

UNIVERSITAT POLITÈCNICA DE VALÈNCIA

FACULTAT DE BELLES ARTS

**Las Redes Sociales: objeto de influencia  
en el arte actual y en nuestra vida cotidiana**

Tipología 4

Máster en Producción Artística

Alumna: Almudena Brox Martín

Tutor: Leonardo Gómez Haro

Valencia, Julio de 2016



UNIVERSIDAD  
POLITECNICA  
DE VALÈNCIA



FACULTAT DE BELLES ARTS DE SANT CARLES



MÀSTER en  
PRODUCCION ARTÍSTICA  
Universitat Politècnica de València



JULIO DE 2016

Las redes sociales:  
Objeto de influencia en el arte actual  
y en nuestra vida cotidiana

7:53 ✓✓



|



1 2 3 4 5 6 7 8 9 0  
Q W E R T Y U I O P

A S D F G H J K L Ñ



Z X C V B N M



?123

,

.





## **RESUMEN**

En la década de los 90 del siglo pasado, Internet comenzó a expandirse de manera global. Desde entonces, la sociedad se ha visto inmersa en un cambio continuado debido a las nuevas tecnologías y nuestra respectiva dependencia hacia los dispositivos móviles. Más del 46% de la población mundial es usuaria de Internet, mientras que casi el 68% de los mismos, pertenece, al menos, a una red social. Estamos sometidos a un exceso de exposición pública debido a nuestra conexión a la red. Dejando a un lado el problema de la privacidad, este hecho ha traído consigo la posibilidad de crear o inventar un '*alter ego digital*' que nos muestre tal y como querríamos ser. En este trabajo vamos a reflexionar sobre las consecuencias de ese tipo de autorrepresentación y del abuso de las redes sociales en nuestra vida cotidiana. Esta situación se pretende representar mediante una serie de fotografías incorporando en ellas pequeños matices de ironía y elementos sorpresa.

## **ABSTRACT**

Back in the 90s the Internet started expanding worldwide. Since then, society has been immerse in a continued change due to new technologies and our own dependency on mobile devices. More than 46% of the worldwide population are Internet users, whereas almost a 68% of the same, belongs, at least, to a social network. We are always exposed to society because of our web connection.

Leaving aside the privacy problem, this issue has brought the possibility of creating or making up a 'digital alter ego' that shows just how we would like to be.

In this essay we will think over the consequences of the concept displayed previously as well as new technologies in our everyday life.

This situation is meant to be represented through phtographic series including specs of irony and surprise elements.



**Palabras Clave:** Redes sociales | arte en la red | sociedad | fotografía | alter ego digital | nuevas tecnologías | autorrepresentación | comportamiento

**Key Words:** SOCIAL MEDIA | SOCIETY | PHOTOGRAPHY | BEHAVIOUR | NEW TECHNOLOGIES | SELF-REPRESENTATION | WEB ART | DIGITAL ALTER EGO



## ÍNDICE:

1. Introducción.....	1
1.1. Objetivos.....	2
1.2. Metodología.....	4
2. Redes sociales y su influencia en nuestras relaciones.....	7
2.1. Las redes sociales.....	11
2.2. Historia del selfie. Una visión moderna del autorretrato y cómo afecta a nuestra autoestima.....	14
2.3. El Alter ego digital: ¿Qué es, por qué nos lo creamos y qué nos aporta?.....	28
2.4. Referentes.....	32
3. Obra propia.....	48
3.1. “Like, comment or share”.....	49
3.2. “Old Millennials”.....	54
3.3. “Realidad irreal”.....	57
3.4. “@miss_casual”.....	60
4. Conclusiones.....	69
5. Bibliografía (Webgrafía y Filmografía).....	72
6. Anexo fotográfico.....	79

## 1. Introducción

El presente Trabajo de Fin de Máster se corresponde con la Tipología 4 (Producción artística inédita acompañada de una fundamentación teórica). En él queremos reflejar cómo han influido las redes sociales y las nuevas tecnologías en nuestra vida cotidiana.

Hemos podido observar cómo la sociedad actual se ve cada vez más inmersa en los denominados social media, es decir, plataformas virtuales donde se comparten fotografías de nuestro día a día, o de reuniones con amigos y familiares, información, pensamientos, opiniones, documentos, etc. Son sitios donde se comenta todo aquello que se publica, damos 'like' si nos gusta, o sino, a veces, también. Las redes sociales son, por añadidura, aquellos 'lugares virtuales' que transforman nuestra vida privada. Y eso, aunque para ello debamos tergiversar la información y crearnos un 'alter ego digital' que muestre una realidad que no se corresponda con la verdad, bajo el estímulo una cantidad de 'me gusta' que nos reconforte y que nos haga sentir más o menos importantes. Que tal cosa ocurra, implica que nuestro estado de ánimo depende de un juego de reciprocidad que ayuda a hacernos sentir mejor con nosotros mismo por el mero hecho de que varias personas han reaccionado al ver nuestra publicación.

Desde principios de siglo XXI la sociedad ha experimentado un cambio en su cotidianeidad propiciado principalmente por dichas redes sociales, ya sea tanto en el ámbito comunicativo como en el informativo. Muchas de las noticias que recibimos a diario, son a través de Internet, ya que todos los medios de comunicación están presentes en las redes sociales, como por ejemplo, en Twitter y en Facebook. Gracias a esta expansión de los medios hacia la Web 2.0, o 'Web participativa'<sup>1</sup>, se nos ha facilitado el acceso a la última hora de los

---

1 Martín Prada, Juan. *Prácticas artísticas e Internet en la época de las redes sociales*, Editorial Akal, 2012, p.29. Bart Decrem propuso el término "Participatory Web". Véase: Tim O'Reilly, "Qué es Web 2.0. Patrones del diseño y modelos del negocio para la siguiente generación del software", Boletín de la Sociedad de la Información de Telefónica (febrero de 2006) [<http://sociedaddelainformacion.telefonica.es/jsp/articulos/detalle.jsp?>]

acontecimientos que suceden alrededor del mundo y con un sólo *click*, somos capaces de ahondar en la información que deseemos, o incluso ser partícipes de la *interconexión* entre medios de comunicación y nosotros mismos.

En cuanto a la comunicación y el cambio que ésta ha sufrido -refiriéndonos a comunicación como relaciones sociales- la dinámica ya no es la misma que a finales del siglo pasado, cuando empezaron a popularizarse las primeras redes sociales, como lo fue *Sixdegrees*, en 1997, donde los participantes podían conectar con amigos, familiares y conocidos para intercambiar mensajes e información. Por entonces se trataba de intentar verificar la teoría de los “Seis Grados de separación”, aquella que afirma que cualquier persona puede estar conectada a otra mediante una cadena de, como máximo, cinco intermediarios. Y siguiendo esa lógica, las relaciones sociales fueron creciendo exponencialmente. Hasta entonces el cara a cara era la única opción para mantener una conversación, para conocer gente, o para mostrar a los más allegados información de nuestras experiencias, viajes, compras, etc.

A día de hoy, muchas prácticas de comunicación han desaparecido, la sociedad ha asumido que mandar un Whatsapp a una persona, o incluso un Snapchat (aplicación que describiremos más adelante), es el método más rápido y eficaz para la reciprocidad de información.

## **Objetivos**

Los objetivos para este Trabajo de Fin de Máster parten de un análisis de la sociedad actual sobre algunas cuestiones de las redes sociales, y el cambio de comportamiento que ha provocado su aparición. Para ello se realizan varias obras, principalmente fotográficas. En ellas se muestra, desde un punto de vista irónico, la imagen que ofrecemos desde el momento en que el uso de las nuevas tecnologías se ha vuelto para nosotros insustituible.

En una de las series fotográficas que componen este trabajo, se pretende conseguir el hecho de que el espectador deba detenerse a mirar las fotografías

detenidamente y encontrar ese elemento que falla o que no concuerda con la lógica preestablecida que tenemos de la realidad.

Este objetivo podríamos extrapolarlo a una metáfora hacia lo que ocurre en las fotos de perfil, o fotografías en general, que vemos cada día en los *social media* y a la que denominaremos 'Alter ego digital'. Por 'Alter-ego digital' (del que luego hablaremos) entendemos esa imagen creada por cada usuario de sí mismo, estéticamente bien vista, una imagen de representación de un 'yo' que no corresponde con la realidad, puesto que parece más cercano a los cánones de belleza impuestos o a una expresión de lo que deseamos ser. El objetivo de proponer este concepto (que tiene mucho que ver con los modos de autorrepresentación), nos lleva a cuestionarnos muchos otros asuntos relacionados con lo que ocurre en las redes sociales y sus participantes:

¿Por qué creamos esta doble personalidad?

¿Nuestra imagen está condicionada por el canon de belleza actual?

¿Por qué nos exigimos un nivel de belleza y buena presencia tan alto?

¿Es una manera de conseguir amigos virtuales, *likes*, o mayor repercusión dentro de las comunidades sociales?

¿Por qué nos afecta, si es que lo hace, la cantidad de *me gusta* que reciba una fotografía o un post que subimos a Internet?

¿Se ha creado un status social dependiente de la cantidad de *likes* que reciba una publicación?

Son muchas las preguntas que se pretenden resolver a lo largo de este trabajo. Pero para acotar nuestro ámbito de estudio, e intentar centrarnos en algunas respuestas concretas, nos hemos marcado como otro de nuestros objetivos el averiguar, por propia experiencia, qué se siente al y para intentar encontrar algunas respuestas nos hemos marcado como otro de los objetivos el reflexionar sobre nuestra propia experiencia al 'formar parte de la vida' de un número indeterminado de seguidores desconocidos. Así, por imperativos de nuestra investigación, hemos creado una cuenta de Instagram y nos hemos involucrado voluntariamente en un control tecnológico del que cada vez nos hemos sentido

más dependientes, en cuanto a la necesidad de encontrar una conexión a Internet, de que la persona con la que mantenemos una conversación nos conteste o no, de la cantidad de 'me gusta' que reciba nuestra publicación, o del número de notificaciones que aparezcan en nuestra pantalla.

