

**Rutas y configuraciones  
de la imagen de perfil  
en Facebook**

Rocío Gómez Zúñiga  
Julián González Mina  
*Universidad del Valle,  
Cali-Colombia*

*Educació i Cultura*  
(2013), 24  
41-73



# Rutas y configuraciones de la imagen de perfil en Facebook<sup>1</sup>

## Pathways toward and characterizations of Facebook profiles<sup>1</sup>

Rocío Gómez Zúñiga\*  
Julián González Mina\*\*

### Resumen

Este artículo expone algunos hallazgos de un estudio sobre las formas de presentación de la persona en Facebook. Propone 64 configuraciones y tres tipos de rutas de génesis de *imágenes de perfil*. Para ello examina 7200 imágenes de usuarios de Facebook en 24 ciudades del mundo. El cuerpo y el rostro son un recurso privilegiado de presentación de la persona en esta red social, pero están emergiendo usos insospechados de elementos del mundo sintético y no sintético para construir imágenes no siempre ancladas a la figura humana.

**Palabras clave:** Facebook, imagen, cuerpo, representación.

### Abstract

This article contains some findings from a study of the ways in which people are presented on Facebook. It proposes 64 types of characterization and three pathways for building profiles. To do this, an analysis is made of 7200 profiles of Facebook users from 24 cities throughout the world. The body and face are a privileged way of presenting people on this social network, although hitherto unimagined synthetic and non-synthetic elements are beginning to emerge in the construction of images not always anchored to the human figure.

**Keywords:** Facebook, image, representation of the body.

<sup>1</sup> Artículo basado en el proyecto de investigación «Formas de presentación de la persona en la red social Facebook» financiado por la Universidad del Valle (Cali-Colombia). El proyecto inició en septiembre de 2011 y finalizará en marzo de 2013. Participamos como equipo de investigación de la Universidad del Valle: Diana Giraldo, Rocío Gómez, Julián González y Armando Henao. Además, Rocío Rueda (Universidad Pedagógica Nacional) y Viviam Unás (Universidad ICESI). Los monitores y colaboradores son Ana Paola Angulo, Natalia Cárdenas, Maryoli Ceballos, Mónica López, Juan Carlos Mora, Laura Parra, Jhony Velasco y Jonn Velasco.

\* rocio.gomez@correounivalle.edu.co

\*\* julian.gonzalez@correounivalle.edu.co

*Aquest article fou aprovat per publicar-lo el desembre de 2012.*

## 1. Introducción

Podemos denominar *prácticas de bien vivir* a la miríada de esfuerzos que las personas realizan para procurarse sentido y placer en un mundo que, con frecuencia, promete felicidad asociándola al suministro de bienes y servicios industrialmente gestionados. Las legítimas demandas de bienestar o, incluso en términos más estrictos, del buen vivir (Morin, 1997) son administradas y reguladas mediante operaciones diversas que las ajustan a un horizonte de expectativas viable y limitado. Sobre las formas de administración unidimensional de este tipo de demandas críticas vale la pena volver a pensar en Marcuse (1968; 1999) o examinar a Pérez (1996; 2001) para quien la psicología constituye el discurso y práctica modernos de administración y regulación de las crisis del sujeto de capas medias. Un aspecto importante de este proceso de administración se aprecia en la confortabilización de sus hogares. Esa confortabilización considera, entre otras, la dotación creciente y sostenida de electrodomésticos y juguetes en casa.<sup>2</sup> El *domos* ha ido poblándose de máquinas que se ofrecen como instancias donde procurarse sentido, disfrute y placer respecto a unos entornos —la calle, la ciudad, la nación, el *afuera*— tenidos por inseguros, vulnerables, peligrosos y amenazantes (Bernal, Giraldo, Goyeneche, Gómez, González & Medina, 2004; Gómez & González, 2005). Gracias a máquinas de comunicar y vincular (Gómez Zúñiga, 2012) como los teléfonos móviles o el teléfono fijo, las de juego y entretenimiento (videojuegos, televisores, computadores, juguetes), las de masaje y cuidado de sí y del cuerpo (máquinas de baño, máquinas eróticas, de relajación y tonificación), las de transporte (bicicletas, automotores) o las de producir (cocinas y hornos, cámaras de video y fotografía, instrumentos musicales, grabadoras de audio, software-hardware para desarrollar textos verbales, visuales, sonoros, audiovisuales), las casas, en particular las de los sectores integrados de la población, han ido saturándose de presencias que prometen convertir a cada quien en un dinámico productor directo, un avezado trabajador libre, un encantado hobbista, un hacker, un realizador audiovisual, un fotógrafo, un coleccionista, un diseñador, un jugador experto.

Desde hace más de diez años, la línea de investigación *Educación Popular y Subjetividades Emergentes*, del Grupo de Educación Popular de la Universidad del Valle, viene realizando estudios orientados a comprender el lugar político y la importancia educativa de estas prácticas de bien vivir. Algunas de estas prácticas resultan *tecnomediadas*, vigorosamente articuladas a estas presencias maquínicas; y otras derivan de unas formas de encuentro, e interacción no mediadas por máquinas. En cada uno de estos estudios asumimos que no es posible entender el estatuto educativo de las máquinas sin entender las prácticas sociales; a su vez, no es posible atender las prácticas sociales sin examinar las obras de las personas, y no es posible entender las obras sin poner en consideración el tipo de posibilidades que las máquinas —en tanto ambientes— procuran, y las tensiones que introducen en la experiencia y subjetividad de las personas.

El presente artículo expone algunos de los hallazgos derivados del examen de otro ámbito de realización tecnomediada de prácticas de bien vivir: Facebook. En la Universidad del Valle estamos adelantando un proyecto de investigación titulado «Formas de presentación de la persona en la red social Facebook» (2011), el cual se propone entender qué le hace un entorno *online*, como Facebook, a las prácticas de presentación de la persona y de qué

---

<sup>2</sup> El consumo masivo de estas máquinas juega un papel decisivo en la regulación de la economía moderna en tanto se trata de bienes para cuya elaboración se requiere de máquinas sofisticadas y complejas, elaboradas y creadas por dinámicos sectores industriales.

manera este tipo de obra opera como regulador de malestares urbanos contemporáneos y como mecanismo de recreación y poetización de la experiencia cotidiana y común.

La WEB en general, y los sitios de redes sociales en internet, en particular, se le aparecen a las personas como instancias donde realizar y desplegar particulares formas de identidad colectiva e individual (Castells, 2001; Martín Barbero, 2002), estrategias para la presentación de sí mismos, de sus relaciones con otros y de sus actividades.<sup>3</sup>

La naturaleza de esas acciones, la forma en que tales actividades aparecen, el modo en que efectivamente cada *usuario* decide presentarse, constituye —en términos de Gómez (2012)— un tipo de *obra* que amerita ser comprendida en lo que tiene de *trabajo liberado* (Gómez & González, 2008) (Gómez y González, 2008), regulador del malestar y recreador de la experiencia.<sup>4</sup> Un número importante de estudios se está ocupando actualmente de comprender los sitios web de redes sociales en relación con procesos de representación y construcción de identidades (Piscitelli, 2009; Piscitelli, Adaime & Binde, 2010; Sibilia, 2005a, 2005b, 2008) entorno de encuentro social, laboratorio y ámbito de recreación de subjetividades, lugar de emergencia del sujeto descentrado (crisis de la unidad del sujeto) y neopanóptico. La profusión de abordajes que se ocupan de Facebook<sup>5</sup> probablemente es un efecto viral del propio Facebook, que termina estremeciendo incluso la promocionada cautela, prudencia y moderación de la comunidad científica.

Facebook es, a primera vista, una marea incontenible de imágenes y un diverso portarretratos virtual: un conjunto de rostros y escenas, seleccionado y construido por las personas para presentarse a sí mismas. Facebook a diferencia de otros ambientes de encuentro on-line (como Match.com para encontrar parejas, p. e.), desde su origen fue pensado para el «encuentro/contacto» con «amigos», con personas conocidas. De ahí que sea tan interesante su plataforma para observar los nuevos modos de configuración de la subjetividad, en tanto no se trata de un espacio pensando para escindir —sino para integrar— el mundo on y off-line. Esta nueva reconfiguración de la subjetividad trae aparejada nuevas formas de «narrar el yo» o la escritura de sí respecto a lo que fueran en el siglo XIII y XIX los diarios íntimos, reservados para la intimidad (Sibilia, 2008). En Facebook, y la exposición pública actualizada de la cotidianidad que representa, opera como una suerte de «foto-diario» (público) de la vida de las personas. Esto es, estamos ante dos modalidades de narración de yo en dos momentos históricos distintos y con relación a dos tecnologías de la escritura distintas<sup>6</sup>.

<sup>3</sup> En este punto, Facebook se nos presenta como un ambiente más desregulado, con respecto a otras redes sociales como Linkhedin (destinada a la exposición de la biografía y trayectoria profesional). En Facebook los individuos tienen la opción de efectuar un trabajo de exposición del yo que va desde la ocupación hasta las preferencias religiosas y políticas, desde el estado de la vida amorosa hasta la descripción de los gustos musicales o de las adhesiones sociales.

<sup>4</sup> La permanencia en Facebook, vista como trabajo artesanal (Sennett, El artesano., 2009), permitiría una serie de claves sobre cómo resolver una cierta vida «a la deriva» (Sennett, 2000) en la que las nuevas formas de trabajo y la proliferación de entornos inciertos han cambiado la lógica de entender las relaciones «nada a largo plazo», generando incapacidad de armar un relato estructurado y de comprender lo qué estamos haciendo. Facebook de cierta manera potenciaría la construcción de vínculos, ofrecería ámbitos y recursos para la narración de la propia vida y permitiría en este trabajo de artesanía (cacharrear, saquear, husmear, comentar, etiquetar, colgar, diseñar) comprender nuevas maneras de entender y poetizar lo que se hace.

<sup>5</sup> Sólo en Google Académico (scholar.google.com) se enlistaron un poco más de 362 mil artículos, libros y documentos referidos a Facebook entre 2009 y 2012; mientras otro fenómeno del mundo social, con bordes y contigüidades tecnomediadas, de relativa vieja data e inesperados alcances como los flashmobs, apenas registra 559 documentos en todo Google Académico. La dinámica Twitter cuenta con 393 mil registros entre 2009 y 2012. Y la relativamente recién llegada Quora, 727.

<sup>6</sup> Vale la pena preguntarse por lo que comparten entre sí y por las novedades que Facebook implica (para algunos se trata del paso de la intimidad y privacidad, a la espectacularización; de la introspección-retrospección a un tiempo presente, a una inscripción temporal «sin tiempo» o en tiempo real)

Estamos así ante un escenario privilegiado para observar tanto los procedimientos por medio de los cuales algunos individuos construyen una cierta imagen pública de sí, como para atisbar las sensibilidades, estéticas y prácticas que acompañan esta construcción. Esto es, estamos ante un escenario que nos presenta *obras biográficas* y nos permite acceder al trabajo humano que reside tras ellas.

Al analizar los distintos modos de presentación de sí que las personas ponen en juego en la imagen de perfil de sus páginas de Facebook, estamos ante una «poética de la presentación» que, respecto a un mundo en el que sólo hasta ayer convencionalmente las personas se presentaban ofreciendo su nombre y su rostro, constituye un desafío y un fenómeno fascinante.

## 2. Capas de lo real registrado

De los viejos álbumes de fotografía familiar a los álbumes digitales de Facebook hay no sólo un acelerado proceso de sofisticación de las tecnologías de registro y captura gráfica de la realidad empírica, sino también una profunda transformación en los modos de exposición y registro del *cuerpo y sus superficies* (la piel, el rostro, el vestuario, el maquillaje), fundamentales para una expresión encarnada de la subjetividad y de la persona. Si el rostro y el cuerpo han sido materias primas fundamentales en la representación de sí mismo en la ya casi bicentenaria historia de la fotografía analógica, no siempre lo son en la representación de sí mismo en Facebook. Hay un área pequeña en la red social, un rectángulo, reservado a cada usuario para que incluya una imagen: la *imagen de perfil*. Pero, con relativa frecuencia, allí donde se esperaba encontrar registros gráficos de rostros y cuerpos aparece toda clase de objetos, escenas y elementos de variado origen y naturaleza. ¿De dónde vienen aquellas imágenes? Este artículo indaga por las fuentes y recursos empleados por los usuarios de Facebook para construir esa imagen de perfil.

