



Facultad de Humanidades
Instituto de Sociología
Carrera de Sociología

(Re)presentaciones de jóvenes del gran Valparaíso a través de las
fotografías de perfil en Facebook

**Memoria de Grado para optar al Grado de Licenciada en Sociología y
Título Profesional de Socióloga.**

CARINA OLGA DE LA BARRA URQUIETA

Profesor Guía:

Rodrigo Cabrera del Valle

JUNIO DE 2017

DEDICATORIA

Esta tesis es el proceso culmine de una etapa importante,

se lo dedico completamente a mi madre: Irene.

*Cimiento en mi vida, me enseñaste a luchar por lo que me proponga, a perseverar, a
superarme,*

y tantas cosas que no alcanzan en unas líneas.

Por toda tu confianza, por creer y por querer lo mejor para mí.

AGRADECIMIENTOS

Mis agradecimientos a Rodrigo Cabrera, profesor guía de este proceso, por aceptar este proyecto, por su dedicación y por el tiempo invertido en esta memoria.

A Luis Henríquez, profesor informante, por instarme a seguir mejorando este proyecto, por su consejo y buena disposición.

Agradezco a toda la Unidad de Análisis Institucional, por recibirme aun cuando no tenía el título, por su insistencia y ánimos durante la elaboración de esta investigación.

Agradezco a Rocío, por ser un apoyo incondicional, por las transcripciones, y la paciencia durante todo este proceso.

A mis amigos, por la preocupación, por escucharme, por hacer que me creyera el cuento, por las conversaciones sobre la tesis, y sus valiosas opiniones de facebook, por las risas, el aguante y la espera.

Finalmente agradezco al estudiante que tome esta tesis, la lea y le sirva de algo.

RESUMEN

Desde la aparición de la web 2.0, o social web se han ido configurando nuevas formas de socialización, y de interacción normadas por computador (o entornos digitales). La galaxia internet ofrece un entramado de nuevos vínculos, posibilidades, y formas de relacionarse; que generan nuevos desafíos de estudio para las ciencias sociales. La evidencia estadística nos indica que hoy en día lo que más realizan los jóvenes al navegar es visitar redes sociales, de estas, la red con más penetración en Chile es: Facebook, para configurar un perfil se requiere de un mail, un nombre y una fotografía.

Por medio de las fotografías se construyen formas de (re)presentarse virtualmente, estas (re)presentaciones son percibidas por los usuarios de la red. El acto de fotografiarse no es un acto casual, es más bien normado por el entorno, es una práctica estudiada, establecida, aprendida, en la que el actor ofrece su actuación al público, que dependiendo su configuración, rechaza o acepta.

La práctica de tomarse fotos en el contexto de lo virtual como soporte, se entiende como un anclaje a la realidad, la cara y cuerpo del usuario son presentados en red, ¿qué tipo de fotografías se suben a la red?, y ¿qué representan estas imágenes para los usuarios? en el marco de los estudios ciberculturales, y de la juventud online, desde la teoría de la teatralidad, y lo íntimo como espectáculo, mediante la metodología cualitativa, utilizando las técnicas de la etnografía virtual y entrevistas en profundidad se busca comprender y analizar cuáles son las representaciones y formas de presentación de los jóvenes del Gran Valparaíso en las fotografías de perfil en Facebook.

Palabras claves: Facebook, Fotografías, Jóvenes, Representaciones, Presentación de la persona, Sociología de la fotografía, Etnografía Virtual.

ABSTRACT

Since the appearance of web 2.0, or social web have been shaping new forms of socialization, and interaction regulated by computer (or digital environments). The internet galaxy offers a framework of new links, possibilities, and ways of relating; Which generate new study challenges for the social sciences. Statistical evidence indicates that today what most young people do when browsing is to visit social networks, of these, the network with the most penetration in Chile is: Facebook, to configure a profile requires an email, a name and a Photography.

Through the photographs are constructed forms of (re) present virtually, these (re) presentations are perceived by the users of the network. The act of photographing is not a casual act, rather it is regulated by the environment, it is a practice studied, established, learned, in which the actor offers his performance to the public, depending on their configuration, reject or accept.

The practice of taking photos in the context of the virtual as a medium, is understood as an anchor to reality, the face and body of the user are presented in a network, what kind of photographs are uploaded to the network ?, and what do they represent These images for the users? In the framework of cybercultural studies, and online youth, from the theory of theatricality, and the intimate as a show, through the qualitative methodology, using the techniques of virtual ethnography and in-depth interviews seeks to understand and analyze which are The representations and forms of presentation of the young people of the Gran Valparaíso in the profile photographs on facebook.

Key words: Facebook, Photographs, Youth, Representations, Presentation of the person, Sociology of photography, Virtual ethnography.

Contenido

Introducción.....	8
Capítulo 1. Problematización	10
1.1 Objetivos.....	15
Capítulo 2. Marco Teórico.....	16
2.1 Internet; la emergencia de lo virtual y la sociabilidad online.....	16
2.1.1 La historia del internet, la emergencia de lo virtual.	16
2.1.2 Cultura virtual.....	18
2.1.3 La sociabilidad online.....	21
2.2 De la juventud.....	24
2.2.1 Juventud online.....	25
2.3 Presentación de la persona en Facebook	29
2.3.1 Sociología visual, una aproximación necesaria.....	29
2.3.2 Presentación de la persona.....	32
2.3.3 La corporalidad como presentación de la persona.....	35
2.3.4 Representación de la persona	38
2.2.5 Lo íntimo como espectáculo.....	41
Capítulo 3. Marco metodológico	45
3.1 Tipo de Estudio.....	45
3.2 Tipo de Diseño	46
3.3 Universo y Muestra	47
3.3.1 Muestra	47
3.3.1.1 Muestra Virtual.....	48
3.3.1.2 Muestra Presencial.....	49
3.4 Técnica de Producción de información	50

3.4.1 Etnografía Virtual	50
3.4.2 Entrevista en Profundidad Focalizada	52
3.5 Técnica de análisis de datos.....	53
3.5.1 Análisis de fotografía.....	53
3.5.2 Análisis de Contenido.....	56
3.6 Plan de trabajo	58
3.7 Calidad del diseño	59
3.7.1 Confiabilidad y Validez.....	59
3.8 Consideraciones éticas.....	59
Capítulo 4. Análisis de la información	61
4.1 Formas de presentación de las fotografías de perfil	61
4.1.1 Composición de la fotografía	61
4.1.2 Configuraciones de las fotografías de perfil.....	65
4.1.3 Las reacciones según tipo de fotografía de perfil	67
4.1.4 Presentarse en fotos	69
4.1.5 El cuerpo en la presentación de sí	71
4.1.6 Otras consideraciones	75
4.2 Elementos distintivos de la generación	77
4.2.1 Del comienzo de la navegación en internet	77
4.2.2. Navegar en internet hoy.....	80
4.2.3 El caso de Facebook	82
4.3 Prácticas de representación.....	87
4.3.1 La elección de una fotografía de perfil	87
4.3.2 Técnicas de fotografías.....	89

4.3.3 Sujeto en la fotografía.....	90
4.3.4 Construcción de la cara.....	92
4.4 Las representaciones del otro en Facebook	94
4.4.1 Identificar al otro	95
4.4.2 Lo bello y lo aceptado-deseado	97
4.4.3 Lo feo, lo rechazado-desagradado	100
4.4.4 Prácticas asociadas	104
4.5 Significados de la presentación de sí en Facebook.....	106
4.5.1 La construcción social del yo	106
4.5.2 Expectativas.....	108
4.5.3 Fotos y el tiempo	109
Capítulo 5. Conclusiones.....	111
Bibliografía.....	117
Anexos.....	125
Anexo 1: Pauta Entrevista	125
Anexo 2: Consentimiento Informado	129

Introducción

Para cuando apareció internet en la esfera social, nadie parecía apreciar las enormes posibilidades y cambios que esta herramienta traería. Conforme avanzaba el tiempo, la tecnología se volvió cotidiana, las páginas de internet mutaron a la llamada web 2.0, de la mano de Tecnologías de la información y la comunicación (TIC). De esta forma las redes sociales digitales han ido apropiando de espacios, conformando así nuevos entornos digitales.

Era el año 2004, Mark Zuckerberg creaba lo que sería la red social más grande del mundo hasta ahora: Facebook tiene ¡1.200 millones de usuarios alrededor de mundo! Lo que partió como una pequeña red de estudiantes en menos de una década se ha convertido en una herramienta usada por millones de personas alrededor del mundo. Y es que las TIC's pretenden acercar la información y promover la comunicación; a diez años de este fenómeno ¿cómo ha influido en la sociedad? Algunas cifras indican que diariamente se suben un total de 300 millones de fotografías por día, cada 1 minuto en Facebook: 510 comentarios son enviados, 293.000 estados son actualizados, y 136.000 fotos se cargan. En encuestas se ha constatado que 50% de los jóvenes de 18-24 años de edad entran a Facebook cuando se despiertan (SimilarWeb, 2016).

El surgimiento de la Web 2.0 ha permitido una influencia en las acciones e interacciones, a través de la autocomunicación de masas, estudios ciberculturales han buscado dar respuesta a este fenómeno. La teoría de la teatralidad de Goffman plantea que en nuestra vida diaria representamos un rol socialmente impuesto y aceptado, y que para desenvolvernos presentamos nuestra actuación, manejando las impresiones, en este sentido las interacciones son ordenadas en función de nuestros valores, normas y moralidades, entonces en el contexto de la web social y en cómo estas han permeado nuestro entorno social ¿es posible identificar formas de presentación mediante el estudio de lo que pasa en red?

Para crear un perfil en Facebook es necesario tener ciertos requisitos, el momento culmine de la configuración de un perfil de usuario es la selección de una fotografía de perfil que enmarca la cara, y que presenta al yo de la vida real en el contexto virtual. Teniendo en consideración

que una forma de representar la realidad es la fotografía y que esta “permite preservar un fragmento del pasado, una imagen de algo que no volverá a repetirse, y que incluso puede haber desaparecido (...) El instante fotográfico es irrecuperable” (De Miguel & Ponce de León, 1998, pág. 80). Ante la aparición de dispositivos inteligentes y la irrupción del internet móvil, ¿cuál es el significado que se le da a las fotografías?, la fotografía es democrática, trata a todos los sujetos por igual, permite así estudiar la esencia abstracta de la variación humana, es decir, de los tipos humanos diversos” (De Miguel & Ponce de León, 1998, pág. 80).

En el presente estudio se permite reflexionar en torno al cuerpo, la presentación de la persona y sus representaciones mediadas por las fotografías de perfil, buscando comprender cómo se presentan y representan los jóvenes a través de Facebook, ¿cuáles son sus prácticas de representación visual?, ¿existen elementos comunes según las edades o el género? ¿Cuáles son los significados que les atribuyen a la fotografía? Pues esta representación gráfica del *self* es sólo una parte del ser humano, cuáles son las ideas que traspasan la pantalla, ¿cuáles son los valores asociados y qué se considera aceptado o rechazo en una fotografía de perfil?

A través de la metodología cualitativa, el análisis de las entrevistas en profundidad y el estudio de fotografías de perfil mediante etnografía virtual se busca dar respuesta a estas nuevas interrogantes que el contexto social que nos rodea nos plantea.

Capítulo 1. Problematización

Internet no es un fenómeno reciente, surge en la década de los 70's, pero no es hasta 1985 que se puede hablar del "www" (*World Wide Web*); y pese a que internet es simplemente un sistema de computadores interconectados, se ha transformado en un medio de comunicación libre.

En un principio los primeros sitios web (sitios 1.0) no eran más que sitios informativos, en los que se podía leer contenido en dichas páginas las necesidades de los usuarios generaron una apertura de este fenómeno a la llamada; *social web* o web 2.0; marcada por la aparición de sitios como YouTube, Blogger, Twitter, Facebook, Flickr, Instagram, entre otros, la web 2.0 se caracteriza por la integración de los usuarios y las nuevas formas de comunicación, lo que Manuel Castells denominó *Mass Self Communication* que "constituye, así, una nueva forma social de comunicación que aunque masiva, es producida, recibida y percibida individualmente" (Castells, 2004, pág. 11), esto supone nuevos desafíos de investigación para las ciencias sociales.

Estos nuevos medios de comunicación contribuyen a la formación de representaciones colectivas y producción de nuestra cultura, vivimos conectados y comunicados, pero la forma de esta conexión depende, cambia en cada sociedad (Castells, Tubella, Sancho, & Roca, 2007) en esta línea se desarrollan los estudios ciberculturales Rocío Rueda (2008) nos plantea que estos estudios constituyen un campo a partir del cual comprender las transformaciones culturales ligadas a lo virtual, y la introducción de las tecnologías en nuestra vida cotidiana, poseyendo dos características claras:

- 1) Se matiza la centralidad del espacio público urbano de interacción cara a cara, promoviendo la inmaterialidad de las redes electrónicas.

- 2) Las prácticas sociales se constituyen en torno a valores culturales, modos de vida y construcciones de sentido.

En este sentido, la entrada de las redes sociales a nuestra cotidianeidad ha supuesto un cambio en la forma de relacionarse, entre individuos, así según Domenech y Tirado (2002) lo social se hace y rehace continuamente a partir de la interacción, en los que se construyen y reconstruyen significados compartidos, y es que son los jóvenes quienes principalmente participan e inciden en procesos de creación, producción y reproducción socio-culturales” considerándose estrategias propias del mundo joven (Merino Malillos, 2011).

En este nuevo contexto nuestra vida cotidiana, que en parte asume la existencias de nuevas tecnologías de comunicación como Internet y lo adapta a sus necesidades, a sus intereses, valores y proyectos, y al ser internet maleable –los usuarios son los principales gestores– que día a día va creando desde abajo, individual o colectivamente se han apropiado del poder comunicador de internet y la comunicación móvil para generar nuevas formas de vida, sociabilidad y organización. Identificar qué es lo característico del uso de internet, es el indicador más directo por distintas fuentes secundarias que nos permiten saber cómo se ha ido configurando este nuevo escenario social. En ese contexto es importante estudiar cómo se desarrollan las nuevas relaciones sociales, cómo se utiliza el tiempo libre, los dispositivos de acceso, y quienes son los principales usuarios de internet.

En nuestro caso, Chile no ha estado ajeno al fenómeno de internet, a diciembre del año 2015 con 17.508.260 habitantes, existían 12.667.226 usuarios de internet, lo que implica un 72,3% de penetración, 11 puntos porcentuales sobre el promedio de la región. Otro dato importante es que existen 19.852.242 Celulares (117,5% penetración) y 11 millones de usuarios de Facebook a de noviembre de 2015 (Miniwatts Marketing Group, 2015). Estos datos se relacionan con los datos de Latinobarómetro (2015), que expone que un 37,4% se conectan a diario a internet, por otro lado un 58,2% de los usuarios de internet diarios, utilizan Facebook, de estos los mayores usuarios se encuentran entre los 16 a 25 años, quienes navegan un 94,5% en la sitio web, seguidos por sujetos de 26 a 40 años con un 80,5%. Sobre el primer grupo, un 62,3% corresponde a género femenino, mientras que un 53,6% es de género masculino. De igual forma esto dice relación con los datos emanados de la Séptima Encuesta Nacional de la Juventud, del Instituto Nacional de la Juventud (INJUV), que en 2012

mostraba que jóvenes de 15 a 19 años, un 51,4% se conectaba a diario, mientras que para los jóvenes de 20 a 24 años, representaba un 49,3%; siendo los sujetos del entorno urbano quienes cumplían con esta práctica, teniendo mayor frecuencia los jóvenes de estratos ABC1, C2, C3 y en menor medida el grupo socioeconómico D (INJUV, 2012). Por otro lado la Encuesta Nacional de Acceso y Usos de Internet, de la Subsecretaría de Telecomunicaciones (SUBTEL), que muestra que los dispositivos por los que se accede a la red son un 76,6% a través de banda ancha fija y un 35,8% por medio de *smartphones*, en contexto urbano. Y que además confirma que un 90% de los encuestados de entre 15 y 29 años se conecta a internet, para utilizar redes sociales (SUBTEL, 2014).

Regresando al tema de las redes sociales, Facebook aparece como el sitio más visitado de nuestro país, como la aplicación social más bajada en smartphones de nuestro país (SimilarWeb, 2016), y teniendo en cuenta los datos de latinobarómetro; los usuarios de las redes sociales son mayoritariamente jóvenes, supone que en los últimos años, la incidencia de internet, junto con la masificación de tecnologías de información y la comunicación se han desarrollado nuevas prácticas en la mayoría de los ámbitos sociales (Castells, 2009). Facebook, representa un sitio de actividades múltiples, la sencillez de su diseño, su usabilidad –integra chat, publicaciones, *fanpages*, grupos, videos, y fotografías– abriendo un canal de comunicación entre los jóvenes que son quienes más la usan (López, 2010), estamos ante una abrumadora y variopinta cantidad de rostros y una inusitada diversidad de presencias, difícilmente clasificables, aunque no se trate –por supuesto- de formas arbitrarias y aleatorias (González & Rocío, 2009) dentro del sitio lo que más se comparte, y la forma –además del nombre– de identificarse es la fotografía de perfil, el *face* de un *book*; la cara, en este sentido, es una imagen visual contenedora de un código y hasta de una multiplicidad de códigos (Marrero, 2013). A nivel metodológico, acercarse al mundo de significados de la juventud implica analizar las prácticas arraigadas en su vida cotidiana (Merino Malillos, 2011) en este caso en este nuevo entorno social la tecnología individualiza y operacionaliza las relaciones: es posible saber cuántas amistades se tiene, añadirlas o quitarlas, se adquieren y validan prácticas en red; pues la juventud, por su facilidad de incorporar elementos del entorno social,

constituye en sujeto histórico de una nueva sociedad tecnologizada estos procesos dan lugar a nuevas costumbres generalizadas en la juventud lo cual imprime una “creciente valoración del tiempo libre” (Montenegro & Pujol, 2010).

La característica que sobresale de Facebook es que es sin duda un sitio eminentemente visual, diseñado para el intercambio de información, en ese sentido gran parte de los jóvenes chilenos rinden culto a su propia imagen a través de fotografías, se transforma entonces a primera vista en “una marea de imágenes y un diverso portarretratos virtual, un conjunto de rostros y escenas seleccionadas y construidas por los usuarios” (Gómez & González, 2013, pág. 45). De la mano de ampliación de la tecnología, se produce un acceso a la fotografía, pues la fotografía digital abre espacios, y no es limitante, pues no requiere obligatoriamente de una cámara fotográfica (Basile & Linne, 2014), ello hace preguntarnos acerca de cómo los usuarios se presentan a través de la red social, desde el hecho de que las interacciones a través de la red no ocurren de manera directa, sino a través de los símbolos que contienen información social relevante, y esta interacción con los otros hace surgir la idea de presentación de un yo, es decir el rol que se adopta está situado en una escena: Facebook (Rueda Ortíz & Giraldo, 2016)

Es importante destacar que la obra de Goffman sirve para de alguna forma explicar el hecho social de la red social, la creación de un perfil se constituiría como la fachada, y el público serían los amigos de la red (Atilano Morales, 2013), de acuerdo con esto “existe el concepto popular de que el individuo ofrece su actuación y presenta en función <para el beneficio de otra gente>” (Goffman, 1959, pág. 59), haciendo fácil para el usuario producir una estética de sí mismo, cómo un modo de presentación virtual.

Hay no sólo un 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) (Gómez & González, 2013), producto de la utilización de las redes sociales “El individuo constituye una imagen de sí a partir del diálogo que entabla consigo mismo en términos morales (...) por

otro lado la imagen del mundo está influida por un juicio práctico, así se construye subjetividad (...) entonces es un proceso de elaboración de sentido como un motor de acciones concretas” (PNUD, 2012, págs. 106-108). Dicho de otro modo crea subjetividades a raíz de su interacción con otros, en medio de la sociedad de la información la comunicación es mediada por una pantalla, pero ¿cuál es la representación de estas prácticas que tienen los usuarios más activos? Es decir el significado subjetivo de la utilización de la red, y específicamente la práctica de la publicación de fotografías de sí mismo, “El hombre alimenta con su cuerpo, percibido como su mejor valor, una relación maternal de tiernos cuidados, de la que extrae, al mismo tiempo, un beneficio narcisista y social, pues sabe que a partir de él, en ciertos ámbitos, se establece el juicio de los demás” (Le Breton, 2002, pág. 83), creando de alguna forma a través de las fotografías un sentido narcisista a partir del cuerpo.

Las nuevas pautas de relación, agrupación y comportamiento social generen nuevos espacios de investigación, estos jóvenes utilizan Facebook en su día a día para comunicarse, formarse, entretenerse, y que representan el segmento de la población más activo en su uso y los modos de apropiación de estas tecnologías, entonces;

¿Cuál es la (re)presentación de las fotografías de perfil en Facebook de los jóvenes de 18 a 24 años del gran Valparaíso?”

Es preciso mencionar que al ser Facebook una plataforma virtual, esta investigación se circunscribe en la metodología cualitativa, con un enfoque en lo virtual, a través de la observación de fotos de perfil de usuarios (que tienen un carácter público), es decir una etnografía virtual, y por otra parte se realizará una contraparte a través de entrevistas semiestructuradas, enfocadas en jóvenes de 18 a 24 años de la región de Valparaíso, para comportamiento, valores en las prácticas comunicativas asociadas a la construcción de una identidad virtual.

1.1 Objetivos

Objetivo General

Comprender la (re)presentación de sí de los jóvenes de 18 a 24 años del gran Valparaíso, a través de las fotografías de perfil en Facebook.

Objetivos Específicos

- Describir la forma en que se presentan los jóvenes de Valparaíso de Facebook a través de fotografías de perfil.
- Caracterizar las prácticas de representación visual a través de Facebook de los jóvenes del gran Valparaíso.
- Describir los significados de la presentación de sí mismos a través de fotografías en Facebook de los jóvenes del gran Valparaíso.
- Identificar las representaciones de las fotografías publicadas a través de Facebook en jóvenes del gran Valparaíso.

2.1 Internet; la emergencia de lo virtual y la sociabilidad online.

2.1.1 La historia del internet, la emergencia de lo virtual.

Desde la aparición de los computadores, la incorporación del internet y de los teléfonos celulares, han ocurrido diversas transformaciones en la cotidianidad de nuestra vida debido a esta tecnologización; esta emergencia de lo virtual ocurre entre los años 70 – 80's, y que en palabras de Woolgar: “Todas ellas van a modificar la naturaleza y experiencia de las relaciones y comunicaciones interpersonales de un amplio abanico de actividades humanas” (2010, pág. 19), así los aspectos de la vida cotidiana son susceptibles de verse afectados por estas tecnologías, y es que como señala este autor, en un momento se pensó que las TIC reemplazarían la comunicación cara a cara, hoy en día lo virtual es algo más bien epitetizado, se le añade el término “virtual” a la sociedad, la comunidad, la comunicación, y la red, como una característica extra a lo ya existente.

De aquí que en un primer momento defina que lo virtual es un fenómeno complejo, y que aunque el término TIC (Tecnologías de la Información y la comunicación) se comienza a utilizar en los años 80's estamos lejos de comprender todo lo que esta nueva tecnología repercute en nuestra vida cotidiana, Castells en su obra “La sociedad de la información” propone comprender nuestra sociedad actual como una sociedad reticular organizada en nodos donde toda persona puede acceder a la información, en otra obra del mismo autor, cita a McLuhan “el medio es el mensaje”, pues hoy en día en palabras de Castells la red es el mensaje, y es que lo virtual, y para nuestro caso de estudio internet en nuestras vidas –y las TIC específicamente- es el equivalente a lo que supuso la electricidad (2004; 2001). Así pues al entender la sociedad como una red, entiende que la red es un conjunto de nodos interconectados, que se configuran como redes de información, caracterizada por su flexibilidad y adaptabilidad, replicable a nuestra estructura social basada predominantemente en redes sociales, donde internet es un medio de comunicación que permite por primera vez la

comunicación de muchos a muchos en tiempo escogido y a una escala global, del mismo modo que McLuhan denominó *la Galaxia Gutenberg*, hemos entrado al nuevo mundo de la comunicación; la galaxia internet.

Y es que la historia de la tecnología demuestra que la contribución de los usuarios es crucial en los procesos de producción, ya que, los adaptan a sus propios usos y valores, y en último término transforman la tecnología

A finales de 1995 se da cuenta del uso generalizado del *world wide web*, –había unos 16 millones de usuarios–, una década más tarde las fuentes apuntan a mil millones de usuarios, aunque la influencia de internet trasciende los usuarios, lo que importa es la calidad de los usos de la red

El resultado de los procesos de tecnologización es que estamos entrando en una perplejidad informada. (Castells, 2001), y es que el desarrollo de internet ha sido insospechado, nace entre ciencia, diseñado para la investigación militar y la cultura libertaria, en la busca de medios libres de comunicación, hasta ser hoy una estructura reticular, donde el poder de la comunicación se divide en nodos que poseen una autonomía máxima, “Internet es una arquitectura abierta, constituye su principal fuerza, desarrollo autoevolutivo que permite que los usuarios se conviertan en productores de la tecnología y en configuradores de la red.” (pág. 42).

A este período de tecnologización, algunos teóricos han denominado “Sociedad de la Información” que se caracteriza por:

- La Generación intensiva de productos, información y conocimiento, a través de agencias compartidas.
- Nuevas formas de organización y aprendizaje colectivo basadas en el conocimiento.
- Ciudadanos activos, en proceso de formación continua, con capacidad de adecuarse a las necesidades mutables de la red.
- Organizaciones y estructuras inteligentes en proceso permanente del aprendizaje y desarrollo. Auge de las culturas digitales. (Lasén & Puente)

En este último punto de las culturas digitales, nos detendremos en el siguiente apartado. Finalmente a este panorama de la historia de lo virtual agregaremos una perspectiva de estas tecnologías en Chile, refiriéndonos al Informe del Programa de las Naciones Unidas para el Desarrollo (PNUD) 2006, quien hace diez años declaraba que nuestro país se encontraba inmerso en el proceso de tecnologización de la sociedad, casi a la vanguardia en Latinoamérica, con una alta tasa de penetración de las NTIC¹, definiéndolas así: “son mucho más que objetos tecnológicos. Existen al interior de un complejo de relaciones personales, sociales e institucionales. En el desarrollo del conocimiento y la innovación tecnológica se imbrican la política, la economía, la ciencia, la educación y la cultura”. (PNUD, 2006, pág. 11), perspectiva que también tomamos en la presente investigación. Se destaca además que ante la fuerte presencia de esta tecnología en Chile, había gente que se sentía parte de este proceso como no, en una relación 50:50, donde se notaba un fuerte componente generacional en esta percepción: los más jóvenes creían firmemente en la tecnología y en las oportunidades que había generado, como una herramienta que facilita las cosas, y que sirve para desarrollar intereses propios, previeron además que “la medida que un individuo tenga más poder subjetivo, mayores capacidades reflexivas y mayor individualización, podrá encontrar una mayor utilidad en las NTIC.” (PNUD, 2006, pág. 13), esto da luces de cómo hoy en día gracias al desarrollo de la cultura digital, existe una profunda individualización producto del uso de sitios de redes sociales, como en el caso de nuestro estudio Facebook.

2.1.2 Cultura virtual

Para entender cómo las tecnologías han creado la llamada cultura virtual, comenzaremos con la investigación de Blanca Racioppe, que delimita la influencia de las nuevas tecnologías como profundizadoras de las transformaciones en las percepciones del tiempo y el espacio, las definiciones de lo real y las constituciones de lo corpóreo, cambios que antes se asociaban a las tecnologías hoy en día se han dinamizado y acelerado por la velocidad de las innovación tecnológica, y la velocidad con la que generaciones más jóvenes incorporan esto a sus vidas;

¹ Nuevas Tecnologías de la Información y la Comunicación.

además la convergencia de estas tecnologías, pues hoy en día un celular ya no es sólo un celular, es una cámara, un navegador de internet, un reproductor de música, un modo de conectar con gente, la tecnología ha transformado nuestro modo de estar en el mundo, de pensarnos como sujetos de pensar de otros, cambios que se definen como modernidad, de aquí que “las percepciones de lo temporal espacial se transforman al punto tal de hacernos sentir en una suerte de presente permanente de instantaneidad signada por el atravesamiento de las nuevas tecnologías que han cambiado las formas de representación del mundo” (Racioppe, 2008, pág. 4), esta idea de presente permanente performando la representación del mundo en el que vivimos es una de las líneas de la presente investigación.

Por otra parte Castells define que lo virtual, o más bien cultura internet es:

“La cultura internet es la cultura de los creadores de internet, por cultura entiendo un conjunto de valores y creencias que conforman el comportamiento, los esquemas de comportamiento repetitivos generan consumidores que se imponen mediante instituciones así como por las organizaciones sociales informales, la cultura se diferencia tanto de la ideología como de la psicología o las representaciones individuales, si bien se manifiesta de forma explícita, la cultura es una construcción colectiva que trasciende las preferencias individuales e influye en las actividades de las personas pertenecientes a dicha cultura, en este caso los usuarios/productores de internet” (Castells, 2001, pág. 51).

De aquí que el proceso por el que atravesamos sea no sólo social, si no que conforma un aparato que involucra tanto a usuarios de manera individual y colectiva, es importante señalar que posteriormente el mismo autor acuñará el termino *space*, que son la evolución de las páginas web estáticas de los años 90, en la web 2.0 donde el usuario es a su vez emisor y receptor, existen espacios de apropiación personal, cuyos principales usuarios son los jóvenes de 18 a 24 años y aunque es un espacio individual pero convierte al usuario en parte de la red, generalmente tienen una interfaz intuitiva no es necesario tener conocimientos avanzados para

acceder y ser usuario de estos sitios, el *space* entonces es página web personalizable, ofrece la posibilidad de crear un perfil web un blog (foto, video, texto), esta definición la podemos asociar a nuestro caso de estudio, el perfil de Facebook y reafirma la idea de la cultura virtual que como toda cultura es un espacio propio y colectivo.

