

Cuando no todo es lo que parece

De María Victoria Barreto Krämer y Ana Belén Fernández

Este presente ensayo pretende abordar algunas cuestiones ligadas a la representación de los estereotipos de los cuerpos y la belleza que encontramos en las redes sociales, así también, es necesario comprender qué uso se le da a la fotografía en tiempos de la era digital y el poder de las imágenes a la hora de construir modelos sociales.

Es importante comprender que la era analógica de la fotografía, implicaba producir una menor cantidad de imágenes, mientras que con la era digital, esta cuestión dejó de ocurrir. Convirtiendo esa idea de sacar una foto como un evento para preservar la memoria en una manera de expresión cotidiana que forma parte de nuestros días. En este sentido, se abordará una breve idea del efecto que implica la reproducción de la imagen y también el desarrollo de los autorretratos y posteriormente selfies que justamente pretenden dar una idea de qué deseo mostrar desde el lugar individual y cómo influyen los cánones de belleza y modas a la hora de pensar el propio cuerpo.

Algunos ejemplos que nos permiten analizar estas cuestiones es el caso de la aplicación *Snapchat* que surge y se masifica con gran velocidad ya que tenía la opción de que las imágenes que se subían duren un tiempo limitado, características que luego tomó *Meta*¹ para sus plataformas de *Facebook*, *Instagram* y *Whatsapp* con sus *stories* y estados.

En nuestra cotidianeidad es frecuente encontrar adolescentes que hacen muecas para la cámara, bailes para *Tik Tok* y cualquier nuevo evento que surja, ahorabien, es interesante destacar que si bien tienen una alta exposición a los usuarios, en la mayoría de los casos, se emplean filtros sobre las imágenes. Muchos de estos filtros le permiten al usuario editar las fotografías sumando coronas de flores, tatuajes, orejas y hocicos de animales y demás. Pero y es importante mencionar, que permite cambiar las fisonomías del rostro, modificar el color de ojos, de pelo, agregar pecas o suavizar las imperfecciones de la piel, agrandar o achicar los ojos y un sinfín de posibilidades.

La utilización de filtros, más allá de lo lúdico o divertido que pueda ser para el

usuario, puede alterar la percepción que tiene de sí mismo, de su propia imagen y, en consecuencia, la forma en que se representa ante la sociedad.

1. Selfies y algo más.

Desde el mito de Narciso en adelante, el deseo de ver nuestra imagen formó parte de la concepción social que tenemos como sujetos que comunican. Con el paso del tiempo, la humanidad tuvo la necesidad de plasmar los cambios, expresar sentimientos, contar su historia a través del arte. Si bien la fotografía nace como un invento en el siglo XIX, en el siglo XX se convertirá en una expresión artística, será herramienta de transformación política y social, en palabras de Cartier Bresson, una manera de vivir. (Cartier Bresson, 1952)

En el primer tercio del siglo XX y con muchos cambios sociales, políticos y económicos en el aire, la fotografía se convirtió en una herramienta más de propaganda durante el surgimiento de los totalitarismos y a su vez, en un instrumento de resistencia. Desde la teoría frankfurtiana, podemos indagar sobre cómo va a ser criticada a la hora de entender ese aquí y ahora que se puede percibir en una obra de arte, y cómo, desde que puede ser reproducido hasta el hartazgo va a perder ese aura. Entendida como: “el aquí y el ahora del original que constituye el concepto de autenticidad” (Benjamin, 2019). En este sentido, es posible pensar que nos encontramos ante un nuevo momento de la fotografía, en donde el yo se exhibirá como una mercancía más que responde a las lógicas de las aplicaciones, internet y sobre todo, el mercado.

Con el correr del siglo XX, la fotografía se convertirá en algo fundamental para documentar la vida cotidiana. Se pasará a dejar asentado aquellos eventos fundamentales en la vida social. Bourdieu, en el Sentido social del gusto dirá: “Nada puede ser fotografiado fuera de lo que debe ser fotografiado. La ceremonia puede ser fotografiada porque escapa de la rutina cotidiana y debe ser fotografiada porque encarna la imagen que el grupo espera de sí en cuanto al grupo.” (Bourdieu 2014: 55). Permittiéndonos pensar así que, van a regir lógicas y prácticas que orientarán qué es lo fotografiable y qué no lo es.

Una amplia variedad de artistas y fotógrafos incursionaron en la práctica de realizarse autorretratos, algunos más o menos icónicos que otros, desde los tomados por la fotógrafa Diane Arbus en la década del 40, hasta una de las *selfies* más

Análisis y Producción del Discurso – Tema 11: Cuando no todo es lo que parece

viralizadas² como fue la de Ellen DeGeneres en los Oscars 2014 pasando por la icónica foto de Thelma & Louise en la película protagonizada por Susan Sarandon y Geena Davis a principio de los 90s. Hoy por hoy, las *selfies* son parte de nuestro día a día, como registro constante de ese paso del tiempo. Pero: ¿qué sucede cuando lo que obtenemos no es lo esperado? ¿cuándo lo que vemos en la fotografía no es lo que queremos? Hoy el usuario como productor y protagonista, tiene el poder de eliminar cada una de las imágenes que no le parezca favorable, no sólo eso, sino que además existen miles de programas y aplicaciones que ayudan a cambiar los efectos no deseados. Aquí, la pérdida del aura, en términos de Benjamin, se hace cada vez más tangible.