Supongamos que existe una gran máquina, la *hiper-óptica*, capaz de traducir a imágenes y sonido *todo*. La *hiper-óptica* sintetiza digitalmente *todo* rastro visual, táctil y sonoro. Los sueños y delirios de un viajero psicodélico, el devenir de un grano de polen, el eco —en infrarrojo— de una estrella desaparecida miles de millones de años atrás, los campos electromagnéticos de un computador. En fin, *Todo*. Bien, no todo de ese *Todo* es digitalizable, es decir, no todo es susceptible de *traducirse* a dato numérico o binario.<sup>7</sup>

<sup>7</sup> El añadido no es gratuito. Hay lo *electrónico* que no es digital: por ejemplo había juguetes electrónicos (pinball), movidos por electrones, que no eran digitales. Los televisores producían imágenes a partir de barridos de electrones, pero no eran digitales, esto es binarios. Hay también procesos digitales que no son electrónicos: cuando decidimos clasificar, como indicaremos más adelante, las imágenes de Facebook en humano-con bio-grafos y humano-sin bio-grafos, hemos hecho un procedimiento digital (0/1); cuando distinguimos entre imágenes *intervenidas/no intervenidas*, hemos digitalizado la clasificación; cuando decidimos que habrá imágenes con *contexto restringido* y contexto *amplio*, hemos digitalizado la clasificación. Nuestros criterios de clasificación consideran los siguientes bit (binary digit, dígito binario): humano/no humano (1 bit); con bio-grafo/sin bio-grafo (1 bit); no intervenida/ intervenida (1 bit); no escenificada/escenificada (1 bit); unidad/fracción (1 bit); con contexto amplio/contexto restringido (1 bit). Entonces, dicho de manera general: hay muchas cosas movidas por electrones. Les llamamos aparatos eléctricos. Allí los electrones son energía y no datos. Los juegos de pinball serían, en sentido estricto, eléctricos (pueden ser mecánicos también), pero ya insinuaban un papel distinto para los electrones: podían enrutarse de una manera u otra y producir *información* (luces que se prenden y apagan según los circuitos y recorridos). Por eso los llamaron juegos electrónicos. Entonces los electrones puede ser algo más que energía. Pueden domarse y hacer que sigan recorridos específicos para producir “información”. De ahí el término *informático*. Esto se hace mediante microprocesadores

Esto es, si hubiera que decirlo de manera simple hay más *Todo no digitalizable* que *Todo digitalizable*. Por ejemplo, aún no son digitalizables la temperatura de los objetos, sus olores o su densidad material. Pero lo importante es que la *hiper-óptica* podría, eventualmente, capturar y sintetizar numéricamente todo rastro visual y sonoro.

Lo interesante es que esta máquina fantástica existe: es frágil y todavía muy precaria en su labor de captura y síntesis audio-visual de *todo*, pero existe. No existe como una máquina única y compacta, más bien está diseminada por todos lados y se manifiesta en una enorme urdimbre de máquinas y tecnologías digitales de registro, representación y síntesis de los aspectos *hápticos* y *audio-visuales* de *Todo*, de lo *real*.<sup>8</sup>

En términos puramente lógicos cualquier rasgo, indicio, forma o elemento proveniente de ese *todo* o de lo *real* digitalizable puede usarse para construir la imagen de perfil de una persona en Facebook. Sin embargo, es claro que sólo una fracción de *todo* lo digitalizable va a parar a las imágenes de perfil de los mil millones de usuarios de Facebook registrados actualmente.

Si nos preguntamos acerca de *dónde vienen y cuál es la génesis y origen* de las imágenes empleadas por los usuarios de Facebook para construir su presencia en la imagen de perfil, es indispensable hacer una elemental y sencilla disquisición a partir de la hipótesis según la cual la máquina *hiper-óptica*, una enorme constelación de máquinas variadas —telescopios, microscopios de electrones, cromatógrafos, encefalógrafos, magnetógrafos, teléfonos móviles, cámara digitales, radiotelescopios y simuladores gráficos, etc— está produciendo miles de millones de imágenes y sonidos diariamente que, eventualmente, podrían derivar hacia el pequeño rectángulo de Facebook denominado *imagen de perfil*. No sólo rostros y cuerpos: todo lo *real digitalizable* podría encontrar un nicho allí.

La maquinaria *hiper-óptica*, entonces, trabaja con lo *real* digitalizable. Lo *real* digitalizable considera tanto lo *real* no digitalizado digitalizable —aquellos aspectos de lo *real* susceptibles de tratamiento, captura y creación numérica que no han sido procesados— y lo *real* digitalizado, que incluye tanto lo digitalizado con referente empírico previo, como aquello que se ha sintetizado sin un *real* empírico previo. En términos lógicos, lo *real* digitalizable es, enorme, pero finito.

Lo Real Digitalizable (Rde): lo Real Digitalizado (Rdo) + lo Real No Digitalizado Digitalizable (RnDoDe).

Técnicamente hablando jamás habrá digitalización completa de todo lo digitalizable, pues todo lo digitalizado siempre puede ser redigitalizado a su vez. Respecto a lo *Rde* sólo una fracción es, efectivamente, digitalizado, esto es, traducido y tratado numéricamente (ver

---

(circuitos de miles de millones de transistores y microdispositivos instalados en un espacio de fracciones de centímetros). En ese caso hablamos de “lo computacional” y “digital” (dos estados duales para cualquier fenómeno). Pero no todo lo computacional está conectado entre sí o telecomunicado en redes (internet). Hay cosas telecomunicadas que no son computacionales (la radio y la televisión análogas, por ejemplo) y hay cosas computacionales que no están conectadas: nuestros computadores permanecen mucho tiempo sin conectarse.

<sup>8</sup> Aquí el término *Todo* o *Real* considera desde las representaciones imaginarias y ficticias hasta los últimos resquicios y vestigios del pasado del universo conocido, en las poderosas auscultaciones que vía rayos X, gama e infrarrojos registran algunos millones de años después del Big Bang; desde las infinitesimales partículas subatómicas capturadas en la Organización Europea para la Investigación Nuclear (CERN, en inglés) hasta las enmarañadas intuiciones gráficas de los pintores medievales o las representaciones de fractales y de complejas formulaciones matemáticas actuales.

Figura 1). Es decir,  $Rde > Rdo$ . Pero no todo lo digitalizado por la maquinaria hiper-óptica se conserva, se archiva. Basta apreciar cómo los fotógrafos compulsivos de la cámara digital o del teléfono móvil usan con bastante regularidad las funciones de borrado y desecho. Entonces lo digitalizado se compone de un conjunto mayor que lo digitalizado archivado ( $Rdoar$ ). Lo archivado es una fracción de lo efectivamente digitalizado ( $Rdo$ ):  $Rdo > Rdoar$ . Pero no todo lo digital archivado migra hacia internet. Por lo tanto las derivas internéticas (int) de lo digital archivado son una fracción del conjunto de la digitalización archivada.  $Rdoar > Roar-int$ .<sup>9</sup> Pero no todo lo internético migra hacia las redes sociales, es decir sólo una fracción muy pequeña de  $Roar-int$  se traduce en  $Roar-rs$  (redes sociales) y, apenas una fracción de lo que migra hacia las redes sociales deriva hacia Facebook ( $Roar-Facebook$ ).

Es decir, tenemos capas digitales de lo real digitalizable: está lo Facebook que es una fracción de lo que se ha hecho para redes sociales digitales, que –a su vez– es una porción de lo que se ha hecho internético que, a la vez, es una porción de lo que se ha

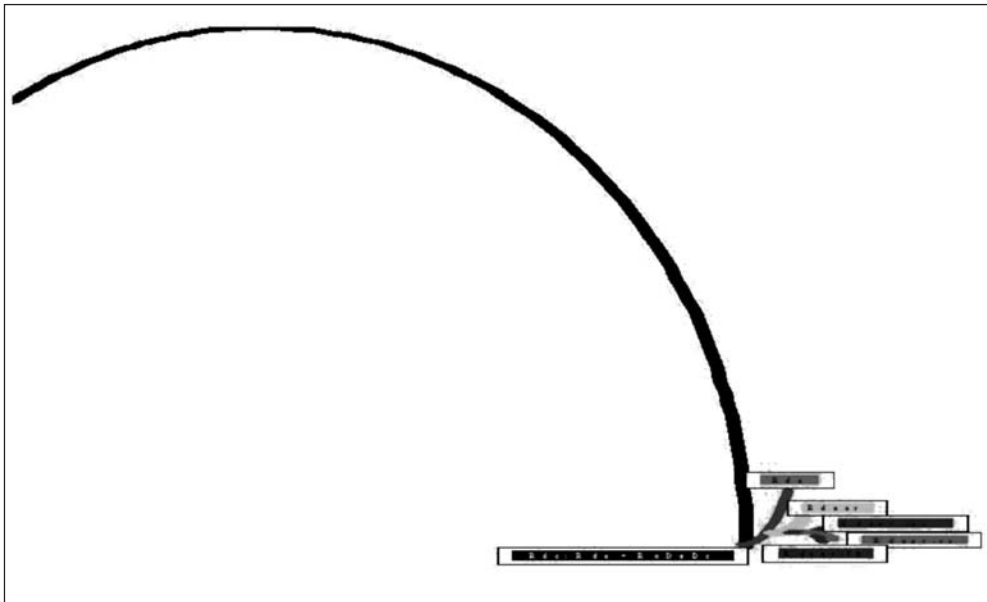


Figura 1. La figura representa el amplio universo de lo real digitalizable y lo real digitalizado como una pequeña fracción del primero. ( $Rdoar-Facebook$ )

<sup>9</sup> Según cifras McAfee & Brynjolfsson(2012) cada día se generan 2,5 exabytes de datos, esto es  $2,5 \times 10^{15}$  bytes.



hecho digital y se ha archivado, que es una porción de lo que se ha digitalizado, y que constituye una porción de lo real digitalizable. ¿Por qué Facebook, una ínfima fracción de lo real digitalizable, ha terminado afectando de manera tan sensible los arreglos institucionales de internet y diferentes esferas de la vida real (digitalizada/ble o no)? Nuestra respuesta se puede expresar de una manera simple. Facebook es un vector doble: por un lado, es un modo *avatarizado* de inserción de la persona en la web y, por otro lado, es un modo frondoso y barato de aprovechar esta capa ínfima de lo digitalizado para afectar todas las otras capas de lo digital, sobre todo, afectar lo real no digitalizado. Hay una distinción clásica en geometría entre desplazamiento y trayectoria. El desplazamiento expresa, en términos absolutos, la distancia que –tras un recorrido o trayectoria– hay entre el punto de partida y el de llegada. De esta manera una larga trayectoria puede resultar en un desplazamiento cero cuando nos movemos en círculos. Facebook es, por el contrario, una trayectoria corta que permitiría desplazamientos muy largos y diversos. En general, la web permite –mediante trayectorias cortas, un clic– hacer desplazamientos muy largos. Pero Facebook, a diferencia de otros recursos web, como, por ejemplo, el correo electrónico, no solo permite *ir* a otros *lugares*, *ir hacia*, enviar *hacia*, sino –sobre todo– hacer que *vengan* y que aquellos que *vienen* vengan con aquellos que han venido hacia aquellos que vienen. Las otras capas de digitalización no constituyen procedimientos tan eficientes y vigorosos orientados a conseguir que otros, y sus proyecciones digitales, *vengan*. Esto es, con una pequeña operación (trayectoria) el usuario de Facebook consigue hacer *muchos desplazamientos hacia y desde*.

En la Universidad del Valle estamos adelantando un proyecto de investigación titulado «Formas de presentación de la persona en la red social Facebook» (2012), el cual se propone entender qué le hace un entorno *online*, como Facebook, a las prácticas de presentación de la persona y de qué manera este tipo de obra opera como regulador de malestares urbanos contemporáneos y como mecanismo de recreación y poetización de la experiencia cotidiana y común.

Al analizar los distintos modos de presentación de sí que las personas ponen en juego en la imagen de perfil de sus páginas de Facebook, estamos ante una «poética de la presentación» que, respecto a un mundo en el que sólo hasta ayer convencionalmente las personas se presentaban ofreciendo su nombre y su rostro, constituye un desafío y un fenómeno fascinante.