Por su parte Rocío Rueda, propone entender a la cibercultura como un campo de estudio a través del cual se pueden comprender las transformaciones culturales ligadas a la introducción a las tecnologías digitales, y además sistemas materiales y simbólicos, donde integran agentes y prácticas culturales, interacciones y comunicaciones, instituciones y sistemas organizados, en resumen la cibercultura sería; “un conjunto de representaciones simbólicas, junto con valores, significados, interpretaciones” (Rueda Ortiz, 2008, pág. 21).

Al hablar de cultura virtual es imperioso señalar el papel mediador que han tenido las TIC en los procesos, tanto comunicativos como en las transformaciones de las dinámicas sociales actuales, así es posible definir el fenómeno de la cibercultura en tres características:

- 1) La centralidad del espacio urbano se ha matizado, se promueve la inmaterialidad de las redes electrónicas (Facebook, twitter, Instagram, y otros).
- 2) Las prácticas sociales se constituyen en torno a valores culturales, modos de vida y construcciones de sentido.
- 3) Existe una especie de continuidad de las relaciones virtuales y cara a cara que mantienen y proyectan acciones que se realizan en el entorno urbano (Rueda Ortiz, 2008).

Estos tres puntos son definatorios en nuestro caso de investigación, ya que en el proceso de la cultura virtual, la inmaterialidad de las redes electrónicas y la validación de las prácticas sociales asociadas a lo virtual, hacen que no exista una ruptura de lo real-virtual, en ese sentido según Lasén y Puente, lo social real se imbrica con lo virtual, ello supone una superposición de estas realidades, distinto de lo que se entendiera otrora como dos mundos separados, explican además que en el panorama social actual existe una remediación, producto de la proliferación de medios que remedian situaciones, prácticas y relaciones que antes

estaban siendo medidas e integran o asimilan a los medios que los precedieron, así Facebook se entiende como un escena de comunidad virtual, que replica la red de real, es un continuo donde el sujeto de algún modo mantiene su fachada construida en el mundo social real, de ello hablaremos más adelante.

Por último, una investigación reciente, habla de que la cultura, en general ha producido cambios en el cuerpo y aunque el tema del cuerpo será abordado más adelante es necesario realizar el alcance a que la cultura digital no sólo remite a temas particulares como los artefactos, si no a la cultura digital como un modo de existencia;

“Se trata de existir en lo digital, es decir, un modo de habitar en el cual los límites entre ficción y realidad conforman un mismo plano; fundando así un modo de existencia virtual, donde el estatus de existencia – ¿quién existe?– lo determina la presencia, *visibilidad*, en los campos constitutivos de este universo-red digital. Las prácticas de subjetivación apuntan, entonces, a la configuración de cuerpos-imágenes, cuerpos puros y asépticos de palabras, de preguntas, cuerpos revelados plenamente en la imagen. (Hernández, 2015, pág. 149)

Estos cuerpos-imágenes compiten cuadro a cuadro con los cuerpos-imágenes de las superestrellas del espectáculo. Los cuerpos cotidianos, que narran sus existencias no les queda más que buscar otros escenarios en los cuales escribirse, de aquí la importancia del relato desde el cuerpo a los otros a través de las redes sociales, que en los siguientes apartados abordaremos.

2.1.3 La sociabilidad online.

Los entornos virtuales reinstalan nuevas formas de subjetividad redefiniendo la textura de lo social “La virtualización no significa desaparición, ficción o desmaterialización de nuestra realidad. Todo lo contrario. Lo virtual añade un eje, una nueva dimensión al análisis de nuestra cotidianidad” (Domenech & Tirado, 2002, pág. 9), estudiarlos requiere que ahondemos en las

aristas que son añadidas a nuestra realidad social, como el papel mediador que tiene hoy internet en las relaciones sociales, internet ha contribuido a un nuevo modelo de sociabilidad basado en el individualismo, sin duda como afirma Wellman las redes sociales complejas siempre han existido, pero los recientes avances tecnológicos en las comunicaciones han permitido que emergieran como una forma dominante de organización social, así en esta misma línea el individualismo en red constituye un modelo social, y no una colección de individuos online y off line sobre la base de sus intereses, valores, afinidades y proyectos, la interacción social online juega un papel cada vez más importante en la organización social en su conjunto, se conforma entonces un Ciberlugar que actúa como soporte material del individualismo online (Castells, Tubella, Sancho, & Roca, 2007).

En general los individuos pertenecen a distintos tipos de redes, ello deriva en el diseño de caretas de sociabilidad, de aquí que estos nuevos patrones de interacción social virtual, basados en la comunicación online tengan la interpretación de culminación de un proceso histórico la “disociación entre localidad y sociabilidad en la formación de la comunidad: nuevos y selectivos modelos de relaciones sociales sustituyen formas de interacción humana limitadas territorialmente” (Castells, 2001, pág. 137) , y es que esta disociación entre el espacio local y las redes a nivel virtual es un efecto más de la apropiación del espacio virtual, y que tiene efectos específicos sobre la actividad social, esto tiene relación con la historia del internet y en cómo su presencia ha permeado formas de socialización otrora no cuestionadas, y es que en esta cultura virtual:

La creación de ocasiones afectivas, hábitos, expectativas y obligaciones mutuas, además de generar reglas de etiqueta en relación con la comunicación con los seres queridos. Las TIC ayudan a mantener la cercanía y la distancia, participan en las relaciones de poder y control, en el desempeño y definición de los roles de género, y también en los conflictos y disonancias asociados a dichas relaciones (Lasén & Puente, pág. 19)

Los espacios de sociabilidad online facilitan las prácticas antes de lo virtual consideradas íntimas que ahora son compartidas con el público, cómo es el caso de Facebook y el contenido que se comparte dentro de la red, internet traspasa lo social como los vínculos afectivos, las expectativas y obligaciones de relación, planteando un nuevo modo de relación en el caso de Facebook donde al tener la capacidad de crear un propio *space* donde se comparte lo que se quiere, y se agrega como amigo o no a quien se desee. Esto último nos lleva a citar nuevamente a Marrero:

“Una mirada a la construcción de la imagen de los perfiles de usuarios de Facebook pone de relieve cierta novedad en las estrategias de presentación y reconocimiento social. La producción de significados en torno a la imagen y la rostroidad de los perfiles de usuarios permite entender cómo el espacio virtual está reinterpretando o reconfigurando subjetividades o intersubjetividades de los usuarios” (Marrero, 2013, pág. 511)

Sobre la construcción de perfiles hablaremos más adelante, interesa poner en relieve cómo los entornos virtuales modifican prácticas, anteriormente asociado a lo privado, y que estas prácticas se van socializando generando nuevas intersubjetividades entre los usuarios.

2.2 De la juventud

Tradicionalmente, se identificó a la juventud como una fase de transición entre dos etapas: la niñez y la adultez. De esta manera, se entendió a la juventud como un proceso de transición, en que los niños se van convirtiendo en personas autónomas: adultos (Brito, 1998).

Rocío Racioppe afirma que “lo joven no está dado únicamente por una cuestión etárea si no que es necesario pensar cómo atraviesan esta categoría cuestiones sociodemográficas, de grupos de pertenencia y de contextos políticos y sociales. Es decir la categoría de juventud puede variar a las distintas regiones, clases sociales, contextos” (2008, pág. 5), en este sentido Mario Margulis y Marcelo Urresti (1998) es razonable que la primera aproximación a la juventud evoque la edad y el sexo, que son comúnmente asociados a clasificaciones sociales, por tanto objetivable con facilidad, lamentablemente esta clasificación está obsoleta, hay tantas maneras de ser joven en el marco de la heterogeneidad que existe en lo social y cultural, estas formas abarcan comportamientos, referencias identitarias, lenguajes y formas de sociabilidad; “ser joven se ha vuelto prestigioso” (pág. 6), cada vez más jóvenes tienen la oportunidad de estudiar, se expanden en la sociedad, y van articulando sus propias características sociales. Otra característica que describen dichos autores es la disponibilidad de tiempo libre, ello se relaciona con el tiempo que dedican a estudiar y que por consiguiente pueden utilizar en otras prácticas propias de la edad.

Los autores describen además que la clasificación etaria acompaña al plano generacional, este tiene modalidades diferentes de adscripción, movilidad y perseverancia, remite esta idea a un momento social en que una cohorte se incorpora a la sociedad, y es esta idea de generación la que retomaremos en el siguiente apartado. Ser joven es entonces pertenecer a una generación reciente, y es este elemento fáctico diferencial que caracteriza a la juventud, se define entonces como una categoría nominal que, obliga al sujeto a “estar a la moda, incorporar en los cuerpos y en las vestimentas el look legitimado en capas de la sociedad” (Margulis & Urresti, 1998, pág. 11), tener ciertas prácticas propias de la juventud; en nuestro caso de estudio es el estar en red (tener un perfil de Facebook).

Carles Feixa (2000) comprende a las juventudes como un estado de tránsito hacia otro estado, son sujetos en *preparación para el futuro*, este tránsito genera trayectos de consumo cultural, pautas de comportamiento aceptables. La forma en cómo realizan esta tránsito puede definirse por generaciones, en cada época con un tiempo (un reloj²) distinto, en ese sentido pueden estudiarse mediante *condiciones sociales* que son los derechos y obligaciones que definen la identidad del individuo en la estructura social, y que se construyen con identidades de género, clase, etnia y territorio; en otro plano se encuentran las *imágenes culturales* que son los atributos ideológicos, simbólicos asignados y/o apropiados por los individuos, aquí las culturas de edad se transforman en estilos visibles, que integran elementos inmateriales, que se traducen en usos del cuerpo, prácticas culturales y actividades focales, esta idea es la que tomaremos para entender el fenómeno social que es objeto de estudio de esta investigación: las fotografías de perfil en Facebook. El autor agrega además que en la época posmoderna en la que vivimos todo lo que refiere a juventud ya no tiene los elementos que marcaban claramente el paso de la adultez a la niñez como los ritos de la edad antigua, o con acontecimientos históricos, destemporalizando a la juventud, las clases sociales se desclasas, emergen movimientos emancipatorios de género, y la reivindicación de los movimientos étnicos. Finalmente la emergencia del espacio global y ciberespacio, hace que los territorios se desespacialicen, en otras palabras las condiciones sociales pasan de ser estructuras a redes, “las condiciones sociales se conectan con las imágenes culturales” (pág. 87).

2.2.1 Juventud online

Para comenzar a hablar de la juventud online, hay que entender que desde un tiempo a esta parte los jóvenes no sólo se han convertido en un grupo de determinado rango etéreo con acceso a internet, “lo esencial es el impacto cultural de estas nuevas tecnologías: desde que tienen uso de razón han estado rodeados de instrumentos electrónicos (de videojuegos a relojes digitales) que han configurado su visión de la vida y del mundo” (Feixa, 2011, pág.

² Reloj de arena, análogo o digital, este último simboliza la separación de esquemas biográficos, definiendo a la juventud actual como la generación de un cambio social. Son jóvenes que han nacido en entornos digitales.

109); aquí es donde diferentes autores – nosotros tomaremos la postura de Carles Feixa– han definido distintas generaciones dentro de este entorno tecnologizado o digital, que no se limita solo a internet, sino los videojuegos, la presencia de correo electrónico, el teléfono móvil, y todo aquello que configura lo que conocemos como sociedad red³, a partir de una comparación intentaremos definir la generación de estudio que el autor ha denominado generación # en contraposición con la generación anterior, denominada por varios autores generación@. Las características de estas dos generaciones las podemos resumir en la siguiente tabla:

Tabla1: Descripción de generación @ y Generación#

Dimensión	Generación@	Generación#
Periodo	Nacimiento: 1975-1990 Infancia: 1980s Adolescencia: 1990s Juventud 2000s	Nacimiento: 1985-2000 Infancia: 1990s Adolescencia: 2000s Juventud 2010s
Contexto	Web 1.0 Capitalismo informacional Nueva economía	Web 2.0/web social Capitalismo salvaje Recesión
Significante	@ Arroba Navegación	# Hashtag Conectividad y movilidad
Significado	Digitalismo Globalización	Hiperdigitalismo Relocalización
Rasgos	Generación @ Espacio global Tiempo virtual Nomadismo Red	Generación # Espacio glocal Tiempo viral Translocalismo Rizoma
Ejemplos	Subculturas Comunidades virtuales	Escenas Microblogs

Fuente: Elaboración propia en base a Feixa, Fernández-Planells, & Figueras-Maz, 2016

Por una parte el nacimiento de la generación@ se localiza hasta 1990, mientras que la generación# se localiza hasta el 2000, llegando a la juventud en esta década⁴, mientras que la anterior vivió su juventud en los años 2000. El grupo social de estudio se desenvuelve en el contexto de la web social, el surgimiento de sitios como Facebook –que además emerge en un contexto juvenil–, y que vive un período de recesión económica⁵ por ende el paso a la adultez

³ Revisar Castells, Tubella, Sancho, & Roca, 2007

⁴ Lo que otorga la referencia etaria del presente estudio.

⁵ El término surge en un estudio de la juventud tras el 15M en España.

tiende a retardarse, a diferencia del primero que vivenció la forma de web 1.0, y el capitalismo salvaje de quienes son empujados a este sistema posterior a la caída del muro de Berlín.

Y es que esta generación# se ha crecido bajo un hiperdigitalismo, su juventud coincide con el boom de Facebook y espacios de blogs como microblogs, a diferencia de la juventud@ donde emergieron las conocidas tribus urbanas que de alguna forma reafirman fronteras estilísticas, no obstante bajo un contexto global –surgen en tiempos similares en distintas partes del mundo–por su parte la generación# vive el contexto glocal, donde microgrupos encuentran en la web social espacios de comunicación y socialización. El tiempo de esta última es viral, la hiperconectividad les entrega otra noción del tiempo “La tecnología móvil les permite estar conectados constantemente y en cualquier lugar. Cada nodo trabaja individualmente pero de manera colaborativa. Es la generación de la inteligencia colectiva, del conocimiento compartido y de la conectividad entre individuos.” (Feixa & Fernández-Planells, 2014, pág. 43), y es la generación seleccionada como representante de nuestro estudio.

Otros autores que reafirman la forma en que esta juventud ha vivido sus procesos online es Bonacci (2011); que destaca a Urresti afirmando que en el universo subjetivo juvenil, la afectividad juega un papel central, siendo una dimensión central de esta la persecución de formas de identificación; en ella los juegos de identidad se encarnan en imágenes de sí mismos que los jóvenes intercambian adquieren más sentido por la necesidad de identificación, en el caso de las redes sociales el éxito de estas pareciera relacionarse con la posibilidad de introducir imágenes de estos expandiendo el anclaje expresivo del perfil del usuario.

Por su parte Basile y Linne, afirman que la juventud actual a diferencia de la anterior, a través de Facebook despliegan una autobiografía visual, gracias a la proliferación de las tecnologías de la información, y el acceso a la fotografía, agregan además que los jóvenes testean la eficiencia de su imagen a través de los comentarios y cantidad de “likes” en señal de aprobación de la fotografía, generando un componente identitario y estético desde sus fotografías, el uso de una fotografía de perfil entonces no es sólo un acto automático, es

pensado, premeditado y medido a través de la red, de esta manera el siguiente apartado busca la reflexión de la presentación de la persona (joven) en la red.

2.3 Presentación de la persona en Facebook

2.3.1 Sociología visual, una aproximación necesaria

Es imperioso mencionar que como ciencia social, el elemento visual ha sido poco trabajado, Howard Becker en su obra “Para hablar de la sociedad: La sociología no basta”, emplaza nuestro quehacer al retorno del análisis de fotografías, imágenes, íconos que dotan de contexto y sentido a las producciones humanas, argumentando que “Es extraño definir los materiales visuales como un elemento poco científico, en la medida en que las propias ciencias naturales hacen uso rutinario de materiales visuales en sus procesos de justificación y ratificación de hipótesis. (2015, pág. 220). Aunque la sociología ha imitado el carácter científico de campos como la biología, química y física– se ha limitado al uso de estas, existiendo pocos trabajos que enfocan la sociología de lo visual. Es necesario que el trabajo con las fotografías deje de ser un “algo bonito”, retomar que el trabajo visual contribuye al avance de la sociología, en este sentido las fotografías –su estudio– forma parte de un retorno a lo científico, una mirada a un fenómeno que debe ser visto no sólo desde técnicas convencionales, si no nuevas propuestas que permitan comprender las representaciones de estas como un espejo de la realidad social. En palabras del autor “Las representaciones de la sociedad tienen lugar y se usan dentro de organizaciones sociales, ubicarlas en dicho marco permite alcanzar una mejor comprensión de sus modos de funcionamiento” (Becker, 2015, pág. 215), la fotografía y la sociología visual buscan el análisis de lo que la fotografía significa y representa, de aquí que su significado surge de las organizaciones, como resultado de la acción de las personas que involucra, y que varía en relación al tiempo y el espacio, de aquí rescatamos la idea de la fotografía digital en cómo se ha performado el uso y significado de la fotografía con la entrada de lo digital, es así que estas representaciones tienen su significado además según el contexto donde se utilizan “según el modo en que las personas relacionadas las entiendan, utilicen e interpreten” (Becker, 2015, pág. 215), y entendiendo el contexto de esta investigación es lo virtual, las fotografías se comprenderán en el contexto virtual, como medio de quienes las

producen—en nuestro caso jóvenes— es así que “al igual que cualquier otro objeto cultural, las fotografías adquieren su significado a partir del contexto.” (2015, pág. 221).

Comprendemos las imágenes, generamos representaciones de estas a partir del significado que atribuimos a partir de nuestra propia experiencia, y sobretodo el contexto donde aparecen, en nuestro caso la cultura virtual, espacios de interacción online utilizados mayoritariamente por jóvenes, es por ello nuestro interés en la fotografía “Las fotos explican, hacen sentir algo y ordenan el conocimiento. Son tres procesos de elaboración del conocimiento importantes. Suponen una forma peculiar de conocer la realidad social, pero también de crearla. La publicidad aprovecha esta característica de construcción de la realidad social” (De Miguel & Ponce de León, 1998, pág. 88), y aun así a través de los perfiles se puede construir una realidad de usuario, presentarse en fotografías implica la construcción de un *self*.

La fotografía

En uno de sus últimos textos, *La Cámara Lúcida*, Roland Barthes interroga la imagen fotográfica, el efecto específico que ejerce sobre quien la observa: qué es lo propio, dónde radica su fascinación, cuál es su esencia (si es que es posible hablar de algo así en la fotografía). Para Barthes en la imagen fotográfica permanece la intensidad del referente, esto es, la fotografía siempre lleva consigo lo que ha sido (y lo que ha muerto). Observar fotografías contiene ese “placer de la nostalgia”, dice Barthes: “repite mecánicamente lo que nunca más podrá repetirse existencialmente” (Barthes, 1989, pág. 29). Retomaremos el *punctum*, categoría barthesiana clave para analizar las fotografías, en tanto más que interesarse por un significado unificado, le interesa el vínculo emocional que construyen las personas con ellas. El *punctum* es algo inmediato, “lo que punza”, lo que afecta cuando se observa una fotografía, el impacto emocional que hace que nos detengamos a observarla. Se trata de un “detalle” cuya presencia cambia nuestra lectura y que nos hace volver a mirar la foto específicamente en la imagen de perfil de Facebook; el *punctum* de una fotografía produce el sentimiento —una reacción—, no es algo que se añade a la foto a través de ella, está dentro de la foto. Otro elemento de análisis es la generación de sentido a través de la máscara: “La fotografía sólo puede significar (tender a la generalidad) adoptando una máscara; la máscara es

el sentido” (Barthes, 1989, págs. 76-77), podemos agregar además en su línea que es el objeto el que habla, que otorga el significado; ello dice relación con lo que veremos posteriormente, el acto de fotografiarse es intencional y pensado.

De Miguel y Ponce de León (1998), realizan una reflexión en torno a la fotografía, como espejo de la realidad, en el sentido de reflejar lo que esta representa para el fotógrafo (en su caso de estudio) o como ventana, donde se puede apreciar parte del entramado social que se representa en la imagen.

Por su parte Rocío Gómez y Julián Gonzales (2013), a través de su investigación “Educación Popular y Subjetividades Emergentes”, de la Universidad del Valle plantean una serie de elementos distintivos a estudiar en las fotografías de perfil en Facebook. En su estudio han llegado a comprender –la fotografía– como un rito que inaugura la presencia y exposición de la persona en la red social, como una obra producto de la convergencia de esta plataforma con las decisiones y procedimientos que implica subir una imagen. Los elementos que la caracterizan son:

- a) Tipo de Representante: La imagen de perfil puede usar una persona u objeto, además de tener una dimensión o no biográfica.
- b) Tratamiento de la imagen: El efecto que se intenta procurar a través de la imagen, una imagen natural y realista, o imágenes simuladas y escenificadas.
- c) Encuadramiento de la imagen: Refiere a la fracción del mundo social que se toma en la imagen de perfil, si intenta recrear la ilusión de la totalidad, o mostrar intencionalmente una fracción de esta.

Es necesario precisar que las fotografías suelen tener las tres características, aunque a modo de ejemplo una fotografía puede tener un elemento no humano (mascota por ejemplo), y sin embargo este representante goza de biógrafos; es decir las combinaciones entre estos elementos no son excluyentes. Pero el acto de fotografiarse ha sido entendido como un acto intencional, que será explicado en el siguiente apartado.

2.3.2 Presentación de la persona

Para definir este término, utilizaremos al autor Erving Goffman que desde la teoría de la teatralidad plantea que en la situación de interacción, las personas tienden a representar ciertos roles en la medida que interactúan con otras personas, el enfoque dramático del autor es propio de del interaccionismo simbólico; definiendo que “toda interacción social es una actuación (*performance*), es decir, un papel representado frente a la audiencia (Chihu Amparán & Gallegos, 2002, pág. 239). El autor ha sido influenciado por Durkheim tanto en la dimensión ritual y simbólica de la vida cotidiana, siendo lo más característico de la interacción el proceso de manejo de impresiones, que para efectos de esta investigación es la elección intencional de determinada fotografía de perfil, sabiendo que generará cierta impresión (*likes*), podríamos entender dicha elección como un ritual, pues mediante estos “el universo simbólico es representado ante la audiencia que, de esta manera, adquiere el conocimiento en los códigos que regulan las relaciones entre lo sagrado y lo profano” (Chihu Amparán & Gallegos, 2002, pág. 247). El universo simbólico o marco de significación es entendido en el sentido de cómo el individuo comprende su mundo y sus significados ya sea a nivel microestructural, –el propio entorno– como macroestructural, que en el contexto del estudio comprenderemos como la cibercultura.

Retomando el concepto de “actuación”, este pretende que el público se forme una imagen de la persona, una imagen de lo que esta desea dar; así, que su actuación entendida como un ritual sea aceptada en lo sagrado, y no en lo profano, de esta manera el universo simbólico del espectador determinará a qué pertenece la actuación. Para la constitución de esta representación se requieren ciertos elementos, en primer lugar: la cara y el trabajo de la cara en la representación, simbolizan una situación que implica una evaluación de los participantes (en este caso la red de contactos). La cara une la línea representada en diferentes momentos con la posición en el mundo social en la que se encuentra inmerso el actor, la cara es “el valor social positivo que una persona reclama efectivamente para sí por medio de una línea que los otros ponen que ha seguido durante un determinado contacto. La cara es la imagen de la persona delineada en términos de atributos sociales probados” (Goffman, 1959, pág. 13) como la

elección de cierta foto de perfil en desmedro de otra fotografía. En segundo lugar, otro elemento de la actuación es la expresividad; Goffman plantea que el individuo ofrece a otros su acción, un producto o servicio, y que en su expresividad tienen dos variantes, la expresión que da y la expresión que emana de él; el primero se le atribuye a los símbolos, el segundo comprende acciones que los otros pueden asociar como sintomática, en esto podemos identificar las distintas poses o elementos simbólicos de una fotografía y cómo el público reacciona a dicha puesta en escena. En palabras del autor:

“una actuación (performance) puede definirse como la actividad total de un participante (...) que sirve de algún modo para influir sobre los otros participantes (...) La pauta de acción preestablecida que se desarrolla durante una actuación y que puede ser presentada u actuada en otras ocasiones puede denominarse <papel>” (Goffman, 1959, pág. 27)

Así toda actividad social, podría entenderse como una actuación en donde: “El individuo ofrece su actuación y presenta su función <para el beneficio de otra gente>” (Goffman, 1959, pág. 13); el actuante puede creer por completo en sus propios actos, y esto es lo que define que el público acepte o no la actuación ofrecida por el actor. Es conveniente nombrar que dentro de la fachada se encuentran:

a) Apariencia: Estímulos que nos informan acerca del status del actuante, además de indicar el estado social del actuante (informan sobre alguna recreación, trabajo, entre otros)

b) Modales: Por su parte se refieren a aquellos estímulos que funcionan en el momento de advertirnos acerca del rol de interacción que el actuante esperará desempeñar en la situación que se avecina, por ejemplo modales humildes, gentiles pueden dar la impresión que el actuante espera seguir la dirección de otros.

Estos conceptos de Goffman permiten ubicar algunos rasgos de la elaboración de los perfiles de las redes sociales, en nuestro caso Facebook, que forman parte de un trabajo expresivo que involucra una evaluación del sí mismo y de los otros. Vincula a la actualización de caracteres

del mundo social y una puesta en juego a través de la representación corporal de los sentimientos que se asocian a esa evaluación, en esta presentación se juegan la evaluación social, la capacidad de actuar se transforma en un imperativo para constituirse como persona, así las imágenes que gustan o no pueden ser adoptadas en relación al rol social de la vida real o no:

“cuando un actor adopta un rol social establecido, descubre, por lo general, que ya se le ha sido asignado una fachada particular. Sea que su adquisición del rol haya sido motivada primariamente por el deseo de representar la tarea dada o por el de mantener la fachada correspondiente descubrirá que debe cumplir ambos cometidos. (Goffman, 1959, pág. 39)

Ello reafirma lo anteriormente expuesto, lo social-real imbrica lo social-virtual, el rol del actor en la vida cotidiana debe ser replicado en una plataforma virtual, que muestra la cara del libro, *Facebook*.

La idea de Goffman del control de la presentación del sí mismo en función de los auditorios, en que la actuación constituye una fachada, hace que no esté alejada de las interacciones producidas en la web social, pues dentro de la fachada se encuentra el medio (*setting*) en este caso la fotografía de perfil, con el mobiliario, decorado, el trasfondo escénico, además de las expresiones faciales, gestos corporales, entre otros; todos estos elementos identificables en una fotografía.

En otro aspecto podemos afirmar que la cara es esa interfaz que media entre el hardware y el software de cada sujeto, una parte del cuerpo que ha sido socializada y ritualizada, que el sujeto ha debido educar (Marrero, 2013), el actor debe mostrar un comportamiento aceptado, mostrar una fachada deseable.

Por último Lasén, en relación a la presentación a través de Facebook y como aproximación a la fotografía digital, analiza el concepto de *selfies*, que es la práctica de los autorretratos digitales. Podemos ver cómo móviles con cámara, cámaras digitales, ordenadores, tablets,

entre otros, producen y guardan inscripciones de nuestros cuerpos al tiempo que contribuyen a darles forma; la práctica de la *selfie* –posar, fotografiar, seleccionar, retocar, mostrar y compartir la foto– es una forma de presentar y representar nuestros cuerpos, para los demás y nosotros mismos en actuaciones con distinto grado de autenticidad y de teatralidad lúdica, y también el modo de configurar y encarnar nuestros cuerpos. Se configura la fotografía entonces como un soporte de la identidad, una posición compleja entre un juego de gestos, y miradas, ya que al mismo tiempo somos la persona que se fotografía, la que posa, y la que se pone en el lugar de los demás.

2.3.3 La corporalidad como presentación de la persona

Y si en una fotografía lo que encontramos principalmente humanos mostrando su cuerpo o parte de este es porque:

“El cuerpo es el ancla, lo único que puede darle certeza al sujeto, por supuesto que aun provisoria, pero por medio de esta puede vincularse a una sensibilidad común, encontrar a los otros, participar del flujo de los signos y sentirse cómodo en una sociedad en la que reina la falta de certeza” (Le Breton , 2012, pág. 153)

De esta forma Le Breton nos invita a la reflexión del cuerpo como una suerte de anclaje social, así el cuerpo dentro de la fotografía, cumpliría la función de anclaje a la realidad, en este sentido y relacionando con el punto anterior la exposición del cuerpo a través de fotografías es una forma de presentarse a los otros, manejando elementos como la pose, el tratamiento, los elementos presentados, se presenta el cuerpo humano dentro de la fotografía, y es que "la imagen del cuerpo no es un dato objetivo, no es un hecho, es un valor que resulta, esencialmente, de la influencia del medio y de la historia personal del sujeto" (Le Breton , 2012, pág. 146), de aquí podemos entender que las formas de presentación de la persona dependen de la socialización que el sujeto haya tenido, o el período de su vida que se encuentre, acercando a nuestro sujeto juvenil a verse influenciado por su entorno, en la

formación de un sujeto estetizado, que crea su imagen (y maneja las impresiones, como vimos en el apartado anterior) a partir de la presentación de su cuerpo:

“Este imaginario del cuerpo sigue con fidelidad y (socio) lógicamente, el proceso de individuación, cada vez más acelerado, de las sociedades occidentales, a partir de los años sesenta: inversión de la esfera privada, preocupación por el yo, multiplicación de los modos de vida, atomización de los sujetos, obsolescencia rápida de las referencias y de los valores, indeterminación” (Le Breton , 2012, pág. 152)

En otras palabras, damos cuenta de la preocupación estética del yo de un modo tal que el sujeto joven adquiere ciertas prácticas de presentación, o utiliza referencias que le ayudan a dar forma a la forma de presentarse socialmente –y virtualmente– es así como la imagen del cuerpo es la representación que el sujeto se hace del cuerpo, David Le Breton (2012) define la organización del cuerpo en su obra, *Antropología del Cuerpo y la modernidad*, que afirma que el saber y la noción del cuerpo es primordialmente cultural, estrechamente relacionado con el imaginario social, el autor identifica cuatro ejes que estructuran la imagen que tiene el sujeto de su propio cuerpo, y son los siguientes:

Forma: el sentimiento de la unidad de las diferentes partes del cuerpo, de su aprehensión como un todo, de sus límites precisos en el espacio.

