

**SUBJETIVIDAD Y SOCIALIDAD EN LOS FOTOLOGS.  
JUVENTUD Y NUEVAS FORMAS DE EXPERIENCIAS:  
LA ESCRITURA HECHA IMAGEN**

**María Belén Espoz**

**Universidad Nacional de Córdoba (Argentina)**

**Introducción**

Primer mundo de las imágenes. Un sábado o domingo cualquiera, sentada frente a la pantalla no puedo evitar sumergirme en ese mundo de imágenes bombardeadas (y en continua espera) que me dicen, cada tantos segundos cómo mi vida sería un poco mejor, o algo más linda, o tal vez mucho más saludable. Me dicen qué vestir, qué calzar, qué auto manejar, por qué cobertura de salud optar, qué me gustaría estudiar... Bombardeo continuo, tenso, heterogéneo. Red de movimientos, de juegos luminosos, siempre un carnaval de colores. Me siento frente a la pantalla y ya no siento: soy por apenas algún minuto, pura mirada. Decido finalmente sentarme frente a la computadora a 'trabajar'. Las imágenes siguen fluyendo como pequeños hilos de historias por contar pero que aun no se han definido sobre cual de ellas desarrollar. Yo intento darles un sentido: soy su intérprete.

Segundo mundo de las imágenes. Cualquiera que conviva con adolescentes, que comparta esos pequeños espacios de la vida cotidiana con ellos, entrará —por curiosidad o por simple ociosidad— en él. Mundo donde las imágenes ya no se expresan en la lógica *televisual* —aunque radicalizan la 'espectacularidad': están

inscriptas en este otro espacio, entre “más acá” y “más allá” de la vida, que es la infinita *red*. Yo convivo con una adolescente. Ella, puede sentarse horas y horas frente al computador, en silencio, *como si* hablara con la mirada en un mudo lenguaje indescifrable para mí —pero para ellos excesivamente codificado—. Los dedos en el *mouse* son los modos de expresar y poner en funcionamiento las axiologías juveniles: un clic de aceptación o rechazo según una clasificación que se basa en el color, la creatividad, el gusto, estilo o compatibilidad que, delimitan en definitiva, una vuelta de pagina (o de pagina hipertextual, ¿cabría aclarar?) o su establecimiento estelar: será para él un “favorito”.

La miro y me pregunto: ¿Qué hace? ¿Qué ve? ¿Por qué ve? Y aun con más intensidad ¿Por qué permanece allí un tiempo que para mí sería una eternidad? En un espacio de dos horas pueden haber ‘pasado’ frente a su mirada cautivada, millones de imágenes, de expresiones, de presentaciones ‘sociales’ de ‘otros’ que están ahí para ser vistos por ella. Pero ella no ‘mira’ ni ‘lee’ como yo. El sentido, el interés, las sensaciones y emociones que ella busca no son los que me persiguen a mí: todavía me pesan las duras distinciones entre lo ‘real’ y lo ‘virtual’. Si pudiera comprender esas prácticas sin necesidad de incluir su punto de vista, su estrategia de lectura, ella estaría trabajando frente al computador y yo disfrutando por horas de ese mundo de imágenes.

Por ello, no puedo dejar de reflexionar en este segundo mundo, pero sosteniéndome en las formas de experiencias que me limitan en relación al primero de ellos. No puedo dejar de lado la importancia radical que este medio tiene para los jóvenes de hoy si mi interés es pensar los modos de configuración de las subjetividades en la actualidad. No puedo dejar de reconocer, en este espacio, un interés que trasciende incluso la misma noción de clase.

Las preguntas no desconocen el desigual acceso a las tecnologías en una sociedad clasista (sostenemos esta definición pese a diversas ‘tendencias’ actuales’). Pero entonces: ¿Qué ven los jóvenes allí donde nosotros leemos primordialmente desorganización y caos? ¿Cuál ese estatus de real (¿sería la radicalización del *index appeal*?) que los jóvenes le otorgan y que, por eso mismo, se consagra en inversión necesaria para su socialización cotidiana? ¿Desde qué lugar los interpela y cómo? ¿Qué tipos de experiencias —si es que las hubiese— se están produciendo en el marco de

estas nuevas técnicas y como afectan (si lo hacen) sus formas de socialidad y su constitución subjetiva? Estas son algunas de las preguntas que surgen en este cruce de mundos. Cruce en el cual, la semiótica peirceana y la sociología goffmaniana, arrojan diversas luces para pensarlos, aun cuando planteen más interrogantes que respuestas.

### **Los espacios narrativos/visuales: los fotologs y sus dimensiones semióticas (para pensar formas de socialización y subjetivación juveniles)**

Partimos de considerar los *fotologs* [1] como espacios narrativos que se configuran a la manera de una presentación social del “yo”. Cada individuo que se suscribe a este formato, construye a partir de diversos recursos “técnicos”, “estéticos” y “narrativos”, “su” imagen para “otros” —y para sí mismo—. Podemos decir en este sentido, que los fotologs se transforman en una especie de “vidriera” o “fachada” —entendida ésta en el sentido goffmaniano (Goffman, 1975)— donde los individuos producen y ponen en circulación diversos sentidos sobre *su* persona que, bajo el predominio del uso de imágenes —no sólo de la fotografía— le da un tono particular a dicho formato.

Definir estos cronotopos desde el punto de vista narrativo remite al mismo reconocimiento del objetivo específico para el que fueron creados (según expresiones de los ‘creadores’ y ‘propiciadores’ de este tipo de formato): hacer “percibir” al destinatario, o más precisamente, al “lector” (real o potencial), el “espacio-tiempo” en el que se desarrolla una historia o simplemente un hecho —contada en imágenes— y que incluye diversas técnicas del género biográfico.

Podemos afirmar que estos espacios se han constituido en una forma de experienciación [2] *entre* los adolescentes. Este tipo de experiencias se acrecientan continuamente —por reiteración/repetición— y comienzan a formar parte de las prácticas en sus vidas cotidianas. Se puede observar a partir de diversos informes periodísticos [3] la importancia que cobra el hecho de “tener” un fotolog para la sociabilidad cotidiana de este grupo. ¿Cómo pensar entonces, en términos de experiencia y sentido, estos espacios virtuales?

Pensar estos lugares desde la concepción triádica peirceana, puede ayudarnos, en primera instancia, a distinguir analíticamente (para inscribir reflexivamente) las

dimensiones que los atraviesan. En este sentido, podemos concebir, siguiendo las dimensiones faneroscópicas propuestas por Peirce [4], los fotologs desde una mirada que implique:

