitat Autònoma de Barcelona Servei de Publicacions.

Correa, G. (2012). El concepto de mediación técnica en Bruno Latour Una aproximación a la teoría del actor-red. *Psicología, Conocimiento y Sociedad*, 2(1),56-81. Recuperado el 15 de febrero

de 2020. ISSN: 1688-7026. Disponible en:

<https://www.redalyc.org/articulo.oa?id=4758/475847407004>

Cruz, A. (2015). Bruno Latour y el estudio de lo social: construcción y actuación en red. *Revista Le Bret*, 7. Bucaramanga, Colombia: Universidad Santo Tomás, pp. 63 – 76. ISSN: 2145-5996.

Day, E. (2013). “How Selfies became a global phenomenon”, *The Guardian, UK*, 14 de Jul.

Disponible en: <https://www.theguardian.com/technology/2013/jul/14/how-selfies-became-a-global-phenomenon> (recuperado el 09 de octubre de 2019)

Díaz-Bravo, L., Torruco-García, U., Martínez-Hernández, M., Varela-Ruiz, M. (2013). La entrevista, recurso flexible y dinámico en *Investigación en Educación Médica*, 2 (7), 162-

167.

Dolto, F. (1984). *La imagen inconsciente del cuerpo*. Buenos Aires, Argentina: Ed. Paidós.

English Oxford Dictionaries. (2019). *Word of the year 2013*. Oxford, Reino Unido. Oxford

University Press. Recuperado de <https://en.oxforddictionaries.com/word-of-the-year/word-of-the-year-2013>

Flusser, V. (2014). *Para una filosofía de la fotografía*. Buenos Aires: La Marca

Foucault, M. (2008). *Tecnologías del Yo*. México: Paidós.

Fox, J., & Vendemia, M. A. (2016). Selective self-presentation and social comparison through photographs on social networking sites. *Cyberpsychology, Behavior, and Social Networking*, 19(10), 593-600. doi:10.1089/cyber.2016.0248 en: <https://www.nytimes.com/2013/12/29/arts/the-meanings-of-the-selfie.html> (recuperado el 09 de octubre de 2019)

Franco, J. (2013). “The Meaning of the Selfie”, *The New York Times*, NY, 26 de Dic. Disponible

Frosh, P. (2015). The Gestural Image: The Selfie, Photography Theory, and Kinesthetic Sociability. *International Journal of Communication*, 9 (1), 1607–1628.

Fuster, D. (2019). Investigación cualitativa: Método fenomenológico hermenéutico. *Propósitos y Representaciones*, 7(1), 201-229. Doi: <http://dx.doi.org/10.20511/pyr2019.v7n1.267>

Gómez, E., & Ardevol, E. (2013). Ethnography and the Field in Media(ted) Studies: A Practice Theory Approach. *Westminster Papers in Communication and Culture*. 9. 27. 10.16997/wpcc.172.

Gómez, E., & Thornham, H. (2015, 01). Selfies beyond self-representation: The (theoretical) f(r)ictions of a practice. *Journal of Aesthetics & Culture*, 7(1), 28073.

doi:10.3402/jac.v7.28073

González, A. y Torrado, E. (2019). Cosificación y mercantilización de las mujeres: las tecnologías como instrumento de violencia. *Sociología y Tecnociencia*, 9 (1), 1-8. Doi: <https://doi.org/10.24197/st.1.2019.1-8>

González, L. (2018). *La fotografía ha muerto, ¡viva la fotografía!* México: Herder y Desertas ediciones.

Ihde, D. (2004). *Los cuerpos en la tecnología, nuevas tecnologías: nuevas ideas acerca de nuestro cuerpo*. Barcelona: UOC.

Instituto Nacional de Estadística y Geografía. (2019). *Nota Técnica: Encuesta Nacional Sobre Disponibilidad y Uso de Tecnologías de la Información en los Hogares*. Recuperado el 02 de noviembre de 2019, disponible en: https://www.inegi.org.mx/contenidos/saladeprensa/boletines/2019/OtrTemEcon/EN_DUTIH_2018.pdf

Interaction Design Foundation. (s. f). *What is User Experience (UX) Design?*. Recuperado el 14 de junio de 2019 de https://www.interaction-design.org/literature/topics/ux-design?order_by=date https://www.interaction-design.org/literature/topics/ux-design?order_by=date