Contenido: es decir la imagen del cuerpo como un universo coherente y familiar en el que se inscriben sensaciones previsibles y reconocibles.

Saber: Conocimiento aun cuando sea rudimentario que el sujeto tiene de la idea que la sociedad en la que habita su cuerpo., los órganos y funciones de este.

Valor: interiorización que el sujeto hace del juicio social respecto de los atributos físicos que lo caracterizan (lindo/feo, joven/viejo, alto/bajo, flaco/gordo, etc.) de acuerdo con la historia personal y con la clase social en la

que estructura su relación con el mundo, el sujeto se apropia de un juicio que marca su imagen y su autoestima. (Pérez Cubas, 2011, pág. 374)

Estos ejes dependen del contexto social y cultural, en el que se encuentra inmerso el sujeto, el cuerpo cumple el rol de una pantalla respecto de los cuatro puntos anteriormente mencionados, sin embargo el valor representa un punto de vista del otro y obliga al sujeto a verse desde una óptica más o menos favorable en relación a los demás –el juicio social que los otros emitan de la actuación a través de la fotografía de perfil– el cuerpo se encuentra entre la acción social y la experiencia subjetiva o interioridad, así “el cuerpo como objeto concreto, como imagen comunicable a la sociedad, se convierte en el protagonista de las búsquedas de sentido” (Pérez Cubas, 2011, pág. 376). Se transforma así a la fotografía de perfil en la pantalla que representa la búsqueda de sentido del sujeto, nuevamente ofrece su actuación a ser evaluada respecto de los valores sociales de su contexto, y es en esta evaluación donde expone su cuerpo, constituido como una fachada deseable:

“El cuerpo moldeado por el contexto social y cultural en el que se sumerge el actor es ese vector semántico por medio del cual se construye la evidencia de la relación con el mundo, (...) La puesta en escena de la apariencia (...) del cuerpo nacen y se propagan las significaciones que constituyen la base de la existencia social y colectiva” (Le Breton, 2002, pág. 7)

La sociología aplicada al cuerpo pretende comprender las lógicas sociales y culturales, que sitúan y constriñen al cuerpo; desde su cuerpo el actor genera sistemas simbólicos que comparte con los demás, el actor se encuentra inmerso en un sistema de referencias culturales y es que la existir significa moverse en un espacio-tiempo, dirigir a los demás palabras, pero también gestos y ademanes corporales que forman un conjunto de rituales corporales que cuentan con la adhesión de otros, a través de la corporicidad el hombre hace que el mundo sea la medida de su experiencia, lo transforma, lo convierte en un tejido familiar y coherente, el cuerpo produce sentido continuamente, así el hombre se inserta activamente en un espacio social y cultural dado;

De esta forma, mientras mejor inscrita esté la cara socialmente, más cotizada y más anhelado está el sujeto de la cultura que forma parte de alguna manera, le permite ganar reconocimiento, la cara siempre remite a prácticas sociales, la foto de perfil personaliza al ser, permite distinguir su cuerpo, su cara y contribuye al reconocimiento del individuo (Marrero, 2013), reconocimiento que bien podemos entender como anclaje a su realidad, y que es muy pertinente a las teorías de la juventud; en un mundo dónde todo ocurre con gran rapidez, la construcción de una fachada deseable parece ser la forma de encontrar la aceptación del entorno, así mismo la forma fluida en la que suceden permiten que la cara tenga un carácter performativo, la maleabilidad o mutabilidad que mediante la autoficción de relatarse, se va creando otra subjetividad que se va sumando a los múltiples *yoes* que componen al ser humano, la corporalidad en Facebook se apoya por medio de la imagen, que da un rostro virtual a la identidad personal de la vida real.

2.3.4 Representación de la persona

Retomando el punto anterior, en palabras de Le Breton “Las representaciones del cuerpo son una función de las representaciones de la persona” (2002, pág. 27), así es como siguiendo con el autor, las representaciones de la persona y de las del cuerpo están insertas en visiones del mundo de las diferentes comunidades humanas, así la imagen del cuerpo es la imagen de uno nutrida con materiales simbólicos que tienen existencia en otro lado y que cruzan al hombre en un circuito de correspondencias, nunca existe de manera natural. El hombre un producto de sus representaciones, las fotografías se vuelven entonces la representación de la existencia.

La imagen nunca es realidad sino una representación física de la realidad, un código que constituye una de muchas unidades de intercambio y que media las relaciones sociales de los sujetos. El estudio de las representaciones deriva del interaccionismo simbólico, que a su vez se relaciona con la teoría de la teatralidad, así Serge Moscovici las definirá como “la representación social es una modalidad particular del conocimiento, cuya función en la elaboración de los comportamientos y la comunicación entre los individuos” (Mora, 2002,

pág. 7), se constituye como un “algo” organizado de conocimiento, en términos simples es el conocimiento de sentido común que tiene como objetivo comunicar, estar y sentirse parte del ambiente social origina el intercambio de informaciones.

La representación designa el saber (o sentido) común, son sistemas de valores, ideas y prácticas, surgen con un algo significativo y en nuestro caso de estudio es el surgimiento de Facebook como plataforma de socialización, y la utilización de fotografías como forma de presentación en red, es preciso conocer cuáles son las dimensiones que componen dicha representación, para ello usaremos la propuesta de María Banchs (1986); quien enfatiza que la representación es primordialmente conocimiento.

- a) Actitud: Positiva o negativa del conocimiento del objeto de la representación social.
- b) Información: Organización de conocimientos que posee un grupo respecto de un objeto social.
- c) El campo de representación: Jerarquiza la información, remitiéndonos a la idea de imagen, de modelo social.

Estas dimensiones que constituyen una representación social, se suman a la idea de *anclaje*, que es donde la representación social se liga al marco de referencia de la colectividad, instrumento útil para representar la colectividad, se objetiva, haciéndose parte de una red de significaciones, adquiriendo la representación social una funcionalidad reguladora (Mora, 2002).

Por otra parte Sergio Martinic (2006) señala que las representaciones construyen categorías en una operación básica de orden y clasificación del material, en general abundando, complejo y disperso, son sistemas de referencia que otorgan lógica y coherencia a los sujetos sobre hechos y sus relaciones, no son solo un reflejo del exterior, son una construcción que da significado “conocimiento práctico socialmente elaborado que se adquiere a través de experiencias comunes” (pág. 300). Además cada grupo social tiene sus ideas y principios que dan cuenta de sus particularidades y su forma de integrarse a la vida social, estos sistemas sociales se basan en las experiencias generacionales, de aquí que las representaciones de las fotografías de perfil

en Facebook sobre relevancia; son creencias propias de un grupo social, son ideas con lógica y lenguaje propio, que califican, valorizan como bueno o positivo, y que dicha valoración se enuncia a través de discursos y prácticas. Para este autor las representaciones tienen tres dimensiones centrales:

- 1) Contenido Informacional: Da cuenta de las distinciones cognitivas, conceptos y términos que contienen las representaciones para dar sentido e interpretar la realidad
- 2) Estructura: Orden interno que da sentido a las relaciones del contenido informacional de la representación.
- 3) Ética-Normativa: Es la dimensión que califica como válido, deseable o legítimo las distinciones y relaciones que la componen.

Estas dimensiones son similares a las planteadas por Moscovici, y resumidas por Banchs anteriormente, las representaciones con conocimiento y cuyas dimensiones de alguna forma dan sentido a este conocimiento, ordenando y normando la información que recibe (y emite), y que depende a su vez del grupo social en el que se encuentre el individuo, permitiéndonos acercarnos a nuestro objeto.

Finalmente, en un estudio práctico Bonacci: en el caso de la red social Facebook, define que la representación se forma a través de los contactos que el usuario agrega y acepta, además la presentación de sí mismo se encarna en la representación a través de imágenes donde sugieren expresiones, gestos, preferencias y posturas de quien crea y gestiona ese perfil y según este autor las representaciones de sí mismo en las fotos de perfil se pueden tipologizar en:

- 1) Estilo Personal: Gestos y posturas representan al creador del perfil, quien es el protagonista del retrato, ilustración de gustos, se conecta con la constitución de una experiencia de género de representación corporal.
- 2) Estilo Discreto: Focalizado en presentar una pluralidad de expresiones a través de la modulación de los gestos faciales, pero donde tiende a tener más cuidado en la exhibición del resto de la figura de la persona, hay un efecto “artificial” de la imagen respecto a lo representado, se usan programas para recortar y procesar imágenes.

3) Estilo Exhibicionista: Presta atención a los fetiches del erotismo contemporáneo sobre representaciones femeninas y masculinas. (Bonacci, 2011).

Estas formas de representar al individuo (y su cuerpo) dentro de la red, a través de la fotografía dan una idea de que lo que se exhibe además de ser una fachada socialmente construida y aceptada es intimidad, esto da pie para nuestro siguiente apartado.

2.2.5 Lo íntimo como espectáculo

Paula Sibilia, ante el aumento del contenido producido por los usuarios de internet, llama al estallido de creatividad “la hora de los amateurs”, que ponen al centro al sujeto que emite y recibe información. Jóvenes de todo el mundo utilizan sitios web y crean sus propios espacios de contenido, un torbellino de contenidos. La subjetividad es la forma de ser y estar en el mundo; la subjetividad no es un algo estable, que “reside” dentro de uno mismo, es algo que se va moldeando conforme avanza la cultura, la tecnología, las prácticas que esta conlleva. Es innegable que la cultura es intersubjetiva y que nuestra experiencia está modulada por la interacción con otros y con el mundo, por tanto comprender el sentido de las prácticas de exhibición de la intimidad, como el cuerpo es imperioso para entender el fenómeno en el que las juventudes se encuentran inmersas hoy en día. Los jóvenes se apropian de la cultura digital, y son estos los que ritualizan ciertas prácticas, desarrollan formas de ser y estar en el mundo a raíz de este entorno digital (Sibilia, 2008).

Así es como con el desarrollo de la social Web, la autora anteriormente citada denota que la red ha albergado distintas prácticas que podríamos denominar confesionales, la apropiación de las tecnologías invita a la exhibición de la intimidad, estos rituales son manifestaciones de un ambiente sociocultural que incita estas transformaciones, el experimentar con una fotografía, pose o tratamiento, y a la vez regulan la exhibición “aunque más no sea porque se presentan como escenarios muy adecuados para montar un espectáculo cada vez más estridente: el show del yo” (Sibilia, 2008, pág. 33), donde se exalta la individualización de yo a través de estas prácticas sociales.

Estudiar la experiencia subjetiva de la(s) (re)presentación(es) de las fotos de perfil de Facebook de jóvenes requiere de un análisis específico de la experiencia subjetiva, este tipo de análisis busca elementos comunes a los sujetos pero no necesariamente inherentes al ser humano, se trata de elementos culturales, análisis que es contingente con el contexto estudiado de los entornos virtuales que conviven con la experiencia de ser joven en la actualidad. Identificar las prácticas de individualización a través de la fotografía, para luego dialogar con jóvenes permite comprender cómo se construyen las representaciones de los otros, y en este ir y venir de las representaciones; y cómo se presentan los jóvenes en Facebook.

En un esfuerzo por comprender como se desarrollan los jóvenes hoy, cómo se forman las representaciones, y cómo el individuo se presenta a los otros; “La información acerca del individuo ayuda a definir la situación, permitiendo a los otros saber de antemano lo que él espera de ellos y lo ellos pueden esperar de él (Goffman, 1959, pág. 13), con esta cita podemos dar cuenta que la actuación ofrecida por el joven en la situación de presentar su fotografía de perfil, pretende por un lado que acepten su actuación (obtener *likes*) y por otra parte el público sabe qué se puede esperar de este joven, que actúe respecto de su rol en entornos no virtuales.

Y es que internet desde el espacio tan íntimo como el cuerpo nos conecta con un espacio público, colectivo, global “se convierte en un umbral al mundo. Porque más allá de que el uso de la PC es principalmente, un uso individual solitario, su percepción es social. Es un espacio de encuentro con los otros, de conexión con el mundo” (Racioppe, 2008, pág. 13), tal como lo definiera Castells, percibida y emitida individualmente, en lo cotidiano la vida adquiere sentido, y son las prácticas cotidianas las que han ido configurando nuevas representaciones del cuerpo, de lo deseable, de lo bello, todo esto remite al cuerpo donde Lasén y Puente destacan que, “la configuración del cuerpo y sus capacidades es un proceso del que participan también los dispositivos digitales, cuyas materialidades se encuentran en relaciones recíprocas de colaboración y conflicto, de extensión de posibilidades y de emergencia de nuevas coerciones con nuestros cuerpos” (Lasén & Puente, pág. 30), la cultura moldea las formas de presentación de los jóvenes a través de las fotografías, que se encuentran en contextos

digitales, es la nueva forma de comunicar de la juventud, y son estas formas de presentar las que generan el conocimiento de lo bello, lo feo, lo deseable, conocimiento que se traduce en representaciones, que en nuestro caso particular refieren a caracterizar cómo los jóvenes las describen. Es innegable el papel central del cuerpo, la relación entre cuerpos y la tecnología; el cuerpo es el marco, la puerta de entrada al mundo exterior, con el cuerpo encontramos nuevas experiencias, es nuestro primer medio de comunicación con el exterior, “las formas de compartir nuestra capacidad de agencia, de actuar, hacer con las tecnologías, afectan a los cuerpos, extienden sus mundos y pasan a formar parte de los procesos en los que dichos cuerpos se configuran” (Lasén & Puente, pág. 13), de aquí que la práctica de fotografiar afecta la forma en cómo exponen sus cuerpos los jóvenes, cómo perciben, comprenden e interiorizan estereotipos de belleza, deseabilidad, y cómo comparten su intimidad en el contexto de la fotografía. Siguiendo con esta línea, los autores anteriormente mencionados enfatizan que las tecnologías contribuyen a:

“Inscribir, ordenar, y organizar los cuerpos en un proceso de doble inscripción, en línea y fuera de esta, esta construcción bidimensional traduce a otras entidades, facilita su control, manejo y comunicación, permiten y grabar las huellas de entidades en devenir, móviles cambiantes y fluidos como son los cuerpos, por otra parte los usos y prácticas digitales, y los desarrollos de esa agencia compartida contribuyen a inscribir, a dar forma a los cuerpos a través de los hábitos, los gestos las capacidades y habilidades, los distintos aprendizajes adquiridos por los usuarios en esa relación cuerpo a cuerpo con lo digital. Los cuerpos son inscritos cuando son marcados, moldeados, diseñados, maquillados, tanto por inscripciones físicas y materiales como por otro tipo de inscripciones como la adquisición por repetición de gestos y disciplinas, maneras de hacer decir, de ser estar y parecer o de posar, la inscripción digital como la carnal-gestual; está íntimamente relacionada” (Lasén & Puente, pág. 31)

Los cuerpos se vuelven bidimensionales en la superficie de las pantallas, pueden tener una relación recíproca con los otros cuerpos frente a las pantallas, articulando lo íntimo y lo público, de aquí las fotografías compartidas sean problematizadas como formas de presentación y comunicación virtual, estarán normadas, de un modo repetidas por lo que en la cultura digital se considere deseable, de aquí que esperemos encontrar poses similares dentro del análisis etnográfico, pues la cultura moldea el cuerpo, y este a su vez se presenta a través de las fotografías digitales.

3.1 Tipo de Estudio

La presente investigación corresponde a un estudio exploratorio-descriptivo sobre las formas de presentación y representación de jóvenes en Facebook. Tiene carácter exploratorio ya que ante la revisión bibliográfica, hemos constatado que aunque existen investigaciones sobre lo virtual, pues el fenómeno de internet no es reciente, si lo es esta nueva cultura virtual, cómo se desenvuelven quienes han crecido con cambios tecnológicos y en específico las prácticas de presentación virtual que tienen los jóvenes; en Chile estudios desde lo cualitativo en esta temática no existen. Un diseño *Exploratorio* refiere a “familiarizarnos con fenómenos relativamente desconocidos, obtener información sobre la posibilidad de llevar a cabo una investigación más completa respecto de un contexto particular, investigar nuevos problemas” (Hernandez Sampieri, Fernández Collado, & Baptista Lucio, 1997, pág. 79), esto quiere decir que ante el bajo o nulo número de investigaciones de Facebook y jóvenes en Chile se entiende como exploratorio, así los casos estudiados permitirán a futuro seguir ahondando el tema de lo virtual, prácticas, y formas de presentación en el sitio.

Por otro lado pretende caracterizar, especificar prácticas de presentación y las representaciones que surgen del uso de la red social virtual de facebook, en las prácticas; la fotografía como formas de presentación, y las representaciones de los jóvenes que surgen a través de las fotos de perfil de los otros; se busca más allá de explorar el fenómeno, e identificar los aspectos sociológicos, por lo que también tiene características de estudio *Descriptivo*, dado que este estudio busca describir además de “especificar las propiedades, las características y los perfiles de personas, grupos, comunidades, procesos, objetos o cualquier otro fenómeno que se someta a un análisis” (Hernandez Sampieri, Fernández Collado, & Baptista Lucio, 1997, pág. 80) nuestro perfil aquí son los jóvenes, ya que ellos son la generación como explicamos anteriormente que más ha vivenciado los cambios tecnológicos de estos últimos años, y parte

de nuestros objetivos corresponden a caracterizar y describir sus usos, prácticas, en cuanto a fotografías de perfil en Facebook.

3.2 Tipo de Diseño

El diseño de la presente investigación es un *diseño cualitativo* realizado mediante dos técnicas, es necesario recalcar, que al ser Facebook un fenómeno nuevo para la investigación, es preciso investigar con métodos nuevos, o mezclar los ya conocidos con innovaciones que nos ofrece el mismo internet, en nuestro caso utilizaremos la etnografía virtual de fotografías de perfil en Facebook, caracterizando elementos distintivos (según representante, encuadre y tratamiento)⁶, y lo observado será contrastado con entrevistas en profundidad focalizadas, éste último instrumento tiende a la apertura en el sentido de no regularse por cuestionarios con selección de alternativas. Cabe señalar que en este tipo de estudio “el investigador se mueve en el orden de los significados y sus reglas de significación (...) su orden interno” (Ibáñez, 2006, pág. 19) con una mirada interpretativista del discurso emitido por los entrevistados, analizar el discurso en busca de una estructura interna.

Además tiene el carácter de *no experimental*, puesto que “lo que hacemos en la investigación no experimental es observar fenómenos tal como se dan en su contexto natural, para posteriormente analizarlos (...). En un estudio no experimentan no se genera ninguna situación, sino que se observan situaciones ya existentes, no provocadas intencionalmente en la investigación por quien la realiza” (Hernandez Sampieri, Fernández Collado, & Baptista Lucio, 1997, pág. 149), en nuestro caso no se genera ningún control sobre las variables de estudio, ni existe grupo de control.

Por otro lado es *transversal*, ya que se “recolectan datos en un solo momento, en un tiempo único. Su propósito es describir variables y analizar su incidencia e interrelación en un momento dado. Es como tomar una fotografía de algo que sucede” (Hernandez Sampieri,

⁶ Se explican en profundidad en el apartado de técnicas de producción de la información

Fernández Collado, & Baptista Lucio, 1997, pág. 151); el presente estudio es solamente propuesto para ver el fenómeno de las redes sociales en jóvenes en un momento.

Por último es un diseño *proyectado*, ya que el diseño es preconstruido, y posteriormente llevado a cabo en un trabajo de campo; así “el investigador no suele partir de cero: conoce la literatura o el estado de la cuestión, cuenta con interrogantes que le mueven a investigar, y le atraen unas perspectivas teóricas más que otras” (Valles, 2003, pág. 78), ello dado nuestra revisión bibliográfica, en el capítulo uno hemos construido nuestro objeto de estudio.

3.3 Universo y Muestra

De acuerdo a la revisión bibliográfica, en el texto *Generación @ versus Generación #. La juventud en la era hiperdigital*, de Feixa & Fernández-Planells del año 2014, la generación #; que es la que hemos propuesto para nuestro estudio nace entre los 1985–2000, viviendo su infancia en los años 90’s, y su adolescencia en la década del 2000, llegando a la juventud a partir de la década del 2010, es la juventud de la web 2.0, y sus edades según esta definición fluctúan entre los 32 años y los 17, no obstante en un texto del mismo autor del año 2016 (*Generación Hashtag. Los movimientos juveniles en la era de la web social*) propone estudiar a jóvenes de entre 18 y 24 años. Además de la evidencia empírica de los datos secundarios que en estas edades se registran las mayores frecuencias de uso de internet, ya sea móvil o fijo (navegación por computador); por lo que nuestro *universo teórico* está compuesto por jóvenes de ambos sexos entre los 18 y 24 años, residentes en Chile, con perfil de Facebook creado. Por la naturaleza de nuestro estudio que combina lo virtual con lo presencial, definimos dos universos empíricos; el *universo empírico virtual* lo componen jóvenes de ambos sexos entre 18 y 24 años con perfil de Facebook creado. Mientras que el *universo empírico presencial* está compuesto por jóvenes de 18 a 24 años, de la región de Valparaíso que utilicen Facebook.

3.3.1 Muestra

Al tener dos universos, se realizarán dos muestras para las dos técnicas de producción de datos. No obstante la muestra seleccionada deberá responder a tres criterios estructurales que

podrían ser relevantes para la construcción epistemológica del sujeto de investigación, y se ha determinado que los criterios de inclusión y exclusión estarán determinados de la siguiente manera:

Tabla 2: Criterios de Exclusión e Inclusión

- Residir en la región de Valparaíso
 - Ser hombre o mujer
 - Tener entre 18 y 24 años (información explicitada en Facebook).
 - Perfil de Facebook creado.
 - Disponer de fotografía de perfil pública
-

Fuente: Elaboración Propia

3.3.1.1 Muestra Virtual

En base a una *muestra no probabilística* del universo definido (18 a 24 años, con perfil de Facebook creado, fotografía de perfil pública). Se realizará una muestra *intencionada y razonada* ya que se buscará a los individuos que “posibiliten conocer-descubrir e interpretar el fenómeno estudiado en profundidad” (Fernández, 2005, pág. 43), aunque esto es una arbitrariedad se hace un función del cumplimiento de los objetivos teniendo en cuenta la conveniencia y pertinencia de la muestra en los criterios de factibilidad de la investigación. Además se realiza un *muestreo teórico* que viene determinada por la construcción del marco teórico y el objeto de estudio de la presente investigación; en este sentido el muestreo estará determinado por criterios de *heterogeneidad* en pos de encontrar la mayor cantidad de tipos fotografías de perfil, además de ser *estratificado* ya que a través de criterios de selección y exclusión que serán anteriormente expuestos se pretende estratificar en subgrupos los significados de cada uno de ellos, facilitando de este modo las comparaciones (Fernández, 2005).

Dichos criterios resumen la matriz estructural de observación de la etnografía, que se presenta en la siguiente tabla:

Tabla 3: Matriz Estructural Etnografía Virtual		
	Hombre	Mujer
18- 21 años	20	20
21-24 años	20	20
Total	40	40

Fuente: Elaboración Propia

Destacar además que de existir saturación⁷ de información con menos casos el número de entrevistas se reducirá.

3.3.1.2 Muestra Presencial

Los criterios de inclusión y exclusión fueron explicitados previamente, la residencia en la región de Valparaíso responde al lugar de residencia de la investigadora. Cumplir con el requisito de la edad es explicado en la accesibilidad a la navegación y uso de internet que se condicen con las fuentes secundarias de información, además de la construcción teórica del sujeto de estudio definida en el marco teórico, la juventud como un segmento etario anterior a pasar a la adultez, y en el que se conforman representaciones del entorno social. Además de tener perfil de Facebook creado (y por ende fotografía) implica que el sujeto entrevistado forma parte de la red, para determinar esta muestra se realiza un tipo de muestreo en cadena o bola de nieve de tipo no probabilístico entre jóvenes de 18 a 24 años, residentes en la región de Valparaíso con perfil de Facebook; este tipo de muestreo “tiene su origen en la búsqueda de comprensión de realidades culturales o personales” (Sandoval, 2002, pág. 123)

Los criterios de selección entonces son de *homogeneidad*, para la comparabilidad de los discursos, y de *heterogeneidad* de los entrevistados que están implicados en las edades y en el sexo de los entrevistados, estos se conjugan con los criterios de exclusión, además está presente *accesibilidad* a los entrevistados, que será determinada por los informantes claves con los que se cuente. Por ende la muestra presencial queda conformada de la siguiente manera:

⁷ En el ámbito de la investigación cualitativa se entiende por saturación el punto en el cual se ha escuchado ya una cierta diversidad de ideas y con cada entrevista u observación adicional no aparecen ya otros elementos. (Martínez-Salgado, 2012, pág. 617)

Tabla 4: Muestra Presencial entrevistados		
	Hombre	Mujer
18- 21 años	2	2
21-24 años	2	2
Total	4	4

Fuente: Elaboración Propia

La anterior tabla no da cuenta de las proporciones demográficas de la región, pues busca establecer un comparativo etario y de sexo entre la muestra, quizá a simple vista se presente como un sesgo, pero se ha hecho de tal modo que se cumplan los objetivos de la investigación, en otras palabras la elección de los entrevistados y el tamaño de la muestra es propositiva en función de que exista una riqueza de datos provistos por los entrevistados y habilidades de observación y análisis de la investigadora, y aunque la naturaleza de este estudio no debiese proponer un tamaño determinado este número de entrevistas es el mínimo para lograr los objetivos de la investigación, y juzgar si la muestra es adecuada y se espera encontrar un punto de saturación en la indagación cualitativa (Martínez-Salgado, 2012).

3.4 Técnica de Producción de información

Al ser un estudio cualitativo inscrito en el contexto de la cultura virtual, se proponen dos técnicas de producción de información que orientan a buscar técnicas coherentes con el tipo de objeto propuesto; por un lado la etnografía virtual y por otra parte la entrevista en profundidad focalizada.

3.4.1 Etnografía Virtual

La Etnografía Virtual como plantea Hine (2004) “puede servir para alcanzar un sentido enriquecido de los significados que va adquiriendo la tecnología en las culturas que la alojan o

que se conforman gracias a ella” (Hine, 2004, pág. 17) así los sentidos y las prácticas podrían ser estudiados a través de esta técnica, desde su punto de vista existen dos maneras de realizar una etnografía virtual y tiene que ver con las formas en que son entendidas las tecnologías. Una de ellas es la visión donde las tecnologías “representan un lugar donde se gesta una cultura: el ciberespacio” (Hine, 2004, pág. 18); esto condice con lo planteado de cibercultura, en el apartado teórico, destacando que desde este punto de vista que “el ciberespacio es un lugar plausible para realizar el trabajo de campo” (Hine, 2004, pág. 18), casi como la ciudad para el antropólogo, lo es el ciberespacio para esta investigación pues en él se establecen y mantienen “interacciones relevantes que pueden ser entendidas como constitutivas de una cultura en sí misma” y donde el “etnógrafo puede construirse a sí mismo como un actor que necesita tener experiencias similares a las de sus informantes, indistintamente de cuán mediadas estén tales experiencias” (Hine, 2004, pág. 19). Ello resulta interesante pues el encontrarnos inmerso en la denominada web social, el dominio de la tecnología no es ajeno a la investigadora, resulta fácil observar las interacciones a través del ciberespacio sin pretender que el estudio etnográfico abarque la totalidad de una cultura determinada; siendo imprescindible determinar entonces, el objeto etnográfico que en este caso no es un lugar físico concreto sino un complejo de relaciones e interconexiones que tienen lugar en el ciberespacio como campo. La otra visión está relacionada con entender a su vez las tecnologías como “artefacto cultural”, es decir “un producto de la cultura, en fin: una tecnología que ha sido generada por personas concretas, con objetivos y prioridades contextualmente situados y definidos y también, conformada por los modos en que ha sido comercializada, enseñada y utilizada”. (Hine, 2004, pág. 19).

Es importante señalar, que la autora plantea algunas premisas de estudio del objeto virtual, el ciberespacio no debe estar apartado de una conexión con la “vida real”; en este sentido los medios digitales son cultura y artefactos culturales a la vez, “El reto de la etnografía virtual consiste en examinar cómo se configuran los límites y las conexiones, especialmente, entre lo "virtual" y lo "real"” (Hine, 2004, pág. 81); de aquí que no solo utilizaremos una técnica, si no que debemos contrastar que lo observado es de algún modo representado también por jóvenes

en sus discursos cotidianos. Por último se debe señalar que “No hay una estructura de reglas que seguir para llevar a cabo una etnografía perfecta: ni siquiera definir los componentes fundamentales de la aproximación etnográfica” (Hine, 2004, pág. 82), por lo que este trabajo será apoyado con otra investigación, y no dejará de ser un tanto intuitivo en cuanto a las formas de analizar lo observado.