- Su *primeridad*: Como fenómeno ‘virtual’ (más allá de su carácter técnico y estético) novedoso, los fotologs se inscribirían en este sentido, como ‘posibilitador’ de nuevas experiencias (sin tener en cuenta las implicancias valorativas en las mismas). Aquí tomamos experiencia como ‘sentimiento’: es decir *sentimiento (feeling) en cuanto diferente de la percepción objetiva, el deseo y el pensamiento* [5]. Si, en tanto que hay fenómeno hay cualidad, la misma solo puede ser sentida y no conocida. El ‘feeling’ está relacionado con ‘lo abstracto’, y responde —a la vez que es posibilitado por— la imaginación humana (que siempre es del orden de la primeridad). Lo imaginario, en Peirce es REAL, porque se trata siempre de una condición de posibilidad. Esta valencia de lo cualitativo esta fuertemente vinculada con la “creatividad” ya que es a partir de ella que se le da ‘tono’ al mundo. En este sentido, podemos pensar —con la posibilidad introducida por la técnica— los aspectos estéticos que se presentan en los fotologs. Los tipos de recursos cuya función no esta relacionada con un ‘existente’ sino mas bien con la ‘posibilidad’ propiciada por el imaginario de jóvenes que utilizan estas técnicas como un modo de ‘experimentar’ —lo cualitativo—. También aquí el concepto de ‘inmediatez cualitativa’ nos ayuda a comprender esta dimensión. Tal noción permite en las concepciones pragmáticas del *self* reconocer “la singularidad y potencialidad creativa de la persona, y al mismo tiempo, incluye estas cualidades como componentes sociales del self mas que como atributos asociales del individualismo, no condicionado por el acto comunicativo” (Rochberg-Halton, 1986: 19). En este trabajo no nos interesa profundizar sobre esta dimensión de los espacios pero es toda una línea de indagación para trabajos posteriores.
- Su *segundidad*: En cuanto dimensión del “acontecimiento”, la segundidad refiere en Peirce (op. cit.) a lo concreto, a la fuerza de choque entre solo dos cosas (que implica siempre una coalición con lo externo). Vinculado con la ‘resistencia’, opera por el par acción-reacción e implica siempre relaciones de alteridad. Es a la vez ‘real’ y ‘actual’ en el sentido de que genera una ‘emoción’,

entendida ésta, como afección por el objeto. Es el aquí y ahora que me toca (y me transforma), la experiencia del *shock* que esta siempre atravesada por el encuentro de dos frentes, encuentro que funda el acontecimiento como momento puntual e irrepetible. Si tomamos en cuenta estas definiciones, los fotologs como ‘acontecimientos’ pueden ser analizados desde el fuerte carácter indicial [6] que atraviesa hoy toda la producción social de sentido. En este marco, donde la experiencia se concretiza en una ‘emoción’ tejida por una compleja trama de ‘imágenes’ (en sus diversos formatos como luego expondremos) se hace posible pensar los modos de experimentar ‘actuales’ que los jóvenes producen a partir de este tipo de formato. El índice es el único de los signos de índole ‘pasional’ (en el sentido de que su funcionamiento está verdaderamente afectado por el objeto). Esta faneroscopia se presenta como la más adecuada para pensar el tipo de cosmovisión con la que la juventud —como todo signo indicial, “indeterminado e inconcluso”, en un eterno “por concluirse”—, establece las maneras en que se van a configurar “formas de experimentar el mundo”. Estas formas incluyen las afecciones en torno a ese mundo y con ello, las formas de socialidad/es y de constitución/es subjetivas (éstas ya formarían parte, siguiendo la lógica peirceana de lo que podría plantearse como un problema de terceridad). Este es el punto que nos interesaría profundizar a lo largo del presente trabajo.

- Su *terceridad*: Si todo tercero es del orden de lo general, de la regla o las tendencias en la lógica peirceana, aquí encontramos todo aquello que es del orden de lo “probable” y lo ‘previsible’, es decir, de todo aquello que ‘organiza’ el mundo y se rige por el pensamiento. La mediación sígnica es la que opera aquí ya que, es en la terceridad donde finaliza el proceso inferencial que instituye ‘el signo’ en tanto hábito, ley, a partir del interpretante como mediación entre un primero y un segundo. Recordemos que para Peirce (op. cit.):

Un signo, o *representamen*, es algo que está por algo para alguien en algún aspecto o capacidad. Se dirige a alguien, esto es, crea en la mente de esa persona un signo equivalente o, tal vez, un signo más desarrollado. Aquel signo que crea lo llamo *interpretante* del primer signo. El signo está por algo: su *objeto*. Está por ese objeto no en todos

los aspectos, sino en referencia a una especie de idea, a la que a veces he llamado *fundamento* [*ground*] del representamen. “Idea” ha de entenderse aquí en una especie de sentido platónico muy familiar en el habla cotidiana, quiero decir, en el sentido en que decimos que un hombre toma la idea de otro, o en el que decimos que, cuando un hombre recuerda lo que estaba pensando en un tiempo previo, recuerda la misma idea, o en el que, cuando un hombre continúa pensando cualquier cosa, digamos por una décima de segundo, en tanto que el pensamiento continúa concordando consigo mismo durante ese tiempo, es decir, teniendo un contenido *semejante*, es la misma idea, y no es en cada instante del intervalo una idea nueva.

Siguiendo el tipo de relación que venimos estableciendo entre los ‘fotologs’ y la posibilidad de aplicarles a éstos una lectura en código peirceano, en esta dimensión podemos caracterizar estos espacios como ‘interpretantes, actuales, del signo “juventud”’. Interpretante que, como un punto de articulación entre experiencias (como formas de vida) y valoraciones (como contenidos de las mismas) “pasadas” y “presentes” de la juventud en general, va prefigurando, de alguna manera, la posibilidad de analizar las implicancias que este tipo de técnica que son los fotologs —en tanto espacios narrativos y estéticos sostenidos a partir de una nueva tecnología— tienen en la configuración de las experiencias, prácticas de socialización y formas de institución subjetivas en los jóvenes en este espacio-tiempo determinado. De esta manera, se van estableciendo una serie de ‘enmarcamientos interpretativos’ (Goffman, 1991) que operan como marca de una época en relación a la comprensión de ciertas prácticas sociales en un momento histórico-social determinado.

Después de este primer acercamiento —para nada exhaustivo— a una consideración de los fotologs desde la mirada peirceana, a continuación quisiéramos centrarnos en el carácter indicial que, a nuestro entender, define a este tipo de formato.

## **El carácter indicial del fotolog: el con-tacto como estructurador de experiencias de/entre jóvenes**

Planteamos que este recurso narrativo en el que se han constituido los fotologs para los jóvenes debe ser analizado en tanto particulares formas de experiencia. Experiencia que es diferencial según se trate de la instancia de *producción* o la de *reconocimiento* (Verón, 1988), pero que para el presente trabajo la consideramos en su sentido general, a decir de Peirce, “una experiencia es un efecto consciente producido brutalmente que contribuye a formular un hábito autocontrolado y, sin embargo, tan satisfactorio cuando se piensa en él, que ningún esfuerzo puede destruirlo” (Peirce, cit. en Bentolila, 2004).

Queda claro entonces que al referirnos a ‘experiencias’ estamos dando cuenta de aquellos acontecimientos que irrumpen a la conciencia provocando de manera continua ‘nuevas experiencias’ —o problematizando las anteriores, lo cual, es a su vez, ya una ‘novedad’ en tanto la experiencia como hábito—. Estas adquieren, una vez instituidas en hábitos (mediado por el conocimiento inferencial que implica toda institución del signo en su terceridad), sentido en tanto prácticas (que se reproducen cotidianamente) y posibilitan la configuración de “marcos interpretativos” para pensar fenómenos actuales vinculados a lo se ha dado a llamar el ‘campo’ de la juventud, porque reestructuran la configuración de sentidos sociales. A este respecto, cabe subrayar que aquí experiencia todavía no opera como articulador de vinculación o relación social.

La idea peirceana de la experiencia como *semiosis mediadora* (Bentolila, op.cit.: 4), es decir, como síntesis de las influencias o encuentros simbólicamente mediados entre el intérprete del signo y las cualidades sensibles de las cosas experimentadas, es lo puesto en juego por la marcha en este tipo de producciones sígnicas. Producciones que, en el marco del predominio de ‘lo visual’ va configurando un tipo de experiencia que condiciona particulares formas de socialidad juvenil —en todos sus ámbitos— y que se articula (a la manera de una cada vez más compleja trama discursiva) con otros géneros discursivos que apelan a la constitución de ‘la juventud’ en tanto signo de un determinado momento socio-histórico (piénsese en el discurso publicitario por ejemplo).

