

ÍNDICE

Capítulo 1. INTRODUCCIÓN	21
---	-----------

PRIMERA PARTE: EL AUTORRETRATO EN EL ESPEJO	35
--	-----------

Capítulo 2. AUTORRETRATOS FOTOGRÁFICOS DURANTE LA ERA DEL FILM	37
---	-----------

2.1. Breves apuntes acerca del autorretrato antes de la llegada de la fotografía.	38
--	----

2.2. Aproximación a la irrupción de la fotografía y a su democratización entre las masas.	47
--	----

2.3. Autorretratos fotográficos realizados por aficionados antes de la llegada de la fotografía digital.	63
---	----

Capítulo 3. EL <i>SELF SHOT</i>: AUTORRETRATOS DIGITALES PUBLICADOS EN LA RED	73
--	-----------

3.1. <i>Self shot</i> . Definición y acotación terminológica.	74
--	----

3.1.1. Tipologías del autorretrato digital publicado en la red y modos de visión.	76
3.1.1.1. El <i>mirrropic</i> o autorretrato digital de espejo.	93
3.1.1.2. El <i>selfie</i> primitivo.	95
3.1.1.3. El <i>selfie</i> .	97
3.1.1.4. Otros tipos de <i>self shots</i> no clasificados.	100
3.1.2. Algunos apuntes aclaratorios.	101
3.2. Breve historia del autorretrato digital publicado en la red.	104
3.2.1. Fase de desarrollo del <i>self shot</i> (2004-2010).	108
3.2.2. Fase de consolidación formal del <i>self shot</i> y de expansión del <i>selfie</i> (2010-2014).	117
3.2.3. Fase de popularización del <i>self shot</i> (2014-hasta la actualidad).	126
3.3. El <i>self shot</i> como objeto fotográfico.	142
3.3.1. El espejo como elemento conformador del <i>mirrropic</i> y el mito de Narciso.	143
3.3.2. La pantalla-espejo como superficie constructora del <i>selfie</i> .	151
3.3.3. La dictadura de la herramienta y su relación con las nuevas perspectivas compositivas.	160
3.4. El <i>self shot</i> como concepto fotográfico.	165
3.4.1. La mirada postfotográfica.	165
3.4.2. Una aproximación desde la semiótica y la retórica.	174
3.4.3. El referente etnográfico y sociológico.	186
SEGUNDA PARTE:	193
DEUS EX MACHINA	
Capítulo 4.	195
EL SENSOR DE IMAGEN ELECTROMAGNÉTICO	
4.1. Principios, origen y desarrollo del sensor electromagnético de imagen fotográfica.	202
4.1.1. Fundamentos técnicos del sensor de imagen.	206

4.1.2. Origen del sensor de imagen y su integración con la cámara fotográfica.	210
4.1.3. Evolución de la cámara fotográfica digital antes de la llegada del <i>smartphone</i> .	215
4.2. La adaptación del fotógrafo de película argéntica a la fotografía digital. Diferencias y convergencias.	221
4.3. El <i>smartphone</i> y su importancia fotográfica en torno al <i>selfie</i> .	225
4.3.1. El sensor delantero del <i>smartphone</i> y el uso de la pantalla-espejo.	232
4.3.2. <i>Selfie</i> apps.	235
Capítulo 5.	239
LA PANTALLA INDISCRETA DEL ADOLESCENTE	
5.1. La mujer adolescente y su relación con la fotografía.	248
5.1.1. Fotografía adolescente documental.	254
5.1.2. La desprofesionalización del fotógrafo de portfolios y la visión de la moda por parte de las adolescentes.	258
5.1.2.1. El alcance y el control de la belleza en manos de las adolescentes.	263
5.1.3. La influencia de la fotografía de moda en el autorretrato adolescente.	271
5.2. El espacio propio y privado convertido en escenario público.	278
5.2.1. La pantalla indiscreta.	285
5.2.1.1. JenniCam: una vida en directo.	288
5.2.1.2. El <i>voyeur</i> y “la vecinita de al lado”.	291
5.3. Del autorretrato a la fama.	293
5.3.1. Identidad e influencia.	305
5.4. El tratamiento del desnudo mediante el <i>selfie</i> y otros autorretratos publicados en la red.	309
5.4.1. <i>The Celebgate Scandal</i> .	318
5.4.2. El suicidio de Amanda Todd.	323
5.4.3. Otros riesgos en torno a la práctica del <i>selfie</i> .	330