3.4.2 Entrevista en Profundidad Focalizada

La segunda técnica de investigación a utilizar será la *entrevista profundidad de tipo focalizada*, que es definida como “Técnica social que pone en relación de comunicación directa cara a cara a un investigador/entrevistador y a un individuo entrevistado” (Gaínza Veloso, 2006, pág. 219), por parte del entrevistador se espera que logre captar y acceder a una información oral que dé cuenta de las formas de pensar y sentir de los entrevistados, además de se pretende identificar y examinar los significados y sentidos que recorren y animan las respuestas verbales del entrevistado. (Gaínza Veloso, 2006), se procurará para efectos de esta investigación que se utilice un lenguaje claro que permita el entendimiento de las preguntas, es decir se utilizará un guión semi-estructurado, a fin de preguntar sobre la respuesta del entrevistado y plantear preguntas pertinentes a los objetivos de la investigación.

Alonso, nos propone la utilización de ésta técnica en función de las representaciones sociales, que son uno de los ejes centrales de ésta investigación “Estudio de las representaciones sociales personalizadas: sistemas de normas y valores asumidos, imágenes y creencias prejuiciales, códigos y estereotipos cristalizados, rutas y trayectorias vitales” (Alonso, 2007, pág. 228), es entonces un constructo comunicativo y en donde saldrán saberes explícitos e implícitos que se fundarán en los objetivos de la investigación (Alonso, 2007)

A modo de conclusión valiéndonos del texto de Valles sobre la entrevista en profundidad, es que se define como la mejor técnica para los objetivos de nuestra investigación puesto que la riqueza informativa obtenida por esta técnica, junto con que al no poseer un guión tan estricto genera una fase inicial del estudio orientaciones para una posterior investigación, además de

que ofrece gran accesibilidad a la información, y el seguimiento de las respuestas con la contra pregunta. (Valles, 2003), se agrega además que el carácter de focalizado existe debido a tres puntos que la explican:

- a) Los entrevistados han estado expuestos a una situación concreta (en nuestro caso son usuarios de Facebook)
- b) Los investigadores han estudiado previamente dicha situación (se realizan posteriormente de un análisis de contenido de fotografías de perfil)
- c) La entrevista se centra en las *experiencias subjetivas* de la gente expuesta a la situación, con el propósito de averiguar respuestas.

Por otro parte el autor sugiere que la entrevista debe procurar respuestas espontaneas, y sin embargo específicas, con amplitud de indagar las evocaciones experimentadas por el sujeto, y “*profundidad y contexto personal* (la entrevista debería sacar las implicaciones afectivas y con carga valorativa de las respuestas de los sujetos)” (Valles, 2003, pág. 185), optando además por preguntas semi-estructuradas que otorguen esa profundidad y especificidad de las respuestas.

3.5 Técnica de análisis de datos

3.5.1 Análisis de fotografía

La etnografía es la observación de hechos en un espacio determinado, en este caso en perfiles de Facebook, en apartados anteriores hemos mencionado que la fotografía como parte de la sociología visual es un objeto un poco dejado fuera por la ciencia social, sin embargo ante la nueva ola de imágenes en Facebook, nos parece prudente estudiarla, de aquí que utilizaremos la propuesta de análisis de contenido sugerida por Rocío Gómez y Julián Gonzales, del artículo Rutas y configuraciones de la imagen e perfil en Facebook (2013), en ella se plantea estudiar las fotografías de Facebook según tipo de representante, tratamiento de la imagen y

encuadramiento de esta. Para posteriormente revisar según configuraciones dominantes, representantes y encuadramientos.

En nuestro caso estudiaremos las 80 fotografías de perfil mediante Atlas ti versión 7.5, codificándolas según la anterior propuesta, destacando además que según Hine (2004), en cuanto a etnografía virtual no existen modos de investigar, es todo más bien imaginación sociológica. Al ser una gran cantidad de datos también utilizaremos tablas dinámicas en Excel 2010, que nos permitan ir viendo patrones de configuración de perfiles. Ahora bien; según Gómez y González (2013), nos encontramos con tres aspectos a observar en las fotografías de perfil.

1) **Representante:** Quién (o qué) aparece en la foto, revelando o no parte del mundo social, existen cuatro tipo de representante; Humano con biógrafos (1), No Humano con biógrafos (2), Humano sin biógrafos (3), no humano sin biógrafos (4). Estos dos últimos (3 y 4) suelen venir del mundo de la cultura, y se les considera sin biógrafos al no mostrar parte del mundo social del individuo dueño del perfil, no así los primeros (1 y 2) que pueden mostrar al sujeto del perfil, como no humanos (una mascota, su casa, su bicicleta, etc.) pero que implican parte de su mundo social.

Tabla 5: Tipo de Representante




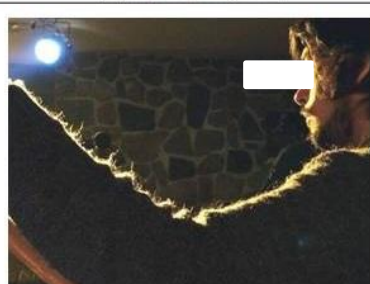
	Humano	No Humano
Con biógrafos	(1) 	(2) 
Sin biógrafos	(3) 	(4) 

Fuente: Elaboración Propia

2) **Tratamiento:** Intención de presentar la imagen, el efecto que se intenta dar a través de la imagen, aquí encontramos dos tendencias, por una parte el apego a la realidad, lo espontaneo;

no intervenida no escenificada (1). Otro tipo de imagen busca repetir la escena de lo real, pero previamente simulado, moldeado, busca ser espontanea pero existen detalles de intervención; no intervenida escenificada (2). Intervenida no escenificada (3) refiere a aquel tipo de fotografía que abandona las convenciones de parecer real, utilizando filtros de distorsión de la realidad, e intervenida escenificada (4) a aquella donde existe un trabajo de escenificación muy alejado de lo real y que utiliza técnicas de intervención fotográfica.





Tabla 6: Tipo de tratamiento

	Intervenida	No intervenida
Escenificada	(4) 	(2) 
No Escenificada	(3) 	(1) 

Fuente: Elaboración propia

3) Enquadramiento: Esto refiere a la información del mundo social que se toma en la imagen de perfil, y aunque es imposible que una sola fotografía revele todo el mundo social, si es posible que estas representaciones aludan a la realidad o que aludan a la unidad completa o una fracción de esta. Encontramos; unidad con contexto amplio (1) donde se presenta la persona u objeto en un entorno con sentido, y unidad con contexto restringido (2) donde la unidad (persona u objeto) ha sido despojado de todo contexto social. Otro tipo fracción en contexto amplio (3), donde aparece una parte del representante pero contextualizada (generalmente *selfies* con rostro), y un cuarto tipo fracción con contexto restringido (4), generalmente partes del cuerpo.

Tabla 7: Tipo de encuadramiento

	Unidad	Fracción
Contexto amplio	(1) 	(3) 
Contexto restringido	(2) 	(4) 

Fuente: Elaboración propia

3.5.2 Análisis de Contenido

En correspondencia a los objetivos de la investigación se opta por la realización de la técnica de análisis de contenido cualitativo, esta técnica “procura comprender los datos no como un conjunto de acontecimientos físicos, sino como fenómenos simbólicos, y abordar su análisis directo” (Krippendorff, 1990, pág. 7), se entiende así que según el autor el análisis de contenido trasciende las nociones convencionales del contenido como objeto de estudio. Además este posibilita un análisis fluido y en concordancia con los objetivos, pues las categorías de análisis son pre-construidas al análisis, así siguiendo con la línea de Krippendorff este análisis es sensible al contexto, capaz de procesar formas simbólicas, y abordar una gran cantidad de datos.

Spencer L. , Ritchie, Ormston, O'Connor, & Barnard, en su texto *Analysis: Principles and processes* (Análisis: Principios y procesos) del libro *Qualitative Research Practice. A guide for social science students and researchers* (Investigación Cualitativa Práctica. Una guía para estudiantes e investigadores de ciencias sociales) (2014) describen que el método para realizar este tipo de análisis es en primera instancia Familiarizarse con el fenómeno de estudio, identificando tópicos y subtemas de interés. Posteriormente se construye un índice temático – códigos– de lo que se quiere ver (que corresponde a los objetivos de la investigación), para

luego indexar las unidades de texto en dicho índice, y que luego se analiza según los extractos de textos, para definir qué es lo que dice cada extracto, encontrar similitudes en los discursos. En el capítulo siguiente: *Analysis in Practice* (2014) agregan además que el índice temático debe tener subtemas, estos se agregan por orden de importancia, y que las entrevistas deben ser clasificadas bajo este índice. Al analizar por código los extractos asignados, es conveniente a su juicio realizar matrices de códigos para comparar los discursos de los entrevistados y encontrar similitudes, a los que posteriormente se les asignará categorías, donde se podrá detectar elementos y dimensiones que otorgarán explicaciones a los temas, estos pueden aparecer explícita o implícitamente.

Así que procederemos de la siguiente manera:

1) Transcripción y sistematización de la información: Luego de transcribir las entrevistas, se procederá a categorizar la información en códigos preestablecidos en la pauta de la entrevista, y que corresponden a los objetivos de la investigación. Se utilizará el programa F4 para la transcripción y AtlasTi 7.5 para el análisis de las entrevistas.

2) Codificación y agrupamiento de información: Una vez codificadas las entrevistas, se proceden a leer los extractos de información agrupandolos en categorías, y luego dimensiones, para agrupar en una tabla de contenidos que permita observar, comparar e identificar tópicos respecto de las respuestas obtenidas en las entrevistas según las categorías.

3) Análisis: Una vez generadas las categorías de análisis y dimensiones, se procede a analizar la información, utilizando la teoría y la reflexividad investigativa. Para el caso de las fotografías de perfil el objetivo es caracterizar las prácticas asociadas, a través de la observación. Las entrevistas son analizadas en función de los objetivos específicos, caracterizar las prácticas de representación visual a través de las fotografías, qué es lo que se distingue en el uso de estas, cuáles son los gustos y significados asociados a las fotografías de perfil, y por último la representación propia como una construcción social. Además se realiza una contextualización del uso de internet y los elementos que distinguen a la generación.

3.6 Plan de trabajo

Tabla 8 Plan de Trabajo

Etapa	Actividades	Mayo 2016	Junio 2016	Julio 2016	Agosto 2016	Septiembre 2016	Octubre 2016	Noviembre 2016	Diciembre 2016	Enero 2017	Febrero 2017	Marzo 2017	Abril 2017	Mayo 2017
Aceptación de Proyecto Tesis	Elaboración de Problematicación	X												
	Elaboración de Marco Teórico y Metodológico		X	X	X	X	X							
	Plan de Observación de Fotografías										X			
	Esbozo de Pauta de Entrevista										X	X		
Trabajo de Campo	Observación de Fotografías											X		
	Clasificación de Fotografías											X		
	Búsqueda de Participantes para entrevista											X		
	Realización de Entrevistas											X		
Análisis	Análisis de Fotografías											X		
	Transcripción de Entrevistas												X	
	Interpretación y Análisis de datos.												X	
Presentación de resultados finales	Redacción de Resultados												X	
	Presentación de Proyecto Final para corrección												X	
Defensa de Memoria de grado	Entrega de Resultados de Investigación (4 copias)													X
	Presentación de Tesis													X

Fuente: Elaboración Propia

3.7 Calidad del diseño

3.7.1 Confiabilidad y Validez

La calidad del diseño emerge de la concepción de los debates epistemológicos de la validez de la técnica cualitativa como método de investigación científica, esta implica observación y la medición de la realidad (Álvarez-Gayou Jurgenson, 2006). El presente diseño de investigación tiene *Validez Interna*, puesto que resguarda las formalidades propias de la aplicación de las técnicas metodológicas, además de la construcción de un marco teórico que sirve como base para la proyección de la investigación en una técnica, además está sujeto a la evaluación de un experto en metodologías cualitativas.

Además de la *confiabilidad* que está determinada por los resultados que se obtendrán al realizar la investigación y que dicen relación con los resultados a los que podrían llegar investigaciones similares y que tengan resultados parecidos. Además de la utilización de un conjunto de recursos técnicos propios de la aplicación de cada técnica utilizada, procurando el uso formal de las técnicas, con una base de datos para la etnografía virtual y en el caso de las entrevistas la reserva de copias en audio y transcripciones escritas (Valles, 2003)

La muestra aunque *no es representativa*, puesto que esto no importa para los principios de la investigación cualitativa, de todas formas la muestra está construida desde el punto de vista teórico, por lo que su validez se determina del cumplimiento de los objetivos, además está sometida a *criterios de saturación* de encontrarse con los mismos resultados de análisis al realizar las entrevistas a jóvenes de mismo rango etario y distinto sexo. (Álvarez-Gayou Jurgenson, 2006)

3.8 Consideraciones éticas

La presente investigación compromete para las dos técnicas privacidad, confidencialidad y anonimato (Valles, 2003). También a través del consentimiento informado se les indicará a los/las entrevistados/as que:

- Información a los participantes de que la presente investigación es sin fines de lucro.
- Se propone evitar ahondar en temas profundos, o que resulten incómodos para los entrevistados/as.
- Resguardo de la confidencialidad de los entrevistados, propuesta de anonimato para los participantes de las entrevistas.
- Posibilidad de participación o no al informar la grabación de la entrevista.

El consentimiento informado se obtendrá al explicitar los propósitos académicos de la investigación, y el uso exclusivo de la información en fines académicos, de esta manera obtener entrevistas voluntarias y en conocimiento de los fines para los que estos datos serán utilizados.

Para el caso de la etnografía virtual, se adopta el código de la asociación de investigadores de internet (*Association of internet researchers AoIR*) de 2012, que describe algunas formas de proceder en el caso de realizar investigaciones, en términos generales si se emplea análisis visual y textual, análisis de contenido u otros métodos de análisis para estudiar la web y/o imágenes facilitadas por Internet, escritos y formas de medios, no se debe provocar daño a los usuarios de las páginas revisadas para conseguir los objetivos de la investigación (*Association of Internet Reseachers (AoIR), 2012*), es importante destacar que la foto del perfil actual es visible para cualquiera, y se puede decidir quién puede ver otros detalles, como la descripción, los “Me gusta” o los comentarios (Facebook); así se utilizará sólo información pública que el usuario ha decidido compartir, además la identidad de la investigadora no será revelada con la finalidad de encontrar el fenómeno de manera neutral, además reiteramos las fotografías no serán compartidas.

4.1 Formas de presentación de las fotografías de perfil

Tras la codificación de las 81⁸ fotografías, se obtuvo que del total de la muestra según tipo de representante 79 corresponden a humano con biógrafos, y uno a humano sin biógrafos, por lo que se puede decir que la totalidad de las fotos de perfil estudiadas corresponden a usuarios que muestran una foto de sí mismos, y no objetos u otros sujetos (famosos, cantantes, deportistas, artistas) que los representen en la red.

Según el tipo de tratamiento, los códigos “No intervenida escenificada” e “Intervenida escenificada” con 32 apariciones cada uno, ello indica que al menos un 80% tiene un grado de tratamiento en su fotografía de perfil, ya sea escenificando (posando) o interviniendo (utilización de filtros y edición de fotografías).

Respecto al tipo de encuadre, esta muestra mayor dispersión, 31 casos corresponden a “fracción en contexto amplio” y 22 a “fracción en contexto restringido”, esto muestra una tendencia a mostrar partes del cuerpo dentro de la fotografía de perfil en razón de 24 casos que se encuentran codificados como “Unidad en contexto amplio”, donde aparece el usuario en un contexto social amplio, generalmente fotografías donde exponen lugares visitados.

4.1.1 Composición de la fotografía

Análisis según representante

Del total de los casos estudiados, 79 de las fotografías presentan “humano con biógrafos” en su composición, ello refiere a que el usuario del perfil de Facebook se muestra dentro de su perfil,⁹ coincidiendo el muestra su cara, su cuerpo, y su entorno social en las fotografías. Existe sólo un caso donde no se puede apreciar el contexto que le rodea por lo que se califica

⁸ Se agregan una más a la muestra, pero no será parte de los análisis puesto que corresponde a una imagen con un representante no humano sin biógrafos, no es una fotografía es un dibujo.

⁹ Es posible que exista un sesgo de la información, pues al ir buscando a través de perfiles, imágenes que presentaban características de no humano tenían mayor seguridad en sus perfiles (los datos no son públicos) por lo que se optó por dejarlos de lado.

de “sin biógrafos”, el trabajo de observación de este perfil permitió determinar que pese a usar muchos filtros¹⁰, si correspondían a sus fotografías, sólo que este caso particular le faltaba contexto.

Es importante destacar que sin distinción de sexo o edad nuestra muestra está compuesta por fotografías del usuario en las que figura su cuerpo o parte de él. Ahora para entrar más profundamente en la descripción de las fotografías, presentamos una tabla con la descripción:

Tabla 9. Presentación del cuerpo en fotografías de perfil

Muestra	Cuerpo completo	Parte del cuerpo
H 18 – 21	5	15
H 22 – 24	8	12
M 18 – 21	7	12
M 22 – 24	8	12
Total general	28	51

Fuente: Elaboración Propia

De los casos (79) que presentaron un representante humano se observa una tendencia indistinta de edades y sexo a mostrar una parte del cuerpo, por sobre el cuerpo completo, esta parte es generalmente la cara, que se relaciona con el uso de las denominadas *selfies* (autorretratos realizados principalmente con cámaras de teléfonos móviles); posteriormente las analizaremos en mayor profundidad.

Análisis según encuadramiento

En este caso se presenta mayor dispersión en las fotografías, pues existen casos de “fracción con contexto restringido” (22), “Fracción con contexto amplio” (30), 25 casos de “unidad con contexto amplio” y solo tres casos de “unidad con contexto restringido”, como lo muestra la siguiente tabla:

Tabla 10. Encuadre de fotografías de perfil

Muestra	Fracción con contexto restringido	Fracción con contexto amplio	Unidad con contexto amplio	Unidad con contexto restringido
H 18 – 21	6	9	4	1
H 22 – 24	4	8	8	

¹⁰ Ediciones de imagen.

M 18 – 21	8	5	5	2
M 22 – 24	4	8	8	
Total general	22	30	25	3

Fuente: Elaboración Propia

De aquí se puede destacar que en el caso de las edades, en nuestra muestra los jóvenes de 18 a 21 años representan 28 casos de fotografías que presentan un encuadre de fracción ya sea en un contexto restringido o amplio, vale decir se exhibe una parte del cuerpo, ya sea mostrando el contexto social o una parte pequeña de este, se asocia también al estilo de las *selfies*, por su parte jóvenes de 22 a 24 años presentan 16 casos de “unidad con contexto amplio” y “fracción en contexto amplio” respectivamente, destaca que la muestra del contexto amplio deja entrever que la persona muestra parte de su mundo social en estas fotografías, en donde este último adquiere igual relevancia que el cuerpo del usuario del perfil, estos casos quizá se deban a un grado de madurez respecto del otro grupo, puesto que no es necesario exhibir el cuerpo o su mejor parte para obtener aceptación, aquí lucen también los paisajes (existe gran presencia de lugares naturales, o fuera de la región). En el caso del sexo, los datos se presentan dispersos (hay variedad de encuadres) pero similares (no hay diferencias significativas en cuanto a sexo). Las fotografías se tienen a agrupar según su encuadre en “fracción en contexto amplio” y “unidad en contexto amplio” (17 y 12), y con 10 casos “fracción en contexto restringido” para los hombres, mientras que mujeres existen 13 casos de fracción o unidad en contexto amplio, y 12 casos con “fracción en contexto restringido”.

Tipo de tratamiento

En este caso las fotografías que presentan algún tipo de tratamiento, que se entiende como la aplicación de filtros de imagen, que cambian los colores, otorgando estilos de otros tipos de cámaras y lentes (análogas, lomo, ojo de pez, etc.), o algún uso de programa para mejorar la calidad de la imagen, mientras que las imágenes escenificadas refieren al uso de fotografías espontáneas o con pose –que hay intención de sacar/posar para una fotografía–, en este caso se agrupan de la siguiente forma:

Tabla 11. Tratamiento en fotografías de perfil

Muestra	Intervenida escenificada	Intervenida no escenificada	No intervenida escenificada	No intervenida no escenificada
H 18 – 21	8	2	8	2
H 22 – 24	6	3	6	5
M 18 – 21	8	1	10	1
M 22 – 24	9	2	8	1
Total general	31	8	32	9

Fuente: Elaboración Propia

Podemos notar que la mayor parte de las fotografías poseen algún grado de tratamiento, pues 32 fotos de perfil tienen una escena, el sujeto posa pretendiendo naturalidad, en tanto 31 fotos se encuentran escenificadas e intervenidas, ello además de la pose implica un arreglo de la fotografía. Ello da pistas de lo revisado en la teoría, el acto de tomar una fotografía es intencionado, y la cara visible pulida a través de aplicaciones, entregando a la escena virtual un “yo estilizado”.

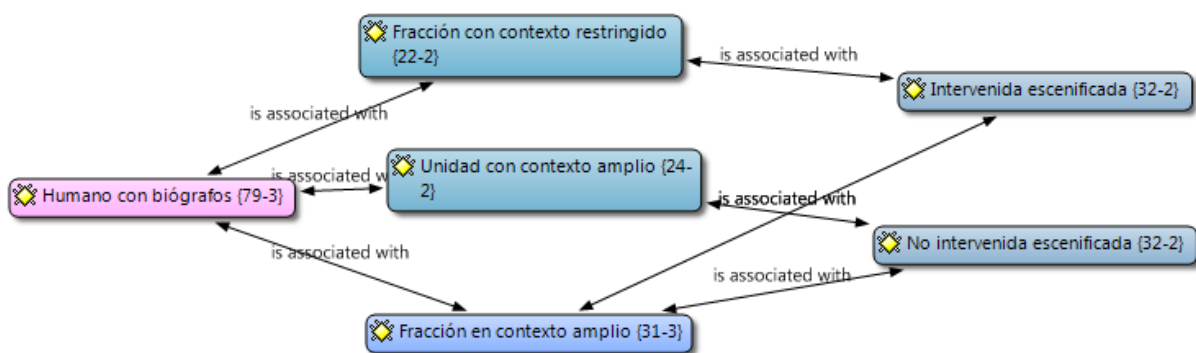
En relación a las edades no existen diferencias significativas, si una ligera tendencia a que el grupo de menor edad tenga mayor propensión a la escenificación (34 versus 29), la mayor parte de los casos presenta una intervención en el tratamiento. De aquí que 32 casos corresponden a “no intervenida, escenificada”, de ellos 18 tienen edades de 18 a 21 años, y 14 edades de entre 22 a 24 años. En cantidad de frecuencia 31 casos son fotografías “intervenida escenificada”, 16 casos de la muestra corresponden al grupo de menor edad, y 15 al grupo de edad mayor.

Respecto al género, las mujeres tienen más casos de escenificación y tratamiento de la fotografía, 35 casos tienen una escenificación con o sin tratamiento, ello puede relacionar con el rol de género impuesto por nuestra sociedad “lucir bien”, y en un acto de elegir una foto de perfil reproduce este mandato. En el caso de los hombres 28 casos de la muestra presentan una escenificación con o sin tratamiento.

4.1.2 Configuraciones de las fotografías de perfil

Pero ¿cómo se configuran las fotografías de perfil del estudio?, dentro de la muestra nos encontramos con que existen 4 configuraciones principales de perfil, conviniendo que el representante principal es “Humano con biógrafos” (79 casos), hay tres tipos de encuadre mayoritario ya sea unidad en contexto amplio, o fracción en contexto amplio o restringido, estas siempre se encuentran escenificadas, y varían en su grado de intervención o no, tal como lo muestra la siguiente figura:

Figura 1: Configuraciones de fotografías de perfil en Facebook



Fuente: Elaboración propia

Así es como las configuraciones de perfil encontradas las podemos distinguir de la siguiente manera:

1) Humano con biógrafos, Fracción con contexto restringido e Intervenida escenificada (15 casos); se trata de fotografías de perfil donde se muestra el dueño del perfil, específicamente una parte del cuerpo del representante, posando (se escenifica, se prepara para la fotografía) y que presenta tratamientos de postproducción de la imagen.

2) Humano con biógrafos, Unidad con contexto amplio, No intervenida escenificada (14 casos); en este caso las fotografías de perfil presentan al sujeto al que pertenece el perfil con cuerpo completo, o gran parte de este, en espacios amplios (paisajes de otras ciudades, lugares), que no tienen procesos de intervención de la imagen pero sí existe una pose, una intencionalidad de parecer naturales.

3) Humano con biógrafos, Fracción en contexto amplio, No intervenida escenificada (13); estas fotografías de perfil presentan una parte del cuerpo del sujeto (mayoritariamente la cara) en paisajes, o ambientes, en su tratamiento no se encuentran editadas por programas, o utilizan filtros de mejoramiento de la imagen, si el representante escenifica una pose para la fotografía.

4) Humano con biógrafos, Fracción en contexto amplio, Intervenida escenificada (10); en este último caso el usuario del perfil aparece en un encuadre amplio, mostrando parte de su contexto social, pero posee más tratamiento que el tipo anterior, es decir se preocupa de escenificar la imagen además de editar posteriormente la imagen.

Estas configuraciones implican en primera instancia el asumir que existe algo humano dentro de las fotografías de perfil estudiadas, una entidad que identifica y presenta al sujeto dueño del perfil; de aquí que el acto de presentarse a la red virtual resulte difícil si no es con una figura humana. Por otra parte estas configuraciones de perfil tienden a presentar fracciones del mismo sujeto, la captura del detalle del cuerpo, el primer plano de la cara, esta tendencia también guarda cierta relación con el punto anterior, se sigue utilizando una entidad humana, pues sigue conservando una forma de presentación del individuo, que aunque fraccionada sigue siendo perteneciente a su cuerpo, a su existencia. Finalmente en el ámbito de la intervención (postproducción de la imagen) y escenificación (preproducción de la imagen) implica más allá de la captura del representante una simulación, mejora, embellecimiento del sujeto presentado en la fotografía, ello implica tal como lo señalaba la bibliografía revisada una preocupación de la estética y la producción de la fotografía de perfil, no es sólo el acto de fotografiarse es una multiplicidad de construcciones y decisiones complejas que de alguna forma configuran las fotografías de perfil de los usuarios estudiados.

4.1.3 Las reacciones según tipo de fotografía de perfil

Al comenzar es importante señalar, que estos códigos emergieron en el proceso de observación de fotografías, ante el supuesto que ciertas fotografías de perfil generan más reacciones¹¹ o sí las reacciones de algún modo están mediadas por sexo o edad, suponiendo que este es un indicador de las interacción que tienen los nodos (usuario de la fotografía de perfil) en la red. No obstante hay otros factores que pueden incidir en estas reacciones, que por lo acotado de la investigación escapan de nuestro alcance, ello puede ser la cantidad de amigos que se tenga en Facebook, las relaciones (más intensas o no) que se tengan con otros nodos (otros usuarios), pese a esto nos parece interesante acercarnos a estas reacciones, bajo la premisa de que el actor presenta su performance para el beneficio del público, construye su cara (fachada) en función de las reacciones: “una actuación (performance) puede definirse como la actividad total de un participante (...) que sirve de algún modo para influir sobre los otros participantes (...)” (Goffman, 1959, pág. 27), presentar en este caso una fotografía de perfil por sobre otras influiría la elección de determinada foto de perfil.

Dicho esto, en términos de reacciones es posible cuantificar que el total de las fotografías tiene en total 5903 reacciones, que van desde 3 a 580 reacciones, lo que genera un promedio de 74 reacciones por fotografía. A nivel de sexo los hombres acumulan 2436 reacciones mientras que las mujeres 3467, mil interacciones más que el sexo masculino. Y en términos de edad el grupo de edad menor (18 a 21 años) tiene 3234 interacciones, mientras que el grupo de edad mayor acumula 2669. Estos datos pueden resumirse en la siguiente tabla:

Tabla 12. Número de reacciones según constitución de la muestra

Muestra	Nº Reacciones acumuladas
M 18 – 21	2107
M 22 – 24	1360
H 22 – 24	1309
H 18 – 21	1127
Total general	5903

Fuente: Elaboración Propia

¹¹ Actualmente facebook además del botón me gusta ha añadido reacciones a cada publicación-foto, vídeo, estado, etc.) que se realiza, estos son: “me gusta”, “me encanta”, “me divierte” “me asombra” “me entristece” y “me asombra”.

Es interesante destacar que en términos de número de muestra existen 20 casos para cada tipo (mujer de 18 a 21, y 22 a 24, hombre de 18 a 21, y 22 a 24), y sin embargo el grupo de mujeres de 18 a 21 tienen casi el doble de interacciones que el otro grupo. Lo que nos lleva a especular, ¿qué tipo de fotografía de perfil distingue un grupo de la muestra del otro?, para responder a esto nos centraremos en los cuatro tipos de fotografías descritos en el punto anterior.