Claro está que la producción y circulación de signos en ‘la red’, por su cantidad y complejidad, responde —y colabora— a lo que Fernando Andacht (2003a: 145-164; 2003b; y 2005b, 33-54) ha denominado “giro indicial”. Este fenómeno de la producción de sentido social ‘actual’, es central para reflexionar sobre la problemática del sentido en general porque nos enfrenta nuevamente a la problemática acerca de ‘lo real’: por un lado ‘lo real’ como representación operada a partir del sentido ‘construccionista’ (Ibíd.: 2005a); por el otro lo ‘real’ como efecto existencial de los signos indiciales que operan en la semiosis social de cada día. Según el autor, este giro está vinculado con la enorme cantidad de medios de comunicación que hoy en día consiguen producir, hacer circular y recolectar material —sígñico— a un muy bajo costo, produciendo a grandes escalas aquello que ha denominado (jugando con el célebre concepto hollywoodense de ‘sex appeal’) *Index appeal* (Andacht, op. cit.).

El *index appeal* “remite al predominio o hegemonía del tipo de signo que se define por mantener una relación existencial con su objeto, y por no depender del hecho de ser interpretado, y por poseer un peculiar efecto táctil sobre el espectador —aun si en verdad es solo visual (Ibíd.: 3). Se trata de una especie de “señalamiento compulsivo” del objeto dinámico [7]. Lo que se genera actualmente con el predominio de ‘lo visual’ (y por la introducción de subgéneros como los ‘reality show’) son millones de ‘impulsos’ que a manera de “imágenes” que se suceden continuamente, van produciendo a nivel ‘sensorial’ un choque intermitente (y en este sentido, también una particular forma de experiencia) que instala la mirada, fijándola, en aquello que siempre está por venir: la repetición de más y más imágenes en tanto fuerza de choque.

En los *fotologs*, esta lógica atraviesa toda la configuración del espacio-tiempo: por un lado, las imágenes vinculadas a las fotografías ‘colgadas’ por sus usuarios, tienen carácter indicial: dan cuenta de la irrupción producida por ese ‘estar *ahí*’, de una manera muy específica que señala (a veces de manera ‘dulcificada’ por el uso de técnicas estilísticas que van desde el *fotoshop* al *collage*) la existencia del objeto (“yo”). Por otro lado, es interesante la manera en que los comentarios —que aquí en el caso de los *fotologs* son producidos por el mismo individuo que ‘cuelga’ la fotografía, como un comentario de sí mismo, (sobre sí mismo)— también operan como ‘imágenes’, exaltando el carácter indicial del mismo: marcar la preponderancia de lo ‘táctil’ —y no



como un epígrafe— de la fotografía que señala un estado de acontecimiento que se genera en el tipo de escritura propuesto en estos espacios [8].

Los *photologs*, como índices de lo que en el próximo apartado intentaremos dar cuenta como una nueva forma de *'presentación social del yo'*, profundiza esa función de la comunicación que R. Jakobson (1975) definía como “fática”: un constante ‘chequeo’ comunicativo, donde lo que prevalece es el hecho de mantenerse en *con-tacto* [9], ‘demarcar la existencia como *presencia*, sin generar con ello ningún tipo de aproximación cognitiva sino más bien del tipo “emocional” con el otro que mira la pantalla [10]. En este sentido, el *index appeal* “ofrece a la audiencia una versión mejorada y aumentada de lo que, de modo adelantado, describían D. Horton y R. Wohl como la ‘interacción para-social’: una sensación de inusitada intimidad con la programación de un medio de comunicación” (Andacht, 2003a: 5). Intimidad que es ‘vivenciada’, ‘sentida’ gracias al carácter indicial del formato y que, por la misma razón, nunca es tematizada (*problematizada*) porque se da en un escenario “naturalizado’ por el encuadre de la técnica.

En el caso de los *photologs*, podemos decir que se profundizan esas sensaciones de ‘intima-cercanía” porque se produce un borramiento de toda distancia mediática debido a que se presentan como lugares ‘comunitarios’ [11]: el acceso a los mismos está articulado por vínculos (links de ‘espacios amigos’) donde incluso, es posible que haya “individuos” con quienes se compartan vivencias y lugares por fuera de la pantalla. En una serie de imágenes “recuadros” —en el sentido de demarcaciones espaciotemporales que delimitan una cantidad de acciones posibles— que se estructuran en un costado de la pantalla, se podrían ‘identificar’ *caras conocidas* (en el sentido de reconocimiento de experiencia en común y en co-presencia) que distan de ser las ‘caras’ de aquello que aparece en la fría planilla de programación de un medio televisivo.

Por el otro, si consideramos que se trata de un espacio creado *por y para* generar una especie de “inusitada intimidad” mas allá de la pantalla, donde la virtualidad es suplantada por esa ‘extraña sensación de proximidad’ que las imágenes pueden generar, ¿Se podría hablar de una especie de encuentro ‘cara a cara’ que funda toda interacción social aunque se trate de un formato mediatizado? Y si estos nuevos espacios centralizan y regulan ‘nuevas formas de experienciación social’ de los jóvenes:

¿estamos ante la complejización de los dispositivos de control de las sensaciones y emociones a nivel social aún cuando el medio se presenta ‘sin’ una red de contención? Plantear el funcionamiento del *index appeal* en el marco de estas nuevas tecnologías parece ser un planteamiento válido que nos adentra en la problemática de las configuraciones sociales de sentido y las formas de experienciación que se presentan en la actualidad.

Como diversos autores afirman, el lenguaje posee propiedades sustitutivas del tacto, de las caricias, etc. Es decir, el lenguaje llega a convertirse, en ocasiones, en un suave roce, en una delicada caricia, en un tierno o amoroso abrazo; cuando no, en un brutal golpe, en una airada bofetada o en un violento empujón. La función fáctica que atraviesa la configuración de estos espacios lo confirma y es, en esta dirección, donde planteamos pensar —a la manera de interrogación— los fotologs como espacios de experienciación de los jóvenes que afectan (en el sentido peirceano) las formas actuales en que se producen las presentaciones sociales del ‘yo’ [12]. Si el objetivo del presente trabajo, es intentar una reflexión que considere la posibilidad analizar el estrecho vínculo que se da en los *fotologs* entre ‘técnica’ (que asocia tecnología con medio de comunicación) y producción o transformación de “experiencias” (y los efectos de la misma en las formas de socialización juvenil) dejamos por fuera la discusión sobre si una experiencia “mediada o mediatizada” cuenta como “efectiva experiencia”. Y ello argumentado a partir del carácter indicial que visualizamos en estos dispositivos (y sus usos).

### **Identidad(es) en el espacio de Internet: la presentación social de la persona que se dice ‘yo’. Imágenes en construcción**

*“La persona no es causa sino resultado de una puesta en escena bien realizada”*

E. Goffman

Como bien ha descrito la microsociología goffmaniana, “cuando un individuo aparece ante otros, proyecta consciente e inconscientemente, una definición de la situación en la cual el concepto de sí mismo constituye una parte esencial” (Goffman, 258). En los *fotologs* justamente lo que se da por ‘supuesto’ es efectivamente ese ‘aparecer’ como posibilidad necesaria del ‘estar’ —como afección— con otros en un espacio físico determinado y compartido. ¿Acaso se puede negar sin más que en el espacio ‘virtual’

(ya, mejor, tendríamos que hablar de espacio ‘visual’) de los fotologs se defina una situación donde la escenificación del yo cobra relevancia para la experiencia práctica de estos sujetos? ¿No hay ninguna *afección* de los objetos dispuestos en tal escena? ¿Es posible pensar en estos nuevos dispositivos como parte instituyente de una narrativa autobiográfica de los jóvenes cuyos efectos de sentido *afectan* sus experiencias *en y sobre* el mundo? Intentaremos en este apartado ir dando cuenta del modo en que se hace posible pensar estos espacios como productores no sólo de experiencias, sino también de signos que afectan la construcción —a partir de las imágenes— de particulares formas de presentación de la persona que se configuran en torno al ‘yo’ que se dice —y dice— en el fotolog.