### 3. Análisis por configuraciones de imágenes

Tal como lo hemos indicado, este estudio considera a personas que, en algún momento de sus vidas, han pasado por un evento particular y específico: disponer en el espacio previsto para ello de una imagen que las *presenta* en la red social Facebook. Muchas personas abren e inscriben una página en Facebook sin proceder, necesariamente, a incorporar una imagen de perfil en ella, como lo revela la numerosa presencia del ícono en blanco con fondo celeste que ilustra los ficheros vacíos. El evento de inscripción o incorporación de la imagen de perfil en Facebook es el final de un conjunto de procesos y procedimientos que implican decisiones afectivas, cálculos y tácticas de variado tipo, captura de imágenes y revisión de archivos, dominio operativo sobre procedimientos de carga y descarga de archivos gráficos, en fin, un rito de *paso* digital que inaugura la presencia y exposición de la persona en la red social. Esa imagen considera una relación fundamental con la persona: es *su* obra. No es relevante si *su* obra está hecha de los restos y detritus de las industrias culturales y *media*, si es el resultado

de un trabajo exigente y decantado de creación personal, si es el registro visual de un momento particular de su vida cotidiana. La imagen de Facebook es el resultado *convergente* de la compleja maquinaria tras la plataforma Facebook y un entramado de decisiones y procedimientos que termina en el acto de *subir* a Facebook una imagen. De esta manera, en este estudio, contamos con un corpus de 7200 imágenes que personas de 24 ciudades del mundo dispusieron en la plataforma Facebook para presentarse.<sup>10</sup> Estas imágenes fueron analizadas según un modelo de clasificación propuesto en un estudio previo (Gómez Zúñiga & González Mina, 2009) y refinado con el desarrollo del presente proyecto de investigación. Dicho modelo, puramente operativo y simple, distingue los siguientes aspectos:

• **Tipo de representante.** La imagen que se usa como imagen de perfil puede considerar una *persona* o un *objeto* (no humano) y, puede, además, acentuar o no su dimensión biográfica.<sup>11</sup> El tipo de representante *persona* u *objeto*, en algunos casos, deja entrever o revela claramente una historia, una porción del mundo social encarnado e incorporado al que pertenece; en ese caso hablamos de *humano con bio-grafos* o de *no humano con bio-grafos*; esto es, usar como imágenes de perfil, imágenes de personas u objetos provenientes del mundo

<sup>10</sup> Frente a Facebook, el número de casos que se siguen va a resultar siempre pequeño. Así que atendiendo a los alcances y principios metodológicos del proyecto, en la primera fase (entre septiembre y diciembre de 2011) se rastrearon *tipos y patrones de presentación* de la persona en Facebook. Para ello se clasificaron 7200 páginas de Facebook (300 por ciudad) de 24 ciudades del mundo, seleccionadas según los siguientes criterios: a) Ciudades con altos niveles de urbanización: densidad poblacional, dinamismo económico, cualificación de infraestructura urbana, esto es accesibilidad a internet, etc.; b) ciudades-metrópolis: alto flujo migratorio y con presencia de grupos poblacionales con significativas diferencias culturales, etc.; c) ciudades con una significativa tasa de incremento de usuarios Facebook en años recientes o ciudades con una importante penetración de internet y de Facebook entre la población. Las ciudades seleccionadas fueron en América Latina: Bogotá, Buenos Aires, Caracas, Ciudad de México, La Habana, Sao Pablo; en Norteamérica: Chicago, Montreal, New York, Toronto; en Europa: Berlín, Londres, Madrid, París, Roma; en África: Johannesburgo, Nairobi; y en Australia: Sidney.

<sup>11</sup> Dado que estamos trabajando con material visual y gráfico puede ser útil retomar los dos términos contenidos en la palabra «biográfico», pero invirtiendo los énfasis y sentidos comprometidos en ello. Vamos a hablar de Bio/Grafos, poniendo el énfasis en Grafos (trazos, registro). En este caso, se trata de «grafos» que portan las huellas de una vida. O, un *bios*, que deja su huella. En sentido restringido, los *bio-grafos* (acento en la sílaba *gra*, es decir una palabra grave) son objetivaciones de la actividad creadora de una vida que se traduce en material visual: la fotografía que uno se toma de sí mismo contiene «bio-grafos». Y los objetos cotidianos que luego disponemos gráficamente (imagen) portarían marcas de una vida, marcas que se expresan como «cosas, animales» de *mi vida*, son «bio-grafos» cuando se transforman en fotografías. Un bio-grafo es todo aquello que en una imagen permite identificar a la persona que participa de su génesis. La firma. La imagen de sí. Una dirección. El nombre. Por ejemplo, uno de los usuarios de Facebook usa el ícono de un videojuego para construir su imagen de perfil, pero le agrega su propio apellido. Ese es un «bio-grafo». El valor y sentido de esos objetos es asignado o se explica porque «expresan» y «prueban» la existencia de una vida. En cambio hay objetos y personas con las que se establecen vínculos afectivos, han sido gestados en un entorno que no es el del sujeto, y la persona los convierte en indicador de sus filias, apetencias, deseos (de sus afiliaciones, afinidades y intereses). Esos objetos y personas tienen *sentido* previo e independiente del sujeto, y lo que hace la persona al usarlos como signo de identificación es apropiarse de un «exo-grafo», un grafo que su propia vida no genera y controla, y transformarlo en signo de sus adhesiones. Las personas establecen relaciones «vinculares» con cosas, íconos de la industria cultural, paisajes, etc., pero no todos derivan de la actividad del sujeto que los gesta, esto, no todos contienen «bio-grafos». Los «bio-grafos» son prolongaciones de la presencia corporal del sujeto.

no sintético.<sup>12</sup> Pero también ese tipo de representante puede borrar o no revelar esa historia social, aquí el representante es, por decirlo de algún modo, la persona u objeto *desanclados* de su entorno; hablamos entonces de *humano sin bio-grafos* o de *no humano sin bio-grafos*. En ese caso, estaríamos hablando principalmente de imágenes (de humanos y no humanos) provenientes de la industria cultural y del entretenimiento que los usuarios bajan de Internet y emplean como imágenes de perfil en sus páginas de Facebook. En síntesis proponemos cuatro tipos de representante: humano con bio-grafos, no humano con bio-grafos, humano sin bio-grafos, no humano sin bio-grafos.

• **Tratamiento de la imagen.**<sup>13</sup> Entendido el tratamiento como *el efecto* que se intenta procurar a través de la imagen, podemos encontrar tendencias orientadas a aumentar la duplicación del mundo real, su naturalización, su representación analógica. Su espejo y el apego a las convenciones de la representación realista. Llamaremos *no-intervenida no-es escenificada* a esta imagen en que se pretende duplicar el mundo no sintético advirtiendo, además, a las convenciones sociales que se usan para representar «lo no intervenido o no manipulado», lo espontáneo. Sin embargo, puede haber imágenes que duplican la referencia, pero esa referencia ha sido previamente escenificada, simulada y modelada. Es decir, hay una tentativa de espejo, pero al mismo tiempo hay huellas visibles y evidentes de intervención y puesta en escena sobre el mundo que sirve de referente. Llamamos *no-intervenida escenificada* a este tipo de imagen. Podemos encontrar tendencias que favorecen la intervención y manipulación visible de la «imagen natural» hasta emborronar todas las huellas de duplicación. En este caso, el contenido de esa imagen es una fotografía previa que ha sido tratada y manipulada dejando visibles las huellas de tal manipulación. Llamamos *intervenida no-es escenificada* a aquella imagen que abandona toda tentativa de adherir a las convenciones de representación natural. Y llamamos *intervenida escenificada* a aquella imagen que, no sólo abandona las convenciones sociales de la representación natural, sino que emborrona y manipula de manera intensa las huellas del referente original, hasta hacerlo casi desaparecer. En síntesis

<sup>12</sup> En las diversa terminología empleada para nombrar estos fenómenos, el término «imágenes de síntesis» refirió hacia la década de 1990 (Renaud & al., 1990), a las imágenes generadas a través de computador (microprocesador + software + interfaces gráficas y lenguajes binarios). Castronova (2005) prefiere el término «sintético» al de «realidad virtual», pues cree que «virtual» le resta «realidad» al estatuto de los mundos sintetizados digitalmente. El término sintético es más verosímil que otros como virtual (no reservado a los entornos digitales), informático (no todo lo digital pasa por microprocesadores, que es lo esencial de «informático»), numérico o binario (puede haber racionalidad y lógica numérica sin ser digital: allí donde dualizamos hay lógica numérica y hay bit), electrónico (refiere a la circulación de electrones a 270 kms por segundo, vehículo básico de lo informático) o digital (numérico + informático + electrónico), pero no necesariamente interconectado (telecomunicado) y en red. Lo sintético alude a cuatro condiciones simultáneas: digital, informático, telecomunicado y en red gracias a una cierta ubicuidad de los dispositivos computacionales.

El mundo sintético es una creación de los seres humanos, tanto como el mundo humano no sintético. Pero al crear mundos creamos *fronteras, bordes, separaciones, diferenciaciones*. Cuando definimos un término no sólo decimos algo sobre el término (un mundo), sino que –adicionalmente– creamos los bordes del término (frontera) y aquello que no es (diferencia respecto a otros mundos y términos). Los tres fenómenos ocurren simultáneamente (mundo, borde, alteridad) cuando creamos. Por eso podemos hablar de las relaciones entre mundo sintético y no sintético, aunque ambos sean resultado del trabajo humano.

<sup>13</sup> Es importante aclarar que la imagen que analizamos en este estudio es el producto de un conjunto de *operaciones y tratamientos* que no siempre podemos reconocer, en la medida en que no en todas las oportunidades queda la huella de esas operaciones. En ese sentido, lo que llamamos aquí *tratamiento* es, en sentido estricto, el efecto (la imagen derivada de esas operaciones) y no los procedimientos previos a la construcción de la imagen.

tendríamos cuatro tipos de tratamiento de la imagen: no-intervenida no-escenificada, no-intervenida escenificada, intervenida no-escenificada, intervenida escenificada.

• **Encuadramiento de la imagen.** El *encuadramiento* refiere a la fracción del mundo social que se toma en la imagen de perfil. Es obvio que toda representación es fracción: no es posible hacernos al mundo social como una totalidad. Sin embargo, estas representaciones pueden aspirar a crear una cierta ilusión de totalidad o pueden abandonar intencionalmente esa tentativa. Es decir, hay casos en que la imagen de perfil aspira a recrear una unidad (persona y/u objeto) situada en un contexto identificable: sujetos u objetos en un entorno con sentido. Denominamos a este tipo de imágenes *unidad con contexto amplio*. En otros casos, la unidad (persona y/u objeto) aparece despojada de toda referencia contextual. Denominamos a este tipo de imágenes *unidad con contexto restringido*. En estos dos primeros tipos de imágenes se construye o escenifica el referente como una *unidad*, no como una fracción. El tercer y cuarto tipo de imágenes se ocupan de recrear fracciones. En el tercer tipo se trata de una fracción de objeto o de persona (frecuentemente, el rostro) en un contexto amplio: *fracción con contexto amplio*. En el cuarto tipo de imagen, el encuadramiento tritura aún más la unidad y tenemos una fracción pero en un contexto limitado: *fracción con contexto restringido*. El ojo o los labios de una persona, por ejemplo. En síntesis tenemos cuatro tipos de encuadramiento: unidad con contexto amplio, unidad con contexto restringido, fracción con contexto amplio y fracción con contexto restringido.

Para efecto del análisis hemos asignado un número del 1 al 4 por cada una de los descriptores, así:

- Representante: humano con bio-grafos (1), no humano con bio-grafos (2), humano sin bio-grafos (3), no humano sin bio-grafos (4).
- Tratamiento: no-intervenida no-escenificada (1), no-intervenida escenificada (2), intervenida no-escenificada (3), intervenida escenificada (4)
- Encuadramiento: unidad con contexto amplio (1), unidad con contexto restringido (2), fracción con contexto amplio (3), fracción con contexto restringido (4).

De esta manera, para nosotros una imagen de perfil que corresponda a un humano con bio-grafos (1), que adicionalmente no esté intervenida ni escenificada (1) y además sea una unidad con contexto amplio (1), corresponde a una imagen tipo 111. Pero si se trata de una imagen de un representante no humano con bio-grafos (2) intervenida no-escenificada (3) y además es una unidad con contexto amplio (2), corresponde a una imagen tipo 232. Y así sucesivamente.<sup>14</sup>

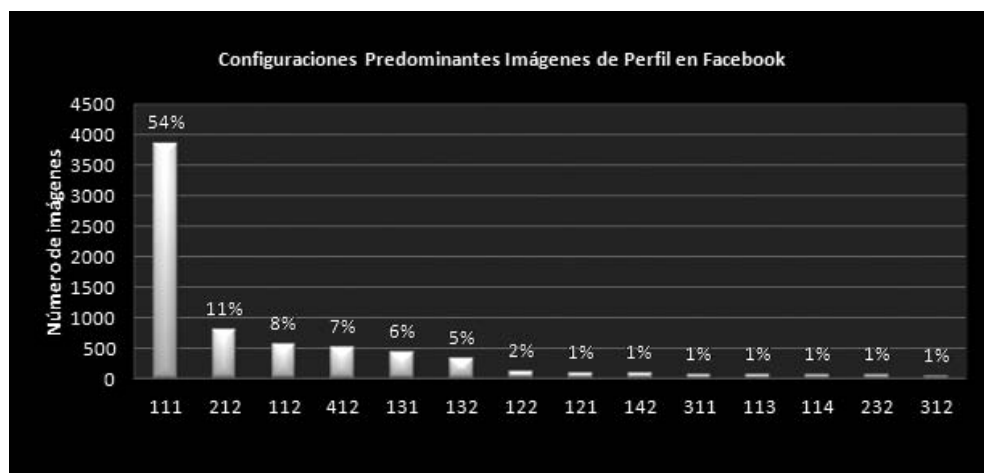
---

<sup>14</sup> Cuando nos refiramos a una imagen tipo 1, es decir cuando sólo mencionamos un dígito, estamos designando el tipo de representante. Cuando empleamos dos dígitos, es decir, cuando hablamos por ejemplo de imagen 21, estamos designando el tipo de representante + el tipo de tratamiento. Y cuando empleamos tres dígitos estamos refiriendo el tipo de representante + tipo de tratamiento + tipo de encuadramiento.