Tabla 13. Reacciones según configuraciones de perfil

Tipo Configuración	Descriptor	N° Total de Interacciones	N° Fotografías	Interacciones Promedio
Tipo 1	Humano con biógrafos +Fracción con contexto restringido +Intervenida escenificada	832	15	55
Tipo 2	Humano con biógrafos +Unidad con contexto amplio +No intervenida escenificada	1163	14	83
Tipo 3	Humano con biógrafos +Fracción en contexto amplio +No intervenida escenificada	1280	13	98
Tipo 4	Humano con biógrafos +Fracción en contexto amplio +Intervenida escenificada	778	10	78

Fuente: Elaboración Propia

La tabla anterior muestra las reacciones que genera cada tipo de fotografía de perfil, es preciso señalar que acumulan gran número de interacciones pues son las fotos que más frecuencia tienen, aun así si calculamos el promedio en el caso del tipo 1, tiene 55 interacciones, siendo el menor número de interacciones 3 y el mayor 130. En el tipo 2 encontramos que el promedio es 83 y el número de interacciones va de 5-306, que es una fotografía de una joven de 18-21 años que parece con sus padres vestida de gala en lo que parece ser una celebración formal. Para el tipo 3 encontramos que el número mayor de interacciones es 580 que corresponde a la fotografía de perfil de una mujer 18 a 21 mostrando medio cuerpo en un atardecer rodeada de vegetación, el menor número de interacciones para este tipo de foto de perfil es 9, promediando 98 reacciones. Finalmente el tipo 4 de las interacciones van 11 a 306, cuya fotografía es una joven de 18 a 21 años esbelta en bikini (sólo muestra la parte de arriba de su cuerpo) en un lugar con mucha vegetación, este tipo de fotografía tiene 78 reacciones promedio.

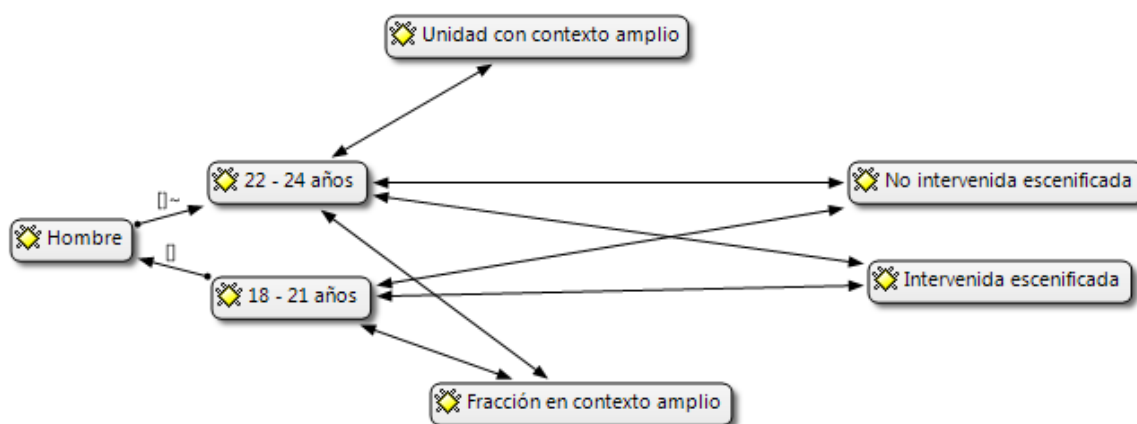
En todos estos casos el número mayor de reacciones lo tienen las fotografías que corresponden a perfiles femeninos, especialmente de 18 a 21 años, que responden al número de interacciones que estas tienen (tabla 12) es por ello que en el siguiente apartado intentaremos identificar cuáles son los tipos de fotografías de perfil que caracterizan a los jóvenes de nuestra muestra tomando como variables la edad y el sexo.

4.1.4 Presentarse en fotos

Para poder encontrar diferencias entre los jóvenes de distinto sexo, se ha utilizado la herramienta de mapas conceptuales en Atlas.ti, que relaciona los códigos con presencia o no:

Hombres

Figura 2: Presentación de fotos de perfil de Hombres en Facebook



Fuente: Elaboración propia

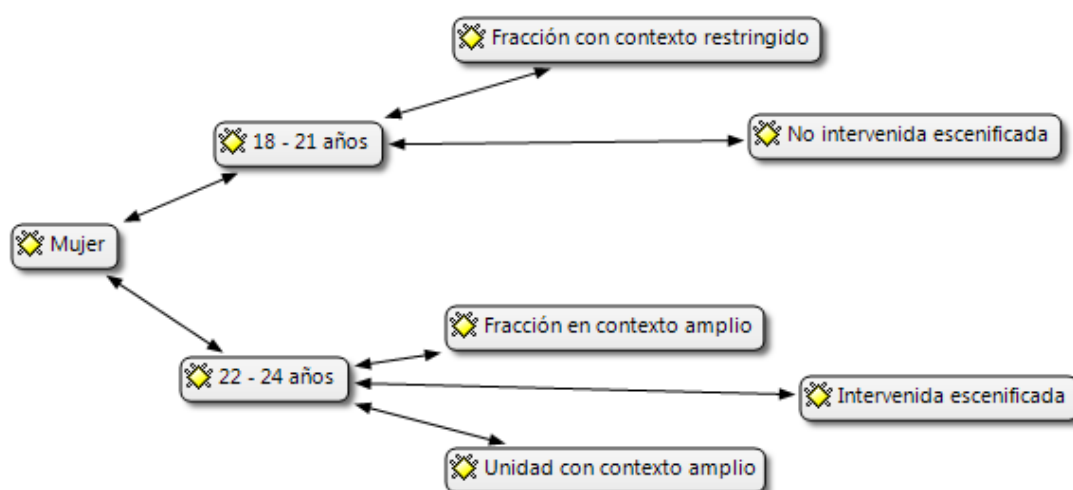
La figura anterior muestra que en el caso de los hombres de la muestra¹², según sus edades ambos grupos del estudio utilizan tratamientos de tipo “no intervenida escenificada” e “intervenida escenificada”, lo que demuestra una preocupación por la fotografía del perfil, por un “verse bien” en la presentación en red. En relación al encuadre de las fotografías, los jóvenes de 18 a 21 tienden a mostrar fracciones en contextos amplios mientras que los hombres de 22 a 24 muestran más fotografías con “Unidad en Contexto Amplio” y “Fracción en contexto amplio, en este sentido el ámbito social queda explicitado en la fotografía, si pensamos en los elementos comunes que los identifican en el caso de los hombres sobresale

¹² Se excluye el tipo de representante tanto para hombres y mujeres pues sólo existe un caso de un humano sin biógrafos (mujer), el resto corresponde a humano con biógrafos.

que se presentan contextos amplios, y la escenificación de la fotografía: se preparan para tomarse una foto. Esto nos da luces y condice con lo estudiado por Feixa y Fernández-Planells (2014), en la era digital las juventudes tienen valores simbólicos asignados a ciertas prácticas, la juventud revaloriza estos atributos simbólicos, integrándolos a su vida diaria y que son incorporados en el cuerpo, y en las prácticas cotidianas como la selección de una fotografía de perfil.

Mujeres

Figura 3: Presentación de fotos de perfil de Mujeres en Facebook



Fuente: Elaboración propia

Sobre la forma que tienen las mujeres de la muestra de presentarse en las fotografías de perfil podemos decir que quienes tienen de 18 a 21 años suelen tener fotografías de fracciones en contexto restringido, este tipo de encuadre es una muestra de que las mujeres de esta edad privilegian presentar partes más deseables o sus mejores partes de su cuerpo, dejando fuera el contexto social. Por otra parte según tipo de tratamiento tienen a usar fotografías no intervenidas pero sí escenificadas, pues al mostrar partes del cuerpo escenifican su fotografía de perfil.

Respecto del segundo grupo de la muestra, las mujeres de la muestra de 22 a 24 años de edad, tienen a mostrar ya sea el cuerpo completo o una parte de este pero en contexto amplio, es decir dejando ver el paisaje en el que se encuentran o su contexto social (lugares que frecuentan, lugares que visitaron, entre otros), y además existe una preocupación sobre el

tratamiento de la imagen pues además de presentar procesos de escenificación (posar) muestran intervención en sus fotografías, ello refiere a utilizar filtros en la fotografía, o realizar retoques de imagen con otros programas.

4.1.5 El cuerpo en la presentación de sí

Teniendo en consideración que en términos de mayor frecuencia de determinado encuadre las fotos que tienen fracciones del cuerpo ya sea “Fracción en contexto amplio” (30) o “Fracción con contexto restringido” (22), en esta sección buscaremos definir cuál es la parte del cuerpo que mayormente se presentan en la fotografías de perfil estudiadas.

En primera instancia, se presenta una tabla que resume el cuerpo o las partes de este que aparecen en las fotografías de perfil estudiadas en esta investigación.

Tabla 14. Presentación del cuerpo en las fotografías de perfil

	18 - 21 años			22 - 24 años			Total Gral.
	Hombre	Mujer	Total	Hombre	Mujer	Total	
Cuerpo completo	5	7	12	8	8	16	28
Parte del cuerpo	15	13	28	12	12	24	52
Total general	20	20	40	20	20	40	80

Fuente: Elaboración propia

La tabla 14 resume la información presentada, en general 52 casos de los 80 estudiados muestran una parte del cuerpo por sobre los 28 casos que muestran su cuerpo completo. Según los grupos de edades quienes tienen 18-21 años privilegian mostrar una parte de su cuerpo por sobre el cuerpo completo a diferencia del grupo de mayor edad, no obstante las diferencias no son tan grandes entre un grupo y el otro. En el caso del género, tanto hombres como mujeres no presentan grandes diferencias significativas respecto de la parte del cuerpo que muestran.

Ahora bien, más allá del número que estas fotografías representan es interesante destacar que en el caso de las 52 fotografías de perfil que presentan parte del cuerpo mostrada, en todas se presenta la cara, acompañada de alguna parte del cuerpo; independiente del encuadre es la cara lo que identifica al sujeto dentro de la red, el *face* del libro de caras; estas fotografías presentan

tratamientos y poses que como ya mencionamos son intencionadas. Ahora bien en términos de reacciones de las fotos, la tabla 15 nos presenta un resumen según edades de la muestra y su sexo:

Tabla 15. Suma de reacciones según parte del cuerpo expuesta en la fotografía de perfil

	18 - 21 años			22 - 24 años			Total general
	Hombre	Mujer	Total	Hombre	Mujer	Total	
Cuerpo completo	325	781	1106	615	529	1144	2250
Parte del cuerpo	802	1326	2128	694	831	1525	3653
Total general	1127	2107	3234	1309	1360	2669	5903

Fuente: Elaboración propia

Esto nos permite apreciar que en término de interacciones y “me gusta” quienes exhiben partes de sus cuerpos, tienen en número mayores interacciones que quienes muestran el cuerpo completo, en números casi son el doble de estos, es decir 2.250 reacciones versus 3.653; sin embargo al promediar la cantidad de interacciones con el número de fotos en el caso de cuerpo completo da 80 interacciones, mientras que una parte del cuerpo dentro de la fotografía promedia 70, esto podría ser una señal de que la audiencia (los amigos del usuario de Facebook) premian el mostrar la escena completa antes que una fracción, el ser un actor sincero frente a la puesta en escena del actor.

Es importante señalar que tal como ocurrió en casos anteriores el grupo de edad menor tiene mayor número de interacciones que el grupo de edad mayor (3.234 contra 2.669); y que en este primer grupo según sexo las mujeres tienen 2.107 interacciones frente a los hombres que tienen 1.127; esta diferencia se empareja en el siguiente grupo de edad donde encontramos 1.309 en el caso de los hombres, y 1.360 reacciones para las mujeres, y aun así son las mujeres quienes tienen un mayor número de interacciones; el elegir una fotografía que privilegie una parte del cuerpo por sobre el cuerpo completo para el grupo de edad mayor, y cuerpo por sobre fracción en el grupo de 18 a 21 años, obtiene mayores interacciones en promedio en este tipo de imagen es un ejemplo de la estimulación y la preocupación por la línea, el culto al cuerpo

más latente en el caso de las mujeres, que muestran “su mejor parte”¹³; “su cuerpo es usted, existe para cuidarlo, amarlo, exhibirlo” (Lipovetsky, 2006, pág. 30). En el caso de los hombres el mostrar el cuerpo completo tiene mayores reacciones que el mostrar parte de este, ello pareciera indicar que en el caso de estos lo que agrada más es la naturalidad, el exponer todo el cuerpo frente a la fracción.

Si bien el cuerpo es parte importante de la fotografía también lo es la pose con la que aparecen los individuos, en nuestra investigación hemos identificado dos tipos de poses o más bien actitudes frente a la captura fotográfica; las hemos identificado como “expresión casual” y “expresión fotogénica”; esta última tiene 63 casos, frente a 17 casos que muestran una expresión casual; esto condice con los casos estudiados, la gran mayoría muestra escenificación, una intención de tomar la fotografía en el ángulo y momento adecuado, lo que se ratifica con este código. Son 34 los casos con poses dentro del segmento de edad menor (16 hombre y 18 mujeres) frente a 29 casos del grupo de edad mayor (12 hombre y 17 mujeres); estos datos sugieren que esa pequeña diferencia indica mayor preocupación por parte del grupo de menor edad, y en sí quienes tienen mayor cantidad de fotos posadas son las mujeres, esto podría indicar que su trabajo de puesta en escena en Facebook requiere de mayor trabajo, dicha suposición se realiza a partir del número de interacciones que encontramos en dichas fotografías.

Los casos de la muestra con edad mayor (22 a 24 años) el número de interacciones promedio para hombres y mujeres es de 76 y 72 respectivamente para las imágenes con expresión fotogénica; mientras que las fotos de expresión casual tiene 48 y 44 interacciones en el caso de hombres y mujeres. Para el grupo de edad menor los hombres tienen una media de 60 interacciones en imágenes con expresiones fotogénicas y 40 reacciones con imágenes en pose casual. El caso de las mujeres de este segmento de edad es distinto, para las mujeres en contexto casual (2) tiene 245 reacciones en total, lo que da una media de 122,5 una gran diferencia con quienes tienen expresiones fotogénicas que tiene una media de 103 para los 18

¹³ Es importante señalar que las imágenes de la muestra muestran sujetos esbeltos, con ciertos cánones de belleza impuestos por los medios de comunicación, por lo que en la siguiente fase de investigación se pretende integrar sujetos que no estén presentes dentro de la muestra a fin de aportar una visión más completa del fenómeno.

casos (1862 reacciones), lo que pareciera indicar que al público de este tipo de perfil pareciera gustar más las expresiones casuales frente a la fotogenia, y aun así gustar de imágenes con algún tipo de tratamiento.

Al realizar una revisión de las imágenes con edición o no; existen diferencias significativas entre el número de estas; mujeres de 18 a 21 tienen 9 casos de edición ante 11 casos de 22 a 24 años. En tanto los hombres de 22 a 24 años tienen 9 fotografías intervenidas frente a 10 casos del grupo de menor edad. En términos de reacciones las mujeres con fotografías intervenidas de 22 a 24 años tienen más reacciones que aquellas sin intervención (85 reacciones en promedio frente a 46 para fotografías intervenidas o no), mientras que mujeres de 18 a 21 años tienen mayores interacciones (174) en fotografías no editadas, que en fotografías editadas (70). En el caso de los hombres ya sea en el grupo edad mayor o menor la media de reacciones es mayor para fotografías no intervenidas (68 y 65 respectivamente). Todo lo anterior puede resumirse en la siguiente tabla:

Tabla 16. Resumen de características de fotografías con más reacciones

	18 - 21 años		22 - 24 años	
	Hombre	Mujer	Hombre	Mujer
Cuerpo	Completo	Completo	Completo	Fracción
Pose	Fotogénica	Casual	Fotogénica	Fotogénica
Edición	No editada	No editada	No editada	Editada

Fuente: Elaboración propia

La tabla anterior nos lleva a pensar que: “No es la pretensión social lo que está en juego, sino las imágenes y espectáculos, el gusto por la autonomía, el culto al cuerpo y la embriaguez de sensaciones y de lo nuevo” (Lipovetsky, El imperio de lo efímero, 1990, pág. 196), en el caso de las mujeres las reacciones son mediadas según los tipos de perfil, ya sea mostrando parte del cuerpo o el cuerpo completo, editando o no, con expresión casual o fotogénica; la gratificación (mayor número de interacciones) es mayor de cumplir con estos parámetros determinados por el grupo etéreo. A los hombres se les agradece la naturalidad, el mostrar un contexto amplio, su cuerpo completo, no editar la fotografía pero sí posar.

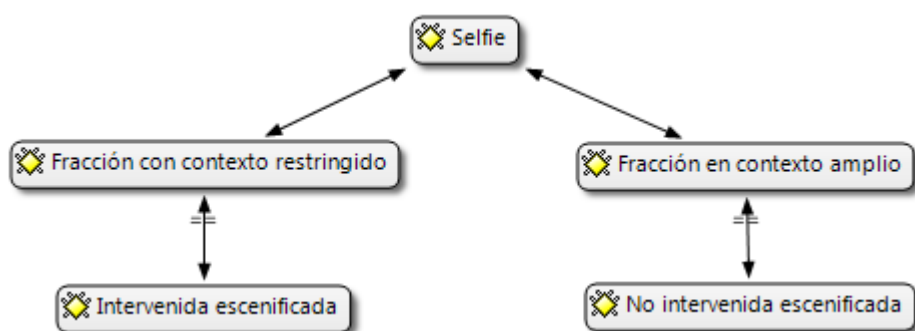
El cuerpo se vuelve *capital de apariencia* (Le Breton, 2002), donde los jóvenes de las industrias culturales trabajan, se divierten y se relacionan, la belleza hace vender, y esta gestión también la encontramos en las fotografías de perfil analizadas, el hecho de incluir ciertos tratamientos en la fotografía que te presenta dentro de la red indica una preocupación por la estética, por el cuerpo, por construir una fachada deseable para el otro, pues la tabla 16 nos señala cuáles son las fotografías que más gustan para cierto perfil de usuario. La *performance* de presentación planteada por Goffman se hace latente en la cara del actuante y su apariencia: que entregan información de su estado social. Compartir fotos en línea puede ayudar a las personas en el cumplimiento de sus necesidades de interacción social, tales como la autoexpresión, la auto-presentación, la comunicación, el mantenimiento y fomentar las relaciones sociales, estas fotografías deben ser compartidas y elegidas cuidadosamente para tener la gratificación de ser aceptado por la audiencia (Malik, Dhir, & Nieminen, 2016).

4.1.6 Otras consideraciones

En esta última parte de la etnografía, nos propusimos describir los sujetos que aparecen en la foto de perfil, en primer lugar de las 80 fotografías 61 de estas sólo aparece el individuo usuario del perfil, le siguen 12 fotografías que aparecen dos sujetos en la fotografía; estos suelen ser amigos, familia o parejas, es importante notar que en el caso de los hombres es donde se encuentra más este tipo de foto, sobre la muestra existen 3 fotos de perfil de hombres de 18 a 21, y 7 fotos del grupo de edad menor, el porqué de esta elección será indagado más tarde en las entrevistas, de momento podemos suponer que refiere a la importancia de mostrar los vínculos, estas fotografías son más bien espontáneas, transcurren en contextos sociales, discos, partidos, lugares con vegetación, no tienen ediciones posteriores, en este caso la idea de Barthes (1989), estas fotografías presentan un *punctum* más claro que los otros tipos de fotografía-donde solo aparecen individuos- que pese a mostrar parte del contexto social, no suelen haber elementos más notorios de actividades (a excepción de las fotos de contextos amplios donde se muestran paisajes) que reflejen al individuo. También encontramos el caso de dos fotos de hombre y mujer de entre 18 a 21 años donde posan con sus mascotas.

Existe un tipo de toma conocido como *selfie* o autofoto, un estudio de TrenDigital, que refiere al grupo etáreo en estudio (Halpern & Jadue, 2014) muestra que es una práctica más asociada a las mujeres, y que aunque se pretende lograr naturalidad en su mayoría tienen procesos de edición, además que las mujeres suelen tomarse este tipo de foto frente al espejo, o en actitud de modelo, mientras que los hombres con mascotas o amigos. Este tipo de foto puede resumirse como lo muestra la figura 4:

Figura 4: Configuración de las *selfies* en la muestra



Fuente: Elaboración propia

La muestra estudiada, en el grupo de edad de 22 a 24 muestra una frecuencia de 16 casos (9 mujeres, 7 hombres), y para el grupo etáreo menor 20 casos (11 mujeres, 9 hombres); estas fotos condicen con fracciones, ya sea en contexto restringido, frente al espejo, en la pieza, o en contexto amplio mostrando además el lugar donde se encuentran, además las que tienen contexto restringido suelen estar intervenidas (uso de edición) y escenificadas. Por otra parte las imágenes con contexto amplio no tienen intervención pero sí están escenificadas. Las *selfie*¹⁴ son formas de presentación que ponen al individuo sobre el paisaje, priorizan el sujeto frente a los elementos contextuales.

¹⁴ Reclama un agenciamiento de presentación que trasciende el género, es la búsqueda de la visibilidad, creando un escenario en que el sujeto decide como verse y presentarse (Murray, 2015)

4.2 Elementos distintivos de la generación

En esta sección y en las siguientes, se muestran los análisis y resultados de las entrevistas realizadas con los participantes seleccionados. La pauta de entrevista utilizada fue elaborada en función del cumplimiento de los objetivos de la investigación, procurando tener relación con el marco teórico anteriormente expuesto, tomando en consideración la definición de generación# del autor Carles Feixa, parece pertinente realizar un acercamiento a los usos ya sea actuales y pasados de internet, la aparición de Facebook en la web social y su relación con otras redes sociales.

4.2.1 Del comienzo de la navegación en internet

Comprendiendo que para efectos del presente estudio se ha determinado una muestra empírica que corresponde a dos grupos etarios en pos de buscar posibles diferencias entre este grupo, de los testimonios recogidos aquellos jóvenes del grupo de edad mayor poseen más recuerdos respecto del comienzo del uso de internet, la aparición de la conexión vía cable telefónico. De aquí hasta una conexión definitiva suele pasar un tiempo, en otras palabras las edades de comienzo de uso de internet oscilan entre los 8 años (para el grupo de edad menor) y los 12 años (el grupo de edad mayor), sin embargo no existía una conexión en el hogar, para que ocurriera esta pasa cierto tiempo:

“E: Tenía como 8 años, fui a la casa de unas tías que tenían computador, y como que me trataron de enseñar. Después tuvimos computador como dos, tres años después, onda ocupaba más que internet, mi primera encarta y cosas así...esas como aplicaciones...si...” (E8, H 18 – 21 años)

“E: como a los...creo que fue como a los 8-9 años, si como a los 8-9 años mi tío como estudió informática llegó una vez con un computador, con pantalla blanco y negro...y después creo que a los meses trajo una pantalla a color y yo creo que ahí como que me mostró lo que era el internet, y todo esto de los juegos incluso, y me explicaba que se conectaba a internet con esa cuestión del teléfono, tenía un dibujito ahí en la esquina de la pantalla, y sonaba un ruido súper fuerte así molesto de esto de los teléfonos y ahí

como que te avisaba que se podía conectar a internet, y me mostraba que se podían buscar cosas, tareas...de ahí como que me mostró internet” (E4, H 22 – 24 años)

Las primeras nociones de uso tienen que ver con dos objetivos:

a) *fines académicos*: Los entrevistados recuerdan haber comenzado a usar el computador para realizar tareas que les solicitaban en el colegio, destacan el uso del CD ROM, las plataformas Encarta, Icarito, y en casos más recientes –cuando existía una conexión fija– el uso de wikipedia, o páginas de internet. O al no tener internet, otras personas de la familia (que tenían internet) les ayudaban, o la utilización de bibliotecas o ciber como espacios de uso.

b) *fines lúdicos*: Se destaca además que muchas de las actividades de mediación con un computador comenzaron por los juegos ya sea propio del computador (buscaminas, cartas), o en el caso de los juegos que instalaban o reproducían a través del computador, o realizaban juegos online en la medida que fueron apareciendo.

Socialización de la tecnología

“E: Iba como en séptimo o en octavo y le compraron el primer computador a mi hermana po’... porque ella necesitaba hacer trabajos y antes se lo hacían mis primas, y ahí como que ella me enseñaba a meterme al computador, de esos cuadrados así, con esas cuestiones de PC grande. Entonces yo ahí como que lo único que hacía era jugar y inventaba *power point* para cuando fuera grande supuestamente y supiera hacerlo” (E2, M18-21 años)

“E: Mi hermana mayor jugaba y la hora que ella ocupaba en el computador lo ocupaba para jugar *Pet Society*. Después se metía mi hermano y ocupaba la hora *jugando Pet Society* y mi hermana, bueno la tercera, o sea si po’ la tercera lo mismo, la hora entera *jugando Pet Society*... yo... yo me metía a *Cartoon Network*” (E5, H18-21 años)

Es interesante destacar que en la mayor parte de los casos, existe una persona que les enseña a navegar por internet, que les muestra qué puede hacer un computador, en algunos casos resulta ser familia de su propia generación, primos/as o hermanos/as, en otros casos un familiar mayor que tiene relación con la computación padres/tíos/abuelos; ya sea con fines lúdicos o

académicos. Generalmente en el caso de los juegos resulta mayor la influencia de este agente socializador en el uso del entrevistado.

Actividades en internet

Principalmente ya con una conexión fija dentro del hogar, comienza el uso de las redes sociales, en el caso de todos los entrevistados recuerdan haber utilizado *Messenger* para chatear con sus amigos, o gente del colegio. Mientras que el uso de otras redes sociales visuales como *fotolog* fue más bien utilizada por el grupo de edad mayor.

“E: creo que sí... jajaj tuve el famoso fotolog, todavía creo que está mi fotolog...porque no sé perdí la contraseña no me aceptó nunca más la contraseña y ahí quedó, pa’ todo el mundo, y hasta el día de hoy bueno no sé si ahora habrán cerrado esa página, hace un año y medio atrás revisé y todavía estaba mi fotolog... jajaj todavía estaba...y me dio vergüenza por las fotos y las cosas que subía, y que en esa época era como una moda, jajaja una moda media urbana, las típicas como pokemonas¹⁵, jajaja que subíai fotos como mirando para el otro lado, las famosas tusas, las colitas que se hacían las patillas, jajaj nunca me dejé las patillas pero...miraba las fotos y decía... jaja esas fotos subía y ahí cachai que el cambio que hay, ahora no se si todavía estará el fotolog, está lleno de publicidad esa cuestión cuando lo miré porque después ya nadie lo pescó cuando salió el Facebook po’.” (E4, Hombre 22-24 años)

El tema del uso de *fotolog* es evidencia del hiperdigitalismo que vivenciaron los jóvenes de esta generación, en este caso el grupo de edad mayor recuerda con cierto pudo haber usado la plataforma para subir “tonteras”, y tiene noción de dejar de ocuparlo tras la aparición de Facebook.

Uso del tiempo

Importante de destacar es que la noción del uso del computador de escritorio en los primeros años de uso es un hecho de cambio en sus vidas, la posibilidad de conexión con sus pares y el

¹⁵ Tribu urbana, parte de la cultura juvenil que se hizo popular a mediados de la década del 2000, con ciertos valores estéticos, constituciones morales. (Canales Cerón, 2009)

uso de redes sociales muestra un cambio en la rutina, los jóvenes comenzaron a socializar a través de estas herramientas, y aunque debía de llegar a un lugar para poder mediar con el computador sí tienen noción del uso del tiempo en la red, lo describen como menos tiempo del que dedican actualmente, pero sí existe de que las horas de uso eran más bien continuas a diferencia del uso actual que puede

Otro tema importante es que en el caso del grupo de menor edad parecieran notar que estaban normados al uso, realizar las tareas, cumplir con ciertas labores domésticas para poder usar el computador:

“E: No, no, teníamos horarios, mis viejos nos dejaban estar máximo una hora en el computador. No, no era libre, nos tenían súper...era una hora al día y ahí nosotros primero teníamos que dejar nuestra cama hecha, sacarnos el uniforme, tomar once, o estar comidos si lo ocupábamos en la tarde, tener todas nuestras cosas listas y después el computador, primero obligaciones y después distracciones” (E5, Hombre 18-21 años).

4.2.2. Navegar en internet hoy

Medios de conexión

En general todos los jóvenes poseen celular (*smartphone*) con conexión a internet móvil, salvo un caso E7 joven de 23 años que recientemente rompió su celular, a la espera de poder comprarse otro. El uso del computador de escritorio es más bien anecdótico, hoy en general usan notebook para las actividades académicas, o del trabajo en el caso del joven de la entrevista 4; el celular es el dispositivo ideal para conectarse a la red, pues ofrece la posibilidad de la instantaneidad. Además en algunos casos existe el uso de tablets o ipad aunque no es tan masivo.

Uso del tiempo

Siguiendo con el uso del tiempo, en la actualidad los jóvenes notan el uso del tiempo, algunos con cierta molestia tratan de regular el uso de internet a través de su celular, como si les molestasen los comportamientos de su generación, pues el uso del celular como dispositivo de

conexión ofrece oportunidades de inmediatez que no les permitía la conexión mediante computador:

“E: Umh, es que es como por... no podría decir cuántas horas ni nada, pero así como los momentos que tengo libres, no más, cuando voy en la micro, pero no es que pase todo el día, porque me carga esa cuestión, me carga estar como todo el día, todo el rato como otras personas, así que como no tampoco, en los momentos de ocio no más.

C: pero ¿es menos que cuando tenías internet en la casa?

E: es que no estoy muy pendiente del celular, pero por ejemplo cuando llego a la casa, como que me gusta ver mis redes, tengo como periodos ponte tú llego a las 10 y estoy como de ahí hasta las 12 y de ahí ya me duermo porque estoy raja. Al otro día no despierto” (E6, Mujer 22, 24 años)

En la cita anterior se aprecia el intento por regular el uso del celular en los tiempos libres, por la molestia que genera el uso en sujetos de la generación, un cierto control del tiempo libre. En la siguiente cita de una joven de 19 años apreciamos que ella más bien ha naturalizado el comportamiento del uso del celular, más adelante en la entrevista describe tener una noción de utilizar su celular desde el despertar al dormir, 8 horas aproximadamente.