Si *todo signo constituye un acto comunicativo*, y en este sentido, la persona como efecto del sentido y no como su causa se instituye en ‘signo’, entonces aquello que ‘sucede’, se pone en juego, u opera en la red (bajo el particular entramado sígnico definido como fotolog) *es* un acto comunicativo. Partiendo entonces de afirmar que en el marco de tal interacción comunicativa se ‘escenifican’ diversas modalidades de presentación de los individuos en su vida cotidiana, a continuación detallaremos algunas de las características, del particular funcionamiento del fotolog en la configuración de tales modalidades, donde el ‘yo’ es presentado a partir de diversas imágenes que implican, a decir de Andacht (2006: 152 y ss.) una especie de “*auto-presentación de la persona*” (que involucra principalmente la dimensión cualitativa del signo).

Como intentábamos desarrollar en el apartado anterior, estamos ante un espacio donde el predominio del carácter indicial es indiscutible. El tejido de imágenes que operan en la construcción de ese espacio (que es a la vez, y en tensión, ‘autobiográfico’ y ‘comunitario’) tiene como soporte el cuerpo —reconfigurado en las imágenes dispuestas— que se *intende*, en el sentido fenomenológico del término, como *usina de sentidos* que ‘tocan’ la mirada del “navegante” [13]. En este marco, lo que importa, lo que opera como *acto comunicativo* no es el signo como símbolo sino como índice: se produce lo que, parafraseando a Andacht, es una continua producción de ‘sudor semiótico’, un *acontecimiento del acontecer* donde la identidad que proviene de lo indicial, que involucra el aquí y el ahora, me toca de manera tal que provoca una experiencia de shock (*Ibíd.*: 5). Esa especie de *con-tacto*, (que sin ingresar en la terceridad del pensamiento que permitiría categorizar esa experiencia aún así, la

‘transforma’ de alguna manera) es lo que funciona como potenciador de experiencias en el fotolog, donde lo central está vinculado a la dimensión pasional que presentan las imágenes en la presentación social de las personas (en una estructura narrativa que esta imbuida del genero auto-biográfico).

Goffman (op. cit.: 268b) concibe el *sí mismo* como representado por un tipo de imagen, por lo general estimable, que el individuo intenta efectivamente que le atribuyan los demás cuando esta en escena y actúa conforme a su personaje. En el caso de los fotologs, ese “sí mismo” está presentado por una serie de imágenes que el individuo selecciona y edita previamente a la puesta en circulación (donde los recursos técnicos, estéticos y estilísticos implican a la vez una apropiación de lo disponible y una rearticulación para generar tal presentación condensada en una imagen) pero cuya finalidad no es que la misma sea “interpretada” como una imagen de sí, sino que se trata de un disparo “indicial”: busca generar una multiplicidad de sentidos y emociones en torno a ella cuya aceptación se reanuda a partir de otro signo indicial: el clic del mouse. En ese movimiento —que incluso implica el uso del dedo ‘índice’— pareciera radicalizarse la importancia que cobra el *index appeal* en la construcción y puesta en escena de ese ‘sí mismo’: como disparador de experiencias visuales que obligan a fijar la mirada en ese sujeto que se presenta, en la pantalla, como ‘yo’ que enuncia determinada características de su existencia, narradas a partir de la yuxtaposición de imágenes hacia unos ‘otros’ —los cuales dejan también ‘marcas’ de reconocimiento por medio de imágenes—.

Aquí lo central de las imágenes no es ser “representación de algo” sino precisamente *presentación*. Es “la persona” —considerada tal cual la venimos trabajando— puesta en escena la que se establece como ‘puente’. Contacto ininterrumpido entre cadenas de imágenes (en eterna circulación), donde el ‘yo’ opera como punto de anclaje por el que atraviesan dos tipos de significación (icónicas e indiciales), sin necesidad de ningún tercero para provocar una *emoción* —que es signo de aceptación o rechazo de tal presentación de la persona—. En este sentido es que afirmamos un predominio del orden de lo pasional en la configuración de estos espacios narrativos. Este dominio de lo pasional, permite poner “en suspenso” *el actuar conforme a su personaje necesario* —a decir de Goffman— para establecer la efectividad de una puesta en escena particular (y del acto comunicativo en general). Cada espacio respeta un estilo a partir del cual se

podría establecer cierta ‘conformidad’ en relación a la construcción de un ‘personaje’ y el escenario en el cual éste se desarrolla. Es así que un individuo cualquiera (X por decir de algún modo), a partir de la interrelación de diversas imágenes (que responden a una operatoria de ese individuo según lógicas que son previas a esta experiencia) se construye “un tipo de imagen” de ‘sí mismo’ —gracias a diversos recursos y técnicas—, cuyo reconocimiento (como ese ‘sí mismo’ y no ‘otro’) de parte de los espectadores, se da por la aceptación inscripta en su fotolog. Esa intervención se concretiza en otro signo indicial: los ‘posteos’. Postear, es decir, firmar el paso por un sitio determinado, refuerza en términos cualitativos y cuantitativos la función fática que describíamos con anterioridad. Tal reconocimiento luego, afectará por fuera de este espacio, las diversas escenas de la vida cotidiana de cada individuo.

En este sentido, cobra relevancia analizar —siguiendo la línea del pensamiento goffmaniano— los efectos que este tipo de recurso técnico, estético y narrativo tiene en la constitución de experiencias de los jóvenes, cuando se ha instituido en una especie de ‘hábito’ para este grupo. Si el “sí mismo” no deriva del individuo como *su* poseedor, sino de todo el escenario en el cual se desenvuelve (en el cual produce y pone en comunicación con otros su actividad), habría que reflexionar sobre el tipo de prácticas que este escenario de los fotologs instaure como *signo* de la constitución de ese ‘sí mismo’ en la presentación general de la persona en la vida cotidiana de diversos grupos [14] y el tipo de reglas y códigos que van a condicionar su efectivo funcionamiento, como dispositivo específico.

De allí que afirmemos que los fotologs están configurando marcos interpretativos, desde los cuales se puedan comprender e interpretar las actuales experiencias —y prácticas— de los jóvenes. Siguiendo aquí también a Goffman, “el enmarcamiento interpretativo (framing) de una situación significa percibir, interpretar y comprender esa situación, y a las acciones y a las personas implicadas en esa situación, de un cierto modo” (Caballero, 1998). Es decir, se trata a la vez de un proceso de percepción, interpretación, comprensión y actuación, cuya rutinización va definiendo *una* situación determinada, en relación a sistemas simbólicos de significado, cogniciones, normas y perspectivas estéticas. Si los fotologs, en su carácter de segundidad, pueden ser caracterizados como fenómeno técnico —algo material, concreto— pero también estético en un sentido “novedoso”, se hace necesario indagar sobre la configuración de su enmarcamiento para

poder analizar los efectos de sentido implicados en la socialización —y experienciación— de los jóvenes y en sus respectivas constituciones subjetivas.