Otro de los objetivos de este trabajo se basa en crear conciencia en el espectador sobre el uso que hace de las nuevas tecnologías y, que él mismo, haga una reflexión sobre cómo han influido en su vida cotidiana. Cada uno de nosotros ha vivido unas experiencias, tiene una concepción diferente del presente, y del futuro, unos estamos más involucrados en las nuevas tecnologías y otros menos, por lo que no pretendemos imponer un pensamiento al lector, sino, que él mismo cree sus propias conclusiones. Por ello, nos hemos propuesto mantenernos al margen de cualquier opinión personal durante la parte teórica del trabajo, intentando exponer objetivamente los hechos que están aconteciendo en la actualidad. Siempre teniendo en cuenta que, al pertenecer a la generación que ha crecido con las nuevas tecnologías y coetánea a su desarrollo, puede influenciar en la manera de expresarlos.

## **Metodología**

La metodología de este trabajo se basará en la búsqueda de imágenes en Internet para documentar nuestra investigación, en la lectura de ensayos y artículos que nos proporcionen información de primera mano sobre el tema estudiado -muy en particular los textos de Juan Martín Prada y Joan Fontcuberta-, y en la posterior selección de referentes que nos pueden haber servido de inspiración para realizar nuestras propias piezas. También pasa por analizar el mejor modo de dotar de un carácter simbólico a nuestras fotografías, y pensamos que el distanciamiento irónico es un medio muy eficaz para lograr nuestros objetivos. Por ejemplo, realizamos una imagen en la que sustituimos algunos elementos por otros que no corresponden con la realidad, como el cambio de actitud en el reflejo de un espejo, es decir, mientras que la persona que se mira en el cristal presenta una actitud más apenada, su reflejo presenta a esa misma persona maquillándose, con buena

presencia, aparentando felicidad. En otra fotografía se puede ver una versión de un cuadro clásico reinterpretado con personas y situaciones de la vida moderna. Y en otra se observa a una chica haciéndose un selfie, pero mientras que en la pantalla aparece peinada, maquillada, y con buen aspecto, frente a ella, desenfocada, se encuentra la auténtica persona con un aspecto más desaliñado.

En cuanto a los referentes buscados, hemos descubierto infinidad de artistas que se aproximan a este tema con tratamientos muy diferentes, como pueden ser el trabajo de Nastya Nudnik, John Holcroft o Evan Baden, por ejemplo. En sus obras, tanto ilustraciones como fotografías, muestran cómo las nuevas tecnologías afectan a nuestra vida diaria o cómo se anteponen ante otras necesidades que hace unos años eran primordiales. Por ejemplo, años atrás, una pareja se citaba para cenar, y durante la cena mantenía una conversación donde sólo existían esas dos personas. En la actualidad, el encuentro de una pareja se compone de dos personas reales y un número indeterminado de potenciales interlocutores que pueden interrumpir la conversación con una simple llamada a sus teléfonos móviles. Y lo mismo se puede decir de una reunión de amigos o familiar.

De tal modo que, aparte de la búsqueda de referentes. También nuestra metodología de trabajo pasa por observar nuestro entorno. Y es que, simplemente parándonos a mirar los comportamientos de la gente que nos rodea, podemos darnos cuenta de la cantidad de personas que protagonizan situaciones como la anteriormente descrita. Incluso se pueden llegar a ver situaciones surrealistas, en las que amigos o conocidos que, habiendo quedado para charlar, prefieren mantener conversaciones a distancia con otras personas que no están presentes. En nuestro día a día encontramos situaciones similares casi a cada paso que damos. El cambio que ha sufrido la sociedad debido a la inclusión de las nuevas tecnologías en todos y cada uno de los aspectos de nuestra vida diaria era algo insospechado hace menos de una década, cuando aún no se podía imaginar una sociedad pendiente totalmente en un dispositivo móvil que nos acompañase en cada minuto. Como dice Juan Martín Prada, experto en teoría del arte contemporáneo y nuevos medios:



*“Millones de fotografías y vídeos de todo tipo de cosas y momentos escapan a cada instante de la antigua privacidad de los álbumes personales para encontrarse con millones de personas con las que generar comunidades de asistentes a una representación que es, en el fondo, también la de sí mismos. Cada fotografía, cada vídeo que se 'sube' a la web, es una pequeña muestra de la vida de sus propios autores que, al compartirla, tratan de contagiar a otros su entusiasmo, quizá pretendiendo, más que comunicar públicamente experiencia alguna, conseguir efectuar una cierta 'comuni3n' (entendido este término como 'participaci3n en lo com3n') con otros muchos a trav3s de la vivencia que se comparte con este archivo.”<sup>2</sup>*

Finalmente, decir que hemos considerado la fotograf3a una manera adecuada de hacer visible toda esta problemática, ya que es un método de captar la realidad instantáneo y que, gracias a las nuevas tecnolog3as, permite ser modificado a nuestro antojo y con cualquiera de los programas de retoque de imágenes que existen. Lo mismo que se retocan, dicho sea de paso, las imágenes de sí misma que muestra la mayoría de la gente que pertenece a las redes sociales, hecho por el cual la fotograf3a modificada era, a nuestro parecer, la opci3n más adecuada para hacer visible esa 'realidad virtual' que tratamos de representar.



*Ilustraci3n 1: Joan Fontcuberta.  
'Solenoglypha Polipodida', perteneciente  
a la serie 'Fauna', 1985.*

---

<sup>2</sup> Mart3n Prada. Juan. *Prácticas artísticas e Internet en la época de las redes sociales*, AKAL, Madrid, 2012. P:45

## **2. Las redes sociales y su influencia en nuestra vida cotidiana**

Para hablar de las redes sociales debemos hacer una introducción nombrando y explicando los antecesores en la historia y cómo han ido evolucionando hasta llegar a lo que hoy son. Para ello, empezaremos por Internet, seguido del teléfono móvil, y para concluir, nos adentraremos en definir qué es el selfie y cómo ha influido en nuestra sociedad actual.

Internet es ese fenómeno que comenzó de una manera más generalizada en la década de los 90, y que en las puertas del siglo XXI es cuando empieza a expandirse y a quedarse en los hogares de todos nosotros.

A continuación se pueden ver algunos datos sobre la evolución de Internet en nuestro país:

El 98% de los jóvenes hace uso diario de la conexión a Internet, y el 83% pertenece, al menos, a una red social, frente al 21% de la sociedad adulta.

Hace unos años, en las estadísticas consultadas en los datos del CNMC, la cantidad de personas que ni siquiera sabía qué era Internet era muy elevada comparada con la actualidad (el 14% de la población española), a esto hay que sumarle que dichos datos pertenecen al mes de Abril de 2005. El 53% de los participantes en las encuestas, sabían qué era Internet pero no hacía uso de ello, ya que, entre otras opiniones, algunas afirmaban que no lo necesitaban en su vida privada, que no tenían tiempo para aprender, o que, el coste era muy elevado. Por este motivo la tercera edad de nuestro país apenas hace uso de las nuevas tecnologías, no lo encuentra necesario, como nosotros, y por tanto son personas independientes de los dispositivos tecnológicos. Ellos mismos son los principales observadores del cambio de la sociedad volcada en las nuevas tecnologías, concretamente, el teléfono móvil como mayor exponente en este tema.

El teléfono móvil (al que nos referimos casi siempre que nombramos las nuevas tecnologías ya que siempre está presente en nuestra vida) comenzó su historia en los años 50 del siglo pasado cuando Leonid Ivanovich patentó el primer dispositivo móvil. Éste transmitía el sonido mediante ondas de radio alcanzando los treinta kilómetros de distancia. Fue el punto de partida para muchas otras investigaciones en este campo, hasta que, en el año 1973, Martin Cooper puso en funcionamiento el considerado primer teléfono móvil mientras trabajaba para la empresa Motorola.



*Ilustración 2: Primer teléfono móvil de la historia. Motorola, Modelo DynaTAC, 1983*

En diversos países fueron sucediendo ensayos parecidos, con similares características. Pero no fue hasta el año 1983, con el modelo de DynaTAC, cuando se constituyó la sociedad de los teléfonos portátiles, la cual ha ido creciendo durante los últimos treinta y tres años llegando a la situación que vivimos actualmente.

Basándonos en las estadísticas del CIS (Centro de Investigaciones Sociológicas)<sup>3</sup>, actualizadas en el pasado mes de Marzo de 2016, al menos el 35,1% de la sociedad española afirma que el uso del teléfono móvil es muy necesario, mientras que el 42,8% lo considera bastante necesario.

---

<sup>3</sup> Véase [http://www.cis.es/cis/export/sites/default/-Archivos/Marginales/3120\\_3139/3131/Es3131mar.pdf](http://www.cis.es/cis/export/sites/default/-Archivos/Marginales/3120_3139/3131/Es3131mar.pdf) [Consultado: 29/06/2016]

A partir de estas cifras podemos determinar que la conciencia social respecto al uso de los dispositivos móviles ha cambiado en los últimos diez años. La mayoría de la gente, al principio de la historia de la telefonía móvil, ni siquiera se planteaba poseer uno de esos aparatos debido a su alto coste inicial, pero poco más tarde comenzó a cambiar su forma de pensar, admitiendo que era en parte necesario, además de por ser un gran avance tecnológico que podría facilitarnos muchos aspectos de nuestra vida, por su disponibilidad en cualquier lugar y por las características que ofrecía.

Así, junto con esta rápida evolución de pensamiento hemos podido observar cómo, cada vez más, sobre todo las nuevas generaciones, se han ido tomando estos dispositivos casi como una extensión de nuestro brazo.