Lo interesante es que resulta posible intentar clasificar esas imágenes si uno atiende menos a los «contenidos formales» de las imágenes, y más a los “procesos formales” involucrados en su génesis. Esa fue la opción que privilegió este estudio. Es difícil saber qué intrincadas relaciones e intenciones ponen en juego las personas a la hora de decidirse por *esa* imagen, pero sí es posible reconocer de *dónde* proviene *esa* imagen. Con base en el modelo de clasificación propuesto es posible determinar 64 posibles combinaciones que corresponden a 64 proyectos más o menos diferenciados de génesis de imágenes de perfil. A partir de lo que hemos avanzado en el estudio y con base en este catálogo de 7.200 imágenes, podemos ya, hacer las siguientes consideraciones.

**Sobre las configuraciones dominantes.** En el conjunto de los catálogos estudiados, las configuraciones dominante son aquellas en las cuales la imagen de perfil en Facebook proviene del mundo no sintético y en particular las que corresponden a las coordenadas 111: humano, con bio-grafos, no intervenidas ni escenificadas y unidades completas en contextos amplios (Tabla 1). Como vemos, casi la mitad de las imágenes estudiadas (54%) corresponden a capturas y registros digitales de cuerpos y rostros en contextos de vida cotidiana que revelan porciones importantes del entorno de vida de los sujetos y, adicionalmente, no resultan de una fuerte escenificación ni han sido intervenidas. A este contundente porcentaje le siguen las imágenes tipo 212, con sólo un 11%; esto es, mientras de cada 100 imágenes, 54 son del tipo 111, sólo 22 corresponden a cuerpos y rostros provenientes del mundo sintético, en contextos restringidos y sin marcas evidentes de intervención ni de escenificación. También es significativo para nosotros que existan configuraciones no exploradas por las personas. Nótese que la Tabla 1 sólo presenta las configuraciones (14) en las cuales encontramos algún tipo de caso, por fuera quedan, las 50 restantes. Veremos esto con más detalle más adelante.

Tabla 1



Sin embargo, este panorama general que nos ofrece la Tabla 1, podemos detallarlo más apelando al uso del State Space Grids (SSG)<sup>15</sup>. Haremos tres tipos de análisis: el primero, cruzando el eje de Representante con el de Encuadramiento. El segundo, a partir del cruce de la variable de Representante con tipo de Tratamiento. Finalmente, en el tercer tipo de análisis pondremos en relación los ejes Tratamiento y Encuadramiento.

### 3.1. Análisis según Representante y Encuadramiento

La Figura 2 muestra en el eje vertical, los distintos tipos de representante que estamos considerando en el estudio: humano con bio-grafo, humano sin bio-grafo, no humano con bio-grafo, no humano sin bio-grafo. Cada punto en la figura corresponde a una de las 7200 imágenes del corpus de estudio. En el eje horizontal, se indican las cuatro formas de encuadramiento previstas: unidad con contexto amplio, unidad con contexto restringido, fracción con contexto amplio, fracción con contexto restringido. Al cruzar estos dos ejes, la figura nos permite hacer varios tipos de análisis. En primer lugar, la Figura 2 nos muestra cuatro estados de alta concentración, de los cuales humano con bio-grafos (fila inferior) es la región más densa. Dentro de esta región se da una clara polarización en los modos en que el humano-con bio-grafos es capturado: se capturan unidades completas, tanto dando cuenta del contexto inmediato de los sujetos, como mutilándolo y restringiéndolo (dos primeras celdas de la fila inferior). Vemos también que el uso fraccionado de rostros y cuerpos con bio-grafos (dos últimas celdas de la fila inferior), aunque menos frecuente es también un procedimiento relativamente usual.

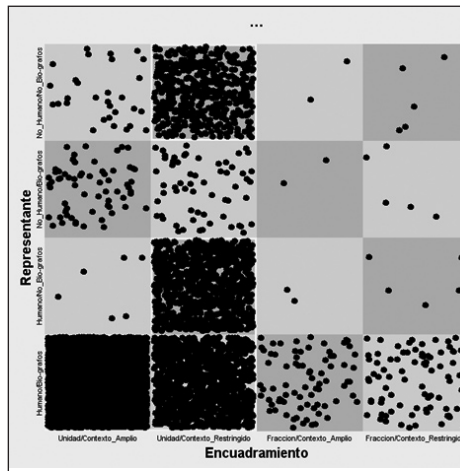


Figura 2

<sup>15</sup> El State Space Grids está inspirado en algunas de las categorías operativas y conceptuales más seductoras de los Sistemas Dinámicos No-Lineales (atractores, ruinas de atractores, auto-organización, transiciones de fase, espacio de estados del sistema, trayectorias). Desarrollado por Marc Lewis y su equipo hacia el año 1999, el software ha ido ganando en refinamientos y posibilidades. El SSG permite abordajes dinámicos de procesos empíricos sin tener que pasar por el requisito de sofisticados tratamientos matemáticos (como las ecuaciones diferenciales, por ejemplo) lo cual facilita su aplicación más allá de las ciencias físicas. Se trata de un software que posibilita representaciones descriptivas de los fenómenos estudiados; una herramienta de manipulación y visualización de datos (ordinales o categoriales) que acepta la entrada de muchas variables analíticas y consigue graficar cómo se produce el desarrollo de un determinado fenómeno a lo largo del tiempo (Hollenstein, 2007). Resulta valiosa para estudios exploratorios; acompañado de otras herramientas estadísticas, deviene una apoyo importante para hacer lectura detallada de fenómenos sociales emergentes.

Respecto a los humanos sin bio-grafos (segunda fila inferior), esto es, a las imágenes con referentes humanos provenientes de las industrias culturales y el start system, lo usual es transferir la imagen sin incorporar rastros del contexto inmediato del sujeto (Figura 3). Nótese la saturación en la celda que corresponde al cruce: humano con bio-grafos + unidad con contexto restringido. Sin embargo, hay registros en los cuatro tipos de estados del eje horizontal encuadramiento, esto es, en algunos casos marginales hay tentativas de incorporar y dar cuenta del contexto inmediato a la unidad o fracción de humano sin bio-grafos.

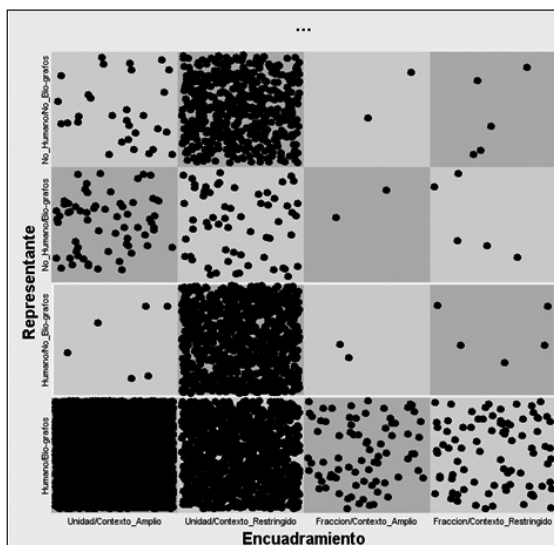


Figura 3

Respecto a lo no-humano con bio-grafos (tercera fila de abajo hacia arriba), es el tipo menos frecuente de representante en la imagen de perfil de Facebook; cuando se usa es raro el fraccionamiento, y las unidades tienden a considerar tanto contextos amplios como restringidos. Sobre los representantes no humanos y sin bio-grafos (fila superior), en la Figura 4 vemos que son significativamente frecuentes, pero se condensan en la representación con contextos muy restringidos o ausentes, esto es, es usual capturar una imagen del mundo sintético y disponerla (sin antes instalarla en el contexto inmediato del usuario) como imagen de perfil de Facebook. Si examinamos las imágenes consideradas según los tipos de encuadramiento, la combinatoria unidad-contexto restringido domina las formas de abordaje y construcción de la imagen de perfil en nuestro catálogo de imágenes. Lo humano con bio-grafos es encuadrado explorando el ancho completo de las posibilidades, mientras humano y no humano sin bio-grafos se condensan en un solo tipo de encuadramiento: la unidad con contextos restringidos. En ese caso, fraccionar las unidades, capturar partes del todo, hacer primerísimos planos, no es un procedimiento usual (Figura 4).

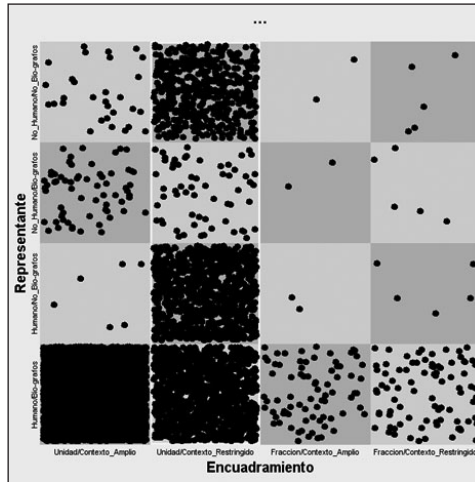


Figura 4

Las regiones o repulsores hacia los cuales el sistema de representación no tiende a ir son los siguientes: a) las fracciones tanto con contexto amplio, como con contexto restringido; y b) la posibilidad de combinar lo humano sin bio-grafos con una cierta puesta en contexto del mundo de vida inmediato del sujeto. Es interesante notar que, por contraste, en el mundo no sintético sí es usual que un objeto que no pertenece al mundo inmediato de la persona sea incorporado al él: los afiches de estrellas de cine y del mundo rock saturan las habitaciones de muchos jóvenes en el mundo; los cuadernos y álbumes incluían con frecuencia recortes de periódicos y fotografías de figuras públicas (de la política, del deporte, de la farándula). Es decir, no es un procedimiento inusual eso de inscribir un humano sin bio-grafos al contexto inmediato de las personas. Y sin embargo este procedimiento parece extraño en la construcción de la imagen de perfil. Cuando se usa una imagen de un humano sin bio-grafos, esta copa, por completo, el espacio de representación –por así decirlo– sin dejar resquicios al mundo del sujeto (Ver Figura 5).

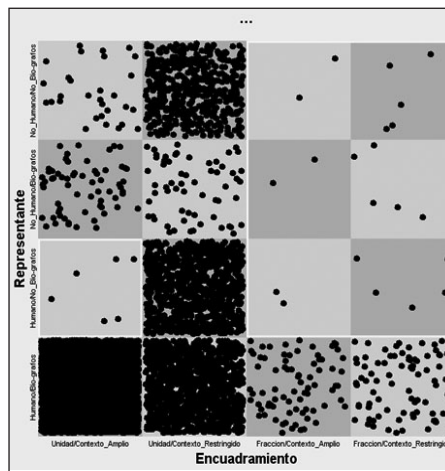


Figura 5



### 3.2. Análisis según Representante y Tratamiento

Para este segundo tipo de análisis cruzaremos los distintos tipos de representante (eje vertical) con los cuatro tipos de tratamiento considerados en este estudio: no intervenida-no escenificada, no intervenida-escenificada, intervenida-no escenificada, intervenida-escenificadas. Al cruzar estos dos ejes puede apreciarse una doble concentración en los tipos de configuraciones de las imágenes del catálogo estudiado: por un lado, como se recuerda, una alta presencia de humanos-con bio-grafos y, por otro lado, una suerte de tratamiento al natural de las imágenes: no son ni intervenidas ni resultan de una puesta en escena teatral (eje horizontal inferior, primera celda izquierda Figura 6).

El 83% de las imágenes del catálogo son fotografías *al natural* y *espontáneas*.<sup>16</sup> En cierta forma este constituye el canon de la imagen de Facebook en el estudio: humano con bio-grafos, no intervenida-no escenificada y unidad-con contexto amplio. La imagen que representa a la persona en Facebook es el resultado del registro más o menos directo de una porción específica de la vida cotidiana y ordinaria, anclada en la presencia corporal de alguien, en condiciones relativamente espontáneas y naturales, que, a su vez, ni se fracciona, ni se interviene. Sin embargo, nótese que el representante humano-con bio-grafos, cuenta con registros en todos los espectros de tratamiento, con claro predominio del modo no intervenido/no escenificado: el eje horizontal inferior de la Figura 6, tiene registro en todas sus celdas. Veamos esto con más detalle.

Por un lado, la escenificación, que era usual en la fotografía clásica –de estudio y celebración– no deja de ser importante, pero pierde peso como la forma dominante de registro y representación debido a la expansión y multiplicación de oportunidades de captura digital de todo tipo de escenas, eventos y acontecimiento de la vida ordinaria (eje horizontal inferior, segunda celda Figura 6).