“E: La verdad es que paso todo el día, todo el día, estoy en clases y subo una foto de la profe o estoy no sé en el baño y subo una foto con mis compañeras, todo el día con el celular” (E2, Mujer 18-21 años)

Redes Sociales

En el caso del uso de las redes sociales que utiliza aparecen obligatoriamente: Facebook, Instagram y Whatsapp; la primera como la red de nuestro estudio, Instagram viene entrando progresivamente, en muchos casos –principalmente el grupo de edad menor– parece preferirla a Facebook, ya sea por la privacidad que puede ofrecer, al ser más reciente pueden restringir a quienes tienen en dicha red, creando perfiles públicos o privados:

“E: Porque siento que es muy cual...o sea en Instagram cualquier persona te lo puede ver, pero por ejemplo el Instagram lo tengo cerrado, solamente la gente que yo acepto que me vea las cosas, me lo puede ver, en Facebook al final todo el mundo, bueno igual *podí* poner esa opción... pero siento que en Facebook tengo mucha gente, así mil y tanto, que es como... en Instagram tengo 600 o 500 seguidores, pero es un rango chico, no es como en Facebook que tengo mil y tanto, igual por ejemplo en Facebook tu *podí* cerrar esas cosas, que no te lo vean todo, pero prefiero más Instagram me gusta

más, pa subir fotos me gusta más Instagram.” (E1, Mujer 18-21 años)

Por el tipo de publicaciones, o por el comportamiento de sus amigos en Facebook, la saturación de la información con los estados, en general los cansó y en Instagram que tiene el componente visual más latente que Facebook, pueden encontrar más diversidad de publicaciones.

“E: por ejemplo ahora igual Facebook no se está ocupando mucho, como que son pocas las veces cuando no tengo nada que hacer, en el ocio máximo (...) es que en Instagram, puedes seguir más gente, ver más cosas, personas sin conocerlas... igual (en Facebook), como que colocaban puras tonteras, como aquí comiendo algo, y fue como no sé prefiero ver fotos en verdad, y las fotos como que me gustan ver cosas divertidas, a veces trato de buscar páginas chistosas, pa’ ver los memes, y me gustan esas *hueás*” (E6, Mujer 22, 24 años)

Otras redes que se mencionan son Twitter, como medio de socialización, LinkedIn en tres casos para la creación de un perfil profesional, y en algún caso Pinterest por fines académicos. También destacan haber usado Snapchat, una red que ofrece la posibilidad de crear historias, pero a raíz de la actualización de Instagram han preferido seguir con esta última.

4.2.3 El caso de Facebook

La aparición de Facebook en el espectro de posibilidades de internet significa la unión de dos herramientas que se ofrecían de manera separada, por un lado *Messenger* que ofrecía la posibilidad de conversar con cercanos, y por otro lado Fotolog que ofrecía la opción de subir fotografías (era un sitio visual) y compartir con el resto de usuarios que tuvieran perfil. Ofrecía la categoría amistad, agregarlos bajo esta nominación. Un sitio de los que Manuel Castells definiría como *space* (2001) que ofrecen la posibilidad de ser utilizados como blogs, en donde puedes subir escritos, videos y fotografías, esto último como la opción culmine en la creación de un perfil.

Tomando en consideración desde cuándo tienen noción de tener un perfil en esta red, la mayor parte de los jóvenes coincide en que fue entre los años 2008 y 2010, ya sea en el caso de los hombres menores para seguir jugando, o en el caso de los hombres de edad mayor, y mujeres porque sus amigos se estaban haciendo perfiles en dicha red, lo que constituía una moda:

“E: Umh, a mí el perfil de Facebook me lo hicieron, me lo hizo una amiga de Santiago... porque en ese tiempo yo estaba entrenando en Santiago, entonces ponte tú en uno de esos viajes que veníamos para acá, ella venía con su computador, y venía así como con un internet que tenía, no sé como pero tenía Internet, y me dijo “aah hazte un Facebook, y la cuestión”, ya le dije yo házmelo, y me lo hizo po’, pero ahí yo no cachaba nada al principio, y eso fue como 2009, 2010? por ahí que yo todavía estaba yendo a Santiago, pero no lo usaba porque no sabía cómo se usaba, y después cuando se empezó a masificar, dije ya voy a ver qué onda, y ahí como que me empecé a meter...” (E3, Mujer 22, 24 años).

Un caso aislado es un joven que declara hacer un perfil de Facebook gracias a que vio un programa de televisión donde hablaba un panelista que recomendaba utilizar esta red:

“E:...no me acuerdo, yo estaba en el colegio, creo que fue en la media, primero medio...y no tenía a nadie, y si agregaba...agregaba a alguien que no conocía, ¿por qué razón? porque yo cuando me enteré de Facebook, me enteré a través de la tele, por el Salfate por el programa que tenía en La Red (canal de televisión), no me acuerdo como se llamaba el programa, era un programa de noche que él hacía, y él habló que este Mark Zuckerberg un loco de la universidad, de que creó una red social que...que está...abarcando todo el mundo...que está llegando a todo el mundo y ya está en Latinoamérica...y en Chile, y que permite comunicarse a través de mensajes, *podís* subir fotos, antes no era el me gusta, era otro nombre...no me acuerdo como se llamaba...no me acuerdo...no te *acordai*?” (E4, Hombre 22, 24 años).

Dicha expresión es un ejemplo de que Facebook nace y se masifica gracias a la globalización, poniendo en un contexto glocal al joven que se crea un perfil, es importante señalar además que la mayor parte de los jóvenes utiliza su propio nombre real en la red, sólo un caso cuenta utilizar sus nombres sin apellidos, más bien como una manera de distinguirse del resto al encontrar su nombre común:

“E: Tengo XXX XXXX (dos nombres)...es que si pongo mi nombre con mis dos apellidos como que no me van a encontrar como si me buscan jajaja... no me van a encontrar po’, ¿quién va a poner mis dos nombres?, les digo que me busquen por tal si quiero que me agreguen pero eso...” (E2, Mujer 18-21 años)

La web social genera espacios de comunicación y socialización, el éxito de Facebook radica en que el usuario realiza un anclaje expresivo (Bonacci, 2011), pues Facebook se compone de fotografías, pero también de estados que expresan o no situaciones por las que pasa el usuario, a través de esto comparte su vida, en busca de apoyo social, “la configuración particular de las líneas de enunciación y de visibilidad específicas de este tipo de dispositivo determina un proceso de subjetivación donde se figura un otros omnipresente en el ciberespacio(...) que tejen líneas de visibilidad y de enunciación” (Suarez, 2014, pág. 93).

Otro punto importante es que pareciera existir un sentido de la privacidad, y aunque la fotografía de perfil suele ser pública, en la mayor parte de los entrevistados, salvo en el caso de la entrevista 2 y la entrevista 8, donde la primera que tiene un uso elevado de las redes, declarando en Instagram tener 6000 seguidores, y en su perfil de Facebook tener todo público, en el segundo caso declaran no tener complicaciones con la privacidad; la mayor parte de los jóvenes tiene algún dejo de privacidad, ya sea en publicaciones, en información personal, en álbumes de fotografías

E: Tengo el filtro por ejemplo para los amigos, para que no vean que amigos tengo agregados, tengo filtros para álbumes de fotos, filtros para publicaciones, para que algunas personas no vean lo que publico, tengo filtros para que si me etiquetan en una foto que no se vea en mi perfil a menos que yo la acepte...y...eso po’, filtro para que me vean la información po’, tengo la información para que me vean que soy de Valparaíso lo tengo y lo que estudié pero onda para ver mi edad, o mi fecha de nacimiento tengo filtro de que no lo puedan ver... es un tema mío, un tema de que igual soy como medio reservado con temas como míos personales, como que no... No me gusta exponer mucho mi vida privada, no...No me gusta, siempre he sido así, hasta para conversar y para contar cosas soy así, entonces...pucha es algo más personal, no es como por querer ocultar algo, o sea igual lo oculto pero...no se po’ tengo un álbum de cuando una amiga me invitó a su fiesta de graduación y yo subí un álbum, pero ese

álbum solo lo vemos nosotros con las fotos, y es como un tema netamente personal, no me gusta ventilar mucho mi vida privada” (E4, Hombre 22, 24 años)

Este sentido de la privacidad configura de alguna forma una forma de presentarse en la red, constituye una forma de construir una fachada para el resto. Por otra parte pareciera existir la necesidad de un retorno a la privacidad, en el caso de la amistad, pues en todos los casos hablando de la privacidad de su perfil, les gustaría (o lo han hecho) eliminar “amistades” ya que al comienzo del uso de Facebook agregaron mucha gente:

“E: Por ejemplo ahora, así como hablándote ahora por ejemplo no sé me han estado agregando los de mi curso, los de la U¹⁶, *umh* de repente llegan notificaciones de cualquier persona no los acepto porque tengo mil y tanto, porque cuando chica como que aceptaba a todo el mundo entonces por eso tengo caleta, si igual a mí me gustaría borrar, pero la paja es que *tenís* que hacerlo uno a uno entonces es como no sé me da paja”(E1, Mujer 18-21 años).

“E: Si po’ yo creo que por eso, yo creo que me meto y he ido eliminando gente que no conozco, o que en verdad no me importan, los borro ahora me aparecen y los borro, pero cuando chica agregaba a todo el mundo (...) Ahora ponte tú yo evito ponte tú... con Quinta hay pendejas que me agregan y no, no no no no no las voy a estar agregando (...) ponte tú, no sé son chicas, no sé son mini¹⁷, entonces ponte tú quiero poner una tontera, o algo en doble sentido, y que lo vean las niñas no, es para cuidarme, *cachai?* para estar tranquila, *estai* de profe no *podí* poner cualquier cosa, eso es lo que yo pienso, mantener mi perfil”. (E3, Mujer 22, 24 años).

La última cita muestra la necesidad de la construcción de un perfil acorde al rol que se tiene en sociedad, una búsqueda de restringir sus contactos ya sea borrando gente, o evitando agregar sujetos que de alguna forma pueda cohercionar el uso de su perfil en Facebook, y ya en casos más destacados Entrevista4 hombre de 24 años y Entrevista8 hombre de 20 años, se han creado un nuevo perfil para eliminar rastros de su pasado, y poder construir un perfil más normado, esto es parte importante de la construcción del perfil más allá de las

¹⁶ Acaba de ingresar a la universidad.

¹⁷ Categoría de edad deportiva de 11 a 12 años.

representaciones fotográficas de uno mismo, el perfil de Facebook se construye también como una enunciación de uno mismo a través de los estados, fotografías y videos que se comparten.

4.3 Prácticas de representación

Inmersos en la cultura visual la elección de una fotografía de perfil “Es la construcción visual de lo social. Es decir se trata del intento por representar al mundo y la realidad humana a través de imágenes” (Luna Sánchez & Ito Sugiyama, 2015, pág. 78), en esta sección caracterizamos las prácticas de representación visual de los jóvenes entrevistados, el acto de elegir una fotografía constituye un acto intencionado y pensado, el individuo construye su cara, presenta una fachada atractiva un *self*, en donde presenta parte de su mundo social, como vimos en el análisis de las fotografías estudiadas a través de la etnografía virtual. El usuario generalmente muestra su cara y su cuerpo, que lo identifica desde el entorno real al virtual, en muchas ocasiones muestra su entorno social, y si bien no se utilizan tantas técnicas de intervención si existe escenificación en la mayor parte de los casos estudiados. Entonces ¿Cómo se elige una fotografía de perfil? ¿Por qué se cambian? ¿Cómo se presentan?

4.3.1 La elección de una fotografía de perfil

Rafael Luna y Emily Ito plantean que una de las razones para elegir una fotografía de perfil es “verse bien, presentar una imagen deseada del *self*, representar una ocasión e incluir otros significativos” (2015, pág. 84). Esta nueva virtualidad en la que estamos inmersos presenta otras posibilidades de presentación en la vida social, una nueva forma gestión de la vida privada, culturalmente cómo la persona se articula una manera de pensar su individualidad y producir un *self* (Marshall, 2010), parte de la producción de este *self* es el acto de elegir una fotografía de perfil, el momento de ponerle un rostro al usuario, la cara del libro.

Como describimos en la etnografía realizada, esta fotografía generalmente es pensada, en la siguiente cita podemos notar la intencionalidad de retratar un momento importante, un elemento significativo en su vida, además de que sea una fotografía que el usuario considere bonita:

E: ay, soy como muy exquisita para mis cosas, por ejemplo, el tono la claridad de la foto(...)puedo salir yo, o con personas más, últimamente aparezco solamente yo pero tengo fotos de perfil con otras personas, no es que solo tenga que salir yo (...) pongo

momentos especiales, las fotos que subo son amigas así como muy *patner* o viajando así como congresos, o entrenamiento, partidos, ese es como mi círculo claro o donde estoy, por ejemplo teníamos un nacional que era en el sur, ya la foto en el sur, cuando he ido a otra parte ahí está la foto, todo. (E6, Mujer 22, 24 años).

Se puede notar que existe cierta escenificación, una fotografía que represente al usuario en contextos deseables que muestran parte de su entorno social, o de los acontecimientos de su vida, que le guste, en general que parezca o sea sacada por otra persona, ello permite la amplitud del marco social presente en la foto, no debe ser un acto inconsciente:

“E: si...tiene que ser una que me la saquen yo creo, y no sé me tiene que gustar mucho yo creo, así como que...y tiene que ser piola también po’, no puede ser una hueá como yo tomando, no. Tiene que ser como piola, así como sonriendo, o piola, me tiene que gustar hartito, tiene que ser como, en verdad tiene que ser piola, piola y que yo salga bien” (E1, Mujer 18-21 años)

Sobre esto además como muestra la cita siguiente, a los usuarios les gusta dar un aspecto de naturalidad, es decir que pese a saber que están posando, que la fotografía no sea tan intencionada, aprecian los aciertos fotográficos que retratan el momento, esta búsqueda se aprecia más en el género masculino, quizás sea un cierto pudor a posar, pero las mujeres admiten más posar para una fotografía, sin dejar de lado la naturaleza, el contexto social que los rodea, es un acto consciente que se espera se vea en contexto inconsciente de la fotografía:

E: si po, mira yo he pedido por ejemplo que me saquen fotos con la intención de subirlas al perfil ahora que me acuerdo, pero que sean fotos como casuales, por ejemplo si estoy jugando a la pelota que traten de sacarme una foto de perfil completo...no sé justo cuando estoy pateando el balón, a la persona que le he dicho nunca le ha resultado, jajajaja por ejemplo a lo más cuando estoy caminando por la calle, o o... estoy pescando y estoy justo sacando el pescao’ y que me saquen la foto casual que me la saquen en el momento, que no me vea como posando esas fotos como que me gustan más las que sacan casuales estoy haciendo algo las que sacan y salió buena, me sacaron la foto y salió buena como pal perfil, salí bonito ajajajajj salí po, bien como del momento, no fotos preparadas como yo, justo en este momento me voy a parar voy a mirar para allá y saqué la foto, voy a hacer como si estoy caminando noo... eso no, no me gusta prepararme porque me da vergüenza jajaja me da vergüenza jajaja me pongo a reír y a reír no toman la foto

La pose y la búsqueda de la naturalidad en una captura, se cruza además con las nociones de belleza en una fotografía, ya que además de ser bonita, de gustar al usuario debe ser “una foto agradable pal *face*”, es decir los otros usuarios, y que represente al sujeto de la fotografía.

E: Que sea bonita la foto, que sea una foto agradable pal *face*, porque igual como...o sea depende de lo que uno quiera demostrar con esa foto po', si tú *querí* demostrar en tu perfil que...no sé, que la gente que te va a buscar en Facebook, la impresión que ellos van a tener de ti sea...que tú...no sé po, eres como alguien negativo así (E7, Hombre 22, 24 años)

En cuanto al tiempo de uso de la fotografía varía, existen casos que se van cambiando con mayor periodicidad, y otros no tanto, generalmente el cambio de foto de perfil implica un cambio de etapa, o un identificarse con otro momento que el dueño del perfil quiera mostrar:

“E: Cada mucho tiempo, por ejemplo la última vez que la puse pensé, “ya voy a entrar a la u no puedo tener una foto de mi colegio así”, y estaba con el uniforme y dije no, no, ya noo. Si lo cambio así como yo creo que al año dos veces? quizás tres veces yo creo.” (E1, Mujer 18-21 años)

“E: Cada dos meses más o menos en Facebook, cada dos meses cuando digo "ya, tengo la misma foto hace mucho tiempo", la cambio. Y en Instagram subo fotos cuando tengo tiempo de sacarme fotos, ahora no he cambiado mis fotos, porque no tengo tiempo pero si me voy sacando fotos y tengo fotos anteriores la puedo ir subiendo.” (E2, Mujer 18-21 años)

El cambio de la fotografía de perfil aunque no coincide con un tiempo cronológico establecido por el usuario, en la mayoría de los casos entrevistados sí existe una noción de tiempo de cambio, una actualización de la cara que se le presenta al público. Una nueva foto que los represente más, una nueva foto mejor que la anterior.

4.3.2 Técnicas de fotografías

Todos los usuarios parecen apreciar que existen técnicas de fotografías, referidas a las que ellos mismos usan, se puede decir que hay un grupo que tiene cierta intencionalidad a la hora

de subir una fotografía, mientras que otros buscan verse más naturales, buscar dentro de sus propias fotografías una que los represente.

Subir una fotografía puede ser intencionado, producido, escenificado y editado, como es el caso de la entrevistada 2:

“E: Me saco miles de fotos y elijo ya ponte tú, me saco 30 elijo 10, de las 10 voy, le pongo un efecto a cada una, digo "ya, esta me gusta más" o "esta combina con la foto que publiqué anterior" y la subo(...) Claro también, las dos cosas (que le saquen una foto o que ella se la tome), depende, a veces pego el celular en la pared con un *scotch* (entre risas), entonces le pongo el temporizador y ahí te saca la foto como si te la estuvieran sacando (ríe)” (E2, Mujer 18-21 años).

Se pueden utilizar fotografías más naturales;

“E: si...o sea verme bien, de repente le aplico filtro a la foto, a la imagen el famoso sepia...azul o blanco y negro, pero es raro porque a veces lo intento hacer y encuentro que no me gusta como se ve, o no sé ocupar esos programas jajaja y ah ya chao la subo original no más como me la sacaron, a lo más la recorto no más, pero...no... (E4, Hombre 22, 24 años)

En este caso, este joven no maneja Instagram, por lo que cuando intenta editar una fotografía no lo consigue, no le gusta aun así, existe una preocupación por la imagen de perfil, que sea aceptable, agradable para el resto de la red y que identifique a la persona tras el perfil. De esta forma las técnicas más usadas son fotografías de algún momentos, con la intención de dejar un recuerdo una marca (por sobre las sesiones de fotos), que el enfoque sea más bien tomado por un tercero, y que muestre el contexto en el que se encuentra. Tal como describimos en la etnografía existe una escenificación más latente que un tratamiento en la fotografía.

4.3.3 Sujeto en la fotografía

Cabe destacar que todos los entrevistados declararon que una fotografía debe salir el dueño del perfil, donde debe verse su cara clara y parte del torso, como ya hemos descrito es importante que el contenido de la foto tenga aspectos biográficos, que permiten identificar el momento vivido por el usuario, además lo presenta dentro de la red. En la elección de la fotografía de perfil se busca presentar parte del entorno social:

“E: Claro, que yo pueda ver esa foto y como "ah, esta foto me la saqué cuando estaba...no sé en Bariloche, qué bacán que lo pasé en Bariloche y unos recuerdos, todas esas cosas”. Como que tengan un significado pero que yo lo sepa y esa fotos van acompañadas con una frase, que puede ser una canción, una frase de...no sé, esas frases cliché mamonas, cualquier cosa” (E5, Hombre 18-21 años)

Dotar a la imagen de un momento, es lo que mayor significado tiene tanto cuando los entrevistados son los actores de la red, como veremos más adelante cuando describen una foto que les gusta.

Señalar también que la mayor parte de los entrevistados ha puesto en alguna ocasión un personaje de infancia, lo recuerdan como parte de una “campana”, imagen que no duró lo suficiente pero que sirvió para compartir algún recuerdo.

E: No...creo que no...fue así como pon una caricatura que te identifique, creo que puse una niña andando en *skate*, pero la borré al día siguiente y puse una mía, porque no po pa que, si es tu foto, no *andai* poniendo monitos (E3, Mujer 22, 24 años)

El caso anterior nos muestra que el utilizar otra imagen que no sea el propio actor desvincula de algún modo su yo dentro de la red con el real, así es como nuevamente se destaca la importancia de mostrar el entorno social del sujeto en conjunto con su cara y cuerpo:

“E: de perfil, la foto que salga la persona no sé en algo que le guste hacer, yo tengo una foto del nacional, a mí me gusta eso y subí esa foto porque fue mi primer nacional, estuvo bueno, salía relativamente bien, no se me veía mucho la cara, entonces me gustó esa foto.” (E8, Hombre 18-21 años)

Por último, en algunas ocasiones además del sujeto dueño del perfil aparece acompañado de algún familiar o amigo que significa parte importante en su vida, en todas las entrevistas se menciona que lo han hecho, y donde se procura que ambos salgan bien dentro de la fotografía, no obstante aunque esto no se cumpla siempre es importante que sea un momento significativo para las personas que aparecen en la foto de perfil

E: Yo encuentro que la foto de xxx yo no salgo bien, la subí porque salimos los dos, pero yo por ejemplo si yo subo con alguien es porque si yo me veo bien, más que la otra persona. Pero no tanto Facebook, porque no subo tantas cosas, prefiero Instagram

o whatsapp prefiero verme bien yo. Pero por ejemplo Facebook, esta foto con xxx, yo no salgo bien, es más porque estábamos los dos, estábamos pasándolo bien.

4.3.4 Construcción de la cara

Ante la pregunta de cómo son las fotografías de perfil que el entrevistado usa, qué es lo que le gusta mostrar en el sentido, ¿qué parte de tu cuerpo? La respuesta es unánime se debe mostrar la cara, esta parte del cuerpo identifica al usuario en el tránsito de lo real a lo virtual, pero además de la cara agregan el torso a la fotografía como una suerte de anclar el cuerpo (o parte) la cara no debe estar sola, debe además tener un contenido, un espacio, en este sentido Le Breton y su reflexión del cuerpo como una suerte de anclaje social, así el cuerpo dentro de la fotografía, además de mostrarse bien, debe mostrar lo que identifica al sujeto en su entorno social, o como le gusta ser visto:

“E: Siempre sale mi cara y siempre me gusta que se vean mis pequitas, entonces trato de que se vean mis pequitas, que se enfoque porque a veces tiene como embellecedor y no me doy cuenta y se borran todas las pequitas po’, entonces a mí me gusta que se vea o sea que se vea como natural mi cara” (E2, Mujer 18-21 años)

Este hecho es más apreciado en las mujeres, que quizá tienen una puesta en escena un poco más trabajada que los hombres, por una suerte de género el significado de su foto de perfil tiene más a tipos ideales, mientras que en el caso de los hombres si bien tratan de verse bien, no hay tantas exigencias de parte del público y de ellos mismos, de cómo debe ser esto:

“E: no, no soy...no me regodeo mucho, por ejemplo he subido fotos de perfil completo, como también fotos que se ve solo mi cara, incluso este año hasta he subido fotos de espalda jajaj pa que no me vean la cara y me vean solo la espalda, pero me gusta que se vean, me gusta que sean fotos en paisajes por ejemplo, paisajes, lugares que voy conociendo, me gusta que se vea un poco en el fondo el paisaje más que...mi cara...o mi perfil completo...” (E4, Hombre 22, 24 años)

E: no soy mucho de preparar la foto, a veces me saco fotos pero no soy muy de subir fotos, no he subido fotos que estén muy preparadas (...) que me vea decente, en

general... generalmente es como la mitad del cuerpo hacia arriba, y... no sé la última foto de perfil que tengo ahora, salgo cuerpo completo” (E8, Hombre 18-21 años)

Importante es de señalar que sin distinción de género (femenino – masculino) la inscripción del cuerpo-cara en red no debe estar exento de mostrar parte del contexto en el que se desenvuelven, mostrar parte de su vida. Que exista una pose, pero evitar la edición (o excesiva) pues el uso de filtro si se acepta pero que guarde un algo de naturalidad:

E: Claro, que no sea sesión de fotos. A eso voy, porque uno cacha así como en la imagen que es más HD¹⁸; no sé esas cosas los colores, no sé, uno cacha cuando una foto de cámara o cuando es así espontanea, cachai?...eso, eeh, natural, ojalá que no esté editada, eeh, y que sea bonito, no que no sea cualquier foto, si *ponís* una foto de un paisaje yo no voy a poner me gusta, si ponis una foto de un paisaje y salís tú natural, ya ahí si me va a gustar, pero tiene que estar la persona. (E3, Mujer 22, 24 años)

Nos vemos y aprendemos a mirarnos en el contexto de la cibercultura, la fotografía debe cumplir ciertos mínimos que se han ido establecido, si se habla de fotografía de perfil inmediatamente es presentar su cara, su cuerpo: que la cara salga bien, que el cuerpo se vea bien, mostrar el contexto pero no mostrar demasiado, en el siguiente apartado se muestra cuáles son estas ideas y valoraciones de las fotografías de perfil y como las fotografías que se usan son las que tienden a usar los entrevistados.

¹⁸ *High Definition*

4.4 Las representaciones del otro en Facebook

Las representaciones “no son un mero reflejo del exterior sino que, más bien, una construcción que da sentido y significado al objeto (...) constituyen un conocimiento práctico que es socialmente elaborado, que se adquiere a través de experiencias comunes” (Martinic, 2006, pág. 300), tienen un componente normativo de deber ser; en el caso de la fotografía donde se representa el cuerpo Le Breton lo define como “Las representaciones del cuerpo son una función de las representaciones de la persona” (2002, pág. 27), así la imagen del cuerpo de otra persona es la imagen que tienen el sujeto nutrida por materias simbólicas que existen previamente, las ideas del individuo sobre un sujeto vienen de su visión del mundo, dependiendo de su contexto (la juventud), así las representaciones son un conocimiento de sentido común que sirve para comunicar, estar y sentirse parte de lo social.

Posteriormente tomando en cuenta la 7ma Encuesta Nacional de la Juventud, en el capítulo de discriminación, se define que existe un alto porcentaje de jóvenes que declaran haberse sentido discriminados, una de las razones es “por la manera de vestir” (10%) y “por aspecto físico/estético como por ejemplo sobrepeso” (5,8%) (INJUV, 2012, pág. 134), estos datos sumados a la importante influencia de las industrias culturales en la formación de la percepción de la belleza, lo aceptable sobre nuestro cuerpo, y que dicen relación con lo propuesto por Reinoso y Thezá en términos de dimensiones de la discriminación en la otredad (2005) que es entender a otro distinto a uno mismo, y en esa búsqueda esta sección se orienta desde el análisis de la sección de la entrevista referida a la opinión de los entrevistados en torno a los otros, en nuestro caso la red del joven entrevistado, qué elementos permiten identificar al otro en las fotografías, y cómo este conocimiento norma lo que es bello y aceptado, y lo que es feo y rechazado.

El uso de ciertas fotografías de perfil vienen determinadas por un ambiente sociocultural, inmersos en la cultura virtual existen concepciones, evaluaciones, juicios y otras representaciones mentales ya incorporadas, socialmente heredadas, constituyen discursos que pueden interpretarse como mundos intencionales, donde lo virtual es una extensión de lo real,

pero la primera –virtual– tiene una intencionalidad (Luna Sánchez & Ito Sugiyama, 2015) hacia un público, una puesta en escena o como lo describía Goffman una actuación.

¿De qué depende la reacción o *like* en una fotografía? ¿Es más importante la persona real que está detrás del perfil, o la producción de imágenes sobrepasa el individuo tras la fotografía?

4.4.1 Identificar al otro

Ante la pregunta ¿puedes identificar/describir una persona a través de su fotografía de perfil, las respuestas se acercan a dos definiciones, en primer lugar el agrado porque el otro usuario muestre su contexto, sus logros, y el temor que ante una fotografía muy editada, no se muestre realmente cómo es la persona. El imaginario de “una imagen vale más que mil palabras” en este espacio parece ser insuficiente, los entrevistados cuestionan situaciones y es donde más parece notarse que debe existir una continuidad cara-cuerpo real y virtual.

E: yo creo que con la foto no, yo creo que se identifican más con los estados...los estados por como escriben, yo me fijo, en cómo se expresan en...y el vocabulario, y ahí yo quizás me hago más una idea, pero por la foto...la foto no me dice mucho me hace creer no más...suponer...pero no decirme si esta persona es así...no, no, es simpática, no debe ser re *pesá* no... No pasa *ná*... por ejemplo a veces ha pasado que ves una foto y quieres estar con una persona, y dices oh la quiero conocer” y después te decepcionan, entonces todo lo que viste en *face*, todos los comentarios y todos los chat y las fotos que subió que uno supone que vio no es como realmente esa persona...