Interactive Advertising Bureau (2018). *Estudio de Consumo de Medios y Dispositivos entre Internautas Mexicanos*. Recuperado el 02 de noviembre de 2019, disponible en: https://www.iabmexico.com/wp-content/uploads/2018/08/IABMx_ECMYD_2018_Version_Prensa.pdf

- Jaramillo, L. & Aguirre, J. (2010). Rostro y Alteridad: de la presencia plástica a la desnudez ética. *Revista Latinoamericana de Ciencias Sociales, Niñez y Juventud*, 8(1),175-188.[fecha de Consulta 24 de Abril de 2020]. ISSN: 1692-715X. Disponible en: <https://www.redalyc.org/articulo.oa?id=773/77315079008>
- Jonas Larsen (2008) Practices and Flows of Digital Photography: An Ethnographic Framework, *Mobilities*, 3 (1), 141-160, DOI: [10.1080/17450100701797398](https://doi.org/10.1080/17450100701797398)
- Katz, J. E., & Crocker, E. T. (2015). Selfies and photo messaging as visual conversation: Reports from the United States, United Kingdom and China. *International Journal of Communication*, 9(1), 1861-1872.
- Larrión, J. (2019). Teoría del actor-red. Síntesis y evaluación de la deriva postsocial de Bruno Latour. *Revista Española de Sociología*, 28(2), 323–341. <https://doi.org/10.22325/fes/res.2019.03>
- Lasén, A. (2012). Autofotos: subjetividades y medios sociales. En: N. García, ed., *Jóvenes, culturas urbanas y redes digitales*, 1era ed. Madrid: Fundación Telefónica, pp.253-268.
- Laurel, B. (1994). *The art of human-computer interface design*. USA: Addison-Wesley Longman Publishing Co.
- Liu, Y. (2018). A semiotic interpretation of online *selfie* culture. *Chinese Semiotic Studies*, 14(4), 419-434. doi:10.1515/css-2018-0024
- Lonergan, A. R., Bussey, K., Mond, J., Brown, O., Giffiths, S., Muray, S. B., & Mitchison, D. (2019). Me, my *selfie*, and I: The relationship between editing and posting *selfies* and body

dissatisfaction in men and women. *Body Image*, 28, 39-43.

doi:10.1016/j.bodyim.2018.12.001

Lyu, S. O. (2016). Travel *selfies* on social media as objectified self-presentation. *Tourism Management*, 54, 185-195. doi:10.1016/j.tourman.2015.11.001

Mascheroni, G., Vincent, J., & Jimenez, E. (2015). "Girls are addicted to likes so they post semi-naked *selfies*": Peer mediation, normativity and the construction of identity online. *Cyberpsychology*, 9(1) doi:10.5817/CP2015-1-5

McCain, J., Borg, Z, Rothenberg, A., Churillo, K., Weiler, P., & Campbell, W. (2016). Personality and *selfies*: Narcissism and the dark triad. *Computers in Human Behavior*, 64, 126-133. doi:10.1016/j.chb.2016.06.050

Merleau-Ponty, M. (1997). *Fenomenología de la percepción*. Barcelona: Península.

Mirzoeff, N. (2016). *Cómo ver el mundo. Una nueva introducción a la cultura visual*. Barcelona: Paidós.

Muñiz, E. (2015). Presentación. En *El cuerpo estado de la cuestión*. 1.^a ed., p. 9-12). México: Universidad Autónoma Metropolitana, Unidad Xochimilco, La Cifra Editorial.

Muñiz, E. (2015). Las prácticas corporales. De la instrumentalidad a la complejidad. En *El cuerpo estado de la cuestión*. 1.^a ed., p. 29-62). México: Universidad Autónoma Metropolitana, Unidad Xochimilco, La Cifra Editorial.

Newman, C. (26 de febrero, 2014). The Science of *selfies*: a five-city comparison. *National Geographic*. Recuperado de: <https://www.nationalgeographic.com/news/2014/2/140226-selfie-photography-word-of-the-year-sociology-digital/>