Por otro, la intervención sobre el humano-con bio-grafos es elevada: en las imágenes de perfil de Facebook también es muy frecuente (nótese la gran saturación de la tercera celda del eje horizontal inferior Figura 6) encontrar una importante tendencia a hacer todo tipo de “retoques” posteriores al momento de la captura de la imagen de los representantes humanos con bio-grafos. Y esto por supuesto, estimulado por la actual multiplicación de los dispositivos tecnológicos de manipulación y moldeo de las imágenes digitales que permiten a los usuarios “jugar” y explorar con la forma de presentación de sí: servidores donde hacer modificaciones de la imagen, software de tratamiento, cámaras y dispositivos de captura –p.e. teléfonos móviles, Ipod, Ipad, etc- que incluyen procedimientos de modificación.

En cambio aunque relevante, es menor la forma escenificada-sin intervención, cuando se trata del representante humano-con bio-grafos (segunda celda del eje horizontal inferior Figura 6). Respecto a la convergencia entre intervención y escenificación es importante, pero menor. Esto es, encontramos casos en los cuales la imagen de perfil en Facebook corresponde a rostros o cuerpos humanos que además de ser explícita y claramente escenificados son también intervenidos (última celda eje horizontal inferior Figura 6).

---

<sup>16</sup> Había algo sacro, aurático –en el sentido benjaminiano del término– no sólo en la fotografía en sí misma, sino el acto de ser fotografiado. Implicada un cierto rito. La diseminación y multiplicación de los dispositivos de registro, su sensibilidad creciente a condiciones de luz muy variadas y la flexibilidad de lo digital, permite la captura continua y fluida de toda clase de imágenes de la vida ordinaria. El canon no es la fotografía en sí misma, el nuevo canon es *el momento, el instante*.

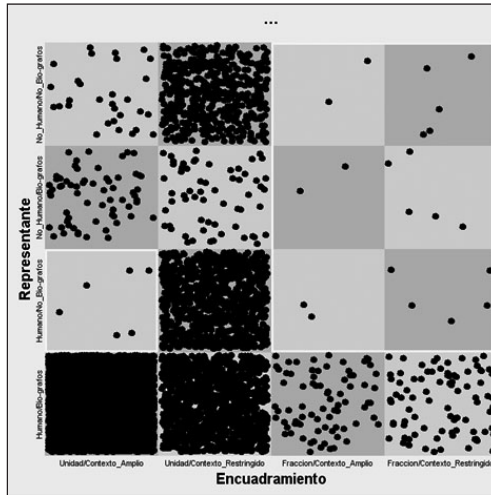


Figura 6

La presencia de procedimientos de intervención sobre la imagen es particularmente relevante en relación con el representante humano-con bio-grafos, tal como lo indica la gran saturación de eventos en la tercera celda del eje horizontal de la Figura 7. Sin embargo, nótese que hay registros de intervención en todos los tipos de representantes, incluido no humano sin bio-grafos (tercera columna Figura 7). También es interesante destacar que al considerar todos los tipos de representantes (ya no sólo el humano con bio-grafos, como lo vimos en la Figura 6) únicamente el 13,73% del total de imágenes del catálogo, considera intervenciones. Las imágenes restantes no incluyen ningún tipo de intervención. Volvemos entonces sobre un aspecto ya mencionado: en Facebook –pese al gran despliegue de posibilidades tecnológicas disponibles– sigue predominando las imágenes de perfil que no consideran, en general, mecanismos de intervención.

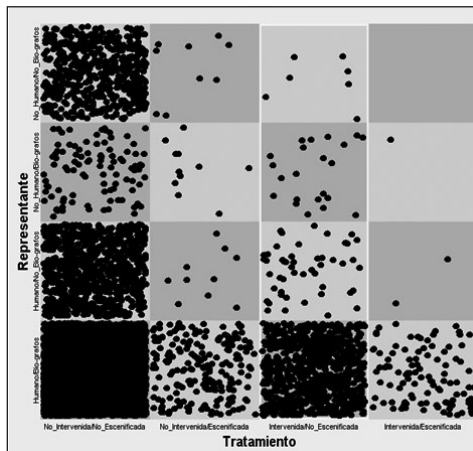


Figura 7

Pero para nuestro análisis, tan valiosa como la saturación de imágenes en ciertas regiones y celdas del sistema, lo es la ausencia completa en otras. Es decir, ciertas configuraciones parecen *inviabiles* o *arduas* (Ver Figura 8). Se trata de configuraciones que entrañan procedimientos que, hoy, nos resultan absurdos o sin sentido. Consideren se por ejemplo, la posibilidad de escenificar e intervenir un representante humano sin bio-grafos o de no humano sin bio-grafos, o un representante no humano sin bio-grafos: la escenificación exige, a veces, procedimientos de bio-graficación. Es decir, hay procedimientos que parecen incompatibles con ciertos tipos de representantes: escenificar parece mucho más viables cuando se trata de presencias corporalizadas de ´personas. Intervenir parece un procedimiento relativamente usual en todos los tipos de representantes. Sin embargo, intervenir y escenificar, la confluencia de ambos procedimientos, resulta más bien restrictivo cuando se trata de representantes no humanos y de humanos sin bio-grafos. La concurrencia de ambos procedimientos pareciera exigir el compromiso afectivo y estético de una presencia humana en la imagen de perfil. Téngase en cuenta que el 90% de la imágenes de perfil se hacen considerando como representante la figura humana; solo el 10% implica, objetos, animales, cosas, paisajes y entidades no humanas.

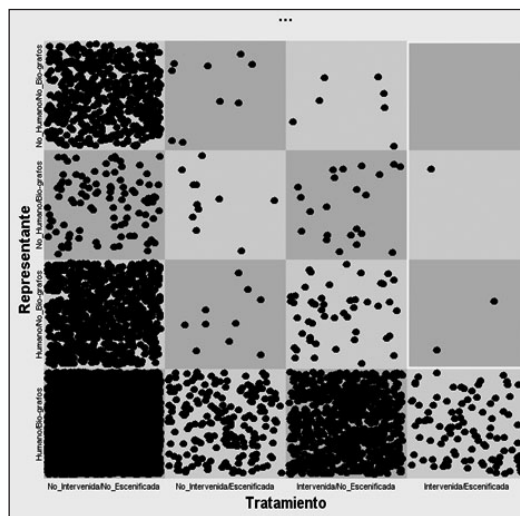


Figura 8

### 3.3. Análisis según Tratamiento y Encuadramiento

El tercer tipo de análisis se refiere al cruce entre cruzaremos entre el tipo de tratamiento (eje vertical) y las distintas formas de encuadramiento previstas (eje horizontal). La configuración unidad sin intervención ni escenificación alguna predomina entre las imágenes del catálogo. Corresponde al 81% de las imágenes estudiadas, tal como lo indica la saturación de eventos en las dos primeras celdas izquierdas, fila inferior de la Figura 9. De nuevo, las formas *naturales* de registro y captura de imágenes del mundo cotidiano dominan el espectro de las imágenes de Facebook consideradas en este catálogo.

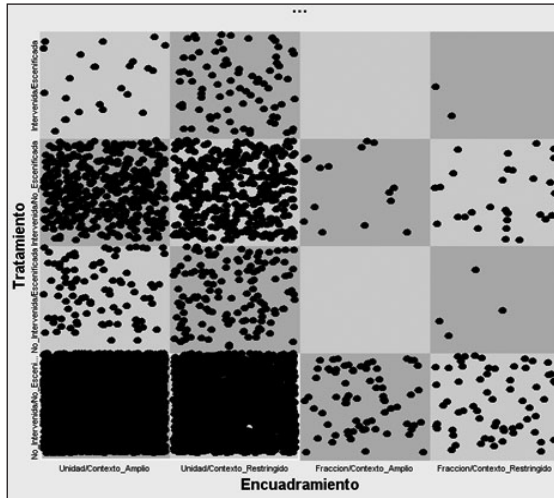


Figura 9

Adicionalmente, usar fracciones es muy poco frecuente: el 97,44% de las imágenes consideran unidades completas, no partes del cuerpo, de objetos o de rostros (Figura 10). Nótese cómo en la Figura 10, los eventos tienden a concentrarse en las dos columnas izquierdas (correspondientes al representante «unidad»), mientras hacia la derecha las celdas aparecen menos visitadas. Incluso, dos celdas se comportan como repulsores severos: fracción con contexto amplio + no intervenida/no escenificada, y fracción con contexto amplio + intervenida/ escenificada (Figura 11). Se trata de lo que hemos llamado procedimientos *arduos* o *extraños*; esto es, aquellos procedimientos de diseño de la imagen de perfil que consideran una combinatoria difícil de armonizar: por un lado fraccionar, tomar primeros planos, capturar detalles, y –al mismo tiempo– conservar indicios de contexto; y por el otro lado, además de lo anterior, proceder a escenificar y/o intervenir.

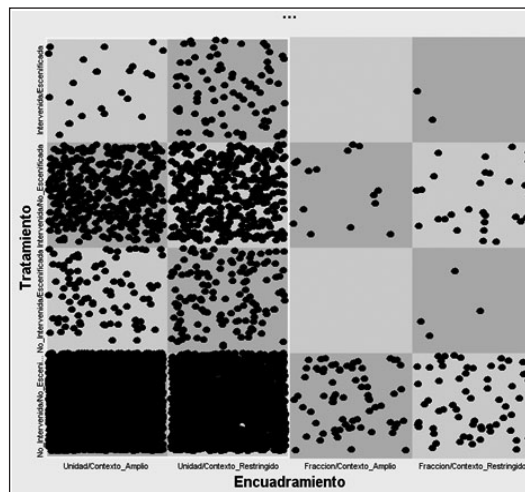


Figura 10

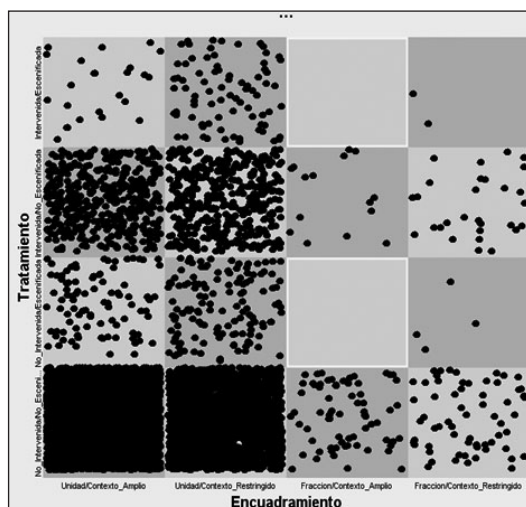


Figura 11

¿Pero qué hay a la base de los procedimientos convencionales de presentación en Facebook? En primer lugar, las personas parecen asumir que debe haber *algo* (humano/no humano), una entidad, en que enraizar las pautas de identificación y presentación de sí mismos. Pareciera muy complicado presentarse a sí mismo en Facebook sin el recurso de una imagen que contenga *entidades*. En segundo lugar, esas *entidades* tienden a considerar una cierta completud. Fraccionar, capturar detalles y primerísimos planos, amenaza las posibilidades de *reconocimiento* de tales *entidades*. Cuando se opta por fracciones hacerlo sobre cosas y entidades no humanas parece más riesgoso que hacerlo sobre cuerpos y rostros humanos. Es decir, la fracción del cuerpo y rostro humano conserva, todavía, un margen y nicho de identificación y reconocimiento, que *parece* menos segura con entidades y representantes no humanos. En tercer lugar, los procedimientos de intervención –que constituyen acciones de postproducción de la imagen– y de escenificación –que constituyen acciones de preproducción de la imagen– requieren un par de comentarios detallados. Las intervenciones –que operan sobre la imagen digitalizada– son procedimientos más frecuentes, en un 13,73% de las imágenes analizadas, de las cuales el 14,73% corresponden a representantes humanos (con bio-grafos o no); mientras sólo el 4,34% de las imágenes que consideran representantes no humanos son intervenidas. La escenificación, por otro lado, aparece sólo en el 4,7% de las imágenes estudiadas. Y a diferencia de las intervenciones, afecta de manera similar –proporcionalmente– tanto a representantes humanos como no humanos: el 4,88% de las imágenes con representantes humanos considera algún nivel apreciable de escenificación y el 3,03% corresponde a representantes no humanos escenificados.

#### 4. Mundo sintético y mundo no sintético: las rutas de génesis de las imágenes de perfil

Como se ha indicado, 14 (catorce) configuraciones reclutan el 98% de las imágenes del catálogo. Son, por así decirlo, las configuraciones del canon Facebook, los modos dominantes

de hacerse presente en la imagen de perfil. Las 50 configuraciones restantes constituyen, por decirlo de alguna manera, el universo de modos representación por explorar hacia el futuro o los modos progresivamente abandonados (pasado).<sup>17</sup> Estas trece configuraciones pueden ser pensadas según demandan rutas distintas para la génesis de las imágenes. Estas rutas son formas de relación que establecen las personas para, usando recursos del *mundo sintético* y del *mundo no sintético*, gestionar sus propias representaciones gráficas en la red social Facebook.