Y si, como intentamos describir, se trata de un fenómeno atravesado por el predominio de lo indicial, es allí donde debemos buscar las posibles características del enmarcamiento que este tipo de técnica está haciendo operar, lo cual siempre coloca la mirada en el encuadre de la dimensión pasional.

Aquello que en el epígrafe introductorio describíamos como un ejercicio de la mirada cautivada ante la pantalla que llegaba a ser “in-comprensible” en términos de utilidad del tiempo/ocupación del cuerpo, encontró una posible explicación a partir del funcionamiento sígnico puesto en juego por la constante sudoración indicial que se presenta en estos espacios. Se trata de un proceso de percepción e interpretación que va generando un enmarcamiento (con su respectivo sistema de valores) atados a la dimensión pasional de los relatos y las acciones que tal dimensión involucra. Comprensión e interpretación que llegan incluso, a abandonar el mundo de ‘la pantalla’ y se establecen en el centro de las prácticas socializadoras de los jóvenes en su vida cotidiana: en el famoso ‘foto, foto, foto’ [15] que se corea en cualquier evento —que puede llegar a ser, gracias a la tecnología celular, cualquier momento del día, en apariencia sin significancia social— reencuadra la función técnica y simbólica de la fotografía para aunarla con la posterior *pero a priori determinada* subida en la red para ‘compartirla’ con sus pares, pero no solo para eso. Cada una de las fotos que se “cuelgan” en estos espacios son síntomas de una actualización continua de los individuos en relación a la construcción de su “self” que pareciera rearticularse y reconstruirse en una continuidad *¿a-temporal?* del acontecimiento. Una marca imperiosa del *ser/tener* más que cualquier cosa *una imagen*: una imagen que deja huellas de existencia como experiencias de con-tacto y no una imagen como posibilidad de construcción de vínculos simbólicos duraderos. Un tipo de experiencia que re-encuadra la construcción de ‘lazos’ sociales para poner, en el eje central de la mirada, el ‘yo’ como imagen estetizada.

Así, la imagen que se configura en los fotologs, a partir de un *hacer-sentir* de los jóvenes en la actualidad, profundiza su constitución indicial para orientar los sentidos en torno a esa imagen. Es decir, a partir de un hecho, de un signo de existencia se intenta

establecer la integibilidad de toda una serie de signos *simbólicos* en el marco de una comunidad de intérpretes determinada. Los simbolismos que se pudieran establecer a posteriori no se priorizan en la elección del encuadre fotográfico, sino que denota ese constante “acontecimiento del acontecer” generado por el impacto visual (y concretamente ‘táctil’) del *aquí* y el *ahora* de los individuos en su vida cotidiana. Porque ‘esa vida’ se configura en la misma temporalidad (tecnológica y estética) de un continuo flujo de imágenes que generan experiencias de shock [16]. Experiencias que, se vinculan a las transformaciones técnicas de esta época transformando, simultáneamente, los diversos modos de experimentar lo “real” como así también las formas de comunicarlo.

Por todo ello es que podemos decir que en los fotologs se perfila un ‘yo’ que es definido como un *aquí y ahora esto*; y mañana... ¿quién sabe? Narrativización de la experiencia continua del ‘yo’ como experiencia vívida, como recorte puntual de un ‘estado del sentir’ que varía a medida que se acelera el flujo de imágenes en el espacio de Internet (y la capacidad de la mirada para seguir ese flujo, que es ‘entrenada’ a partir de la experiencia). ¿Pero como se construye ese ‘yo’ a partir de imágenes?

Pudimos notar que, en los modos con que cada individuo realiza esa especie de presentación social de su persona en estos espacios, predomina con fuerza el aspecto cualitativo que caracteriza la dimensión conceptual de todo signo: su capacidad auto-representativa. F. Andacht (2005c: 127-150) analiza en un texto de qué manera es posible que una persona —cualquiera— se convierta en un signo icónico moderno: es factible a partir de una serie de operaciones que, en síntesis, sostienen la tesis peirceana de que la persona es un efecto de sentido y no su causa. De esta manera, y trabajando la dimensión cualitativa de todo signo, un sujeto puede convertirse en “celebridad”, es decir, en un signo icónico donde la constitución del imaginario en torno a él se instituye en el “sí mismo” del que nos hablaba Goffman. El autor, encuentra en la naturaleza del signo icónico las respuestas para este fenómeno, y plantea que son tres los factores que operan en la transformación de esas personas en iconos (Ibíd.: 129):

- Un intenso y constante trabajo sobre el *self* o sobre el efecto generado por la presentación pública del *self* en otros.

- La transformación de su imagen pública en una especie de *obra de arte*, esto es, en un signo icónico y auto-presentativo.
- La efectuación de su condición de *christomimetes* de nuestro tiempo, esto es, un icono moderno de cristo con ayuda de la amplificación tecnológica visual de los medios.

El último punto no será tenido en cuenta para la presente reflexión, por lo cual nos centraremos en los dos primeros y en los efectos que tales factores tienen en la presentación social de la persona que se pone en juego en los fotologs.

Por un lado, una de las características centrales de estos espacios narrativos es el “yo” como eje estructurador de sentidos y por tanto, organiza todo el trabajo que implica la construcción de ese ‘self’ como así también su ‘presentación pública’ —que a su vez va modificando el trabajo sobre la construcción del yo, a medida que ‘otros’ intervienen en ese espacio narrativo—. Cuando uno ‘visita’ los fotologs, se puede apreciar que todo el trabajo (selección, edición, colocación, escritura) sobre las imágenes —que como ya dijimos, abarcan las fotografías pero también los comentarios y todo el ‘código’ que atraviesa la escritura del *fotologger*— apuntan a “cartografiar”, “delinear”, los contornos del sujeto que se presenta como un ‘yo’ en diversos escenarios sociales pero también en su profunda *intimidad* (gustos, placeres, miedos, personajes signos de admiración u odio, exposición de capacidades intelectuales y emocionales, etc.), como si esas imágenes representaran alguna cualidad ‘intrínseca’ del si mismo. El ‘yo’ como figura ‘única’ (y autentica) es el punto de partida de la experiencia narrada, que se aboca a auto-representarse como tal.

Y aquí es interesante reflexionar sobre el tipo de operaciones para la transformación de “su” imagen en una imagen “pública”, en las cuales el icono se convierte en un aspecto necesario para construir esa imagen del ‘yo’. Se trata de espacios creados para ser “vistos”, “compartidos” con lo cual —y por la fuerte competencia dispuesta por el dispositivo de hacer de cada espacio un espacio *único, original, individual*—, cada uno de los espacios cuenta con un esfuerzo “extra” por marcar la diferencia entre el flujo de millones de actos comunicativos con la misma intencionalidad, destinando así toda la creatividad y trabajo, a hacer, de cada presentación del yo dispuesto en el microespacio, una obra identificable como única. Son muchas las estrategias icónicas —vinculadas a



las posibilidades técnicas asociadas a una percepción estética del si mismo que cada uno tiene— que los individuos utilizan para dejar una especie de “marca registrada”, de individualidad en eso que se constituye un espacio de narración de su propia persona [17], pero que va a depender la efectividad de tal transformación, en las experiencias previas (donde la terceridad se instituye en factor esencial) y en el acervo de conocimiento social (ético y estético) general que acompaña el desarrollo de la persona en su vida cotidiana.