- Palacios, Víctor Hugo (2019). El cuerpo, el rostro y la identidad del yo. Apuntes sobre la corporalidad humana en un tiempo de transformaciones. *En-claves del Pensamiento*, XIII(25),35-56.ISSN: 1870-879X. Disponible en: <https://www.redalyc.org/articulo.oa?id=1411/141160244002>
- Parente, D. (2008). La concepción heideggeriana del artefacto en Grundbegriffe der Metaphysik. *Signos filosóficos*, 10(20), 75-93. Recuperado el 21 de febrero de 2020, de http://www.scielo.org.mx/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S1665-13242008000200004&lng=es&tlng=es.
- Petri, A. (2018). Mujeres artistas que dejaron una huella en la historia a través de sus autorretratos National Geographic. Retrieved October 17, 2019, from <https://www.nationalgeographicla.com/historia/2018/07/mujeres-artistas-que-dejaron-una-huella-en-la-historia-traves-de-sus-autorretratos>
- Pickerin, A. (2001). *Practice and posthumanism Social theory and a history of agency*. En: Schatzki, T., Knorr, K., & Savigny, E. *The practice turn in contemporary theory*. New York: Routledge, pp. 172-183.
- Qiu, L., Lu, J., Yang, S., Qu, W., & Zhu, T. (2015). What does your *selfie* say about you? *Computers in Human Behavior*, 52, 443-449. doi:10.1016/j.chb.2015.06.032
- Rabadán, A. (2016). La impronta visual: el autorretrato 3.0 representación, presentación, corporealización. *Icono* 14, volumen 14 (2), pp. 25-47. doi: 10.7195/ri14.v24i2.952

Rahman-Jones, I. (20 de noviembre, 2017). Así nació y evolucionó el *selfie* (y no lo inventaron Paris Hillton y Briney Spears). *BBC*. Recuperado de: <https://www.bbc.com/mundo/noticias-42060499>

Reckwitz, A. (2002). Toward a Theory of Social Practices: A Development in Culturalist Theorizing. *European Journal of Social Theory*, 5(2), 243–263.
<https://doi.org/10.1177/13684310222225432>

Rogers, K. (2016). “Kim Kardashian, her *selfie* and what it means for young fans”, *The New York Times*, NY. 14 de marzo. Disponible en: <https://www.nytimes.com/2016/03/15/style/kim-kardashian-selfie-fans.html> (recuperado el 09 de octubre de 2019).

Schatzki, T., Knorr, K., & Savigny, E. (2001). *The practice turn in contemporary theory*. New York: Routledge.

Schilder, P. (1983). *Imagen y apariencia del cuerpo humano: Estudios sobre las energías constructivas de la psique*. Buenos Aires, Argentina. Ed. Paidós.

Selfie City. (2014). *Selfie City*. New York: OFFC. Recuperado de: <http://selfiecity.net/>

Sontag, S. (2006). *Sobre la Fotografía*. México: Alfaguara

Torras, M. (2015). El delito del cuerpo, de la evidencia del cuerpo al cuerpo en evidencia. En *El cuerpo estado de la cuestión*. 1.ª ed., p. 13-28). México: Universidad Autónoma Metropolitana, Unidad Xochimilco, La Cifra Editorial.

Veldhuis, J., Alleva, J., Bij de Vaate, N., Keijer, M., y Konijn, E. (2018). Me, My Selfie, and I: The Relations Between Selfie Behaviors, Body Image, Self-Objectification, and Self-Esteem in Young Women. *Psychology of Popular Media Culture*. 10.1037/ppm0000206.

- Walsh, M. J., & Baker, S. A. (2017). The *selfie* and the transformation of the public–private distinction. *Information Communication and Society*, 20(8), 1185-1203.
doi:10.1080/1369118X.2016.1220969
- Wang, D. (2019). A study of the relationship between narcissism, extraversion, body-esteem, social comparison orientation and *selfie*-editing behavior on social networking sites. *Personality and Individual Differences*, 146, 127-129.
doi:10.1016/j.paid.2019.04.012
- Weiser, E. B. (2015). #Me: Narcissism and its facets as predictors of *selfie*-posting frequency. *Personality and Individual Differences*, 86, 477-481. doi:10.1016/j.paid.2015.07.007
- Yeh, M. -, & Lin, H. -. (2014). Virtual portraitist: Aesthetic evaluation of *selfies* based on angle. Paper presented at the *MM 2014 - Proceedings of the 2014 ACM Conference on Multimedia*, 221-224. doi:10.1145/2647868.2656401
- Zhao, S. & Zappavigna, M. (2018) The interplay of (semiotic) technologies and genre: the case of the *selfie*, *Social Semiotics*, 28:5, 665-682, DOI: 10.1080/10350330.2018.1504724