Nuestro estudio estableció, de manera general, tres grandes modos de gestión de recursos (rutas) para la producción de imágenes de perfil, según se las cree a partir de recursos exclusiva o parcialmente sintéticos, recursos no sintéticos o mezclas y combinatorias de ambos (Figura 12).

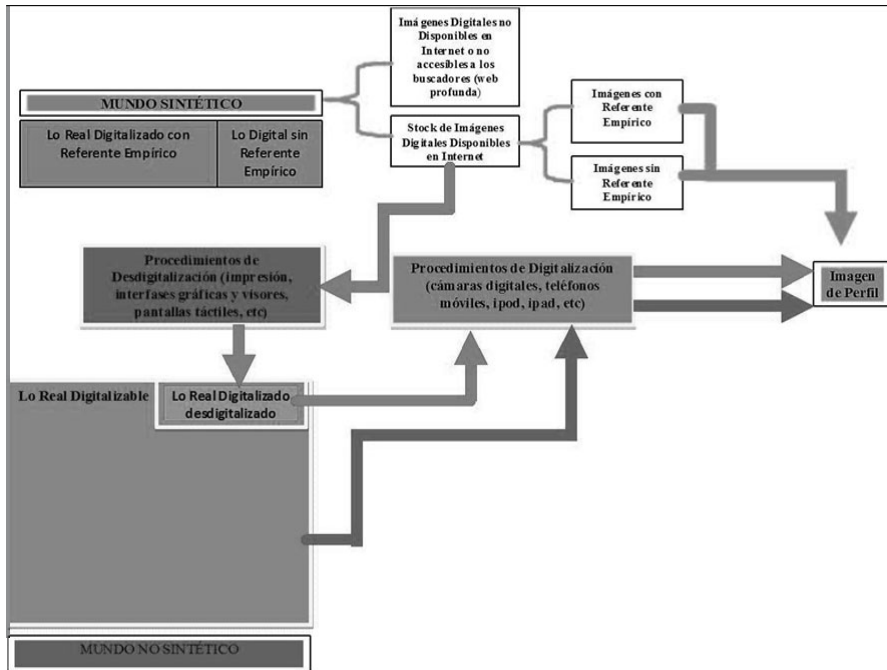


Figura 12. El mundo no sintético y el mundo sintético son fuente de la creación de imágenes de perfil. La ruta sintética en líneas y flechas grises; la ruta no sintética, líneas negras.

La *ruta no sintética* es la más común. Consiste en usar una imagen proveniente del mundo no sintético que luego se digitaliza y se emplea como imagen de perfil. El 73% de las imágenes del catálogo siguieron esta ruta. Esta ruta está a la base de la génesis de imágenes tipo 11 y 31 (Figura 13). Considera un referente no sintético fuerte, un acontecimiento del

<sup>17</sup> Por ejemplo, los procedimientos de escenificación, esto es, aquellos que ocurren en el mundo off line como ritualización, enmascaramiento, modulación y recreación dramática de sí para, posteriormente, ser capturado por la cámara o el pincel, son de alguna manera formas del *pasado*; mientras, el registro del instante se torna –cada vez más– la forma dominante de hacerse presente, y –probablemente– la multiplicación de procedimientos de intervención estén prefigurando el futuro.

mundo y esfera cotidianos de las personas. Con frecuencia implica la presencia del cuerpo/rostro humanos o de un representante no humano (animal, objeto, paisaje) que hace parte del mundo inmediato y cotidiano de la persona. No hay procedimientos de intervención en ellas y no se advierte una puesta en escena fuertemente calculada y modelada.<sup>18</sup>

La segunda ruta de génesis de imágenes de perfil la hemos denominado *ruta sintética* y considera dos variantes, la *impura* y la *pura*. En la *impura* la imagen de perfil proviene de una imagen sintética que, a su vez, ha considerado un referente no sintético (humano o no humano), que no pertenece al entorno de vida inmediato del usuario. Estos registros gráficos derivan del stock de imágenes disponibles en internet o de las industrias culturales: alguien hace una fotografía digital de un paisaje en China y la sube a Internet; luego un usuario de Facebook la baja a su computador y la usa como su imagen de perfil. En la *pura*, se trata de imágenes sin referente no sintético, esto es imágenes construidas exclusivamente con recursos digitales y numéricos como los avatares y las ilustraciones realizadas con softwares gráficos. La ruta sintética pura es marginal entre las imágenes de perfil consideradas en este catálogo. Las rutas sintéticas corresponden a las variaciones 21, 23, 41 y 43 (Figura 13).

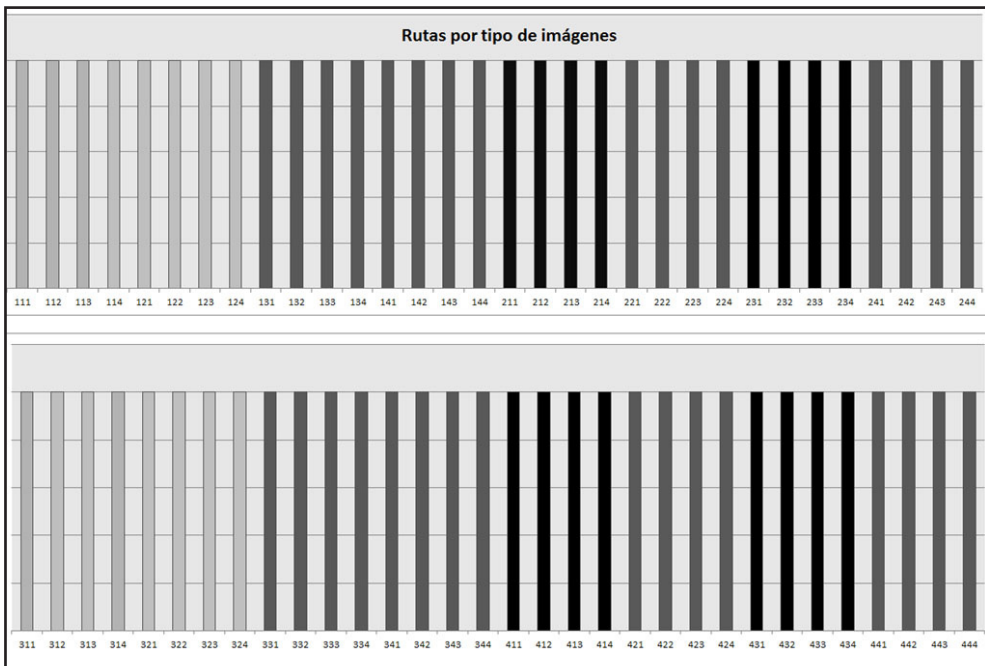


Figura 13. Se presenta la distribución de las 64 configuraciones de imágenes de perfil según tipos de rutas: las barras claras son las configuraciones de imágenes correspondientes a la ruta no sintética; las barras negras corresponden a las rutas sintéticas; y gris semioscuro, las correspondientes a las rutas mixtas, híbridas o recursivas.

<sup>18</sup> Por supuesto las variantes 113 y 114, 313 y 314 reducen significativamente la presencia de rastros e indicios de los mundos de vida de las personas, pero lo que nos interesa subrayar es la ruta específica que siguen estas imágenes hasta hacerse a un nicho en Facebook: todas las imágenes 11 y 31, y variantes, son expresión de la ruta más directa e inmediata entre mundos no sintéticos y su expresión sintética en Facebook.

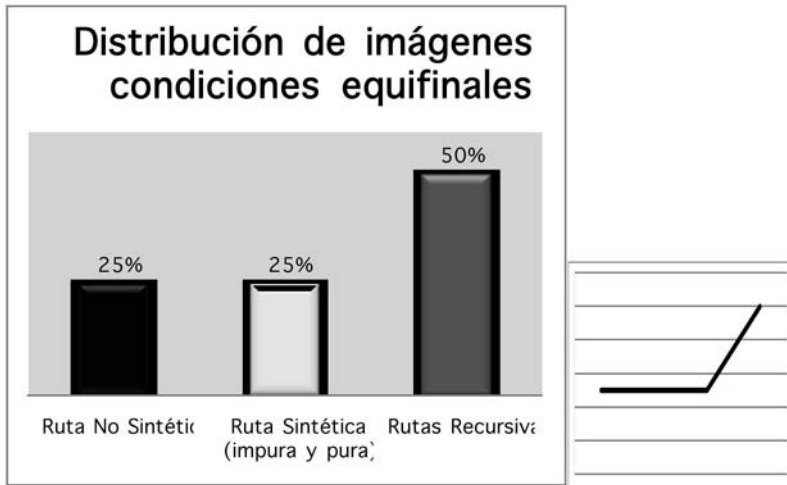
Finalmente, las *rutas mixtas, híbridas o recursivas* son aquellas en que se entremezclan rutas sintéticas y no sintéticas para procurar la imagen de perfil. Por ejemplo, una imagen digital –un texto escrito mediante procesador, un dibujo hecho con algún software gráfico, un avatar– se imprime. Luego esta pieza se integra a una escena del mundo ordinario: por ejemplo, un avatar impreso se dispone sobre una cama al lado de varios amigos del usuario de Facebook que lo abrazan como si fuera uno más en la escena. Alguien toma una fotografía digital y, posteriormente, la sube como imagen de perfil. O una imagen digitalizada del mundo no sintético, una fotografía de amigos que celebran, es posteriormente intervenida mediante un software tipo photoshop o a través de distintos programas de procesamiento gráfico de la cámara digital: se agregan filtros, marcos, texto y modificaciones varias. Luego la imagen modificada se sube a Facebook como imagen de perfil. Las imágenes digitalmente intervenidas corresponden a este tipo de rutas híbridas, mixtas o recursivas. Las imágenes tipo 13, 14, 22, 24, 33, 34, 42 y 44 (Figura 13) siguen estas rutas en su génesis.

En un mundo en que las personas aspiraran a hacer exploraciones diversas de los modos de representación de sí, multiplicando y pluralizando sus representantes, los tratamientos y los encuadramientos, cada una de las 64 configuraciones tendría –en principio- igual oportunidad de realizarse, esto, serían potencialmente equifinales. Si tenemos en cuenta las tres rutas de génesis de las imágenes, dentro de la ruta no sintética se aglutinarían 16 de los 64 tipos ideales de imágenes; en las rutas sintéticas (pura e impura) habría 16 de 64 tipos ideales; y en las rutas recursivas, híbridas o mixtas, 32 de 64 tipos (Tabla 3). Pero al examinar las 7200 imágenes que hacen parte del corpus o catálogo estudiado sólo el porcentaje de imágenes correspondiente a la ruta sintética se aproxima al porcentaje ideal (ver Tabla 3). La ruta no sintética constituye la forma dominante de construcción de imágenes de perfil en el catálogo estudiado. Es la forma canónica de representación. Pero es interesante notar que esta ruta se alimenta básicamente de rostros y cuerpos humanos: de cada 100 imágenes constituidas según la ruta no sintética, 98 consideran rostros y cuerpos humanos. La centralidad del cuerpo y el rostro humanos también se advierte en las rutas sintéticas (pura e impura), pero pareciera mucho más moderada que en la ruta no sintética: de 100 imágenes que siguen rutas sintéticas, 61 consideran cuerpos y rostros humanos y 39 corresponden a representantes no humanos. Es decir, cuando se abandona el sesgo bio-gráfico, la centralidad de la figura humana se modera un poco. Como hemos visto, las rutas recursivas son marginales como estrategia de construcción de la imagen de perfil en el catálogo o corpus examinado. Sin embargo, también allí se advierte un vigorosa centralidad de la figura humana como representante: de cada 100 imágenes construidas a través de rutas recursivas, 94 consideran figuras humanas y sólo 6 corresponden a representantes no humanos.

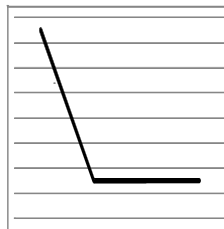
Una ciudad cuyos habitantes explorarían al máximo los recursos disponibles para multiplicar las formas de representación en Facebook tendría una distribución de las rutas de representación parecida a una pendiente que asciende de izquierda a derecha (Tabla 2).