2. Pictorialismo digital

La edición de la imagen no sólo afecta a nuestro país, sino que es un fenómeno mundial y que se utiliza desde hace muchos años en publicidad, en notas periodísticas, en revistas de moda o farándula, programas como photoshop abrieron la puerta de la edición post fotografía.

La sociedad y especialmente los adolescentes reciben miles de estímulos visuales con estereotipos de belleza muchas veces difíciles de alcanzar, desde rostros con fisonomías perfectas, sin imperfecciones, cuerpos extremadamente delgados, hasta pieles suaves y sedosas a la vista. Los filtros permiten cumplir con éstos cánones de belleza irreales obteniendo una discrepancia entre la imagen real y la versión que se exhibe en las redes. Si bien es importante destacar el hecho de que el al postear una foto en redes sociales, lo importante es la reacción del público, lo que más preocupa es que esta corriente fomenta la creación de estos cuerpos irreales.

El término Dismorfia de Snapchat fue incorporado en el año 2018 por el Doctor Tijon Eshon y es una afección que deriva del trastorno dismórfico corporal, TDC o también conocido como dismorfofobia, éste último es un trastorno obsesivo sobre un defecto físico, real o imaginario que produce conductas obsesivas, angustia, ansiedad y dificultades en la sociabilización entre las personas que lo padecen. En cambio, la dismorfia de Snapchat o también conocida como Dismorfia del Selfie hace referencia a cuando la persona se identifica más con su imagen luego de aplicarle los filtros que con la imagen que le devuelve el espejo. Una de las preguntas sumamente pertinente

Análisis y Producción del Discurso – Tema 11: Cuando no todo es lo que parece

es cuánto influyen los medios de comunicación y el contenido mostrado en las redes sociales en el desarrollo de este tipo de patologías. Si bien no es un factor decisivo para el desarrollo de las mismas, influye bastante en nuestros consumos y además en la reproducción de la hegemonía misma. En los estudios sobre la recepción se podrán observar pistas para comprender la profundidad de cómo es afectada nuestra percepción. "En el transcurso de grandes períodos históricos, junto a todos los modos de existencia del colectivo humano, se modifica también el tipo y modo de su percepción" (Benjamín, 2019).

Ante la presencia de las diferentes afecciones que pueden afectar la salud de los consumidores y usuarios de las plataformas virtuales es importante destacar las medidas tomadas al respecto. En Reino Unido el organismo encargado de regular las publicidades, Advertising Standards Authority (ASA), prohíbe los filtros de belleza que consideren engañosos en publicidades e influencers de Instagram. También existen movimientos dentro de las mismas plataformas, como es el caso de #FilterDrop (quitar filtros) propuesto por la modelo y maquilladora Sasha Pallari que propone mostrarse tal cual somos en las redes sociales, sin utilizar filtros. En nuestro país la conocida influencer del cuidado de la piel Daniela López, conocida como Dadata, propone #PielesReales. Este hashtag muestra imágenes de publicidades, modelos, artistas tal cual son sin la aplicación de filtros con el objetivo que la audiencia tome conciencia sobre aquello que se muestra en las redes no siempre es verdadero y es un estándar difícil de alcanzar por su irrealidad.

Es importante destacar que muchos instagramers ocuparían el lugar de, en palabras de Lazarsfeld y Katz (1955), *líderes de opinión o Influentials* teniendo en cuenta el estudio de estos autores acerca de la comunicación personal a través del liderazgo de opinión. Recordemos que el estudio de Lazarsfeld contradice la teoría de la Aguja Hipodérmica de Lasswell en la que plantea que los medios de comunicación de masas impactan sobre las audiencias produciendo un efecto directo e inmediato sobre ellas. A diferencia de esto los líderes de opinión son los que influyen sobre las decisiones y opiniones de las personas de forma "*casi invisible, ciertamente inconsciente, íntimo e informal, de persona a persona, a través del contacto diario*" (Katz y Lazarsfeld, 2011, p. 140). En la actualidad nuestra sociedad, especialmente los adolescentes, se informan, copian hábitos y eligen sus consumos según lo que muestran los *Influentials*, por lo general todo ronda alrededor del cuerpo, para

Foucault el cuerpo es objeto y blanco de poder “el cuerpo constituye el objeto de intereses tan imperiosos y apremiantes; en toda sociedad, el cuerpo queda atrapado en el interior de poderes muy ceñidos que le imponen coacciones, interdicciones u obligaciones” (Foucault 2008:159). Muchas veces el cuerpo y la imagen del mismo es sometida a diferentes tamices para cumplir con los estereotipos que las redes sociales muestran sobre lo que sería un cuerpo perfecto, que cabe aclarar, lejos está de la realidad. En cuanto a los consumos, Umberto Eco afirma que nuestra sociedad sigue los cánones de belleza impuestos por los medios de comunicación de masas, siguiendo los ideales de belleza del mundo del consumo comercial. (Umberto Eco, 2010).