### **A modo de cierre**

*“Cuando un individuo o actuante represente el mismo papel  
para la misma audiencia en diferentes ocasiones,  
es probable que se desarrolle una relación social”*

Erving Goffman

*“En sus edificaciones, en sus imágenes y en sus historias  
la humanidad se prepara a sobrevivir, si es preciso, a la cultura”*

Walter Benjamin

Ya en un texto que data de 1933, el original pensador Walter Benjamin desafiaba a sus contemporáneos a interrogarse por esas transformaciones en la experiencia —y en los modos de experienciación social— que estaban siendo introducidas por el desarrollo masivo y acelerado de la técnica. Aquello fue definido por el autor como un creciente “empobrecimiento de la experiencia”, en especial de su carácter ‘comunicable’ [18]. Empobrecimiento que, de manera maquínica, silenciaba los cuerpos y los rostros perpetrados por la primera Gran Guerra. Pero, encontramos también en este texto algo ‘novedoso’ que nos permite pensar ‘nuevas formas de experienciación’: Benjamín (1973: 2) habla de un “concepto positivo de barbarie” como esa posibilidad de comenzar de nuevo, de re-crearse (o no) en el marco imposibilitante de cierto contexto socio-histórico.

Ese desafío planteado nos hace reflexionar sobre el fino límite de la ‘realidad’ que vivimos y habitamos y aquel mundo de ‘ensueño’ televisual que todo lo devora en pos de un supuesto “estado de bienestar” —individual y colectivo—. Nos obliga a pensar lo

*actual* en este marco, para analizar las huellas a partir de las cuales buscar las identidades —en el sentido peirceano— que el individuo va dejando, creando. Esta especie de ‘necesaria barbarie’ presente en el texto benjaminiano, descarta toda posibilidad de establecer ‘miradas románticas’ del pasado, instalándonos —a veces hasta de una manera violenta— en el presente como condición de reflexividad. Pero entonces se hace necesaria una pregunta: ¿por qué habla de “empobrecimiento de la experiencia? O mejor aún: ¿a qué hace referencia cuando habla de la experiencia empobrecida y de que manera tal definición *afecta* nuestro planteo?

Benjamín apunta a esa unificación de las posibilidades de experimentar encuadradas en un tipo de horror técnico como lo fue la Primera Guerra, con la correspondiente pérdida —¿anulación?— de todo rastro de formas de transmisión de conocimientos y experiencias anteriores [19] a ese fenómeno: eso nombra como empobrecimiento. Es la imposibilidad de ‘contrarrestar’ y ‘contraponer’ formas y contenidos experienciales que posibiliten la ‘creatividad’, la explosión de nuevas experiencias, lo que este texto está denunciando. Pero como ya dijimos, no para reflexionar sobre ellos desde la nostalgia de que “todo tiempo pasado siempre fue mejor” sino, como lugar a partir del cual reconocer el tipo de cambios introducidos y la magnitud de los mismos. Pensar entonces ‘lo actual’, sin consideración alguna sobre el pasado como horizonte posibilitante acarrea varios peligros en el sentido ético, político y estético [20]. Por ello es que intentamos a lo largo del trabajo al menos abrir una serie de líneas de interrogación que nos permitan, encuadrar el fenómeno de los fotologs, con lo característico de estas nuevas técnicas y su relación con la constitución de experiencias ‘actuales’ de jóvenes en el marco de sociedades cada vez más mediatizadas como las nuestras.

Si como intentábamos dar cuenta en la introducción, las experiencias se sostienen a partir de ‘vivencias’ —fugaces, momentáneas— generadas por el choque de imágenes que van produciendo una sobreestimulación visual —y emocional— en desmedro de otro tipo de experiencias, la pregunta sobre qué es lo que los jóvenes ven allí, donde uno solo ve “desorden o caos”, tiene que ver con estas transformaciones en la experiencias a partir del desarrollo de la técnica (del fotolog, pero también de todas las NTICs). El ojo se ha convertido en un dispositivo devorador de experiencias: esto implica un ejercicio de la mirada (como construcción social) que va más allá de la exclusiva función del ‘ver’ y donde se transformó, incluso, la función (y el modo de experienciación al que

estábamos ‘habituados) del mismo órgano escópico: con el ojo “se siente”, “se toca”, “se huele”, en definitiva, se establecen y articulan las más diversas maneras de experimentar el mundo a través de todos los sentidos regulados por sólo por uno de ellos. En este sentido, cuando nos hacíamos la pregunta acerca de cuál sería el estatus de “real” que los jóvenes le otorgan a este espacio encontramos una posible respuesta en el predominio indicial que constituye a las imágenes: esto que, a decir de G. Debord (1995), el espectáculo “acaba haciéndose real y la realidad acaba convirtiéndose en imagen”.

Si las *experiencias sociales* de alguna manera determinan —ya que son acervo de conocimiento social— el tipo de *relaciones* que se pueden dar en una comunidad determinada [21], se vuelve necesario (en el doble sentido de lo ético y lo estético) preguntarnos por el tipo de experiencias que los dispositivos técnicos actuales *posibilitan* a los jóvenes a partir de la institución de determinadas prácticas socio-simbólicas, así como también, en desmedro de qué otro tipo de experiencias lo hacen. Y en ese marco, comprender las transformaciones que la mercantilización y la mediatización de la cultura (pero no sólo de ella) provocan en las actuales condiciones socio-simbólicas pertinentes para pensar las configuraciones subjetivas: las individuales y las colectivas.

## Notas

[1]: Los fotologs (palabra que deriva del inglés *photoblog*, “bitácora fotográfica”) surgen con el nuevo milenio como ciberespacios donde compartir tanto “imágenes, como palabras” acerca de la vida cotidiana de cualquier individuo. Es a partir del 2003, que en los países hispanohablantes cobra relativa fuerza este nuevo medio de expresión, y esto se debe al éxito que produjo un informático chileno (Jonathan Lara) al crear Fotolog.com como un proyecto sin fines de lucro (en el 2006 se calculan unos 400.000 usuarios del sistema). La popularidad que alcanza este proyecto, está vinculada, en primera instancia, al acceso gratuito para la configuración personal del espacio. Otra de las variables importantes hace referencia a posibilidad de masificación de la información por medio de la creación de “comunidades virtuales”. Estas permiten crear ‘un libro de visitas’ —algo así como una valoración de la presentación que los individuos realizan en ese espacio— y la articulación de ‘espacios amigos’ que operan como ‘pautas publicitarias’ al alcance de un clic, permitiendo establecer ‘lazos’ a escala planetarias. Como todo espacio, este también cuenta con una ‘topografía y esquematización’ específica, así como de componentes ‘básicos’ para configurar este particular formato. Tienen seis características principales, y la preponderancia de cada una de las tres primeras da origen a tipos muy diferentes de fotologs: 1) La foto.; 2) Los comentarios del autor.; 3) Los comentarios de los amigos; 4) Los enlaces a los fotologs de los amigos; 5) Enlaces favoritos; 6) La fecha. Un conjunto de fotos sin fecha es una galería o álbum de fotos. La estructura del espacio es simple: una foto reciente (de 12 x 8) en la parte central de la pantalla, debajo un espacio donde aparecen los ‘comentarios’ de las visitas; a la izquierda 5 o 6 fotos en miniatura de fotos anteriores y, a la derecha, fotografías recientes del mismo tamaño de los fotologs amigos. Debajo de estas, aparecen enlaces favoritos. El número de fotos está limitado según la capacidad de subir fotos diarias (generalmente es una). Este nuevo espacio nos interesa en tanto pareciera ser un ‘fenómeno’ de importancia que ha transformado las prácticas cotidianas de millones de adolescentes en el mundo. Si bien las estadísticas acerca de su ‘uso’ no son de las más confiables (ya que son los mismos espacios los que publican, en su mayoría, estos datos) hay algunos elementos y variables a tener en cuenta. Por un lado, se calcula que un 58 % de los miembros de espacios orientados a fotógrafos son menores de 18 años y, un estudio llevado a cabo por la consultora *Divergente* revela que casi todos los usuarios son adolescentes de entre 12 y 20 años. Todo ello cobra relevancia si consideramos que para fines de octubre del 2006, el fotolog *Terra Argentina* (uno de los más importantes en nuestro país) contaba con más de 970.000 usuarios.