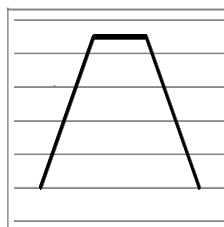
Tabla 2



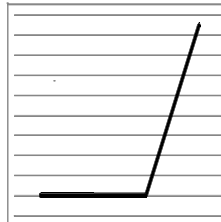
Una ciudad en que sus habitantes se repliegan vigorosamente en las formas de representación derivadas y procuradas por el mundo no sintético, tendría una distribución de las rutas de representación parecida a una L invertida:



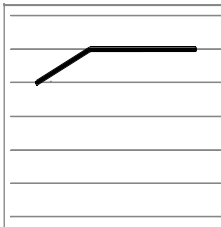
Una ciudad en que sus habitantes se inclinan por usar los recursos de la web y de las industrias culturales (en particular, cine, televisión, prensa, iconografías de la música, etc.), tendría una distribución de rutas de representación parecida a una meseta:



Una ciudad en que sus habitantes se inclinan por combinar y experimentar rutas híbridas de representación se asemejaría a una pendiente que asciende abruptamente de derecha a izquierda:

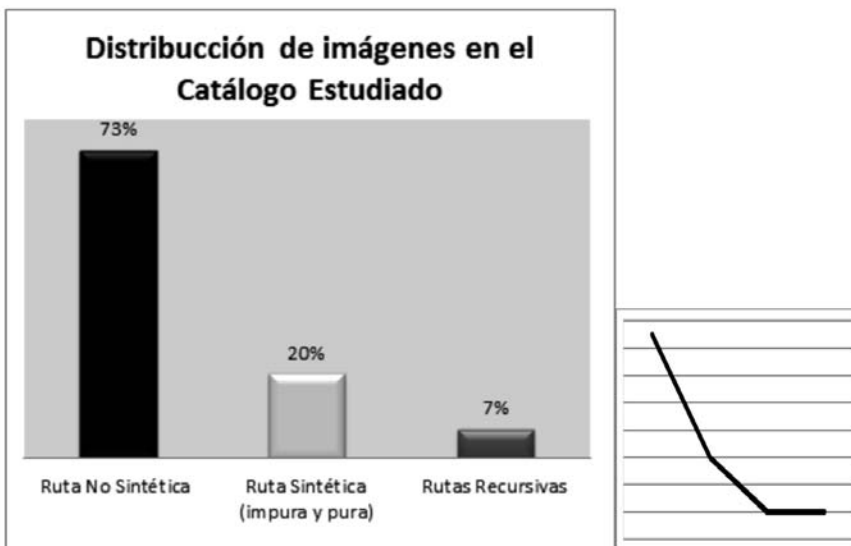


Y habría ciudades en que progresivamente la exploración de las rutas sintéticas e híbridas, en desmedro de las no sintéticas, tendería a parecer una línea más o menos llana, no inclinada.

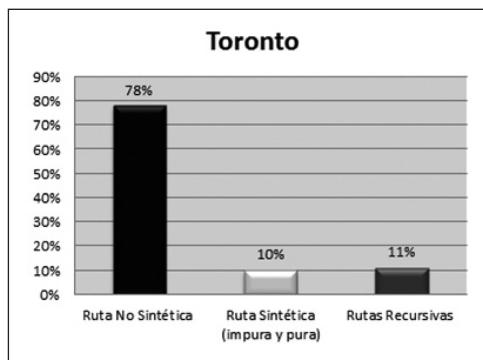
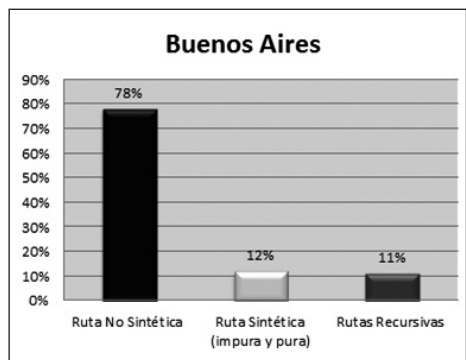
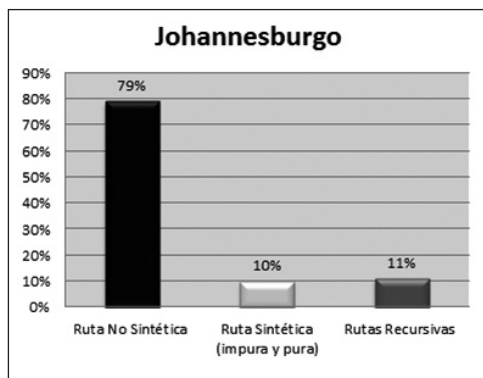
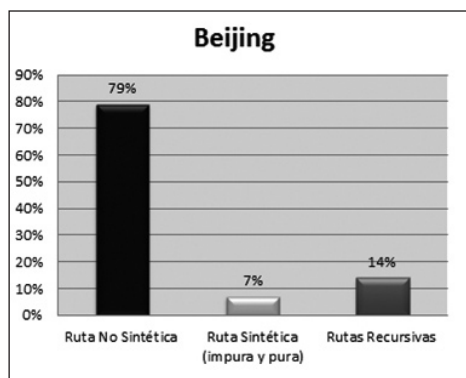
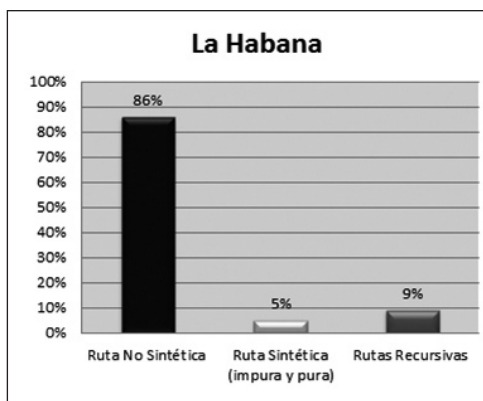
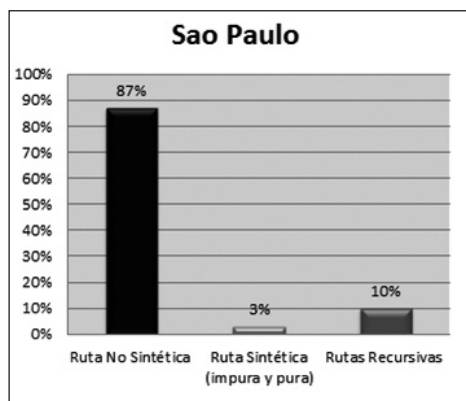


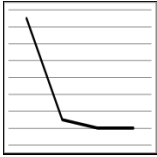
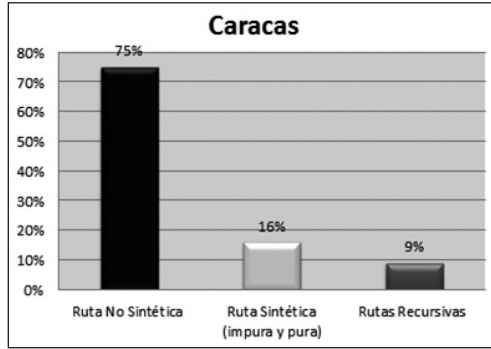
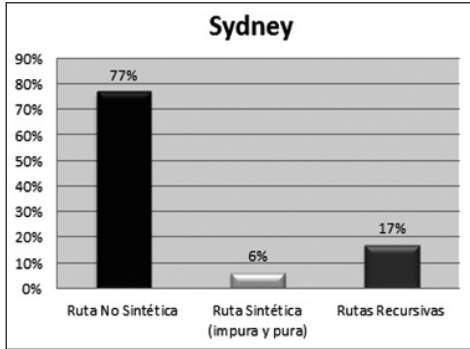
El catálogo general de 7200 imágenes, nos reveló una distribución casi inversa a la que se esperaría en un mundo rico en exploraciones y formas diversas de representación:

Tabla 3

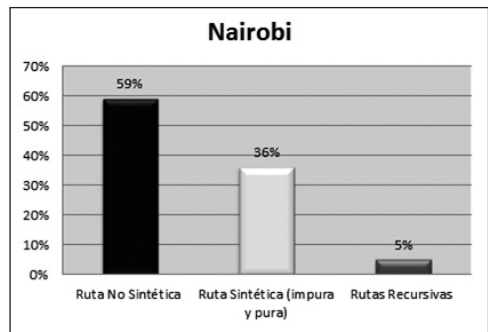
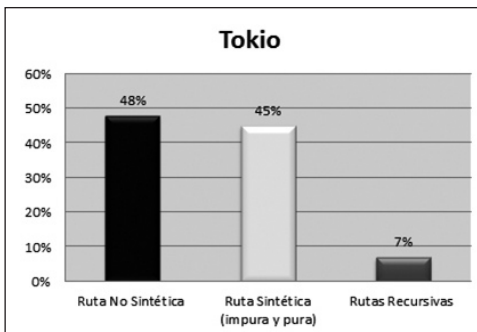


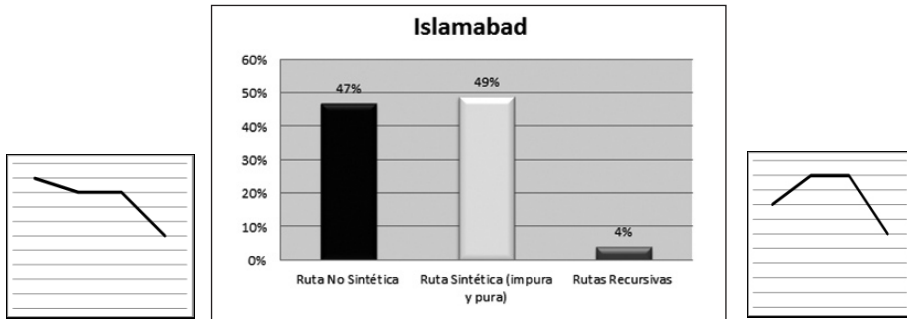
Los catálogos también nos revelan diferencias sustanciales entre una ciudad y otra. Habría catálogos de ciudades fuertemente *no sintéticos*, esto es, aquellos en que predomina el recurso y uso de los mundos de vida cotidianos, el cuerpo, el rostro y el registro digital del vivir ordinario como manera de representación de sí mismo en Facebook (Caracas, Sao Pablo, La Habana, Beijing, Johannesburgo, Buenos Aires, Sydney y Toronto).



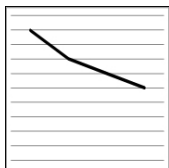
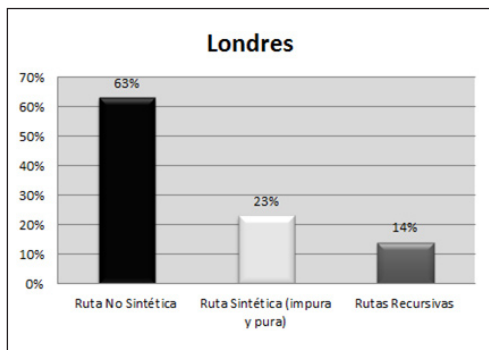
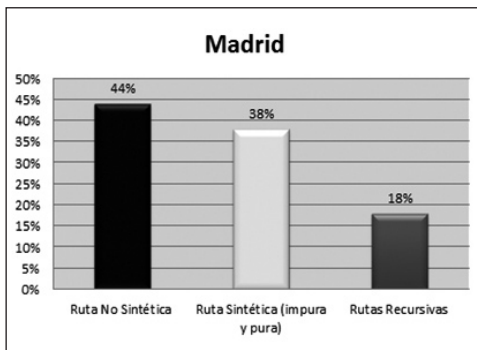


Hay otras en que la exploración de las formas *sintéticas* (puras e impuras) de representación parece prosperar, aunque jamás sobrepasan la ruta *no sintética* (Tokio, Nairobi). En Islamabad hay una sorprendente presencia y predominio de las rutas *sintéticas* de representación. Es interesante notar que en el catálogo de Nairobi e Islamabad, dos ciudades situados en países con bajo índice de desarrollo humano (United Nations Development Programme (UNDP), 2011) y una ciudad, Tokio, situada en un país con muy alto IDH, consideren una importante presencia de imágenes que siguen rutas sintéticas. La diferencia estriba en que la mayoría de las imágenes de este tipo en Tokio siguen la ruta sintética *pura* (avatares e imágenes de comics manga), mientras en Nairobi e Islamabad se trata de imágenes del cine y de la farándula, esto es, siguen la ruta sintética *impura*. Islamabad es el único catálogo-ciudad en que predominaron imágenes de la ruta sintética.