3. ¿Qué nos dejan las redes sociales?

Hasta aquí lo expuesto nos permite pensar el rol de la fotografía como un hecho social y como documental, que reproduce estereotipos y también, es una herramienta que nos permite ser críticos de los mismos. Bourdieu (2014) va a sostener que permite eternizar y solemnizar momentos culminantes, pero desde el punto de vista de las redes sociales, hacen exactamente lo contrario, las fotos, dejan de ser algo escaso, ocasional y un momento de expresión artística para convertirse en el combustible para adquirir mayor cantidad de corazones. Si bien Bourdieu no analiza las redes sociales, al indagar sobre el uso de la fotografía en los campesinos va a hablar de esa idea de que las madres envíen fotografías de los hijos y demás implica un “símbolo de éxito social”. Las selfies y las redes sociales se nutren de estas ideas de éxito permanentemente. La cantidad de corazones o me gusta es lo que nos va a posicionar cómo exitosos dentro del mundo de las redes sociales o no bajará al último escalón. Muchos de estas situaciones parecen sacadas de la serie de ficción *Black Mirror*³, o mejor dicho, en la ficción aparecen estas representaciones exageradas, pero aun así nos permite pensar en aquellos planteos que se hicieron desde las Ciencias de la comunicación a la teoría de la recepción.

Transitando el año 2022 parece ilógico pensar en estereotipos, cánones de belleza y el cuerpo perfecto, pero las nuevas tecnologías traen nuevamente estos tópicos al presente.

El contenido que se muestra en las diferentes plataformas digitales, la nueva

Análisis y Producción del Discurso – Tema 11: Cuando no todo es lo que parece

irrealidad virtual y el deseo de alcanzarla afecta a muchos usuarios desde adultos, hasta adolescentes y niños. Las redes sociales, la fotografía, especialmente las selfies y los filtros son parte del mismo juego en el que todos estamos inmersos. Por esto mismo, sostenemos que permitírnos pensar y reflexionar acerca de los consumos y los límites que nos llevarán a hacer un uso mucho más consciente de los medios y evitar caer en sus trampas.

¹ *Meta* es la empresa creada en el año 2021 por Mark Zuckerberg que engloba Facebook, Messenger, Instagram y Whatsapp, entre otras plataformas. El objetivo de Meta es lograr el Metaverso digital que cuenta con experiencia 3D, realidad virtual y realidad aumentada.

² En el sentido de la lógica de las redes sociales, la viralización es tomado como algo positivo ya que si se reproduce de manera masiva, implica que causó el efecto deseado.

³ *Black Mirror* es una serie de televisión británica que plantea futuros distópicos en donde se lleva al espectador a analizar cuestiones relacionadas a las tecnologías y sus abusos o malos usos. El capítulo “Caída en picada” (Temporada 3 episodio 1) lleva a pensar qué es lo que ocurre cuando la sociedad se basa en un sistema de premio/castigo en una red social similar a las propuestas por *Meta*.

Bibliografía

BENJAMIN, Walter (2019) La obra de arte en la época de su reproducibilidad técnica. Ediciones Godot

BOURDIEU, Pierre (2014): El sentido social del gusto. Elementos para una sociología de la cultura. Siglo XXI editores.

CARTIER- BRESSON, Henri (2003): Fotografiar del natural. Editorial Gustavo Gilli.

ECO, Umberto. (2010): Historia de la belleza. Editorial Debolsillo. Disponible en <http://artelibros.blogspot.com/>

FOUCAULT, Michel. (2008): Vigilar y Castigar, Nacimiento de la prisión. Siglo XXI Editores.

KATZ, E. AND LAZARFELD, P.F. (1955): Personal Influence. The part played by people in the flow of mass communications. Transaction Publishers.

— (2011) Personal Influence. The part played by people in the flow of mass communications. Transaction Publishers.

Análisis y Producción del Discurso – Tema 11: Cuando no todo es lo que parece

SONTAG, Susan (2022): Sobre la fotografía. Penguin Random House.

Links visitados

<https://www.elmundo.es/ciencia-y-salud/salud/2021/06/26/60cc5274fdddff2c108b466c.html>.

Fecha de consulta: 08/08/2022

<https://www.bbc.com/mundo/noticias-43864965>. Fecha de consulta: 08/08/2022

<https://revistainclusiones.org/pdf28/2%20VOL%207%20NUM%20150a%C3%B1osESPECIAL2.pdf> Fecha de consulta 11/08/2022

<https://about.facebook.com/ltam/> Fecha de consulta 18/08/2022