(E4, Hombre 22, 24 años)

En el fragmento de la Entrevista 4 anteriormente citado, permite identificar la idea que para conocer al otro a través de la pantalla, es necesario ver el espectro de actividades que ofrece Facebook, y que la imagen que se da en el perfil permite cierta permeabilidad en la representación del otro, este temor es mejor expresado en el siguiente fragmento:

E: No siempre, mucha gente a veces sube fotos de una manera, cuando realmente se siente diferente. O gente con poco ánimo, que sube fotos felices por X motivo, y... igual se nota a veces cuando es muy preparada la foto, y eso da *pa'* duda...eh...muy no sé...posición fotográfica, preparado, no sé no tan real, buscando un ángulo...cosas así (E8, Hombre 18-21 años)

Se desprende de esto que la imagen genera ciertas dudas al ver poses no naturales, en la búsqueda de una buena fotografía el público que opina y evalúa dicha fotografía se permite la duda de la puesta en escena, un malestar hacia lo representado en una fotografía, si condice o no con lo real. Puede ser que al crecer rodeados de contextos virtuales, han aprendido a dudar de lo que una pantalla ofrece que en términos de conocer a una persona por una fotografía declaran que sólo pueden ver lo que el otro decide mostrar (su entorno social), sus logros, actividades, viajes, que muestran más bien su realidad, como veremos en el siguiente apartado. Dan cuenta de que la información permite describir parte del otro, no completo, y se dan cuenta de la intención que tiene el otro al subir cierto tipo de fotografía:

E: Es que ese corte ahí, obvio que uno lo ve y sabe que es flaite o el que sale ahí con la pelota es futbolista, le gusta el deporte y cosas así, o sale tomando claramente que le gusta salir a carretear (entre risas) (...) si sale con una pose así que se le ve todo el trasero claramente, ya está tratando de provocar algo o si sale depende con su cara, entonces uno la va describiendo...de la cara que ponga, no sé (E2, Mujer 18-21 años)

La 7ma Encuesta de la Juventud (INJUV, 2012) indica que hay elementos discriminatorios asociados al cuerpo, quizás dados por industrias culturales pero los jóvenes entrevistados más allá de la definición de que la imagen sea buena (buen enfoque, calidad de la imagen, sujeto que muestra) buscan una naturalidad –sin tratamiento/filtro/retoque– de la imagen, que lo que se muestra en la imagen virtual relacione con la persona tras la imagen mostrada:

E: No se po, por ejemplo tu cachai cuando te *sacai* una foto natural, o cuando *estai* en una sesión de fotos, hay sesiones y sesiones de fotos, hay fotos y fotos, entonces, yo tengo una amiga por ejemplo que se saca fotos de las que son... es media chula entonces hay unas que son no sé en traje de baño, en bikini y posa, cachai? entonces esas fotos como que a mí no me gustan, y me dice como que quiere hacer una foto así, no sé si seria, pero quiere verse bonita, no sé mostrar su cuerpo, pero *pa'* mí eso es como innecesario, no sé *pa'* mi es mucho, pero si es la misma mina y tiene una foto no sé con vestido, yo prefiero ponerle me gusta a esa foto con vestido a andar mostrando ... que se muestre así po' *pa' mi lo natural es más bonito que andar haciendo esas fotos cachai?* (E3, Mujer 22, 24 años)

Además es latente el pudor al mostrar el cuerpo, no tanto como verse bien si no el mostrar mucho, el tener fotos provocativas en el perfil, elementos que podemos apreciar con mayor detalle más adelante.

Para identificar al otro, para saber si su actuación como diría Goffman es real, es necesario conocerlo en el mundo real, debe existir una concordancia, la información que se tiene debe coincidir con lo que muestra, además se puede notar una suerte de normar publicaciones, en los extractos podemos apreciar cómo el gusto en una fotografía se asocia a cómo se presenta la persona, mostrando su contexto, siendo natural y no forzando a mostrarse de otra forma.

4.4.2 Lo bello y lo aceptado-deseado

Un componente importante de la imagen del cuerpo que se representa en la fotografía, aquí es donde se traspasa la idea que nos han puesto los medios de comunicación de lucir un lindo cuerpo, hacia una dimensión más simbólica: la forma de mostrarse, y qué debe mostrarse en la panta. Aquí es donde emerge que en una fotografía el contexto, tratamiento y enfoque de cómo se muestra se valora más que tener un cuerpo esbelto.

E: ¿qué fotos me gustan?...a ver...me gustan más las fotos pero con...no esas fotos que te *sacai* en tu pieza o en el espejo, no esas fotos no me gustan...esas fotos como que las *estai* preparando para subirlas no esas no me gustan. Me gustan las fotos así como casuales, cuando *estai* no sé paseando al perro o caminando, o bañándote en una piscina en la playa y que te sacan la foto, esas fotos, me gustan las fotos con paisajes, en lugares que yo no puedo conocer, fotos como más bonitas, que no sea un espejo o una pared no más y la persona así como posando y viendo el celular en el espejo, no...No me gustan esas fotos... (E8, Hombre 18-21 años)

El fragmento anterior muestra que el gusto en una fotografía implica mostrar parte del contexto social que rodea al sujeto que expone su fotografía, que si bien es un acto intencionado, debe mostrar un contexto amplio y no restringido, que permitan identificar y conocer al individuo, presentarse en red debe mostrara parte de lo que define al actor que presenta su actuación.

E: Así como, por ejemplo esas que son en HD con una buena cámara como las de XXX una amiga, son bacanes esas fotos, como que da gusto verlas, igual a mí me gustan no tan así como...igual me gustan un poco artísticas, también (...) Yo me tomo fotos normales, excepto en Instagram, me saco fotos de mí de paisajes, no tengo muchas fotos, como que nadie me saca fotos (ríe), o tomo yo o me tomo yo, no tengo mucho así, en verdad esas son las que más me gustan, que te las saque alguien...pero...no tengo muchas, nadie me toma, a veces tengo un amigo que me toma fotos, pero igual me toma fotos como igual cerca, igual *coomo* si pero no (E1, Mujer 18-21 años)

E: Sí, o sea me gusta que sean como bien HD y que seas tú, o sea "tu cara" como me gustan las fotos a mí, esas fotos me gustan. No tanto maquillaje y tanta cosa así, "que sea más natural" (E2, Mujer 18-21 años)

Además se aprecia una cierta valoración por la preocupación de la fotografía "no debe ser cualquier foto" en el fragmento anterior la entrevistada alude a una fotografía con una cámara profesional, en cómo son las fotografías que le gustan y como le gustaría tener dichas fotografías, destaca que le gusta una foto que suele ser espontánea, sin pose pero con cierta escenificación que vendría de la mano de la persona que toma la fotografía.

Compartir un momento, que en las fotografías se exprese parte de la vida social del individuo, es uno de los tópicos que son aceptados en las fotografías:

E: Me gusta como cuando uno ve el perfil de una persona, de enterarse de...de cosas importantes de la gente, que sean verdaderas po', porque es como la primera impresión que uno tiene, aunque sea una red social y todo, al final uno es el que la maneja po', tiene un sólo dueño no más Facebook, entonces cuando...entrar así y por ejemplo saber que, a lo que se dedica, si está estudiando, si es trabajador, eeh y que en la foto, no sé, por mí se viera su cara así (E7, Hombre 22, 24 años)

Nuevamente aquí vemos que lo social real debe ser un reflejo de lo social virtual, en el fragmento notamos que valora conocer a través de la fotografía parte de la vida del sujeto que pone su fotografía, lo que hace y además mostrar su cara. Apreciamos en los fragmentos anteriores y en el siguiente que en el caso de ser hombre no existen tantas exigencias de cómo se debe presentar, sólo se pide ver el rostro. No así en el caso de las mujeres que existen más

tipos ideales de presentación, este “tipo ideal” lo encontramos de manera más latente en este caso:

E: (...) pero no sé, una foto que sale una mina con un paisaje bonito y sale sonriendo, sólo sonriendo con el paisaje, ¡buena foto!, o hay fotos que salen minas *cagás* de la risa, que les sacaron justo una foto *cagás* de la risa así en su máxima expresión, también me gusta (E5, Hombre 18-21 años)

Esto permite reafirmar la idea de que las fotografías que más gustan son las que se presenta la persona (humano con biógrafos), con fracción del cuerpo (cara y torso) en contexto amplio, muestran el paisaje, no intervenidas, buscando naturalidad y no tantos filtros pero si con escenificación, y son las mujeres que tienen más interacciones según constatamos en la primera parte del estudio por lo que esto nos puede indicar porqué tienen más claro lo que deben tener las publicaciones de estas, o qué es deseable mostrar en la red, se le pide verse bien pero natural mientras que al hombre solo verse natural, sí existe una noción de parte de los entrevistados de advertir el peso de lo deseable.

4.4.3 Lo feo, lo rechazado-desagradado

Y si bien en el punto anterior mencionamos que es importante que el rostro se vea en la fotografía, en un contexto natural, en esta sección describimos aquellas fotografías que los entrevistados advierten no les gusta ver, en primera instancia encontramos las fotografías que por tanto retoque o preparación no identifican al usuario real con el que se muestra en Facebook:

E: ¡O maquillaje!, a veces se maquillan mucho, si po', tengo compañeras que se maquillan enteras y se ponen un filtro y son una y después en persona son otra persona y tú no las conoces(...) Sí, porque cuando entré a la Universidad yo *sapié* a todas mis compañeras y había una que yo dije "oh se debe ver piola" y yo la buscaba y la buscaba en el curso, y la buscaba y no la encontraba po', y le pregunté a mis compañeras quién era ella mostrándole la foto de Facebook, me dijeron " es ella" y yo quedé mal porque ella no era la de la foto, ¡no era!, ella era muy bonita en la foto y cuando la vi me decepcioné porque no era su cara po', estaba muy *maquillá* y tenía un filtro que ya la cambiaba toda la cara (E2, Mujer 18-21 años)

En este caso, la entrevistada expresa los problemas de inscribirse en red con un *self* muy estilizado, y editado, que no condice con el yo real, la decepción de darse cuenta que mostrar una cara no real, pues no basta con mostrar el rostro es necesario mostrar el verdadero rostro. La imagen del cuerpo y la cara del otro debe ser la del sujeto real que los entrevistados conocen en su red.

Otro problema es el exceso de intencionalidad en una foto, la pose excesiva, el tratamiento de una fotografía: escenificación e intervención, deben tener un equilibrio o ser menores al contexto, resultan ser molestas, como se grafica en el siguiente fragmento:

“E: Eeeh, es que el...es que hay filtros malos así...yo creo que hay filtros malos (...) No sé, esos que ponen caleta de luces así como que te tira un arcoíris en la foto así...como que se pierde un poco el *hueón* que está detrás, uno tiene que saber cuándo es un buen filtro para una foto” (E7, Hombre 22, 24 años)

E: No sé por ejemplo las minas que sacan la foto así como modelo, así como (le muestra a la entrevistador¹⁹) y con el paisaje atrás. O también tengo caleta de hueones en Facebook que salen así en sus fotos de perfil (le muestra a la entrevistadora²⁰)(E5, Hombre 18-21 años)

Además resulta importante que como mencionamos en pasajes anteriores el cuerpo debe inscribirse en la fotografía, sin embargo no debe estar sobre la cara:

“E: Es que no estoy mirándola a ella es que a mí me gusta la cara po y por eso yo subo fotos, porque me gusta ver como la cara de la persona, porque es lo que te representa y está mostrando eso, "y está mostrando su trasero y yo quería verle la cara"” (E1, Mujer 18-21 años)

Hay algunos comportamientos que escapan la fotografía de perfil, como rechazar el exceso de información, exhibir demasiado el cuerpo, o las cosas que hacen:

E: Las de gimnasio no me gustan, es que *vai* al gimnasio o te *sacai* fotos, vas a eso, es como gente *lucía, alumbrao*’. Cuando una persona sube muchas veces como el mismo estilo de foto, ya...el mismo baño el mismo espejo, esa cuestión me irrita, *tenís* un país completo para sacarte fotos, y te las *sacai* en el baño jajaja, la misma cara, la misma posición, me dan risa las posiciones, así como se sacan la foto. Siempre me fijo cuando voy por la calle la gente que se está sacando foto, *selfies*, y ponen la misma cara así como no sé...siempre ponen la misma cara, pero como que la cambian para la foto, es lo más chistoso, jajaja como que no están contentos así como aparentando. (E6, Mujer 22, 24 años)

El texto anterior muestra tres comportamientos rechazar, las fotografías que se muestran deben ser variadas actualizadas, la entrevistada alude a “siempre la misma pose, siempre la misma cara y el mismo lugar”, eso implica que dentro de la construcción del perfil debe existir una configuración que no sea repetitiva, es decir con elementos comunes (como mostrar el rostro y el conexto), pero que muestre un espectro de todo lo que le compone, también se vislumbra un desagrado a mostrar el diario vivir en exceso, una suerte de si vas a hacer algo hazlo y muestra tus resultados, o logros, esto se evidencia mucho en todas las entrevistas aluden a las fotos de gimnasio, o haciendo ejercicio, y por último la duda por aparentar una situación.

¹⁹ Realiza una pose casual forzada

²⁰ Se levanta la polera e imita a alguien en el gimnasio

Otro punto importante es que el perfil, debe salir la cara; cuando existen otras cosas como la familia, o un hijo, pareciera que ocurre una cierta saturación de la información:

E: No sé po', mostrar su hijo al mundo. No sé qué pensarán en verdad, pero no sé si yo pondría la foto de un hijo solo, a lo mejor yo con el hijo sí, pero solo nooo...por qué po', si el pendejo no tiene Facebook. O aaaah esos que hacen Facebook a los niños chicos, o al perro ajajaj dios! ¿Cuál es la idea? me supera (E3, Mujer 22, 24 años)

El fragmento anterior muestra que independiente de la situación las fotografías de perfil deben corresponder al usuario real.

Otro punto de desagrado, es el “carrete”, en primer término una cita anterior nos refleja que no se puede poner una foto de una botella o carrete como perfil, porque es una mala imagen, en las siguientes citas nos encontramos con comportamientos donde se jactan de alguna situación que no condice con su comportamiento en la vida real, mostrarse en contextos de fiesta cuando generalmente no sale, o su ingesta alcohólica es excesiva genera rechazo:

E: No me gustan...eeh...cuando se jactan no me gusta, o cuando no carretean, y sale una vez y se hace pico y es como aaaah aquí estoy tomando con mis amigos, nooo pa' qué *hacís* eso si todos sabemos cómo *erís*, eeh fotos vulgares, así como mostrando más de lo que para mí se debe, como que tampoco, y qué otra foto no me gustan.... (E3, Mujer 22, 24 años)

E: los lugares donde está, la gente con la que está, lo que está haciendo, y...por ejemplo no se po sube foto carreteando y muchas veces he carreteado con esas personas entonces se cómo son, por ejemplo no se po' “aquí algo piola”, “aquí tranquilo” y *sabís* que no es así, que no es piola no es para nada piola, gente que tu *sabís* que son como curaos y es como ya empezó, la previa, la previa de la previa, va a quedar borrado en cualquier momento (E6, Mujer 22, 24 años)

Por último, relacionado con los resultados de la etnografía virtual de algún modo relacionan las imágenes que menos gustan a los entrevistados, con las que tienen menor reacciones en la etnografía virtual, en este caso humano, con biógrafos, pero mostrando una parte del cuerpo, muchas veces *selfies*, el contexto restringido dentro del encuadre. Además las imágenes

intervenida y con escenificación, que son parte de las características que describieron los entrevistados, el exceso de edición o de pose intencionada, mostrar una parte (un baño), parecen ser menos atractivas para los jóvenes de este estudio.

La idea de algo bello no depende tanto de la belleza del usuario sino más bien en como gestiona su perfil para verse deseable.

4.4.4 Prácticas asociadas

La idea de representaciones tiene una carga valórica, las ideas y valoraciones hacia cierta conducta, aquí que lo expresado por Goffman (1959) otorga un marco imperioso de unir, en el manejo de impresiones que surgen a través de las interacciones –en nuestro caso las que ocurren en las fotografías de perfil– son gestionadas, buscan generar impresiones, ya sea de manera consciente o inconscientemente, los códigos de lo bello, lo que se rechaza, el cómo debe ser una foto están internalizadas, y los usuarios tratan de replicar dichas gustos/valores en sus propias fotos.

Aquí es donde encontramos una serie de tipos de imágenes convenientes de reproducir en el propio perfil: Una foto casual con paisaje, como un acierto fotográfico, el retratar un momento. Dar información de lo que vivencia en el propio perfil, y además debe existir una concordancia entre el yo real social que conoce el amigo, y el yo virtual social. La configuración de un perfil es intencional, debe mostrar naturalidad pese a saber que se está eligiendo una fotografía de perfil:

“E: que no me desprestigie ajajajaj que no me desprestigie...no se po si sale como muy borrosa, o salgo con cara de pavo, así como...que ando como con un ojo pa un lado y con otro el otro jajaj como que me fijo un poco en los detalles porque igual soy como medio pretencioso, con el asunto que no me gusta mucho que se burlen, a menos que yo de chance...” (E4, Hombre 22, 24 años)

El contexto que da cuenta la fotografía también es importante, dar cuenta de un logro, un momento significativo en la vida del actor que muestra una fotografía de perfil no deja de ser importante para el público:

E: Así como cuando muestran sus logros, así como no sé graduación, salí de mi tesis, titulado, cosas así con la familia, feliz cumpleaños papá y la cuestión, eh... fotos cuando no sé, como que me enternecen sale una *embarazá* con su hijo esperando, cosas así. y mmm... (E6, Mujer 22, 24 años)

Y por último la presencia de los amigos en el entorno real como factor cohesivo al advertir de comportamientos poco aceptados en red, como el caso de la entrevista 5 que reconoce

haber usado excesivamente una red social, hasta que sus amigos le proponen frenar dicho comportamiento, aunque en el caso de la entrevista dos que declara hacer mucho uso de las redes sociales, no le importan los comentarios, pues como señala “el perfil es mío”:

“E: Sí, o sea para mi es súper normal, o sea me gusta subir fotos así, mis compañeras me dicen “¿por qué subí fotos así a tus historias?” y yo le digo “¿te molesta?, elimíname, son mis cosas y ¿por qué te molesta? si tú también lo tienes, ¿por qué te molesta verlo?” (E2, Mujer 18-21 años)

E: si por ejemplo yo hubo un tiempo en que estuve re pegado con insta, como que...era como este tipo que subía a cada rato su *gym*, pero yo con las historias de Instagram, así como que...“estamos comiendo ” y les sacaba una foto, hubo un tiempo en que estuve re pegado con eso, y los chiquillos me molestan así como “ay ya, foto pa’ *insta*”, cualquier cosa, así como que daba un paso “foto pa’ *insta*”, y como que ahí entendí el mensaje así como “a ya, estos *hueones* están cachando que estoy” ¿cachai? y ahí fue como...ya y ahí partí como viendo mi historial, así como...y claro po’ estaba terrible viciado con esas cosas, entonces yo creo que haría la misma técnica. (E5, Hombre 18-21 años)

4.5 Significados de la presentación de sí en Facebook

“Internet tiene hoy la misma función catártica que el carnaval en el pasado. Uno se pone una máscara y luego se suelta” (David Le Breton)

Asimismo, la perspectiva que utiliza es la “actuación” o “representación teatral”; espacio que da importancia a los símbolos, signos y gestos en la conformación del orden social, donde se puede apreciar la asociación que existe entre lo que se muestra y se representa, la fotografía es una forma de mostrarse (presentarse en red), no obstante como hemos podido constatar esta presentación debe ser un continuo entre lo real y lo virtual.

Para Erving Goffman, “La interacción -es decir, la interacción cara a cara- puede ser definida, en términos generales, como la influencia recíproca de un individuo sobre las acciones de otro cuando se encuentran ambos en presencia física inmediata” (1959, pág. 27), y aunque en nuestro estudio la interacción se encuentra en un ámbito virtual, de cualquier forma la interacción permite que exista una influencia recíproca entre actor y público, las acciones del sujetos son recíprocas entre sí, por medio de las interacciones permite la existencia de una influencia recíproca sobre las acciones del otro y que haya interacción a través de la red, gracias a la autocomunicación de masas, esto se debe a que los actores pueden producir y distribuir sus propios contenidos mediante redes (Atilano Morales, 2013).

4.5.1 La construcción social del yo

Se les pregunta por quienes creen ser y se proyectan en general se condice entre ambas descripciones, existe cierta preocupación por el perfil, el cómo publicar y con quien compartir la información, esta preocupación por la construcción de un perfil se aprecia sobre todo en los jóvenes de edad mayor (22 a 24 años) les gusta proyectar más una imagen, se cuidan de los amigos, tienen filtros.

Para construir un yo y presentarse en red su imagen es más bien proyectada, sólo se muestra una parte “la mejor cara”, esto en palabras de Berger y Luckmann (1998) en el proceso de socialización es que el permite la identificación con los otros, donde el yo se refleja en

actitudes que primeramente adoptaron para el los otros significantes, el individuo llega a ser lo que los otros significantes lo consideran.

E: (...) sea depende de lo que uno quiera demostrar con esa foto po', si tú *querí* demostrar en tu perfil que...no sé, que la gente que te va a buscar en Facebook, la impresión que ellos van a tener de ti sea... (E7, Hombre 22, 24 años)

E: O sea si po', yo me doy cuenta cuando la otra gente se da cuenta de mi po' ¿cachai?, cuando me dicen "oh *erí* súper tierna o que *erí* súper mala en este sentido, o *erí* súper simpática", entonces ahí uno se da cuenta, cuando te reconocen. (E2, Mujer 18-21 años)

Es posible notar que en las citas anteriores los entrevistados dan cuenta de una parte que quieren mostrar, sin embargo en la cita siguiente se puede apreciar el tener un rol en la vida real diferente del que se presenta en fotografía de perfil:

“E: Que me lo han dicho, o sea si fuera por mi tendría una imagen totalmente contraria, pero...desde lo que me han dicho más lo que yo hago claro po, puedo terminar como conclusión en que soy un hueón payaso (entre risas), esa es como mi mayor virtud, "el hueón payaso" (E5, Hombre 18-21 años)

Esta parte lúdica del entrevistado más adelante da cuenta de que se aprecia en las publicaciones en otras redes, en las historias, más su perfil en Facebook no cuenta totalmente como es, es más bien una ventada (una parte) de la totalidad.

Así en la descripción de ellos mismos describen características más bien personales que no pueden traspasar la pantalla, pero que quienes consideran sus amigos aseguran si pueden notar que poseen, como el tema de la perseverancia, los logros, lo que hace más allá de los sentimientos que los caracteriza (como el ser alegre), esta quizás es la parte que más parecen fácil de graficar:

E: Las cosas me han costado lograr, me costó entrar acá (a una carrera en la universidad) e igual he subido fotos de acá, porque cuesta estar acá, cuesta llegar, pero más cuesta quedarse acá, seguir a pesar de echarte ramos, e ir alargando la carrera muchos años, y no se po', porque me ha costado lograr una posición, siempre he tenido

que estar ahí metiendo un poco de presión, pero siempre yendo en mí, en lo que yo puedo lograr, y rendir (E8, Hombre 18-21 años)

Y por último punto, en la construcción del yo, es presentar una imagen que borra los recuerdos del pasado, como es el caso de crearse un nuevo perfil en función de las necesidades que tiene ahora, la memoria preservada a través del perfil es borrada en pos de conseguir un objetivo:

E: Ya el tercer perfil me lo hice como...a ver como hace dos años...emh...en en este segundo Facebook tenía muchas cosas así, muchas fotos, videos, de carretes de cosas así, pucha videos así como uno tomando, haciendo juegos, tomando de la botella²¹, fotos...y hasta fotos así como...pucha en el colegio igual tenía como tendencia...a usar como mucha ropa deportiva...ahora le dicen flaite po' jajaj *usai* ropa deportiva, te *sacai* fotos no sé con las manos y... ya *erís* flaite, entonces dije pucha ya estoy por salir de la universidad, quiero buscar trabajo, y las empresas se ponen a revisar y buscar perfiles de *face* entonces lo cerré y me hice un perfil nuevo (...) entonces yo pa' evitarme eso (que lo discriminen en algún trabajo) cerré ese *face*...y me hice un tercer perfil. (E4, H 22 – 24 años)

4.5.2 Expectativas

El subir fotografías a la red puede simbolizar dos cosas: 1) mostrar qué hace/dejar constancia/llenar el álbum o bien 2) gustar a la red/el sentido estético. El primer punto lo describimos en el apartado siguiente, mientras que el sentido estético lo describimos a partir de un estudio realizado por Malik, Dhir, & Nieminen (2016) quienes proponen correlacionar las expectativas de compartir una fotografía y la gratificación obtenida al tener interacción, es decir que en el acto de compartir una fotografía existe una búsqueda de gratificación de las personas que componen la red hacia el individuo, y que en la medida en que obtienen dichas gratificaciones la conducta suele repetirse,

“E: Las 3 en conjunto yo creo, sí porque también hay ciertas fotos que yo encuentro que son buenas y es como "ya *hueón*, esta *hueá* tiene que tener", no sé porque el tema de los *likes*, pero es una problemática para la gente de Facebook y...si hay fotos también que me preocupa, así como "puta, ¿será esta foto tan buena como para tener

²¹ Nuevamente emerge la idea de la fiesta como una parte no presentable en facebook.

ciertos *likes*?", en general no me molesta, pero hay fotos en que sí espero los *likes* que yo pienso que pueda tener la foto." (E5, Hombre 18-21 años)

En la búsqueda de "provocar algo" y manejar las reacciones (Goffman, 1959) con su puesta en escena han ido innovando y mostrando otras características.

"E:...Yo creo que gente sube esperando tener reacciones, yo trato de que no sea así, pero por ejemplo en mi foto que era graciosa, yo estaba esperando hartos me gusta y que escribieran cosas, porque dije ya es chistosa, entonces, ahí yo esperaba así como ya, y al final tuve más me gusta en comparación a mis otras fotos, solo porque era más graciosa cachai?" (E1, Mujer 18-21 años)

4.5.3 Fotos y el tiempo

Otrora la fotografía representaba el recuerdo de un momento, acudir a un álbum de fotos significaba revivir algún acontecimiento, hoy en día con la entrada de la fotografía digital, la instantaneidad de las redes sociales producto del uso del *smartphone*, la función de la fotografía como registro del tiempo, ha cambiado un poco, a través del análisis de la fotografía hemos podido dar cuenta de que la fotografía se toma y se comparte con dos propósitos:

Carpe diem

Fotografía que solo busca documentar el momento, un hecho cotidiano, que puede ser más graciosa, diaria, de preferencia se comparte dentro de Instagram en lo conocido como historia que se borra 24 horas más tarde, es lo efímero del día.

Poder borrar una fotografía, o que se pueda borrar también alude a que se puede permear un perfil, y dejar sólo algunos recuerdos en la red, la historia es la expresión máxima de la liquidez de la modernidad, ya que si la fotografía era un recuerdo de un tiempo con la historia este recuerdo sólo dura 24 horas, y esto parece acomodar a quienes las utilizan:

"E: Igual fotos riéndome, en verdad no subo a Facebook, las subo como a Instagram, como *cagá* de la risa, como que se escucha más mi risa que lo que se ve... me gusta porque se borran jajaj, me gusta que no quede evidencia de nada, y no los guardo" (E6,

Mujer 22, 24 años)

E: (...) yo encuentro que Instagram no es tan así... porque el mío es privado, y no uso *hashtag* soy yo no más y los que acepto, si no me gusta tanto algo lo subo a historias y se borran, y se la gente que me ve y no. (E1, Mujer 18-21 años)

Tempus Fugit

Fotografía consciente, se realiza en un momento de especial felicidad, para recordar dicho momento logro deportivo, viaje, cumpleaños, representa un momento que quiere documentarse y dejarse como recuerdo, van en el perfil, no como historia. Revisarla produce nostalgia, poseen un *punctum*:

E: que espero... las fotos son como recuerdo, onda si subo después tengo de donde sacar y así recordar algo...porque no se po', le pasa algo a mi *compu* cagué po' perdí todo, en cambio en internet están...porque da lata imprimir, entonces la subo, y las dejo ahí hasta que tenga otra foto de algo y ahí la cambio, es como para ir marcando etapas.. (E3, Mujer 22, 24 años)

Aquí es donde la red se configura como un álbum de fotos que documenta ciertos momentos que no volverán, la red se transforma en el testigo de nuestra vida, una especie de memoria virtual.

Capítulo 5. Conclusiones

En esta investigación nos propusimos comprender las formas de presentación y las representaciones de sí mismos de los jóvenes de 18 a 24 años del Gran Valparaíso, a través de las fotografías de perfil en Facebook. Mediante la revisión bibliográfica dimos cuenta del contexto de lo digital, y cómo este ha cambiado las formas de relacionarse en los jóvenes, los entornos digitales –hiperdigitalizados– son una realidad que debe ser estudiada por las ciencias sociales, pues configuran espacios de apropiación en los jóvenes de hoy.

La evidencia empírica dio cuenta de que existen pocos trabajos que asocien lo virtual con la presentación de la persona en lo cotidiano²² (Goffman, 1959), por lo que los resultados de esta investigación pueden servir de base a seguir investigando como se han ido transformando las juventudes, y cómo la cultura digital influye en las formas de socialización y presentación en los jóvenes de hoy.

Pudimos dar cuenta que existen ciertos tópicos de presentación en las fotografías de perfil en los jóvenes que formaron parte del estudio. La elección de la fotografía de perfil, es efectivamente un acto intencionado y no azaroso. Tal como describimos con la etnografía, la presentación de la persona en Facebook implica la construcción/configuración de un perfil, en donde la fotografía presenta al sujeto, produciendo una suerte de anclaje entre el sujeto real con el yo virtual, en este anclaje es necesario mostrar la cara y parte del cuerpo. Se producen ciertas escenificaciones, aunque la mayor parte tiende a presentarse sin mayor tratamiento, se preocupan porque sea una foto estéticamente bonita. Pese a que en la etnografía se podría dar a entender que las mujeres tenían una mayor preocupación por el cuerpo, a través de las entrevistas pudimos recabar información de que los hombres presentan también preocupación por su fotografía de perfil. No obstante, en las entrevistas tanto hombres como mujeres expresan implícitamente que en las fotos de perfil de mujeres existe una presión más latente en relación a sus fotos de perfil –la pose y el cuerpo– a diferencia del caso de los hombres donde

²² Las investigaciones de Rocío Rueda, Atilano Morales, citadas en este trabajo.

pareciera que no se les exige tanta preocupación por su fotografía de perfil. Esto concuerda con lo planteado por los resultados de la 7ma Encuesta Nacional de la Juventud (INJUV, 2012) donde se expresa que son las industrias culturales quienes performan la percepción de la belleza, y esta concepción tiene diferencial según género, es decir.