*Ilustración 3: Hayot Films. Fotograma cortometraje '#LIKELIFE - World with vs World without Social Media', 2015*

La generación de adolescentes y jóvenes, 'generación Millennial' o 'Generación Y', término designado para referirse a las generaciones cuyas fechas de nacimiento se encuentren entre los años 80 y finales del siglo XX, han crecido con estos avances y se han criado con ellos. Por ello la mentalidad de los jóvenes no percibe tanto el cambio ni esa adicción hacia el teléfono móvil y los social media, ya que lo entienden como parte de su vida diaria, como un elemento necesario en su día a día para poder estar en contacto con sus amigos o familiares. Lo adoptan como un sinónimo de conexión al mundo exterior, como algo que debe estar ahí en cualquier momento por si algo ocurre, o por si necesitan contarle algo a alguien en

cualquier situación. A ese respecto, dice también Martín Prada:

*“(...) otro cambio se está gestando en los que desde muy pequeños pasan horas con una consola de videojuegos. Indudablemente, el fuerte determinismo tecnológico que la sociedad hoy sufre (o disfruta, quizá) está permanentemente modificando hábitos, formas de pensamiento y percepción, (...) parece que el empleo de los ordenadores y dispositivos digitales en nuestros días, (...) está convirtiendo lo informático en una especie de segunda 'naturaleza'. Sus aplicaciones comunicativas, de registro y de procesamiento, se presentan como medios protésicos del cuerpo y de la conciencia, generadores, incluso, de los que podríamos denominar como una nueva tipología de 'lenguaje natural'. Por supuesto, ese grado de naturalización y cercanía propio de lo digital hace que las dinámicas y sistemas de actuación (...) se nos hagan muy familiares y, por ello, seamos cada vez menos conscientes de su activa presencia y de su inmenso poder (...) todas estas máquinas son siempre 'máquinas sociales’.”<sup>4</sup>*

El 93% de los jóvenes entre 18 y 24 años, ya en el año 2005, pertenecían a la cantidad de usuarios de telefonía móvil en España, frente al 26% de personas entre 65 años y superiores.<sup>5</sup>

Según los estudios de la CNMC (Comisión Nacional de Mercado y la Competencia)<sup>6</sup>, en Marzo del pasado 2015, el 109% de la población española es usuaria de la telefonía móvil, es decir, además de la tasa de población del país, se suman a esta cifra las empresas, los autónomos, etc. Lo que nos indica que el uso del teléfono móvil se ha expandido tanto como para que la cantidad de líneas contratadas supere a la población del país.

---

4 Martín Prada, Juan. *Prácticas artísticas e Internet en la época de las redes sociales*, AKAL, Madrid, 2012. P:137

5 Véase <http://www.injuve.es/sites/default/files/culturamessenger.pdf> [Consultado: 29/06/2016]

6 Véase

[https://www.cnmc.es/Portals/0/Ficheros/notasdeprensa/2015/TELECOS\\_AUDIOVISUAL/Informe%20Telecos%20y%20Audiovisual%202015.pdf](https://www.cnmc.es/Portals/0/Ficheros/notasdeprensa/2015/TELECOS_AUDIOVISUAL/Informe%20Telecos%20y%20Audiovisual%202015.pdf) [Consultado: 29/06/2016]

## **2.1. Las redes sociales**

Las redes sociales podríamos definir las como plataformas globales donde los usuarios hacen uso de ellas con el fin de compartir información, fotografías, pensamientos, ideas, etc, ya sea con amigos o familiares o con desconocidos.

La primera red social, como ya comentamos anteriormente, se hacía llamar 'SixDegrees', y estuvo en funcionamiento desde 1997 hasta el año 2001. Con ella los usuarios eran capaces de comunicarse y poder confirmar la teoría de los Seis Grados, la relación de conexiones de todos los habitantes de la Tierra entre sí a través de tan sólo seis personas. Como precedente a esta red, existieron otras no tan extendidas, como lo fue 'The Globe' en el año 1995, donde ya se permitía intercambiar información y experiencias con personas con los mismos intereses que pertenecían a ella.

SixDegrees fue el punto de inflexión para la creación de diferentes redes sociales globales como lo pudieron ser 'Friendster' (2002) o MySpace (2003), muy populares en su momento, pero debido a la aparición de Facebook, en 2004, y Twitter, como nuevo concepto de red social denominado 'microblogging', en 2006, perdieron fuerza y fueron sustituidas.

En estos momentos entre las redes sociales más populares y con mayor número de usuarios se encuentran Facebook, Instagram y Snapchat, sin contar Youtube, Whatsapp o Twitter, ya que entendemos estas tres últimas como plataformas que acotan más sus servicios, centrándonos en las tres primeras porque priorizan el compartir archivos fotográficos. En el caso de Youtube, podríamos decir que nos ofrece la posibilidad de compartir vídeos en general, sin ir dirigidos a un público en concreto. Es decir, se publica un vídeo y cualquier usuario puede buscarlo y verlo, mientras que en el caso de Whatsapp es lo contrario, el público es un grupo cerrado, pueden ser conversaciones individuales o grupales, pero siempre lo que se envía a otro usuario permanece en esa 'intimidad', aunque las posibilidades de intercambio de documentos se extienden a texto, principalmente, imágenes, vídeos, documentos, contactos, audio e incluso ubicaciones.

Descripción de las principales redes sociales:

## **Facebook**

Facebook se introdujo en nuestras vidas en el año 2004, contaba con una interfaz muy simple, pocos menús y un sencillo diseño en su página de inicio. A medida que se fue haciendo popular por todo el mundo, la cantidad de integrantes se fue disparando año tras año. En 2004 contaba con tan sólo un millón de usuarios, pero su ascenso fue rápido y firme, ya que con el transcurso de un año su cifra creció hasta los casi seis millones de usuarios.

Hoy en día podemos ver cómo esta red social ha alcanzado la suma de 1.590 millones de personas en todo el mundo. Es decir, el 22,5% de la población mundial posee un perfil en Facebook. Y eso sin tener en cuenta en estas cifras que China, y algunos países de Oriente, no hace uso de las mismas redes sociales que Occidente.

## **Instagram**

La red social basada en la publicación de fotografías y vídeos a través, únicamente, del dispositivo móvil, nació en el mes de Octubre del pasado 2010. En tan sólo dos meses de vida, la plataforma consiguió un millón de usuarios hasta Diciembre del mismo año<sup>7</sup>. En los siguientes nueve meses alcanzó los diez millones de usuarios, creciendo cada año hasta llegar a los 400 millones de usuarios en Septiembre de 2015. Es decir, un crecimiento del 4000% en sólo cuatro años. Es una de las redes sociales que más rápido ha crecido en cuanto a usuarios y repercusión en Internet, tomando como referencia Facebook, que necesitó algo más de cinco años para conseguir tanta trascendencia. Se calcula que en el próximo 2017 Instagram llegue a recaudar 2,8 billones de dólares por publicidad móvil, superando en cantidad a Google y Twitter.

---

<sup>7</sup> Véase <https://www.instagram.com/press/> [Consultado: 06/07/2016]

En este pasado Junio, la página oficial de prensa de Instagram ha publicado que ya cuenta con 500 millones de usuarios. Lo que supone que, en tan sólo ocho meses, ha conseguido aumentar sus participantes en 100 millones.

## **Snapchat**

Snapchat es una red social relativamente nueva, al igual que Instagram. Nació en Estados Unidos, en 2010, pero salió a la luz en Septiembre de 2011. Esta aplicación se basa en el intercambio de imágenes o vídeos con un público, normalmente, limitado, pero la cualidad que la diferencia de otras plataformas es su capacidad de desaparición de las fotografías. Es decir, un usuario realiza una foto o vídeo y la manda a diferentes destinatarios, en cuanto éstos reciben la imagen sólo podrán verla durante unos segundos, finalizado este tiempo, la imagen se elimina.

Lo que ofrece esta red social, y lo que parece que ha entusiasmado a más de ciento veinticinco millones de personas según informa el diario ABC<sup>8</sup>, es su posibilidad de poder compartir con un pequeño grupo tus experiencias. Anécdotas que quizás no sean lo suficientemente importantes como para ser publicadas en cualquier otra red social, pero Snapchat sí lo permite, además de tener la ventaja de no almacenar esas imágenes en ningún tipo de memoria, ya sea la del teléfono móvil o alguna externa.

---

8 Véase [http://www.abc.es/tecnologia/moviles/aplicaciones/abci-snapchat-supera-twitter-numero-usuarios-201605261804\\_noticia.html](http://www.abc.es/tecnologia/moviles/aplicaciones/abci-snapchat-supera-twitter-numero-usuarios-201605261804_noticia.html) [06/07/2016]



## **2.2. La historia del selfie. Una visión modernizada del autorretrato y cómo afecta a nuestra vida cotidiana**

El *selfie*, o autofoto, es un término acuñado hace relativamente poco, sobre el año 2002, el cual remite a esa fotografía que una persona se hace a sí misma gracias a una cámara fotográfica. Ésta puede ser realizada con una cámara digital o con un teléfono con cámara incorporada, un práctica hoy completamente habitual y que ocurre desde el año 2000, cuando Sharp lanzó al mercado el modelo J-SH04, en Japón, por primera vez.

Lo que nos interesa de esa práctica tan común es, como afirma Yunuen Díaz, que el autorretrato:

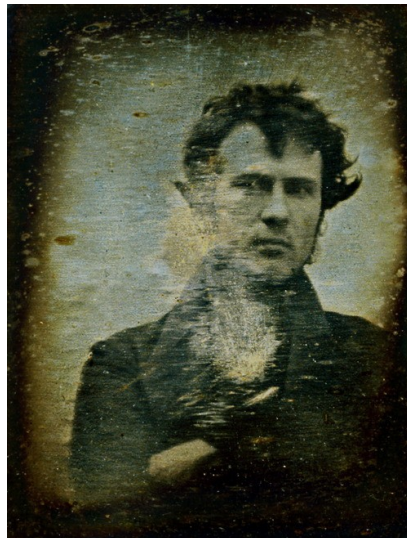
*“...es quizás uno de los géneros más practicados por artistas y amateurs, antes de que las selfies se convirtieran en la imagen colonizadora de la visualidad, (...) El retrato busca no sólo presentar a un sujeto de acuerdo a su fisonomía, uno de los retos más interesantes para el retratista es presentar el carácter psicológico del sujeto, incluso, lo más profundo que en él habita; su identidad, aquélla que quizá ni él mismo conoce. En el caso del autorretrato el problema es doble, el sujeto y el objeto de la fotografía son lo mismo, el autor y el modelo se turnan para dar lugar a un tercero: la imagen que es simbiosis de ambos”<sup>9</sup>*

El primer autorretrato de la historia realizado por un medio que no fuese la pintura ha sido atribuido a Robert Cornelius en el año 1839. Robert Cornelius fue un empresario estadounidense fascinado por el tema de la fotografía y gracias a sus conocimientos sobre metalurgia y química consiguió crear su propio daguerrotipo, mejorando su funcionamiento al añadirle un espejo para corregir la imagen lateral que esta técnica ofrecía de serie. La imagen fue tomada a las puertas de la tienda de sus padres en Filadelfia, y en ella aparece cruzado de brazos y ligeramente situado hacia un lado de la fotografía.