10 ANEXOS

10.1 Entrevista

Objetivos	Indicadores	Preguntas
Proceso que se sigue para realizar una <i>selfie</i>	Hábitos, rutinas, ejercicios o procedimientos referentes a la práctica <i>selfie</i>	<p><i>Información general de la participante</i></p> <p>¿Para ti, que es una <i>selfie</i>?</p> <p>Diferencia entre autorretrato y una <i>selfie</i></p> <p>¿para que crees que sirvan las <i>selfies</i>?</p> <p>¿Qué importancia tienen para ti las <i>selfies</i>?</p> <p>¿Por qué crees que la gente se toma <i>selfies</i>?</p> <p>¿Crees que las <i>selfies</i> son algo privado o algo público?</p> <p>¿Consideras que te tomas <i>selfies</i> frecuentemente?</p> <p>¿Cuántas veces a la semana te tomas <i>selfies</i>?</p> <p>¿Cuántas veces al día?</p> <p>¿En qué lugares lo haces? ¿Cuál es tu lugar preferido para tomarte <i>selfies</i>?</p> <p>¿Tienes alguna hora del día en particular para tomarte <i>selfies</i>?</p> <p>¿Te tomas <i>selfies</i> con otras personas? (¿con quienes?)</p> <p>(¿en dónde?) (¿Cuándo?)</p>

		<p>¿Cuántas fotos capturas en promedio al tomarte <i>selfies</i>? ¿cuales decides conservar y cuáles desechar?</p> <p>De las que decides conservar ¿cuántas subes a redes sociales a la semana?</p> <p>¿Qué haces con esas fotos que se quedaron guardadas? ¿Las utilizas de alguna forma?</p> <p>¿Por cuánto tiempo las conservas en tu teléfono? ¿Por qué no las subiste a redes?</p> <p>¿Cómo decides cuál foto subir y cual no?</p> <p>¿Cómo es una buena <i>selfie</i>?</p> <p>¿Qué sucede cuando una <i>selfie</i> no te gusta? ¿Qué sucede cuando te has tomado una <i>selfie</i> con alguien más, desde su celular, y no te ha gustado como saliste?</p> <p>¿Le has preguntado a alguien más qué opina de tus <i>selfies</i>? ¿con qué motivo? ¿Qué suelen decirte?</p> <p><i>Pre-selfie</i></p> <p>¿Te preparas de alguna manera para tomarte una <i>selfie</i>? ¿Cómo?</p> <p>¿Qué tomas en cuenta antes de tomar una <i>selfie</i>?</p> <p>¿Practicas de alguna manera el tomarte <i>selfies</i>? ¿Cómo?</p> <p>¿Planeas con anticipación tus <i>selfies</i>?</p> <p><i>Pro-selfie</i></p> <p>¿Qué aplicaciones utilizas para capturar tus <i>selfies</i>?</p>
--	--	---

		<p>¿tienes alguna pose particular cuando te tomas una <i>selfie</i>?</p> <p>¿Haces varias pruebas o intentos para tomarte <i>selfies</i>? ¿Qué sueles cambiar entre un intento y otro?</p> <p>¿Modificas de alguna manera el espacio en el que te tomas <i>selfies</i>? (mover objetos, preparar una escena)</p> <p><i>Post-selfie</i></p> <p>¿Qué haces después de tomar las <i>selfies</i>?</p> <p>¿Utilizas alguna aplicación para editar tus fotos o aplicarles filtros? ¿Cuáles?</p> <p>¿Qué filtros aplicas o que sueles editar en tus fotos?</p> <p>¿Cómo descubriste qué aplicaciones utilizar?</p> <p>¿Podrías describir paso a paso el proceso que sigues generalmente para tomarte una <i>selfie</i>?</p> <p>¿En donde sueles compartir tus <i>selfies</i>?</p> <p>¿Compartes tus <i>selfies</i> de manera privada?</p> <p>¿Sueles enviar <i>selfies</i> a través de aplicaciones de mensajería privada como WA, Snapchat, DM, Fbchat, etc.? ¿te tomas <i>selfies</i> para enviarlas de forma privada a alguien? (amigos, pareja, familia).</p> <p>¿Qué le recomendarías a alguien que quiere tomarse una <i>selfie</i>?</p> <p>¿qué hay que hacer para tomarse una buena <i>selfie</i>?</p>
--	--	--