[2]: Con “experienciación” hacemos referencia al proceso mediante el cuál un sujeto vivencia una experiencia particular en un contexto determinado. Se trata así de focalizar tanto las ‘potencialidades’ del proceso como así las ‘posibilidades’ que cualquier encuentro con otro es susceptible de efectuarse.

[3]: Por ejemplo, en <http://weblogs.clarin.com/experiencias.com/archives/2006/12/tengo-un-fotolog-luego-existo.html> encontramos una nota titulada “*Tengo un fotolog, luego existo*”, parafraseando la celebre expresión cartesiana y radicalizando la importancia de estos formatos principalmente para la inclusión de jóvenes en diversos espacios institucionalizados.

[4]: *Cfr.* PEIRCE, Charles S., *Obra lógico-semiótica*, Taurus, Madrid, 1987. “Faneroscopia es la descripción del fáneron; y entiendo por fáneron la totalidad colectiva de lo que de algún modo o en algún sentido tiene presente la mente, sin considerar en absoluto si se corresponde con algo real o no. [...] Los rasgos del fáneron están presentes en todo momento y para todas las mentes. (187)”. Las tres categorías faneroscópicas son: primeridad, segundidad y terceridad.

[5]: O como se define: “Un sentimiento es un estado que está en su integridad en todos los momentos del tiempo durante todo el tiempo que dura”. El sentimiento es una cualidad de la conciencia inmediata y como “una cualidad no puede ser conciencia: es pura posibilidad”. En <http://www.centro-de-semiotica.com.ar/categorias.html>. (02/02/2009).

[6]: “Un *Índice* es un signo que se refiere al Objeto que denota en virtud de estar realmente afectado por ese Objeto” (CP 2.248, c.1903). El carácter indicial de un signo está dado por la directa afección del objeto. PEIRCE, Charles. S. *Collected Papers*, vols. 1-8, C. Hartshorne, P. Weiss y A. W. Burks (eds). Cambridge 1931-1958.

[7]: Por objeto dinámico, entendemos —siguiendo la propuesta de Peirce— aquel *desbordamiento* del signo que se produce por el hecho de que todo signo siempre representa al ‘objeto’ en *algún* aspecto o carácter.

[8]: Aquí es interesante resaltar que se establecen ‘códigos’ —entendidos como el conjunto de reglas constitutivas socio-culturalmente construidas mediante las cuales los sujetos se comunican con cierto *sentido* de la comprensión— de *bloggers* como específicas formas de control y aceptación de la escritura: en ésta sigue predominando la cuestión indicial ya que se ofrece como imagen (por ejemplo, a partir de una serie continua de letras se configuran dibujos o palabras integradas por cada serie de letras en una expresión mayor) en los ‘posteos’ como

réplica a la propuesta establecida por el autor —si es que pudiera definirse como tal— del fotolog, es decir, de esa porción escénica que el individuo hace público como ‘su’ espacio.

[9]: Es notable la cantidad de veces que uno sólo encuentra en estos espacios la expresión “*nada de nada, pasen*” o simplemente “*posteen*” (termino que remite a dejar asentada la visita por el espacio). Otra cuestión que en la misma dirección, se plantea cuando ante la pregunta ¿para que sirven los fotologs? encontramos respuestas como las siguientes: “*Sirve para que la gente firme, pase por ahí y te salude. O cuando chateás, si te quieren ver vos le mostrás (sic) el fotolog...*”, o “*sirve para conocer gente, sirve para hacerse conocer, sirve para mostrar los trabajos de cada uno (como hacen diferentes grupos musicales y artistas), sirve para muchas cosas, un lenguaje nuevo, que se caga en las fronteras y en los límites que siempre nos puso la gramática. Además es hipersimple, una foto y algo que tengas ganas de escribir por día*” (extraído de una nota del diario clarín virtual del día 17/10/07).

[10]: Esta posibilidad de aproximación ‘intima’ sin involucramiento ‘corporo-presencial’ del sujeto, parece ser unas de las formas ‘hegemónicas’ de establecer ¿‘lazos’? sociales en la actualidad. Una nueva modalidad de relacionarse con el ‘otro’/lo ‘otro’ cuyo predominio indicial del signo permite establecer tal ‘sensación’ de proximidad desde la comodidad que ofrece el sillón de nuestra “sala de estar”.

[11]: Incluso se habla de una ‘cultura blogger’. Al respecto, señala Arcadi Espada lo siguiente: “Hay códigos compartidos, algo de pertenencia a una comunidad. Creo que Internet en general podría ser definida como una enorme conversación. Dentro de esa conversación, una parte muy nítida, que se escucha bien, que no hay demasiado ruido, que hay aportes interesantes, con gente interesante...” (<http://www.clarin.com/suplementos/cultura/2005/06/04/u-988847.htm>). Es interesante retener la definición del espacio como una ‘gran conversación’, es decir, como fluidez del decir sin un objetivo específico. Otra perspectiva al respecto: SIBILIA, Paula, *La intimidad como espectáculo*, FCE, Bs. As. 2008.

[12]: No es nuestra intención resolver —si es que fuera posible— la problemática que involucra el predominio de la función fática del lenguaje en contextos de alteridad absoluta, donde la co-presencia como marco de experienciación ‘obliga’, hace necesaria una disposición *responsable* —en el sentido bajtiniano— en relación al ‘otro’ (cfr. BAJTÍN, Mijaíl, *Yo también soy (Fragmentos sobre el otro)*, selección y prólogo BUBNOVA, T., Aguilar-Altea-Taurus-Alfaguara, México. 2000). Lo que no podemos dejar de hacer es remarcar el carácter crítico de tal problemática cuando el predominio de este tipo de relación sígnica (fuertemente visual-táctil) se da sin posibilidad de contrarrestarla con otros tipos de experiencias y sentidos.

[13]: Mirada que habíamos definida como ‘compulsiva’ ante el shock continuo de imágenes que se tejen en la red, y cuya búsqueda se ata a ese ejercicio de la mirada.

[14]: El establecimiento de diversos códigos de comunicación que se generan a partir del desarrollo e involucramiento de los jóvenes con las diferentes tecnologías es una prueba de la lógica inclusión/exclusión ‘grupala’ que opera en los distintos escenarios en que se desenvuelven (la escuela solo es uno de ellos).

[15]: Eslogan que popularizo una campaña publicitaria de telefonía celular (PERSONAL) para lanzar “Personal trip” donde es posible configurar un fotoblog desde el propio celular; es interesante aquí también rescatar la idea de “Trip” (en español ‘viaje’) como esta posibilidad de ‘moverse sin abandonar el lugar”. <http://www.youtube.com/watch?v=9JowuJHFmS4>

[16]: En este sentido, es interesante las reflexiones que la autora Susan Buck-Morss realiza en el ensayo ‘Estética y anestésica: una reconsideración del ensayo sobre la obra de arte’ (en *Walter Benjamín, escritor revolucionario*, Interzona, Buenos Aires, 2005), para pensar las experiencias actuales (centradas en esta idea de shock). Siguiendo el pensamiento benjaminiano, expone que la percepción deviene experiencia solo cuando se conecta con recuerdos sensoriales del pasado (shock). Esto se quiebra con la modernidad: se le ordena al sistema sinestésico que detenga los estímulos tecnológicos para proteger al cuerpo de la trama de accidente y a la psique del shock perceptual. Como resultado el sistema invierte su rol: su objetivo es adormecer al organismos, retardar los sentidos, reprimir la memoria: el sistema cognitivo de lo sinestésico ha devenido un sistema anestésico. Dice la autora (p. 188): “El problema es que en las condiciones del shock moderno —los shocks cotidianos del mundo moderno— responder a los estímulos sin pensar se ha hecho necesario para la supervivencia.”