---

9 Díaz, Yunuen. *Todo retrato es pornográfico*, Tierra Adentro, México, 2015. P: 44

Tras este punto de partida fueron sucediéndose los casos de autorretratos con cámaras fotográficas, como los que se hicieron la duquesa Anastasia Nikoláyevna, en Rusia, en el año 1913, o una mujer desconocida ante el espejo, en 1900.



*Ilustración 4: Robert Cornelius,  
1839*



*Ilustración 6: Anastasia  
Nykolayevna, 1913*



*Ilustración 5: Autora  
Desconocida, 1900*

En el año 1920 unos fotógrafos de la empresa neoyorkina Byron se realizaron también un *selfie*, pero esta vez en grupo, con lo que parece ser un objetivo 'ojo de pez' o gran angular.

Desde los orígenes de la pintura, como en el caso de las pinturas rupestres, representando animales y abstracciones de figuras humanas, en todos y cada uno de los períodos y estilos que conforman la Historia del Arte, la representación humana ha estado presente. El momento de la aparición de la fotografía fue un punto de inflexión para todos los artistas plásticos puesto que había nacido un nuevo medio que reflejaba fielmente la realidad. No se podía negar que el grado de referencialidad de una imagen, es decir, la relación de apariencia entre la propia imagen y su referente, en el caso de la fotografía era mucho mayor que en el de la pintura. Como no se podía competir contra un artificio que representaba cada detalle sin fallo alguno, ello provocó que, a excepción del movimiento realista, que perseveró en la representación fidedigna de la realidad, apareciesen movimientos vanguardistas en cuyos programas quedaba el rechazo de la mimesis y la figuración clásica. A partir de este nuevo invento, el retrato comenzó a introducirse en la vida cotidiana, en un principio de familias adineradas, políticos o personalidades importantes del momento.<sup>10</sup>

Dejando atrás todos estos años pioneros en la autofoto, podemos observar cómo se han transformado esos ejemplos del pasado y cómo son en estos momentos.

La sociedad siempre ha tenido la necesidad innata de dejar constancia de su presencia en el mundo, o de sus hechos históricos. Como bien dice Joan Fontcuberta en una conferencia celebrada el pasado 14 de Junio de 2016, la sociedad ha entrado en un proceso de evolución, de cambio, a un período que él llama, '*la era de la postfotografía*', donde no se trata ya de crear un documento, sino de involucrarnos biográficamente en una realidad, en un hecho. No tenemos la necesidad de mostrar un suceso al resto del mundo, pero sí la de dejar claro que hemos estado presentes en ese momento, dejar constancia de que estuvimos en ese lugar.

---

<sup>10</sup> Véase <https://revistas.ucm.es/index.php/ANHA/article/viewFile/ANHA0909110237A/30871>  
[Consultado: 08/07/2016]



Ilustración 7: Erik Kessels. Instalación 'Photography in Abundance', 2011

Por este mismo motivo, la era de la postfotografía se hace latente en nuestra sociedad, ya que al ser una técnica sin coste alguno, debido a que todos o la mayoría de nosotros contamos con un teléfono móvil en nuestro bolsillo, la fotografía se ha convertido en un método asequible y rápido de dejar constancia de nuestro paso por el mundo. Nos hemos adentrado en la era del '*homo photographus*'<sup>11</sup>. El acto fotográfico ha superado a la importancia de la imagen, ahora mismo y la imagen de algo pasajero no tiene por qué tener buena resolución o estar nítida, ya que ésto llega a otorgar un cierto grado de autenticidad, y el hecho de haber producido una imagen de un suceso cualquiera prevalece sobre la calidad de la imagen.

Por ello las nuevas generaciones hemos aprendido a acumular cantidades ingentes de fotografías de nosotros mismos, de las cuales el 90% probablemente no salgan nunca a la luz. Pero ahí quedan, siempre estarán en la tarjeta de memoria del móvil, guardadas por si acaso, como un fondo de armario que se tiene en casa pero refiriéndonos a fotografías, ya sean *selfies* solitarios, *selfies* con amigos o familiares, o imágenes sin más relevancia que la de quedarse para el

---

11 Fontcuberta, Joan. *La furia de las imágenes*, I Jornadas de formación permanente Activa tu Futuro. LaFotografía en el Arte Contemporáneo. 14 de Junio de 2016. Valencia. Edificio Nexus. Universitat Politècnica de València.

recuerdo. Creemos que el pensamiento de constituir un archivo de miles de fotos de nuestra vida va a sustituir a lo que conocemos como memoria. Parece que cuando hacemos una foto a algo ya no lo vamos a olvidar jamás, aunque lo cierto es que se quedan ahí guardadas, y seguramente jamás volvamos a echar un vistazo a esa carpeta con gigas y gigabites de fotografías olvidadas como trastos viejos en un desván. A ese respecto, dice también Martín Prada, somos bien conscientes de que casi todos nuestros recuerdos están ya 'subidos' a algún website<sup>12</sup>

La fotografía como autorretrato ha estado en constante transformación desde su inicio con el daguerrotipo de Robert Cornelius. En la actualidad, además de la popularización del término 'selfie', debido a su expansión global, han ido surgiendo diferentes vocablos derivados del mismo. Algunos ejemplos de esta evolución son: el *helfie* (una auto-foto de nuestro pelo), el *drelfie* (una autofoto en estado de embriaguez), el *welfie* (autofoto en el espejo del gimnasio mostrando una vida sana y en pleno ejercicio para mantener la figura) o el *usie* o *groufie* (es la segunda más utilizada después del selfie y se basa en la autofoto de un grupo de personas, donde ya no sale un único individuo en la imagen). A esta tipología se han sumado ya muchos actores y personalidades famosas del mundo, haciéndose virales algunos de ellos, (como lo fue la realizada por Ellen DeGeneres en la celebración de los Oscar's en el año 2014 y publicada en su propia cuenta de Twitter<sup>13</sup>) entre otras muchas.



*Ilustración 8: Ellen Degeneres. Selfie en la Gala de los 'Oscar'. 2014*

12 Martín Prada, Juan. *Prácticas artísticas e Internet en la época de las redes sociales*, AKAL, Madrid, 2012. P:175

13 Véase <https://pbs.twimg.com/media/BhxWutnCEAAAtEQ6.jpg> [Consultado: 06/07/2016]

## **Cómo afecta a nuestro autoestima**

Como ya hemos comentado anteriormente, la sociedad tiene un cierto afán por dejar huella de su paso por el mundo, a través del género del retrato, del que hay abundantes ejemplos en la historia del arte (tanto en pinturas como en esculturas), o mediante técnicas fotográficas, desde la invención de la fotografía. Pero los tiempos han ido avanzando, y, cada vez, más rápido. En la actualidad, la manera más inmediata y eficaz de hacer esto es a través del *selfie*.

El *selfie* se ha convertido en el medio de expresión más democrático, y el más utilizado por las nuevas generaciones, ya que, gracias a ese medio, muestran lo que son, tanto su apariencia, como su físico. Añadiéndole un simple filtro -incorporado en las redes sociales, como hizo Instagram, la cual extendió principalmente esta opción en su interfaz- los jóvenes son capaces de mejorar su imagen y aspecto, ese 'alter ego' que quieren enseñar al resto del mundo.

Como se suele decir, “una imagen vale más que mil palabras”. Esto describe perfectamente lo que las 'Generaciones Web 2.0.' quieren dar a entender al mundo. Una buena imagen puede abrirte muchas puertas ya sea en el ámbito social o personal.

El selfie ofrece la posibilidad de que cada persona le otorgue el sentido que quiere. Unas personas lo entienden más como una representación clara de la realidad, para mostrarse tal y como son, mientras que otras personas utilizan esta técnica como una manera de llamar la atención del espectador, una manera de expresar lo que sienten hacia la sociedad, o mostrar su lado más sensual con el fin de conseguir seguidores y trascendencia en sus perfiles de los social media. No todas aquellas personas que exponen su lado más íntimo lo hacen con este fin, pero a partir de nuestra experiencia desde la creación de la cuenta de Instagram, muchas de las fotos que más repercusión tienen en las redes sociales, lo que también podemos comprobar en Facebook o en las noticias, son aquellas que exhiben ese

perfil más privado o más personal.

Esto nos lleva a una cuestión más complicada. Analizar la gravedad de enseñar nuestro cuerpo a un público abierto, sobre el que no podemos ejercer ningún tipo de control, ya que en cuanto subimos una fotografía a la red perdemos el control de la misma. Pero como ya dijimos en la introducción, aunque sean importantes tanto el tema de la seguridad como el de la privacidad en las redes, hemos querido acotar nuestro campo de estudio a las consecuencias que tienen los *selfies* sobre nuestro autoestima.

Todos y cada uno de nosotros siempre intentamos dar una buena imagen a la gente que nos rodea, ya bien sea mediante una fotografía o mediante nuestro comportamiento en sociedad. Teniendo en cuenta que las redes sociales, en estos momentos, se centran más en el aspecto físico de cada uno que en nuestra personalidad, la sociedad se ha adaptado a esta característica del nuevo medio.

Por ello, el hecho de hacerse uno o diez *selfies* al día, retocarlo, introducirle un filtro, y buscar el mejor ángulo para realizar la fotografía, se ha convertido en un hábito más en las vidas de miles de asiduos en las redes sociales. Posteriormente, sólo uno de ellos (o quizás ninguno y sólo queden en la memoria de nuestros teléfonos móviles) se subirá a la red.