Capítulo 6.	339
EL CIBERESPACIO: UNA GALERÍA VISUAL INFINITA EN LA RED GLOBAL	
6.1. Breves apuntes sobre la historia de la computación.	342
6.2. Aproximación al recorrido operado por Internet.	349
6.2.1. Orígenes de Internet.	352
6.2.2. Tim Berners-Lee inventa la Web.	358
6.2.3. Algunos apuntes acerca del hipertexto.	364
6.2.4. Los navegadores web y las primeras interacciones sociales en el ciberespacio.	366
6.2.5. La Web 2.0 y la institucionalización del Internet social.	371
6.2.6. Internet hoy.	375
6.2.7. Un nuevo medio de comunicación de masas.	379
6.3. Redes sociales: nuevas sociedades y galerías globales.	384
6.3.1. Definiciones, catalogación y algunos conceptos asociados a las redes sociales.	389
6.3.1.1. El <i>#hashtag</i> .	394
6.3.2. Principales redes sociales en las que son notorias las autofotos y otros medios de exhibición y distribución del <i>selfie</i> .	398
6.3.2.1. MySpace.	400
6.3.2.2. Los <i>blogs</i> y el desarrollo de Blogger.	404
6.3.2.3. Los <i>fotoblogs</i> : Fotolog.	408
6.3.2.4. Redes sociales basadas en la imagen: Flickr, Tumblr y Pinterest.	413
6.3.2.5. Facebook.	415
6.3.2.6. La desaparecida Tuenti.	420
6.3.2.7. Plataformas y perfiles para relaciones y encuentros.	422
6.3.2.8. Twitter.	424
6.3.2.9. Instagram y su importancia postfotográfica.	426
6.3.2.10. Otros soportes donde habita el <i>selfie</i> : las aplicaciones de mensajería instantánea WhatsApp, SnapChat y Messenger.	434

TERCERA PARTE:	447
DE DIARIOS Y OTRAS ARTES	
Capítulo 7.	449
LA MUSEIFICACIÓN DEL <i>SELFIE</i>	
7.1. El <i>selfie</i> utilizado como objeto artístico.	454
7.1.1. La autorrepresentación terapéutica de Cristina Núñez.	455
7.1.2. Tete de Alencar: <i>Cinderella Flash</i>.	457
7.1.3. Los reflectogramas de Joan Fontcuberta.	458
7.1.4. <i>Self-timer Stories</i>.	460
7.1.5. Lucía del Carmen Luque Rodríguez.	463
7.2. <i>Selfies</i> representados mediante las Bellas Artes.	464
7.2.1. Juan Francisco Casas y sus <i>selfies</i> realizados con bolígrafo.	465
7.2.2. La certeza de uno mismo en Begoña Riera.	466
7.2.3. Una escultura bajo el agua.	467
7.2.4. El <i>selfie</i> pintado.	468
7.3. El <i>selfie</i> acumulado y utilizado como proyecto artístico.	469
7.3.1. <i>Selfiecity</i>.	470
7.3.2. <i>The Adaption to my Generation</i>.	471
7.3.3. El yo frente al espejo.	473
7.3.4. En torno a la cara.	474
7.3.5. Exposición <i>Avatares</i>.	476
7.4. El <i>selfie</i> como simulación o herramienta museística.	477
7.4.1. <i>Face to Facebook</i>.	478
7.4.2. <i>Selfies</i> realizados en el museo.	479
7.4.3. <i>Selfies</i> permitidos en el museo.	481
7.5. El <i>selfie</i> representado en otras artes.	483

Capítulo 8. EL <i>SELF SHOT</i> PUBLICADO EN FORMATO LIBRO	487
8.1. Los diarios digitales de Natacha Merritt.	488
8.2. Sasha Grey: <i>Neü Sex</i> .	493
8.3. Las modelos autorretratadas de Uwe Ommer.	496
8.4. <i>Selfish</i> , por Kim Kardashian.	499
Capítulo 9. LA PRESENCIA Y EL USO DEL <i>SELFIE</i> EN LA PUBLICIDAD Y EN OTROS MEDIOS DE MASAS	503
9.1. La utilización del <i>selfie</i> y del <i>mirrорpic</i> en campañas de publicidad y como estrategia de <i>marketing</i> .	505
9.1.1. El <i>selfie</i> como objeto fotográfico en sí mismo trasladado o simulado.	506
9.1.2. El <i>selfie</i> como representación de su acto y práctica.	520
9.1.3. La autofoto como invitación para el desarrollo de una campaña de <i>marketing</i> .	534
9.1.4. La publicidad engañosa basada en la apropiación del autorretrato ajeno.	539
9.2. La presencia del <i>selfie</i> en el cine y en las series televisivas.	543
9.3. El <i>selfie</i> como marco argumental en los <i>shows</i> televisivos, en los programas de radio y en la música.	550
9.4. El uso del <i>selfie</i> en los videojuegos.	551
9.5. Infografías, memes y chistes gráficos relacionados con el <i>selfie</i> .	553
9.6. El <i>selfie</i> vendido a través de otros soportes.	558
Capítulo 10. CONCLUSIONES	561

BIBLIOGRAFÍA	575
Libros.	575
Tesis doctorales y trabajos de investigación.	593
Artículos en revistas y prensa periódica.	595
Catálogos y fotolibros.	607
Filmografía.	608
Artículos <i>online</i> .	611
Páginas web y recursos obtenidos en sitios de Internet.	626