<p>Intervención del dispositivo fotográfico en la experiencia de realizar una <i>selfie</i></p>	<p>Forma en que las características del dispositivo fotográfico/smartphone intervienen en la experiencia de la práctica <i>selfie</i></p> <p>Conocimientos técnicos sobre el dispositivo</p>	<p>¿Crees que es importante con cual celular te tomas una <i>selfie</i>? ¿Cómo crees que el celular afecta a la <i>selfie</i>? ¿cuáles características del celular son relevantes para ti? ¿Crees que el celular con el que tomas una <i>selfie</i> cambia la manera en la que se ve tu cuerpo?</p> <p>¿Cómo aprendiste a utilizar tu celular?</p> <p>¿Consideras que es necesario aprender a tomarte una <i>selfie</i>? ¿Cómo aprendiste tú a tomarte una <i>selfie</i>?</p> <p>¿Cambiaste algún aspecto de la configuración predeterminada de tu celular para tomar <i>selfies</i>? ¿cuál?</p> <p>¿Utilizas algún aparato externo para tomar tus <i>selfies</i>? (luces, reflectores, <i>selfiesticks</i>, tripié, lentes modificadores) ¿Cómo los utilizas?</p> <p>¿Con qué cámara sueles capturar tus <i>selfies</i>? (frontal, trasera)</p> <p>¿Cómo afecta el ángulo en que capturas una <i>selfie</i> al resultado final?</p> <p>Además de tomar <i>selfies</i> ¿para qué utilizas la cámara frontal de tu celular?</p> <p>¿Qué importancia tiene tu celular para ti?</p>
---	--	--

<p>Analizar la experiencia corporal</p>	<p>Disposiciones corporales, modos de actuar, significados y creencias sobre la práctica y la experiencia de realizar una <i>selfie</i>.</p>	<p>¿Con qué fin te sueles tomar <i>selfies</i>?</p> <p>¿Para ti, qué es lo más importante de una <i>selfie</i>?</p> <p>¿Qué opinas del tomarse <i>selfies</i>?</p> <p>¿Qué crees que opinan la mayoría de los sobre las <i>selfies</i>?</p> <p>¿Qué crees que opina la mayoría de la gente de tomarse <i>selfies</i>?</p> <p>¿Alguna vez te has sentido obligad@ o forzad@ a tomarte alguna <i>selfie</i>? ¿Cómo fue esa vez?</p> <p>¿Alguna vez has querido tomar una <i>selfie</i> y no lo has hecho por vergüenza, miedo o sentías que no era correcto? ¿cómo fue esa vez?</p> <p>¿Crees que exista algún peligro al tomarse <i>selfies</i>? ¿Cuál?</p> <p>¿Crees que exista algún peligro al compartir <i>selfies</i>? ¿Cuál?</p> <p>Cuando estás tomándote una <i>selfie</i> y ves a la pantalla ¿a qué le pones más atención?</p> <p>¿Consideras que la pose y la expresión facial son importantes en una <i>selfie</i>? ¿por qué?</p> <p>¿Cómo sabes qué pose o expresión adoptar para tomar una <i>selfie</i>?</p> <p>¿Has buscado consejos o tutoriales sobre cómo posar al tomar <i>selfies</i>? ¿Te han funcionado y los aplicas frecuentemente?</p> <p>¿Qué aspectos de tu cuerpo buscas resaltar al posar en tus <i>selfies</i>? ¿Tienes algún tip, o</p>
---	--	--

	<p>“hack” para posar en las <i>selfies</i>? ¿Qué tratas de evitar al posar para una <i>selfie</i>?</p> <p>¿Crees que las personas que se toman <i>selfies</i> les agrada su cuerpo?</p> <p>¿Qué te gusta de tomarte <i>selfies</i>?</p> <p>¿Qué sientes cuando te tomas <i>selfies</i>?</p> <p>¿Qué no te gusta de tomarte <i>selfies</i>?</p> <p>¿Qué opinas de editar las <i>selfies</i>?</p> <p>¿Cuando editas tus fotos en alguna aplicación, modificas de alguna manera el cómo se ve tu cuerpo en la <i>selfie</i>? (cualquier modificación digital al cuerpo) ¿Qué modificaciones haces? ¿Por qué realizas estas modificaciones? ¿Te gusta hacer estas modificaciones?</p> <p>¿Quiénes suelen ver tus <i>selfies</i>?</p> <p>¿Crees que a los demás les gustan tus <i>selfies</i>? ¿por qué?</p> <p>¿Cuándo te tomas una <i>selfie</i> piensas en lo que otros podrían pensar del cómo te ves?</p> <p>¿De qué forma buscas verte en tus <i>selfies</i>?</p> <p>¿Crees que las personas puedan saber algo de ti al ver tus <i>selfies</i>? ¿Crees que tus <i>selfies</i> reflejan tu personalidad?</p>
--	---