A ese respecto, nos interesa particularmente el trabajo de artistas que han realizado sus obras recopilando cientos de *selfies* encontrados en Google, como por ejemplo, Daniela Ortiz con su serie de fotografías '*97 Empleadas domésticas*'<sup>14</sup> realizada en el año 2010. En ella muestra un cantidad de imágenes recogidas de Facebook donde aparecen distintas personas procedentes de la clase media-alta de Perú, y en algún rincón de las fotografías, accidentalmente o no, se dejan ver trabajadoras domésticas. También nos ha interesado la obra de Jasper Elings '*Flashings in the mirror*'<sup>15</sup>, en la que el artista realiza una composición circular formada por los flashes de las fotografías que se reflejan en los espejos. Un vídeo de un minuto y dieciséis segundos en el que podemos observar la cantidad de

---

14 Véase <http://daniela-ortiz.com/index.php?/projects/97-empleadas-domesticas/> [Consultado: 05/07/2016]

15 Véase <https://www.jasperelings.info/flashings-in-the-mirror/> [Consultado: 10/05/2016]



modalidades de selfies que nos podemos encontrar aleatoriamente en la red, además de hacer reflexionar sobre la falta de privacidad y el inexistente poder sobre nuestras propias fotografías.



*Ilustración 9: Daniela Ortíz. Serie '97 empleadas domésticas', 2010*

Al subir estas autofotos a cualquier red social comienza el juego de 'acción-reacción' entre el emisor y el receptor. El emisor publica una fotografía y los receptores (los seguidores de esa cuenta) comienzan a darle 'me gusta', o no. El hecho de conseguir reacciones en la publicación depende de muchos factores, si la conocemos y es nuestra amiga en la vida real y no sólo un seguidor más de la lista, si es un personaje famoso, si nos interesa el tema principal de su página, o si la foto tiene una buena composición y es atractiva para el espectador, y un largo etcétera.

El hecho es que los selfies nos hacen reflexionar sobre la repercusión que tiene su respuesta en nuestro autoestima. A ese fenómeno, podríamos denominarlo como 'El Narcisismo del siglo XXI'. Partiendo del concepto de narcisismo como esa admiración exagerada por nosotros mismos, por nuestra apariencia, nuestro físico y nuestras cualidades, el selfie se ha convertido en la mejor técnica para poder mostrarlas al resto del mundo, ayudado por las redes sociales.





*Ilustración 10: Marco Melgrati.  
'Social Media Narcissism', 2012*

El narcisismo ya decía Lipovetsky<sup>16</sup> a principios de los 80 que era el signo definitivo de la postmodernidad. Ahora, hemos pasado de la postmodernidad a la hipermodernidad, el fenómeno ha crecido y se multiplica gracias al escaparate de Internet. También se puede atribuir, además de al hecho de tener que exhibirnos continuamente, al peso que tiene en la sociedad actual el canon de belleza impuesto por las grandes firmas de moda y la repercusión de la televisión en nuestra visión del mundo. Es decir, todos los medios de comunicación, sobre todo en las revistas para mujeres y escritas por mujeres.

Dice Rafael Sánchez Ferlosio<sup>17</sup>, que leyó en un artículo de una revista femenina titulado 'La tiranía del aspecto', la siguiente pregunta: '*¿Hay que maquillarse para triunfar?*' A lo que él se contestó: '*Creo que la tiranía es más bien tener que triunfar*'. Nos dibujan a la mujer perfecta como una chica delgada con el pelo largo, una estatura superior a la media, siempre bien vestida y siempre a la moda, con una vestimenta adecuada para cada ocasión, acompañada de un maquillaje y un

---

<sup>16</sup> Lipovetsky, Gilles. *La era del vacío. Ensayo sobre el individualismo contemporáneo*, Anagrama, Barcelona, 1986. P: 49.

<sup>17</sup> Sánchez Ferlosio, Rafael. *Campos de retama*, Random House, Barcelona, 2015. P:28

peinado perfecto, como podemos ver en el portal de Internet 'Youtube', donde la mayoría de vídeo-tutoriales se basan en la explicación de 'cómo lucir perfecta las veinticuatro horas al día, los siete días de la semana'. Al igual que en los desfiles de moda, las modelos son mujeres más delgadas de lo normal, mujeres escuálidas paseando por delante de cientos de personas pendientes de la ropa que portan y de su físico y su 'perfección'.

Como consecuencia de estas influencias, el aspecto que tengamos o que aparentemos al hacernos un selfie para subir a las redes sociales y que miles de personas lo vean, en algunos casos obedecen más al deseo de tener un cuerpo perfecto. Siempre intentamos aparentar en las fotografías un físico que nos enorgullezca. Esto nos llevará mas adelante a explicar por qué nos creamos un alter ego digital.

Los *selfies* pueden tener más consecuencias de las que pensamos. En algunos casos, puede llegar a ser un síntoma de baja autoestima, ya que los resultados que obtenga, sea cual sea la red social en la que se publique, puede producir una aceptación por parte de los integrantes de su círculo de amigos, o en el peor caso, que no tenga ninguna. En adolescentes, el hecho de hacerse selfies continuamente, forma parte de la construcción de una identidad, ya que a esas edades la retroalimentación y aprobación por parte de sus amigos y del círculo social que ha creado dentro de una red puede llegar a tener una gran influencia en su futuro.

Con respecto a los selfies y sus consecuencias en nuestra salud mental, el psicólogo Jonathan García-Allen afirma:

*“no es de extrañar que los valores de las personas en Occidente estén influidos por los medios de comunicación y el marketing de las grandes compañías de estos sectores. Esta cultura comporta una serie de trastornos si no se educa a la gente para que pueda prevenir esta forma de pensar. Las patologías asociadas a las nuevas tecnologías irán en aumento en la medida en que tienden a detraer la identidad genuina del sujeto para exponerla a un falso escaparate de aceptación social, cuyo máximo exponente son las redes sociales”.*<sup>18</sup>

18 Véase <https://psicologiaymente.net/clinica/selfies-trastorno-mental#!> [Consultado: 06/07/2016]

Las redes sociales pueden provocar síntomas de ansiedad, depresión, frustración por no conseguir los resultados que se proponían, o dependencia, al igual que las drogas. El hecho de hacer un uso continuado de las redes sociales y la conexión a Internet, puede pasarnos factura en cuanto a nuestra salud mental. Cabe la posibilidad de convertir algo social, de entretenimiento, al igual que la ludopatía, en una adicción.

## **Cómo han influido en las relaciones sociales**

Es evidente que las redes sociales han cambiado algunos comportamientos en la vida cotidiana de cada uno de nosotros, ya sea para facilitarnos la comunicación con personas que se encuentran lejos, las relaciones laborales, o en los intercambios de información, documentos o archivos.

En estos momentos los social media se usan a diario, por no decir a cada instante de nuestro día a día. Trastornan nuestras actividades y, a veces, les damos una excesiva importancia, anteponiéndolos a otros aspectos, quizás, más relevantes.

Nuestra sociedad se ha convertido en una sociedad de información externa, virtual, por lo tanto, lo que le rodea, lo que está aquí y ahora, no puede competir con esa visión de lo irreal, ni con lo que sucede dentro de su smartphone o de su tablet.

Estamos viviendo una era de la información desmesurada, recibimos información por todas partes, ya sea digital o tangible. Además, recibimos mensajes, fotos o comentarios de conocidos a cada instante, lo que provoca que, sobre todo adolescentes, estén sobreestimulados y pendientes a cada segundo de quién les envía qué y por qué.

Las nuevas tecnologías han pasado de ser un dispositivo que nos facilita aspectos de nuestra vida, o un medio para llegar a realizar determinadas actividades, a convertirse en un fin donde acontecen los hechos, donde nos centramos en vivir. Por ello nos referíamos antes a la 'realidad irreal', a esa vida paralela que mantenemos en un presente continuo, pero que, en el momento de poder tocarla, de poder sentirla, no se materializa, y sólo lo hace material nuestro teléfono móvil o cualquier dispositivo electrónico, el cual contiene ese mundo irreal, que existe, pero no es físico.



*Ilustración 11: Kerith Lemon Pictures. Fotograma cortometraje 'A Social Life', 2016*

Dicho esto, podemos considerar las consecuencias del uso de las redes sociales de dos maneras, una positiva y una negativa.

Como ya hemos dicho, la parte positiva la centraríamos en el hecho de que facilitan comunicaciones a distancia, ayudan a encontrar a personas que habías perdido de vista años atrás, dan la oportunidad de mantener relaciones con amigos y conocidos durante un largo período de tiempo, y una larga lista de oportunidades que nos brindan.

En cuanto a la parte negativa ya hablamos de las similitudes con las drogas y sus efectos. La heroína o la cocaína, por ejemplo, estimulan la hormona de la dopamina, encargada de regular el movimiento, la emoción, la motivación y el placer, y esto mismo es lo que producen las redes sociales, pero en este caso sustituimos la dopamina por 'likes' o actividades de reciprocidad dentro de las redes.

El hecho de recibir mensajes o notificaciones de redes sociales, comentarios, o un 'me gusta', a fotografías y publicaciones que hayamos hecho en alguna red, produce el mismo efecto en nuestro cerebro que las drogas. Provoca un estado de placer, de recompensa, de aceptación social, nos hace sentirnos importantes, incluidos en la sociedad, desencadenando una autoestima que puede llegar a

crearnos una dependencia hacia las redes sociales e incluso un trastorno en nuestro comportamiento habitual. Ésto suele ocurrir, en mayor medida, sobre los adolescentes, aquellos que aún no han terminado de crear una personalidad concreta, que están en busca de cualidades que los hagan sentir agusto. Las redes sociales, podemos afirmar que, al igual que las drogas, si se sirven en pequeñas dosis pueden ser beneficiosas, el problema comienza cuando estas dosis de sociabilidad sobrepasan a la vida real.

### **2.3. El Alter Ego Digital**

Un alter-ego es una persona, real o ficticia, a quien se le reconoce o atribuyen cualidades de otra. Utilizado durante toda la historia por pintores, escritores, músicos, y un largo etcétera. Por ejemplo, Marchel Duchamp con su alter ego 'Rose Sélavy', Ernest Hemingway como 'Nick Adams', Charles Bukowski como 'Henry Chinaski' o John Lennon con su faceta de productor conocido como 'Dr. Winston O'Boogie'.

En este caso le añadiremos un adjetivo más al término para ceñirnos a una definición más concreta: 'digital'. Una definición que va más allá del significado corriente, más allá de usar un seudónimo para no ser reconocido o para utilizarlo como escudo de posibles ataques.