[17]: Esto incluye la elección del nombre con que el espacio es presentado públicamente, la elección —dentro de las posibilidades ofrecidas por el software— de tipo de letras, colores, inclusión de links; y mas específicamente, en el trabajo sobre las fotografías que incluyen imágenes de los individuos en diversas escenas de su vida cotidiana, hasta creativos collage o intervenciones técnicas (uso del photoshop) en la misma imagen fotográfica (inclusión de otros objetos, efectos de distorsión del rostro, inversión de los contrastes de las imágenes, etc.)

[18]: Con ello queremos resaltar el doble vinculo constitutivo de toda experiencia —individual y colectiva—: el ser vivida (en el sentido bajtiniano) y el de ser comunicable como acervo de conocimiento social disponible.

[19]: El pensador berlinés ejemplificaba en “El Narrador” el ‘legado de la experiencia’ —en su sentido de experiencia colectiva— a partir del consejo, el proverbio (en BENJAMIN, Walter, en *Discursos Interrumpidos*, Planeta-Agostini: Bs. As, 1994 -[1936]).

[20]: En esta línea de pensamiento también encontramos la reflexión del autor italiano Giorgio Agamben en *Infancia e Historia. Destrucción de la experiencia y origen de la historia*, Adriana Hidalgo editora, Buenos Aires, 2001.<sup>1</sup>

[21]: Porque a partir de las experiencias se van performando los “enmarcamientos interpretativos” que luego servirán de marcos explicativos que den cuenta —hagan comprensibles— de situaciones, percepciones, acciones y sujetos en el campo social en sentido amplio.



## REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

AGAMBEN, Giorgio (2001): *Infancia e Historia. Destrucción de la experiencia y origen de la historia*, Adriana Hidalgo, Buenos Aires.

ANDACHT, Fernando (2003a): 'Uma aproximação analítica do formato televisivo do reality show Big Brother', *Revista Galáxia* No.6, pp. 145-164.

— (2003b): 'El signo indicial en la representación televisiva de lo real', *Anais do 26. Congresso Brasileiro de Ciências da Informação*, Belo Horizonte-MG, setembro de 2003b. São Paulo: Intercom.

— (2005a): 'A síndrome de Prometeu: um obstáculo no desenvolvimento do campo da comunicação', *Intexto*.

— (2005b): 'Elementos semióticos para abordar la comunicación indicial de cada día', D. Djukich (ed.) *Semióticas Audiovisuales* Maracaibo: Colección de Semiótica Latinoamericana, pp. 33-54.

— (2005c): 'Uma proposta analítica da imagem da celebridade na mídia', en *Revista Tecnologia e Sociedade*, nº 1, pp. 127-150.

— (2006): 'A experiência estética do indicial: a representação do real no documentário e no reality show', en *Comunicação e experiência estética*, C. Guimarães (ed.), Editora UFMG, pp. 153-189.

BAJTÍN, Mijaíl (2000): *Yo también soy (Fragmentos sobre el otro)*, selección y prólogo de BUBNOVA, T., Aguilar- Altea-Taurus- Alfaguara, México. 2000

BENJAMIN, Walter (1973): *Experiencia y pobreza*. Taurus, Madrid, ed. original: 1933.

— (1994): 'El Narrador', en *Discursos Interrumpidos*, Planeta-Agostini: Bs. As, ed. original: 1936.

BENTOLILA, H. (2004): 'La teoría peirceana de la experiencia en la semiótica trascendental de Apel', en *Revista Virtual "Topos y Tropos"*, N° 2, Córdoba, disponible en: <http://www.toposytropos.com.ar/N2/decires/experiencia4.htm> (02/02/2009)

BUCK-MORSS, Susan (2005): 'Estética y anestésica: una reconsideración del ensayo sobre la obra de arte', en *Walter Benjamín, escritor revolucionario*. Interzona, Buenos Aires.

CABALLERO, J. (1998): 'La interacción social en Goffman', en *Revista REIS* n° 83, Universidad Complutense de Madrid, 1998. Págs. 121-150, disponible en: [http://reis.cis.es/REISWeb/PDF/REIS\\_083\\_06.pdf](http://reis.cis.es/REISWeb/PDF/REIS_083_06.pdf)

DEBORD, Guy (1995): *La Sociedad del Espectáculo*, Edit. La Marca, Biblioteca de la mirada, ed. original: 1967.

GOFFMAN, Erving (1991): *La Presentación de la persona en la vida cotidiana*. Amorrourtu, Buenos Aires.

— (2006): *Frame Analysis. Los marcos de la experiencia*, CIS Siglo XXI, Madrid, ed. original: 1975.

JAKONSON, Roman (1975): *Ensayos de lingüística general*, Seix Barral, Barcelona.

PEIRCE, Charles S. (1987): *Obra lógico-semiótica*, Taurus, Madrid.

ROCHBERG-HALTON, E. (1986): 'Los cimientos de la semiótica moderna: C.S. Peirce', en *Meaning and modernity: social theory in the pragmatic attitude*, Chicago: University of Chicago Press (traducción al español). pp. 19.

VERON, Eliseo (1988): *La semiosis social. Fragmentos de una teoría de la discursividad*, Gedisa, México.

## ALGUNAS DIRECCIONES WEB CONSULTADAS

- <http://www.unav.es/gep/>
- <http://weblogs.clarin.com/experiencias.com/archives/2006/12/tengo-un-fotolog-luego-existo.html>
- <http://www.centro-de-semiotica.com.ar/categorias.html>
- <http://www.toposytropos.com.ar/N2/decires/experiencia4.htm>
- <http://www.clarin.com/suplementos/cultura/2005/06/04/u-988847.htm>
- <http://www.youtube.com/watch?v=9JowuJHFmS4>

## **Resumen**

El presente trabajo ensaya algunas interpretaciones para comprender prácticas y experiencias de jóvenes en relación al uso y consumo de TIC's, desde un cruce de lecturas que incluyen la semiótica de C. Sanders Peirce y la microsociología de Erving Goffman. ¿Qué tipos de experiencias se están produciendo en el marco de estas nuevas técnicas y como afectan (si lo hacen) las formas de socialidad y su constitución subjetiva de los jóvenes en la actualidad? La importancia que los soportes/mediaciones tecnológicas adquieren en la vida cotidiana de los jóvenes abre el campo a nuevas indagaciones.

## **Palabras clave**

Juventud, subjetividad, experiencia, socialidad, imagen, fotoblogs.

## **Abstract**

*The present study tested some interpretations to understand practices and experiences of young people regarding the use and consumption of ICTs, from a cross of readings that include the semiotics of C. Sanders Peirce and Erving Goffman microsociology. What kinds of experiences are occurring in the context of these new techniques and how they affect (do) the forms of sociality and its subjective constitution of young people today? The importance of media / technological mediation acquired in the daily lives of young people opens the door to further investigation.*

## **Key words**

*Youth, subjectivity, experience, sociality, image, photoblogs.*