Dentro de la fotografía de perfil en términos de representante debe presentarse claramente el usuario/sujeto al que pertenece el perfil, es deseable que muestre parte de su contexto social – humano con biógrafos–, pues es un elemento que aparece con mucha fuerza dentro de los casos de estudio aparece esta estructura. Posteriormente mostrar el contexto social –definidos como biógrafos– que envuelve al sujeto. Sobre el tratamiento si bien existen fotografías con intervención –es decir filtros– las fotografías con más interacciones son las que se encuentran escenificadas y sin tratamiento, las entrevistas permitieron notar la importancia de capturar el instante preciso. Esta valoración menoscaba la pose, que no debe ser totalmente intencionada, es decir que tienda a buscar la naturalidad. En relación al cuerpo que aparece en la fotografía es importante señalar que la fracción ideal a mostrar es el torso y la cara, esto se aprecia tanto en la etnografía como en las entrevistas.

En general existe un sentido de la privacidad que tienden a tener los jóvenes de mayor edad en oposición a jóvenes del grupo de edad menor. Esto puede deberse a que el primer grupo ha vivido el proceso con mayor lentitud, vivieron más años conectándose desde una pantalla de computador, utilizaron Messenger y Fotolog, mientras que los más jóvenes, aunque recuerdan ese momento, tienen más nociones de la navegación por internet móvil, ya sea wi fi, 3G o 4G, que permite mayor instantaneidad, el uso de smartphones y las nuevas redes como Facebook e Instagram. Esto pone en discusión lo privado y lo público mediado por pantallas, redes y edades, se puede inferir que en el grupo de edad menor de entrevistados existe una mayor naturalización de lo virtual y lo que se comparte en público, este grupo etario comparte muchas partes de su vida, reduciendo los investimentos de su vida privada y mostrando su vida de un modo más público, mientras que los entrevistados de 22 a 24 años tienen una noción de lo privado más marcada, compartir su vida queda para un grupo de elegidos, un círculo más íntimo reduciendo, comparten su vida por redes más personales (Whatsapp),

publicando parte de su vida, lo que les ocurre a lo que el mundo tiene acceso, sin necesidad de contar dicho acontecimiento. Ocurre en este proceso algo similar a lo que plantea Foucault, en *Vigilar y Castigar* (1987), los sujetos se muestran en esta red, voluntariamente se hacen más visibles o no, se ven observados y son observadores de la vida, algo así como un panóptico, donde vigilan y ponen una sanción normalizadora ante lo que nos les gusta, esto forma cuerpos dóciles, cuerpos adiestrados manipulados y controlados para que se presenten de modo correcto cumpliendo con el contrato social

“Las fotos explican, hacen sentir algo y ordenan el conocimiento. Son tres procesos de elaboración del conocimiento importantes. Suponen una forma peculiar de conocer la realidad social, pero también de crearla” (De Miguel & Ponce de León, 1998, pág. 88). Las fotos pueden ser un álbum de momentos, o momentos que se borran, pareciera que los jóvenes entrevistados de edad menor han asimilado y normalizado el compartir cada momento de su vida como significativo, el uso de la historia en Instagram es un claro ejemplo de lo líquido de nuestros tiempos término que de Bauman, y que en *Vida Líquida* (2006), donde expresa que en estas vida existe una sucesión de nuevos comienzos, una vida que no puede detenerse y que debe estar en contante fluidez, cambio y novedad, noción que calza con las historias de Instagram pues es una publicación que se borra en 24 horas y que no deja registro. Desde este punto de vista el uso de la historia en otras redes sociales viene además a poner en cuestionamiento el significado nostálgico de la foto, pues puede tener o no un *punctum* pero su registro en red se borra, se trata sólo de un momento más que un recuerdo, un momento que se va, y que la red ofrezca esta opción sirve como punto de partida para un estudio posterior. En esta misma línea y a modo de reflexión hasta hace un tiempo la fotografía se posicionaba como el recuerdo de un momento, sin embargo, con la aparición de Instagram, esta idea de la fotografía como recuerdo se difumina en pos de las historias; es una fotografía que desaparece en un día, se borra y que constantemente el usuario actualiza. Al término de esta investigación no sólo Instagram tenía la opción de historias, también las incorporó Facebook y Whatsapp, sin embargo estas funciones aparecieron cuando el trabajo de campo había terminado.

Si bien la construcción de un perfil no depende solo de la fotografía de perfil –aunque si es parte importante ya que es la cara, lo que nos permite identificarnos en la red– el perfil completo de un usuario se constituye en cómo se gestiona la red, los amigos que se tienen, las cosas que se comparten y no, el sentido de la privacidad. Dentro de toda la construcción del perfil existe un discurso que condice con las prácticas; aquello que me gusta ver es aquello que muestro en el perfil de red social. Las cosas que les gusta ver dentro de la red, son un tema interesante a estudiar pues son una muestra de una cultura visual que viven y apropian los jóvenes, las fotografías que les gustan son las que usan en sus propios perfiles y sin embargo aprecian la novedad de algunas publicaciones. Lo socialmente aceptado es una construcción que ellos mismos, gestores de la cultura virtual, han ido marcando con el tiempo, y sin embargo esto es sólo una ventana a la persona detrás del perfil, el gestionar qué se muestra y qué no, es una forma construir una cara, que si bien ellos representan también comprenden que dentro de la red sólo muestran una parte de cómo ellos se describen, muestran su mejor cara, una cara socialmente aceptada. Hay cosas que no se pueden mostrar en internet, difíciles de retratar en una fotografía.

La noción de la necesidad de cambio de una fotografía de perfil, ya sea por un nuevo hito que se desea mostrar en la biografía o un deseo de cambio de la representación propia en red, es también un ejemplo de lo líquido de nuestros tiempos, tal como menciona Bauman (2006), que debe ser constantemente novedoso en la forma de presentarse y dejar registro del yo real.

La densidad de la idea en los entrevistados declaren que una foto de perfil –y las fotos que ellos usan– debe salir la cara del usuario de perfil, condice con la etnografía virtual, donde en todas aparece un humano ya sea con biógrafos o sin estos, es decir la imagen; cara-cuerpo-contexto social, del sujeto de la vida real debe ser la que se presenta en la red virtual, y es más que un acto involuntario, es un acto pensado, reflexivo: “esta fotografía puede ser para mi perfil” “debo cambiar la fotografía” o buscando una fotografía en contexto amplio o restringido que presente al sujeto, en algún lugar, con algún hito en su vida. Aquí es donde algunos autores (Chang-Hyun, 2015; Luna Sánchez & Ito Sugiyama, 2015; Murray, 2015; Suarez, 2014) han hablado de construcción de fachada deseable, o de gestión del *self*, donde

efectivamente se busca presentar una cara construida intencionalmente que refleja parte de la vida del individuo.

Uno de los desafíos estudio de las fotografías en redes sociales a través de la fotografía, es decir mediando según exponente cómo las imágenes se relacionan con otros usuarios, de modo cuantitativo y relacionar cuáles son las interacciones que tienen, es decir; cuáles son las interacciones que generan distintas fotos según el contenido de estas. Por otra parte, mediante técnicas cualitativas, poder buscar una forma de entrevistar a usuarios que tengan un uso menor de las redes sociales, cuyas fotografías o su modo de vivir la cultura virtual es más crítico, donde su imagen de perfil es una imagen en la que no aparece su cara. Aun así, hay casos a los que nos pudimos acceder respecto de sus elementos biográficos, y que no se pudieron estudiar al ser esta una etnografía de imágenes públicas de perfil.

La cultura normaliza ciertas prácticas, esto también ocurre en Facebook el querer normar las publicaciones, y donde la información que se comparte en red es considerada como válida ¿Cómo es la mejor forma mostrarse?, si tienen ciertas características las fotografías analizadas en el presente estudio es que les gustan mostrar la cara/cuerpo y su contexto—y esto es lo que gustan ver—; una estética en cómo se muestra el cuerpo, la pose no debe ser provocativa, la fotografía no debe ser muy editada, un filtro en su justa media, que embellezca la imagen pero que no borre al sujeto tras la fotografía, ojalá espontanea aunque si existe una valoración a la preparación de una foto de perfil que no se publique cualquier foto en la red, esto dice relación con una continuidad en la red, lo virtual es una extensión propia del yo real.

La duda y el descontento de mostrar una fotografía de cierta forma sabiendo que en la vida real el sujeto que muestra dicha foto no es así, o el mostrar mucho más de lo aceptable, el exceso de información, las fotografías en el gimnasio o en contexto de fiesta son algunos de los malestares de los entrevistados hacia los contactos de su red, donde la exigencia es mostrarte tal como te muestras en el contexto social-real, la fachada virtual debe rimar con la cara real, la actuación debe ser real/natural y no artificial, pues estos comportamientos se resienten. Estos malestares pueden estar asociados a la socialización en red, parte de su

infancia y adolescencia la vivieron frente a un computador, ya conocían otros sitios visuales como Fotolog, por lo que pueden poner en duda si lo que se muestra es real o no, o porque su red de contactos la conocen en el contexto real.

Futuras investigaciones podrían seguir ahondando en la etnografía virtual, tanto en publicaciones como en las fotografías, como una forma de comprender la cultura virtual – inmersos en el contexto digital– pues para el estudio de las TICS que son fenómenos relativamente nuevos, las técnicas de investigación deben ser atinentes al fenómeno que investigan. Por otra parte esta investigación da pie para el estudio de las redes sociales según el género de los usuarios, un desafío sería aumentar la muestra, indagar en cómo los usos varían según las edades, y cómo la edad y el género median en las nociones de lo público y lo privado y la noción de la estética, del cuerpo y la fotografía.

Finalmente las representaciones, valoraciones, formas de pensar y percibir a los usuarios en red a través de las fotografías de perfil en Facebook condice con sus formas de presentación, lo deseable, lo bello, lo rechazado y lo que desagrada es un conjunto de representaciones apropiadas y utilizadas por los jóvenes en red, las representaciones median la presentación de sí en Facebook.

Bibliografía

- Alonso, L. (2007). Sujeto y Discurso: El Lugar de la Entrevista Abierta en las Prácticas de la Sociología Cualitativa. En J. Delgado, & J. Gutiérrez, *Métodos y Técnicas Cualitativas de Investigación en Ciencias Sociales* (págs. 225-240). Madrid: Editorial Síntesis.
- Álvarez-Gayou Jurgenson, J. L. (2006). Introducción a la investigación cualitativa. En J. L. Álvarez-Gayou Jurgenson, *Cómo Hacer Investigación Cualitativa* (págs. 13-38). México-Barcelona: Paidós.
- Association of Internet Researchers (AoIR). (2012). *Ethical Decision-Making and Internet Research: Recommendations from the AoIR Ethics Working Committee (Version 2.0)*. Recuperado el 29 de Enero de 2017, de Association of internet researchers AoIR: <https://aoir.org/reports/ethics2.pdf>
- Atilano Morales, J. (2013). The Wall. La Presentación de la persona en Facebook. *Paakt: Revista de Tecnología y Sociedad*(4).
- Banchs, M. A. (1986). Concepto de "Representaciones Sociales": Análisis Comparativo. *Revista Costarricense de Psicología*, 27-40.
- Barthes, R. (1989). *La cámara lúcida. Notas sobre la fotografía*. Barcelona: Paidós.
- Basile, D., & Linne, J. (2014). Performances de autopresentacion a través de fotografías digitales: El caso de los adolescentes de sectores populares en Facebook. *Cuadernos.info*(35), 209-217.
- Bauman, Z. (2006). *Vida Líquida*. Barcelona: Paidós.
- Becker, H. (2015). *Para hablar de sociedad la sociología no basta*. (H. Salas, Trad.) Buenos Aires: Siglo XXI Editores.
- Belting, H. (2015). Imagen, medium, cuerpo: un nuevo acercamiento a la iconología. (O. Gómez, Ed.) *CIC Cuadernos de Información y Comunicación*, XX, 153-170.

- Berger, P., & Luckmann, T. (1998). *La construcción social de la realidad* (15 a ed.). Buenos Aires: Amorrortu.
- Bonacci, J. M. (2011). Los jóvenes de perfil: una aproximación a las representaciones corporales de adolescentes y jóvenes usuarios de Facebook. *Juventud, Medios de Comunicación e Industrias Culturales* (págs. 68-73). Buenos Aires: Universidad de Buenos Aires.
- Brito, R. (1998). Hacia una sociología de la juventud. Algunos elementos para la deconstrucción de un nuevo paradigma de la. *Última Década*(9), 1-7.
- Canales Cerón, M. (2009). La conversación juvenil sobre los valores. El caso de las Tribus Urbanas. *Última década*(30), 145-168.
- Castells, M. (2001). *La Galaxia Internet*. Barcelona: Areté.
- Castells, M. (2004). *La era de la información: economía, sociedad y cultura*. Buenos Aires: Siglo XXI .
- Castells, M. (2009). *Comunicación y poder*. Madrid: Alianza Editorial.
- Castells, M., Tubella, I., Sancho, T., & Roca, M. (2007). *La transición a la sociedad red*. Barcelona: Ariel.
- Chang-Hyun, J. (2015). The role of Facebook users' self-systems in generating social relationships and social capital effects. *New Media & Society*, 17(4), 501-519.
- Chihu Amparán, A., & Gallegos, L. (2002). El enfoque dramático en Erving Goffman. *Polis. Investigación y análisis sociopolítico y psicosocial*(2), 34-47.
- De Miguel, J., & Ponce de León, O. (1998). Para una sociología de una fotografía. *REIS (Revista Internacional de Sociología)*, 83-124.
- Domenech, M., & Tirado, F. (2002). Lo virtual y lo social. *Athenea Digital*, 10.

- Facebook. (s.f.). *Aspectos básicos de la privacidad*. Recuperado el 30 de Enero de 2017, de Facebook: <https://www.facebook.com/about/basics/manage-your-privacy>
- Feixa, C. (2000). Generación@ la juventud en la era digital. *Nómadas*, 76-91.
- Feixa, C. (2011). Juventud, espacio propio y cultura digital. *Revista Austral de Ciencias Sociales*(20), 105-119.
- Feixa, C., & Fernández-Planells, A. (2014). Generación @ versus Generación #. La juventud en la era hiperdigital. *Audiencias juveniles y cultura digital*, 35-54.
- Feixa, C., Fernández-Planells, A., & Figueras-Maz, M. (2016). Generación Hashtag. Los movimientos juveniles en la era de la web social. *Revista Latinoamericana de Ciencias Sociales, Niñez y Juventud*, 1(14), 107-120.
- Fernández, M. (2005). Diseño de estudios y diseños muestrales en investigación cualitativa. En L. Vázquez, *Introducción a las técnicas cualitativas de investigación aplicadas en salud* (págs. 31-52). Barcelona: Bellaterra.
- Foucault, M. (1987). Las disciplinas I. Los cuerpos dóciles. En M. Foucault, *Viiglar y Castigar* (págs. 124-156). México: Siglo XXI.
- Gáinza Veloso, Á. (2006). La entrevista en profundidad individual. En M. Canales Cerón, *Metodologías de investigación social. Introducción a los oficios* (págs. 219-288). Santiago: LOM Ediciones.
- Goffman, E. (1959). *La presentación del yo en la vida cotidiana* . Buenos Aires: Amorrourtu.
- Gómez, R., & González, J. (2013). Rutas y configuraciones de la imagen de perfil en Facebook. *Educació i Cultura: revista mallorquina de Pedagogia*, 24, 41-73.
- González , J., & Rocío, G. (2009). Formas de presentación pública de la persona en facebook. Notas para el análisis. *Nexus*(8), 54-65.

- Halpern, D., & Jadue, V. (16 de Julio de 2014). *TrenDigital*. Recuperado el 27 de Marzo de 2017, de TrenDigital: <http://tren-digital.cl/estudio/cultura-selfistica-en-chile/>
- Hernandez Sampieri, R., Fernández Collado, C., & Baptista Lucio, P. (1997). *Metodología de la Investigación*. Mexico: Mc Graw Hill.
- Hernández, E. (2015). Cuerpos performados, cuerpos producidos: una reflexión teórica en perspectiva fenomenológica. *Temas Antropológicos, Revista Científica de Investigaciones Regionales*, 37(1), 144-155.
- Hine, C. (2004). *Emografía Virtual*. Barcelona: Editorial UOC.
- Ibáñez, J. (2006). Presentación. En M. Canales Cerón, *Metodologías de investigación social. Introducción a los oficios* (págs. 11-29). Santiago: LOM Ediciones.
- Infoamérica. (2002). *Comunicación, Sociedad y Cultura. Perfil Biográfico, y Pensamiento*. Recuperado el 14 de Diciembre de 2016, de Revista Iberoamericana de Comunicación: <http://www.infoamerica.org/teoria/mcombs1.htm>
- INJUV. (2012). *7ma Encuesta Nacional de la Juventud*. Santiago: Gobierno de Chile.
- Krippendorff, K. (1990). *Metodología de análisis de contenido. Teoría y práctica*. Barcelona: Paidós Comunicación.
- Lasén, A., & Puente, H. (s.f.). *La cultura Digital*. Universidad Oberta de Catalunya.
- Latinobarómetro. (Diciembre de 2015). *Latinobarómetro*. Recuperado el 10 de Enero de 2016, de <http://www.latinobarometro.org/latOnline.jsp>
- Le Breton, D. (2012). *Antropología del cuerpo y modernidad*. Buenos Aires: Nueva Visión.
- Le Breton, D. (2002). *Sociología del Cuerpo*. Buenos Aires: Nueva Visión.
- Lipovetsky, G. (1990). *El imperio de lo efímero*. Barcelona: Anagrama.
- Lipovetsky, G. (2006). *La era del vacío*. Barcelona: Anagrama.

- Lönnqvist, J.-E., & Große Deters, F. (2016). Facebook friends, subjective well-being, social support and personality. *Computers in human behavior*, 113-128.
- López, R. (2010). La reina de las redes sociales. *Revista Mexicana de Comunicación*, 12-19.
- Luna Sánchez, R., & Ito Sugiyama, E. (2015). ¿Nos vemos en facebook? *Alternativas en Psicología*, 77-91.
- Malik, A., Dhir, A., & Nieminen, M. (2016). Uses and Gratifications of digital photo sharing on Facebook. *Telematics and Informatics*, 129-138.
- Margulis, M., & Urresti, M. (1998). La construcción social de la condición de juventud. *Viviendo a toda. Jóvenes, territorios culturales y nuevas sensibilidades*, 3-21.
- Marrero, M. (2013). La construcción de la imagen visual y la rostricidad en Facebook. *Razón y palabra*, 502-512.
- Marshall, P. D. (2010). The promotion and presentation of the self: celebrity as marker of presentational media. *Celebrity Studies*, I(1), 35-48.
- Martínez-Salgado, C. (2012). El muestreo en investigación cualitativa. Principios básicos y algunas controversias. *Ciencia & Saúde Colectiva*, 613-619.
- Martinic, S. (2006). El estudio de las representaciones y el Análisis Estructural del Discurso. En M. Canales Cerón, *Metodologías de investigación Social. Introducción a los oficios* (págs. 299-319). Santiago: LOM ediciones.
- Merino Malillos, L. (2011). Jóvenes en redes sociales: significados y practicas de una sociabilidad digital. *Revista de Estudios de Juventud*, 31--43.
- Miniwatts Maketing Group. (Diciembre de 2015). *Internet World Stats Retrieved Diciembre*. Recuperado el Enero de 2016, de <http://www.internetworldstats.com/stats2.htm>
- Montenegro, M., & Pujol, J. (2010). Nuevas tecnologías y agenciamiento juvenil: aproximación desde el ciberfeminismo. *Revista de estudios de juventud*(89), 221-234.

- Mora, M. (2002). La Teoría de las representaciones sociales de Serge Moscovici. *Athenea Digital*(2), 1-25.
- Murray, D. C. (2015). Notes to self: the visual culture of selfies in the age of social media. *Consumption Markets & Culture*, 490 - 516.
- Pérez Cubas, G. (2011). La Corporeidad y el Poder Realizador del Actor. *Revista Brasileira de Estudos da Presença*, 2(1), 370-384.
- PNUD. (2006). *Desarrollo Humano en Chile. Las Nuevas Tecnologías ¿un salto al futuro?* . Santiago.
- PNUD. (2012). *Bienestar subjetivo: el desafío de repensar el desarrollo*. Santiago: Salesianos Editores.
- Racioppe, B. (2008). Jóvenes y TICS. Modos de Socialización y construcción de identidad(es). *Conectados, Hipersegmentados y Desinformados en la Era de la Globalización - 10º Congreso REDCOM* (págs. 1-19). Salta: Universidad Católica de Salta.
- Reinoso, A., & Thezá, M. (2005). Dimensiones de la discriminación: algunas figuras y fisuras de la otredad. *Observatorio de Juventud*, 1(2), 7-12.
- Rueda Ortiz, R. (2008). Cibercultura: metáforas, prácticas sociales y colectivos en la red. *Nómadas*, 8-20.
- Rueda Ortíz, R., & Giraldo, D. (2016). La imagen de perfil en Facebook: identidad y representación en esta red social. *Folios: revista de la Facultad de Humanidades*(43), 119-135.
- Sandoval, C. (2002). *Investigación Cualitativa*. Bogotá: Instituto Colombiano para el Fomento de la Educación Superior.
- Sibilia, P. (2008). *La intimidad como espectáculo*. Buenos Aires: Fondo de Cultura Económica.

- SimilarWeb. (2016). *SimilarWeb*. Recuperado el 12 de Enero de 2016, de Insight for any website: <https://www.similarweb.com/>
- Spencer, L., Ritchie, J., O'Connor, W., Morrel, G., & Ormston, R. (2014). Analysis in Practice. En J. Ritchie, J. Lewis, C. McNaughton, & R. Ormston, *Qualitative Research Practice. A guide for social science students and researchers* (Segunda ed., págs. 295-345). London: SAGE.
- Spencer, L., Ritchie, J., Ormston, R., O'Connor, W., & Barnard, M. (2014). Analysis: Principles and processes. En J. Ritchie, J. Lewis, C. McNaughton, & R. Ormston, *Qualitative Research Practice. A guide for social science students and researchers* (Segunda ed., págs. 269-293). London: SAGE.
- Suarez, B. (2014). ¿Qué estás pensando? El dispositivo de enunciación en la red social Facebook. *La Trama de la Comunicación*(18), 83-93.
- SUBTEL. (2014). *Encuesta Nacional de Acceso y Usos de Internet*. Santiago de Chile: Gobierno de Chile.
- TECHcetera. (9 de Febrero de 2012). *Facebook: Millones de usuarios conectados*. Recuperado el 12 de Mayo de 2015, de TECHcetera. Tecnología, cultura digital y más.: <http://techcetera.co/facebook-millones-de-usuarios-conectados/>
- Valles, M. (2003). Capítulo 6: Técnicas de conversación, narración (I) : las entrevistas en profundidad. En M. Valles, *Técnicas Cualitativas de Investigación Social. Reflexión metodológica y práctica profesional* (págs. 177-234). Madrid: Editorial Síntesis.
- Valles, M. (2003). Diseños y Estrategias metodológicas en los estudios cualitativos. En M. Valles, *Técnicas cualitativas de investigación social. Reflexión metodológica y práctica profesional* (págs. 69-105). Madrid: Editorial Síntesis.
- Woolgar, S. (2010). Capítulo I Cinco reglas de la virtualidad. En S. Woolgar (ed), *¿Sociedad Virtual? Tecnología, 'Cibérbole', Realidad* (págs. 19-40). Barcelona: Editorial UOC.

Anexos

Anexo 1: Pauta Entrevista

Objetivo Específico	Tópicos	Dimensiones	Guión (preguntas sugeridas)
Contexto entrevista	Generación# Generación@	Usos pasados	¿A qué edad empezaste a usar internet? ¿Cómo empezaste a usar internet? ¿Por qué comenzaste a usarlo? ¿Qué hacías en un comienzo? ¿Cuánto tiempo usabas?
		Usos actuales	¿Cuánto tiempo usas internet? ¿Cómo usas internet? (conexión lugares) ¿Qué redes sociales utilizas?
	Facebook		¿Hace cuánto tienes perfil en Facebook? ¿Por qué te creaste un perfil? ¿Cuántos y quiénes son tus amigos en Facebook? ¿Tienes filtros de privacidad? ¿Cuáles? ¿Qué nombre de usuario utilizas?
Caracterizar las prácticas de representación	Prácticas		¿Cómo eliges una fotografía de perfil? (elección sobre otra, sesiones de fotos, casuales)

<p>visual a través de fotografías de los jóvenes de Valparaíso</p>			<p>¿Qué te hace cambiar una foto de perfil? ¿Tienes tiempos de uso de una foto?</p>
	<p>Tipo Fotografías</p>		<p>Cuando pones una fotografía de ti, ¿cómo son generalmente? (escenificación, filtros, poses, elementos) ¿En las fotos de perfil te pones tú? U Otros Elementos cosas asociadas a ti (mascota, deporte), ¿qué elementos crees que pueden relacionarse contigo? ¿Se ve tu cuerpo o una parte? ¿Privilegios algunas cosas sobre otras?</p>
<p>Caracterizar las representaciones de las fotografías publicadas por otros a través de Facebook en jóvenes de Valparaíso</p>	<p>Representaciones</p>	<p>Ideas Información</p>	<p>En Facebook circulan muchos tipos de fotografías, usuarios, ¿Qué piensas de las fotos de perfil y de las personas detrás de ellos? (¿los identifican? ¿los definen? ¿Crees que una foto de perfil da información de una persona? ¿Crees que una foto te permite conocer algo de una persona? ¿Qué hace que una foto te permita identificar a alguien? ¿Su postura? ¿Los elementos?</p>

		<p>Valoraciones (positiva-negativa / lo bello-o feo)</p>	<p>¿Cómo suelen ser las fotos que te gustan?? (ver cuerpo/filtro/ediciones /poses/intencionalidad) ¿Qué piensas de los cuerpos que aparecen en la fotografía? ¿Qué es lo que tienen las fotos que te gustan? ¿Qué fotos no te gusta ver en Facebook? ¿Qué tienen las fotos que no te agradan? ¿Por qué ¿</p>
		<p>Prácticas asociadas</p>	<p>Según el tipo de fotos que te gusta ver, ¿tú sueles usar ese tipo de fotografías? ¿Qué tipo de foto te gusta usar?</p>
<p>Describir los significados de la presentación de sí mismos a través de fotografías de los jóvenes de Valparaíso</p>		<p>Construcción cara</p>	<p>¿Cómo te describirías a ti mismo? ¿Quién eres? ¿Cómo crees que te ven los demás?. Según las fotos de perfil que usas, ¿crees que te representan? (te muestran como tú crees que eres) ¿Qué es lo que muestran de ti tus fotos? Hay algunas cosas que te gusta representar/mostrar en tu foto de perfil?</p>

		Yo social	¿Qué esperas cuando subes una fotografía de perfil? (sentido estético/sentido social- <i>like</i>)
--	--	-----------	---

Anexo 2: Consentimiento Informado



Facultad de Humanidades
Instituto de Sociología

CONSENTIMIENTO INFORMADO PARA ENTREVISTAS

Has sido invitado/a a participar de una entrevista para una tesis de pregrado titulada “(Re)presentaciones de jóvenes de la región de Valparaíso a través de las fotografías de perfil en Facebook” de Carina de la Barra Urquieta (egresada de sociología, 17.385.982-1). El objeto de esta carta de consentimiento es ayudarte a tomar la decisión de participar.

El objetivo de la tesis es: Comprender la (re)presentación de sí mismos que tienen los jóvenes de 18 a 24 años de la región de Valparaíso, a través de las fotografías de perfil en Facebook, para ello se entrevista a jóvenes del mismo rango de edad. Esta investigación no tiene fines lucrativos

La participación en el proyecto contempla responder una entrevista (de entre ½ a 1 hora de duración), el que será realizado en el lugar que estimes conveniente. La entrevista será grabada y transcrita en su totalidad, y se garantiza el resguardo de la confidencialidad y el anonimato que serán asegurado a partir de la modificación de nombres de lugares, de personas y de toda otra información que emerja de su entrevista, de manera de no hacerlo reconocible.

Más allá del compromiso de tiempo, anticipamos que esta actividad no tendrá ningún otro inconveniente o riesgo para usted, se evitará ahondar en temas profundos, o que resulten incómodos para los entrevistados/as.

Los resultados de esta investigación tendrán como producto informes de investigación, publicaciones y comunicaciones científicas, donde podrán ser utilizados algunos extractos de la conversación sin que aparezcan sus datos de identificación personal.

Por medio de este consentimiento, aceptas la invitación de manera enteramente voluntaria, y podrás abandonarlo en el momento que estimes conveniente, sin que esto tenga consecuencias de ningún tipo.

Yo, _____ declaro que he leído el presente documento, se me ha explicado en qué consiste el estudio y mi participación en el mismo, he tenido la posibilidad de aclarar mis dudas y tomo libremente la decisión de participar en el estudio. Además se me ha entregado un duplicado firmado de este documento.

Firma de participante

En _____, a _____ de _____ de 2017

Cualquier pregunta o inquietud contactarse con Rodrigo Cabrera del Valle, profesor guía de la tesis de pregrado (rodrigo.cabrera@uv.cl)