Con el hecho de añadirle la etiqueta 'digital', pretendemos llevarlo al campo de la tecnología, al campo de las redes sociales y a la fotografía. Ya no es un alias que se usa como firma en un texto, por ejemplo. Ahora lo transformamos para referirnos a una apariencia que ofrecemos a los espectadores para presentarnos a nosotros mismos, es decir, una foto buscada, un maquillaje pensado, una luz adecuada, o un filtro apropiado, modificar la fotografía a nuestro antojo y, así, crear una imagen de nuestro 'yo' más propicia.

Este término se utiliza para hablar de la aparición de redes sociales en las que no basta con crear un avatar virtual, un dibujo o imagen pixelados, sino que, por cortesía, se hace aconsejable mostrar una foto de perfil para ofrecer la posibilidad de darnos a conocer un poco a través de una simple fotografía.

Algunas redes sociales se basan en la fotografía como esencia de su funcionamiento, como ya hemos contado entre ellas, Instagram, pero hay otros ejemplos como puede ser Tinder, social media basada en la búsqueda de pareja a través de Internet de manera manual, ofreciendo la posibilidad de definir rangos como la edad o la distancia a la que puedes encontrar a la gente que también tiene esa aplicación en su teléfono móvil, y cuya interfaz se compone de una cantidad

casi ilimitada de 'pretendientes' que se encuentran dentro de los rangos acotados. El elemento que expone a los usuarios de esta red son un número limitado de fotografías, entre una y seis. Esto conlleva a una selección exhaustiva de imágenes las cuales consigan definir tu personalidad, tu físico y tus aficiones, acompañadas de una breve descripción opcional. Por ello hemos considerado adecuado introducir esta red social en el presente apartado.

La sociedad se ve limitada a exponer su 'yo' en las redes sociales mediante una selección de fotos, aunque nos ofrezcan la posibilidad de subir ilimitadas imágenes. Las que los usuarios percibimos primero son las fotos de perfil como primera toma de contacto con el otro, lo que supone la necesidad de elección adecuada de una serie de imágenes que logren transmitir cualidades de nuestra personalidad, nuestra apariencia y lo que somos. Para ello, y estimulados por los cánones de belleza impuestos por la sociedad, se crea ese 'alter ego digital' del que hablamos. Creamos una representación de nosotros mismos con el fin de poder crear una buena impresión para los espectadores y participantes de las diferentes redes sociales. Como bien dice Juan Martín Prada “Además de la apariencia visual, la simulación de los nuevos medios busca modelar con realismo la manera en que los objetos y los seres humanos actúan, reaccionan, se mueven, crecen, evolucionan, piensan y sienten”<sup>19</sup>.



Ilustración 12: Autor desconocido, 'Sin título', 2014

19 Martín Prada, Juan. *Prácticas artísticas e Internet en la época de las redes sociales*, AKAL, Madrid, 2012. P:243



Creemos que la necesidad que se ha creado a partir de la aparición de las redes sociales de representar lo que somos a través de una o varias imágenes, también tiene sus propias consecuencias en nuestra manera de comportarnos, en nuestro autoestima y en nuestra manera de pensar con respecto a los demás. El feedback que produzcan estas imágenes con respecto al resto de usuarios de las redes puede repercutir en nuestro estado emocional, llegando, incluso, a provocar síntomas de ansiedad, de depresión, o por lo contrario, de placer y satisfacción.

Ha habido casos a lo largo de la expansión de las redes sociales en la era de la sobreinformación, de la postfotografía como denomina a este período Joan Fontcuberta<sup>20</sup>, en los que las imágenes han tenido serias consecuencias en la vida de una persona. Nos referimos a casos en los que ciertas personas, por el simple hecho de publicar una fotografía suya donde enseña partes más íntimas de su físico, su desnudo, o una parte de él, han sufrido lo que se denomina 'cyberbullying'.

El ciberbullying es un comportamiento inusual y delictivo de un grupo determinado de personas las cuales extorsionan al o a la protagonista de la fotografía en cuestión, con el fin de obtener algo a cambio de no expandirlo por su escuela, su barrio, su ciudad, haciendo que todo el mundo se haga cómplice de ese acoso.

¿Por qué relacionamos estos casos con el alter ego digital? Bien, pues porque la relación no es tan disparatada como parece, ya que las imágenes que más repercusión tienen en redes son aquellas que consiguen llamar la atención del espectador, una especie de publicidad de tu físico, y esas imágenes son las de índole casi erótico o carnal. Como era de esperar, las redes sociales también tienen su parte de machismo en este caso porque, ya que la mujer siente la necesidad de tener que enseñar su cuerpo casi al completo para poder tener una mayor respuesta en las redes sociales.

Las imágenes de este tipo son las que más 'likes' reciben, las que más son expuestas al público. Además del peligro que conlleva el envío de fotografías

---

<sup>20</sup> Fontcuberta, Joan. *La furia de las imágenes*, I Jornadas de formación permanente Activa tu Futuro. LaFotografía en el Arte Contemporáneo. 14 de Junio de 2016. Valencia. Edificio Nexus. Universitat Politècnica de València.

eróticas por plataformas como Whatsapp, que, se supone, se mandan a una persona en concreto, como dijimos anteriormente. Y ello porque, desde ese mismo instante, se pierde el control absoluto sobre dicha imagen. Es por eso por lo que el cyberbullying está, por desgracia, a la orden del día en nuestra sociedad, ya que esas imágenes pueden comenzar a difundirse por la red sin ningún tipo de filtros ni obstáculos.

Dejando de lado esta problemática, las imágenes creadas como alter ego digital en las redes sociales, esas imágenes que intentan transmitir un estatus social, una permanente buena presencia, un ideal de belleza y supremacía con respecto al otro, repercuten en las interacciones características de los social media, es decir, reciben likes, se comparten, o se envían a otras personas.

## 2.4. Referentes

En cuanto a los referentes artísticos hemos decidido centrarnos principalmente en aquellos artistas que basen su obra en la crítica a las redes sociales, y no tanto en aquellos que aplican las nuevas tecnologías como medio de producción de sus obras, lo cual, también sería interesante, pero nos desvía de nuestra investigación. Nuestro punto de vista, en este sentido, coincide plenamente con Martín Prada cuando argumenta: “...Cómo la la labor del net art no sería tanto el estudio de lo que un medio concreto (Internet) nos ofrece para la producción artística si no, más bien, el autorreconocimiento, de la experimentación poética de nosotros mismos en ese medio”<sup>21</sup>.

El observar a la gente que pasea por la calle, o a los amigos, todos ellos pegados a cada segundo a su teléfono móvil -multitud en la que me incluyo, ya que nuestra generación es la principal consumidora de todas estas nuevas formas de relación social, mientras que la generación anterior, aunque también forma parte de ello, lo hace de una manera menos masiva- ha hecho hacernos recapacitar sobre las consecuencias que ésto puede tener en un presente y, quizás, más graves en un futuro no muy lejano.

Por eso pensamos que se puede considerar parte de nuestra metodología de trabajo la reflexión sobre el valor simbólico que tienen parábolas de ficción como la serie “*Black Mirror*”. Esta serie se inició en el año 2011, dirigida por Charlie Brooker, y consta de siete capítulos basados en un futuro cercano donde la sociedad comienza a adoptar comportamientos inusuales debido a las tecnologías contemporáneas. Cada capítulo nos cuenta una trama diferente a la anterior, cada una de ellas se basa en una historia en la que se representan situaciones de una vida que podría ser real. *Black Mirror*, por ejemplo, establece un claro símil entre la tecnología y la droga, mostrando los síntomas de una posible adicción. El apocalipsis del mundo moderno o “catástrofe virtual”<sup>22</sup>, es una afirmación que definiría adecuadamente la trama de la totalidad de la serie, ya que en ella se

---

21 Martín Prada, Juan. *Prácticas artísticas e Internet en la época de las redes sociales*, AKAL, Madrid, 2012. P:148

22 Término acuñado por Jean Baudrillard en su libro *Pantalla total*, Anagrama, París, 1997. P: 31

puede observar cómo la tecnología va corrompiendo cada vez más a una sociedad que se ha convertido en adicta, incapaz de vivir sin ella, por lo que no importa cómo ni qué precio haya que pagar por estos dispositivos inventados, paradójicamente, para 'mejorar' su vida.



*Ilustración 13: Black Mirror. 'The Entire History of You', 2011*



*Ilustración 14: Black Mirror. 'White Christmas', 2014*

Algo parecido ocurre en la película “Los sustitutos” (2009), dirigida por Jonathan Mostow y protagonizada por Bruce Willis. El film plantea la distopía de una sociedad futurista donde unos robots, diseñados exclusivamente para cada usuario, han sustituido a las personas reales. Es decir, cada individuo posee un robot, dirigido mediante sensores neuronales, que sale a la calle y realiza el trabajo físico de la persona a la que pertenece, dando así la imagen de un mundo, en apariencia perfecto, en donde no es necesario ir al gimnasio ni someterse a operaciones de cirugía estética para aparentar un buen físico, belleza o estatus social.



*Ilustración 15: Fotograma película 'Surrogates', 2009*

Estos dos casos son sólo un par de ejemplos de representación de lo que nos depara un futuro no muy lejano, de las consecuencias que puede tener todo aquello que hacemos actualmente, de las manías que adoptamos frente a las nuevas tecnologías, y los cambios de comportamiento que nos provocan las mismas.

Como referente formal principal para las series de fotografías “Old Millennials” y la secuencia de imágenes que creamos a partir de “La Última Cena 2.0.”, tenemos a Nastya Nudnik.