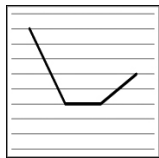
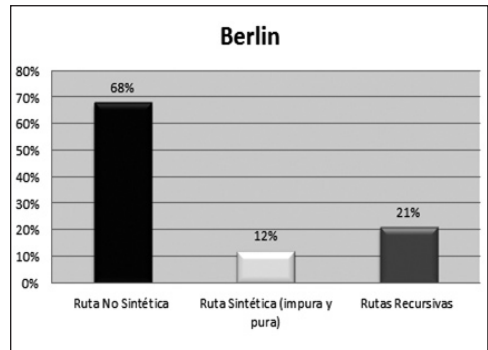
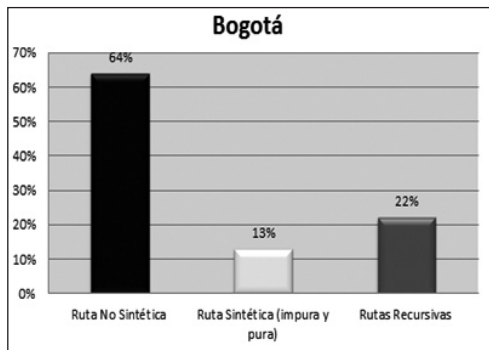
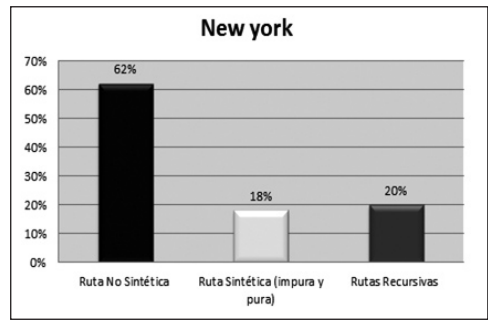
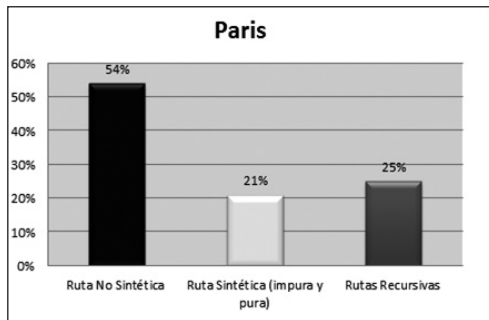




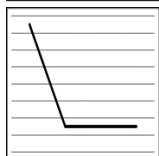
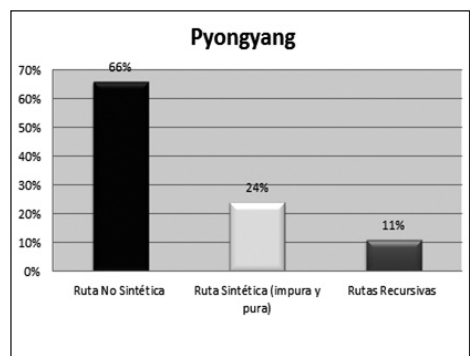
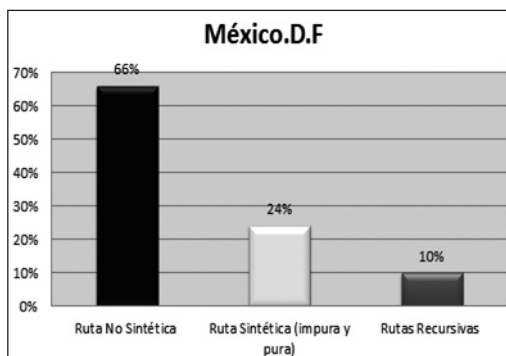
Hay dos catálogos de ciudades en que se advierte una cierta exploración plural de todas las alternativas de representación, con lo cual el mapa de configuraciones tiende a cubrirse ampliamente: Madrid y, en menor medida, Londres.



Hay cuatro catálogos-ciudades en que la exploración de rutas recursivas alcanza los máximos niveles de desarrollo, aunque –como en todos los casos– jamás superan en número y porcentaje las rutas no sintéticas: Bogotá, Nueva York, Berlín y París.



Y, finalmente, dos catálogos-ciudades se comportan moderadamente, casi como el promedio del catálogo general: Pyonyang y México D.F.



## 5. Conclusiones

La figura humana y el rostro predominan como recurso fundamental de representación de las personas en el catálogo de imágenes exploradas en este estudio. Pero no todos los rostros y cuerpos provienen del mundo cotidiano y entorno inmediato de las personas, esto es, el mundo *no sintético*. Hay una importante presencia de rostros y cuerpos que se obtienen del stock de imágenes que la propia web provee y dispone. Pero la fuerza de la figura humana como recurso central de representación expresa, también otra cosa: de 64 posibles combinatorias o tipos proyectos de representación, sólo 14 son más o menos explorados. Y la mitad corresponde a la configuración 111 (humano con bio-grafo, no intervenida/no escenificada, unidad con contexto). La hiper-óptica se ocupa del orden cotidiano, se regodea en el registro de instantes y eventos de mundo común, no es una empresa dedicada a la experimentación expresiva y gráfica.

Los catálogos-ciudades varían en términos de las rutas de génesis de imágenes, aunque en todos domine el representante *humano con bio-grafo*. Por un lado están los catálogos-ciudades cuya provisión de imágenes sigue centralmente rutas no sintéticas: Caracas, Sao Pablo, La Habana, Beijing, Johannesburgo, Buenos Aires, Sydney y Toronto. En el otro extremo, están aquellos catálogos-ciudades en que las rutas sintéticas (puras e impuras) parecen prosperar: Tokio, Nairobi e Islamabad. ¿Qué lleva a algunos usuarios de Facebook a enraizar en el mundo no sintético y a otros a abandonarlo? El seguimiento de trayectorias individuales en la segunda fase de este estudio nos ayudará a comprender y, en parte, resolver esa pregunta. En los catálogos Madrid y Londres se aprecia una cierta exploración amplia de las tres rutas. Y en el sorprendente catálogo-Bogotá y en los catálogos New York, Paris y Berlín hay una importante presencia de rutas recursivas. Finalmente, dos catálogos-ciudades se acercan al promedio, al justo centro: México D.F. y Pyonyang. En futuros estudios aspiramos a hacer seguimientos periódicos de cada una de las 24 ciudades. Creemos que cambios y permanencias en las rutas de génesis de imágenes y en sus configuraciones indican hondas transformaciones en el sensorio (Benjamin, 1989) y las formas de presentación de las personas en unos entornos, en principio, crecientemente digitalizados.

Por lo pronto es importante subrayar, para concluir, lo siguiente. Ese pequeño lugar de algunos pocos centímetros cuadrados, el de la imagen de perfil en Facebook es, aún sin poner ningún registro gráfico allí, tremendamente significativo. El valor de ese espacio disponible no lo proveen ni Mark Zuckerberg, ni los computadores conectados en red, ni los poderosos o vetustos softwares de generación de imágenes o de procesamiento de datos o de telecomunicaciones, sino el hecho de que, potencialmente, otros seres humanos pueden *desdigitalizar* lo que hay allí (es decir, leer, interpretar, sentirse conmovidos, actuar, intervenir, dejarse poseer por lo que ahí ven) y, a partir de lo que hay allí, poner en marcha otras acciones y eventos muy diversos. Es decir, aunque —en una operación típica de cooptación y expropiación de riqueza socialmente gestionada— nos han hecho creer que la fuerza de Facebook está en su maquinaria técnica, realmente su valor reside en que hay cientos de millones de seres humanos que pueden hacer obras y acciones on y off line a partir de lo que allí se dispone. Sin embargo, aunque nos parezca abrumador lo que pasa en Facebook, es mucho más importante tener en cuenta que hay un mundo digitalizable no digitalizado que no está ni en los computadores ni en las cámaras ni en ningún dispositivo de registro y que, aún habiéndose digitalizado, no está en Internet; y aunque esté en Internet, no está en las redes sociales; y estando en las redes sociales electrónicas no está en Facebook. Pero todavía más importante es notar que mucho de lo que está en internet no se desdigitaliza nunca. Y aún más: mucho de lo que somos y hacemos jamás se digitaliza.

## Referencias bibliográficas

- BENJAMIN, W. (1989): La obra de arte en la era de su reproductibilidad técnica. In W. Benjamin, *Discursos Interrumpidos I*. Buenos Aires: Taurus.
- BERNAL, G.; GIRALDO, D.; GOYENECHÉ, E.; GÓMEZ, R.; GONZÁLEZ, J. y MEDINA, W. (2004): *Nuestra casa, nuestras pantallas. Manual de Convivencia con las pantallas*. Cali: Universidad del Valle y Comisión Nacional de Televisión.
- CASTELLS, M. (2001): *La Era de la información: Economía, sociedad y cultura* (Tercera Edición, corregida y aumentada ed.). México: Siglo Veintiuno Editores.
- CASTRONOVA, E. (2005): *Synthetic worlds : the business and culture of online games*. Chicago: The University of Chicago Press.
- GÓMEZ ZÚÑIGA, R. (2012): *Procurarse sentido en la ciudad contemporánea. Jóvenes urbanos integrados y nuevos repertorios tecnológicos*. Cali: Programa Editorial Universidad del Valle.
- GÓMEZ ZÚÑIGA, R. y GONZÁLEZ MINA, J. (2009): «Formas de presentación pública de la persona en Facebook», *Nexus* (5), 54-65.
- GÓMEZ, R. y GONZÁLEZ, J. (2005): «Pantallas Reflexivas: Reinventar la Casa y Domesticar las Pantallas Audiovisuales», en VVAA, *Los niños y la televisión*. Bogotá: Comisión Nacional de Televisión, Programa de investigaciones académicas sobre televisión.
- GÓMEZ, R. y GONZÁLEZ, J. (2008): «Tecnologías y malestar urbano entre jóvenes: la celebración de lo inútil y la emergencia del trabajo liberado», *Revista Nómadas* (28), 82-93.
- HOLLENSTEIN, T. (2007): «State space grids: Analyzing dynamics across development», en *International Journal of Behavioral Development*, 31 (4), 384-396.
- MARCUSE, H. (1968). *El Hombre Unidimensional*. México: Editorial Joaquín Mortiz.
- MARCUSE, H. (1999). *Razón y revolución*. Madrid: Alianza Editorial.
- MARTÍN BARBERO, J. (2002). «Tecnidades, identidades, alteridades: des-ubicaciones y opacidades de la comunicación en el nuevo siglo», en (Felafacs, Ed.) *Revista Diálogos de la Comunicación* (64), 8-23.
- MCAFEE, A. y BRYNJOLFSSON, E. (2012 October): *Harvard Business Review*. Retrieved 19 de Octubre de 2012 de Big Data: The Management Revolution: <http://hbr.org/2012/10/big-data-the-management-revolution/ar/1>
- MORIN, E. (1997): «La política de civilización: los gigantesos desafíos», en *Revista Ensayo y Error* (3), 69-75.
- PÉREZ SOTO, C. (2001): *Para una crítica del poder burocrático: comunistas otra vez*. Santiago de Chile: Editorial Lom/Universidad Arcis. Colección sin norte.
- PÉREZ SOTO, C. (1996): *Sobre la condición social de la psicología. Psicología, epistemología y política*. Santiago de Chile: Editorial Lom/Universidad ARCIS.
- PISCITELLI, A. (2009): *Facebook, esa reiterada tensión entre la sobrepromesa y la invención de nuevos mundos*. (C. U. e-learning, Ed.) Recuperado el 15 de Febrero de 2011, de Sitio de Web Universitat Oberta de Catalunya: [www.rusc.uoc.edu](http://www.rusc.uoc.edu)
- PISCITELLI, A.; ADAIME, I. y BINDE, I. (2010): *El proyecto Facebook y la posuniversidad: Sistemas operativos sociales y entornos abiertos de aprendizaje*. Barcelona: Ariel.
- RENAUD, A. et. al. (1990): *Videoculturas de Fin de Siglo*. Madrid: Cátedra.
- SENNETT, R. (2009): *El artesano*. (M. A. Galmarini, Trad.) Barcelona: Anagrama.
- SENNETT, R. (2000): *La corrosión del carácter: las consecuencias personales del trabajo en el nuevo capitalismo*. (D. Najmías, Trad.) Barcelona: Editorial Anagrama.



- SIBILIA, P. (2005b): «Blogs, fotologs y webcams: El show del yo vía Internet», en Hernández García, I (Ed.), *Estética, ciencia y tecnología. Creaciones electrónicas y numéricas* (págs. 261-286). Bogotá: Editorial Pontificia Universidad Javeriana.
- SIBILIA, P. (2005a): *El hombre postorgánico: cuerpo, subjetividad y tecnologías digitales. Fondo de Cultura Económica. Buenos Aires*. Buenos Aires: Fondo de Cultura Económica.
- SIBILIA, P. (2008): *La intimididad como espectáculo*. Buenos Aires: Fondo de Cultura Económica.
- UNITED NATIONS DEVELOPMENT PROGRAMME (UNDP). (2011): *Human Development Report 2011. Sustainability and Equity: A Better Future for All*. New York: United Nations Development Programme (UNDP).

## **Els autors**

Rocío Gómez Zúñiga. És professora de l'Institut d'Educació i Pedagogia de la Universitat del Valle (Cali, Colòmbia). Doctora en Educació per la Universitat Pedagògica Nacional. Integrant del Grup d'Educació Popular de la Universitat del Valle.

Julián González. És professor de l'Escola de Comunicació Social de la Universitat del Valle (Cali, Colòmbia). Candidat a doctor en Psicologia per la mateixa universitat. Integrant del Grup d'Educació Popular i del Grup d'Investigació en Periodisme i Informació de la Universitat del Valle.