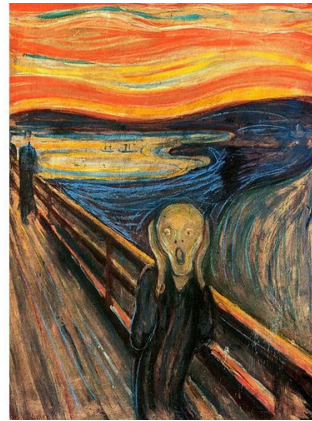
Nasty Nudnik es una artista emergente ucraniana, dedicada en la mayoría de sus trabajos, a la ilustración digital y diseño web. Hemos elegido solamente una de sus series de ilustraciones titulada “Emoji-nation”. Con este nombre crea un juego de palabras con el que ya define su propio contenido. 'Emoji' se refiere a aquel símbolo que sustituye a una palabra, esos iconos que se han hecho comunes en las nuevas tecnologías, sobre todo, en chats o Whatsapp. Con ellos podemos expresar sentimientos o expresiones que, con palabras, serían más complicadas de entender. Así, al introducirle el prefijo 'ji', cambia el sentido de la palabra imaginación, queriendo dar a entender ese juego de mezcla entre imaginación, emoticonos y emociones, todo en uno. En esta serie, Nastya introduce elementos propios de diferentes redes sociales como Facebook, Instagram, o ventanas de notificación de Windows, a pinturas clásicas y modernas para tergiversar el sentido de las mismas, proporcionándole un tono crítico e irónico, creando historias alternativas a las originales.

El proyecto 'Emoji-nation' se compone de cinco series, las cuales ha dado a conocer en Behance, la red social para profesionales dedicados al diseño e ilustración que facilita la expansión de su trabajo a diferentes puntos del planeta, Behance<sup>23</sup>.

En la primera serie se basa en la selección de diferentes pinturas, dividiendo la imagen en dos, en un lado aparece la pintura y, en la parte de la izquierda el emoticono que ella ve adecuado para dicho cuadro.

---

<sup>23</sup> Véase <https://www.behance.net/fefe> [Consultado: 26/06/2016]



*Ilustración 16: Nastya Nudnik, 'Emoji-nation',  
Parte 1, 2014*



*Ilustración 17: Nastya Nudnik, 'Emoji-nation',  
Parte 1, 2014*

En la segunda serie, selecciona varios cuadros de Edward Hopper al que les añade iconos tanto de notificaciones como opciones de interfaz de diferentes redes sociales. Con ese simple añadido sugiere historias diferentes a las originales como pensamientos de los personajes, respuestas a comentarios añadidos como si de actividades dentro de las redes se tratase.



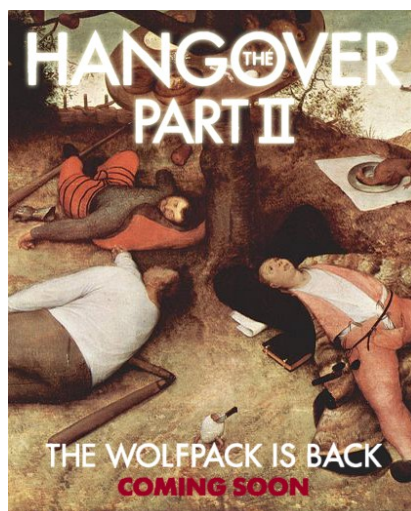
*Ilustración 18: Nastya Nudnik, 'Emoji-nation',  
Parte 2, 2014*



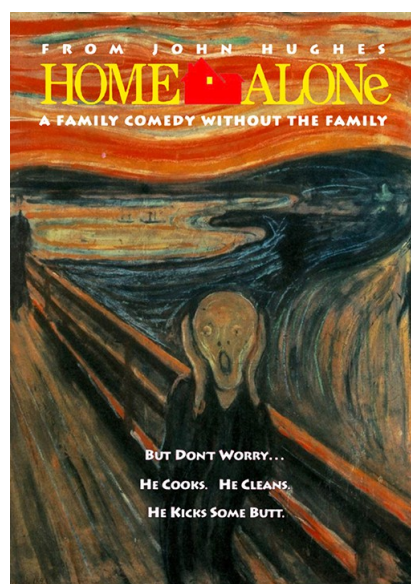
*Ilustración 19: Nastya Nudnik, 'Emoji-nation',  
Parte 2, 2014*



En la tercera serie, cambia la imagen de las portadas de películas como 'Kill Bill', 'The Hangover' o 'Solo en Casa', por pinturas como 'Judith decapitando a Holofernes' de Lucas Cranach (Nastya aprovecha varias obras de este pintor para sus diferentes producciones dentro de la misma serie), 'The Land of Cockaigne', de Bruegel, y 'El grito' de Edvard Munch, respectivamente.



*Ilustración 20: Nastya Nudnik, 'Emoji-nation', Parte 3, 2014*



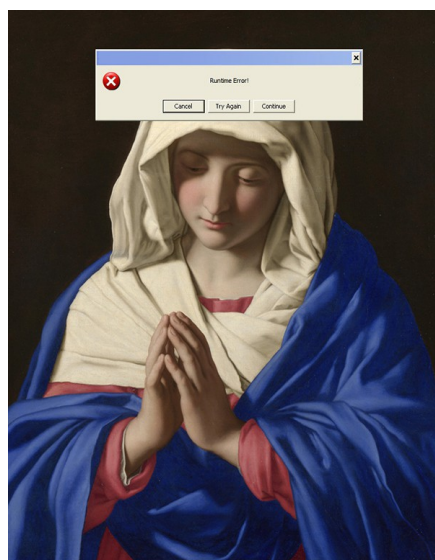
*Ilustración 21: Nastya Nudnik, 'Emoji-nation', Parte 3, 2014*



En la serie 4 podemos ver cómo la artista introduce cuadros de diálogo típicos del sistema operativo Windows, los cuales contienen mensajes divertidos sobre las situaciones que se representan en los cuadros clásicos cambiando el significado primigenio de los mismos.



*Ilustración 22: Nastya Nudnik, 'Emoji-nation', Parte 4, 2014*



*Ilustración 23: Nastya Nudnik, 'Emoji-nation', Parte 4, 2014*

En la quinta serie de fotomontajes nos encontramos algo parecido a lo que hemos descrito en el último párrafo, pero en este caso, convierte pinturas en, casi, interfaces de aplicaciones como el traductor de Google, el buscador de Internet 'Safari' o el conocido 'Google Maps', situado sobre 'El Jardín de las delicias' de El Bosco.



*Ilustración 24: Nastya Nudnik, 'Emoji-natio, Parte 5, 2014*



*Ilustración 25: Nastya Nudnik, 'Emoji-nation', Parte 5, 2014*

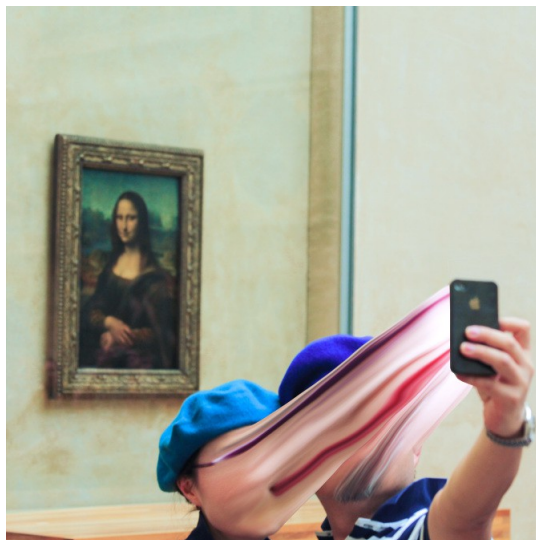
Hemos considerado a Nastya Nudnik como un referente artístico por su manera de tratar las imágenes, ya que se basa principalmente en el fotomontaje, al igual que nosotros, y por su inclusión de las redes sociales como tema principal de sus

obras. Sin embargo, hemos de decir que a esta diseñadora la descubrimos cuando ya estábamos realizando nuestra propia serie de fotomontajes, por lo que su inclusión en el presente apartado obedece más a la sorpresa de su descubrimiento, por las coincidencias que encontramos entre su obra y la nuestra, que a una verdadera influencia.

Por otra parte, Antoine Geiger, joven fotógrafo nacido en 1995 en Francia, la obra que más nos ha interesado ha sido su serie fotográfica 'Sur Fake'. Ésta se basa en un fotorreportaje de personas fundidas con sus teléfonos móviles a través de la extensión de sus rostros. Es una buena representación de cómo las nuevas tecnologías nos absorben y nos introducen, en este caso, literalmente, en ese mundo virtual, irreal, al que hemos hecho referencia durante este texto.



*Ilustración 26: Antoine Geiger, 'Sur Fake', 2015*



*Ilustración 27: Antoine Geiger, 'Sur Fake', 2015*

Evan Baden nos ha ayudado a pensar nuestros proyectos a partir de sus dos series fotográficas, 'The Illuminati' y 'Technically Intimate', realizadas en los años 2006/2007 y 2008/2010 respectivamente.

En el primer trabajo nos muestra cómo la sociedad es iluminada, únicamente, por el dispositivo móvil que sostiene el protagonista en ese momento, como una metáfora de cómo las nuevas tecnologías son las únicas que nos dejan ver más allá de la realidad, ya que sin ellas sólo habría oscuridad. El juego con la luz como única foto crea unas connotaciones críticas hacia las nuevas tecnologías y todo lo que éstas conllevan.



*Ilustración 28: Evan Baden, 'The Illuminati', 2006/2007*



*Ilustración 29: Evan Baden, 'The Illuminati', 2006/2007*



En 'Technically Intimate' podemos contemplar a varias mujeres realizándose selfies en sus habitaciones o lugares íntimos, con un trasfondo casi erótico, como comentábamos en el apartado de 'Alter ego digital'. El nombre ya nos da algunas pistas para entender esta obra, refiriéndose a una 'casi intimidad', unas fotografías que en cuanto sean expuestas en una red social o enviadas a través de Internet, ese concepto de intimidad desaparecerá por completo, pasará a ser una imagen pública, sobre la que perderemos el control.



*Ilustración 30: Evan Baden, 'Technically Intimate', 2008/2010*



*Ilustración 31: Evan Baden, 'Technically Intimate', 2008/2010*

Como la propia artista describe en su página oficial:

*“Con las nuevas tecnologías, vienen nuevas formas de pensar, actuar y reaccionar. La habilidad de conectarnos unos con otros instantáneamente usando nuestros teléfonos móviles ahora omnipresentes -y la privacidad que viene dada con su uso- nos ha calmado en cuanto a la seguridad. El pensamiento que de cuando mandamos algo se queda entre nosotros. Esta nueva conexión y el sentimiento de seguridad que nos proporciona, para la generación digital natal, ha traído con ello una nueva definición de intimidad. Ya no creemos que necesitemos el contacto físico como las generaciones pasadas. En cambio, exigimos que las imágenes se transfieran de un espacio privado a otro.”<sup>24</sup>.*

El siguiente referente es Eric Pickersgill y su serie titulada 'Removed' ('Eliminado', en castellano).



*Ilustración 32: Eric Pickersgill, 'Removed', 2015/2016*

---

24 Traducción propia: *“With new technologies come new ways of thinking, acting, and reacting. Our ability to connect with one another instantly using our now-ubiquitous cellular phones—and the privacy that comes with that use—has lulled us into a sense of security. The thought that what we send to each other will stay just between us. This new connection and the sense of security it provides, for the digital native generation, has brought with it a new definition of intimacy. We no longer believe we require the physical touch of generations past. Instead, we demand that images and videos be transmitted from one private space to another. To be enjoyed now, and forever to come.”* Véase <http://www.evanbaden.com/technically-intimate-%E2%80%93-200810.html> [Consultado: 20/06/2016]

En su charla 'TEDxBend'<sup>25</sup> Pickersgill nos habla de cómo los dispositivos han cambiado nuestros hábitos haciendo una pequeña reseña histórica desde la época en que aparecieron las primeras cámaras de vídeo hasta su experiencia personal actual, en cuanto a su familia y amigos, protagonistas de su trabajo. En dicha conferencia, Eric interactúa con el público, haciéndoles partícipes de su serie fotográfica, intentando crear conciencia sobre el uso que le damos a las nuevas tecnologías y cómo están presentes en cada momento de nuestra vida. La actividad que les propone realizar es sacar sus dispositivos del bolsillo, hacer que revisen sus correos, sus redes sociales, mientras que en ese momento les hace una fotografía. Luego les propone que miren su mano como si en ella sostuviesen el móvil, y les hace otra fotografía, de la misma manera que muestra en su serie 'Removed'. La tercera y última tarea propuesta es la realización de un selfie de cada asistente a la charla, mientras se miran la mano, en la misma posición que la anterior vez.



*Ilustración 33: Eric Pickersgill, 'Behaviour Lag', 2016*

Con las imágenes realizadas, gracias a la colaboración de los espectadores de la charla y otras situaciones en las que también contó con la ayuda de diferentes grupos de personas, Eric creó otra serie titulada 'Behaviour Lag'. Con este ejercicio quiere transmitir el mensaje de cómo las personas cambian su actitud ante una

<sup>25</sup> Véase <http://www.ericpickersgill.com/about/> [Consultado: 15/07/2016]

cámara tras haberse visualizado anteriormente, donde tienen casi ensayado lo que deben hacer para aparecer en un vídeo<sup>26</sup>.

El ilustrador polaco Pawel Kuczynski nos ha introducido, también, en el tema de las imágenes irónicas y humorísticas tratando el tema de las redes sociales y las nuevas tecnologías gracias a su largo trabajo sobre las mismas. Lo podemos encontrar, sobre todo, en la red social Facebook, al igual que en su página oficial<sup>27</sup>, aunque en ésta última no aparecen todas sus ilustraciones. Además de tratar dicho tema, su trabajo también se basa en la representación de problemas actuales de la sociedad, como guerras o conflictos de una manera satírica.



*Ilustración 34: Pawel Kuczynski, 'Sin Título', 2016*



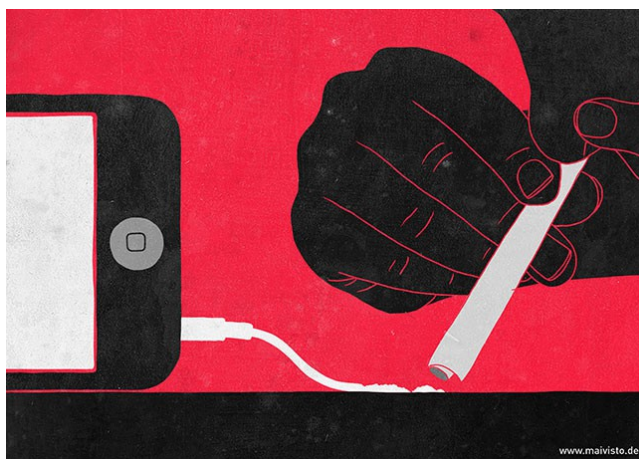
*Ilustración 35: Pawel Kuczynski, 'Sin Título', 2016*

26 Véase <http://www.ericpickersgill.com/behavior-lag/> [Consultado: 10/07/2016]

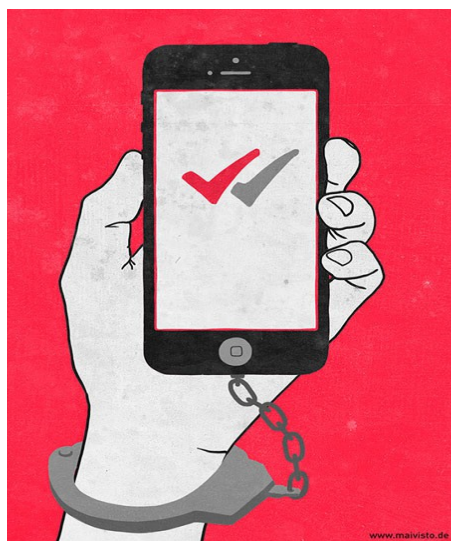
27 Véase <http://pawelkuczynski.com/> [Consultado: 15/07/2016]



Sergio Ingravalle, conocido en Instagram como 'Maivisto', fue uno de los primeros artistas de los que tuvimos conocimiento de entre de aquellos que tratan este tema. Maivisto crea ilustraciones simples, con sólo tres o cuatro colores principales, donde refleja a la sociedad, el cambio de cotidianidades, presentándolo como si de una droga se tratase. Como él mismo dice es un página oficial<sup>28</sup>, trae conceptos e historia a la vida, encuentra la manera de materializar aquellos problemas que actualmente nos afectan a la mayoría de la sociedad.



*Ilustración 36: Sergio Ingravalle, 'Addiction', 2015*



*Ilustración 37: Sergio Ingravalle, 'The Whatsapp Curse', 2014*

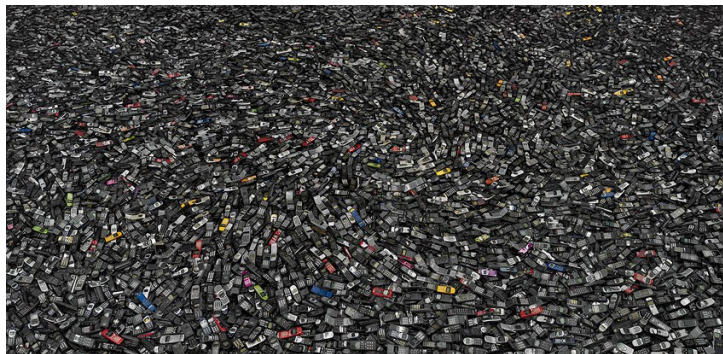
<sup>28</sup> Véase <http://www.maivisto.de/> [Consultado: 15/07/2016]

El ilustrador asentado en Londres, Steve Cutts, crea ilustraciones con el fin de representar el sometimiento de la sociedad ante diferentes autoridades como la política, la economía o las nuevas tecnologías y los dispositivos móviles.



*Ilustración 38: Steve Cutts, 'Sin título', 2015*

Tras haber estudiado la obra de este artista, no podemos dejar de mencionar a Chris Jordan con su proyecto 'Intolerable Beauty' del cual sólo nos quedaremos con algunas imágenes como los cementerios de dispositivos móviles, tanto teléfonos, como circuitos de ordenadores, o cualquier desperdicio proveniente de nuestro consumismo masivo actual.



*Ilustración 39: Chris Jordan, 'Intolerable Beauty', 2005*

Para concluir con este apartado de referentes artísticos, debemos nombrar a otros artistas que también han influido en esta investigación como lo son los ilustradores John Holcroft, Marco Melgrati, Luis Quiles, Mister Thoms, Igor Morski, y el artista canadiense iHeart, muralista callejero que representa igualmente de forma crítica a la sociedad actual. De entre los fotógrafos, tanto conceptual como formalmente

debemos mencionar a Rodrigo Rivas -con su exposición realizada el pasado año 2014 en el centro EFTI<sup>29</sup>, la cual incluía fotografías realizadas con su propio smartphone-, a Laia Abril, Joan Fontcuberta, y Jasper Elings.

### **3. Obra propia**

Para terminar de darle sentido a toda la historia sobre la evolución de los dispositivos tecnológicos, Internet y las redes sociales, y sus efectos en nuestra sociedad actual, hemos querido reunir todas estas características y representarlas a través de la fotografía.

Durante este curso se han realizado tres series fotográficas muy diferenciadas entre sí. La primera se titula “*Like, comment or share*”, y se basa en la reproducción escenográfica de situaciones que se dan en la vida actual contando con la ayuda de compañeros y amigos para poder hacerlas posibles. Cuenta con cuatro fotografías, por el momento. Se han realizado en blanco y negro ya que no se le quería dar importancia al color o a la combinación de tonalidades dentro de la fotografía, sino a lo que se representa y cómo se representa. Creemos que al no existir la distracción de la variedad cromática, se puede llegar a percibir mejor el mensaje que se quiere transmitir. Ese mensaje no es otro que la representación de varios conceptos definidos a lo largo del trabajo, como son el alter ego digital, el cambio en nuestras costumbres debido a las nuevas tecnologías, o a ese cambio en nuestra rutina al que añadimos un teléfono móvil, una tablet o un ordenador.

En la segunda serie fotográfica, titulada “*Old Millennials*”, se ha querido representar mediante el fotomontaje digital, con un toque humorístico e irónico, varios ejemplos de pintura clásica añadiéndoles elementos propios de las redes sociales actuales, ya sea por medio de la representación de una interfaz concreta, como Instagram o Snapchat, o incorporándole iconos de notificaciones a modo de bocadillos de pensamiento al igual que en un cómic. En otros casos, dentro de la misma serie, se han integrado herramientas o dispositivos contemporáneos, ya

---

<sup>29</sup> Véase <http://instagramers.com/spanish/slide-to-unlock-nyc-la-exposicion-de-rodrigo-rivas-en-la-sala-off-de-efti-nos-muestra-nueva-york/> [Consultado: 22/06/2016]

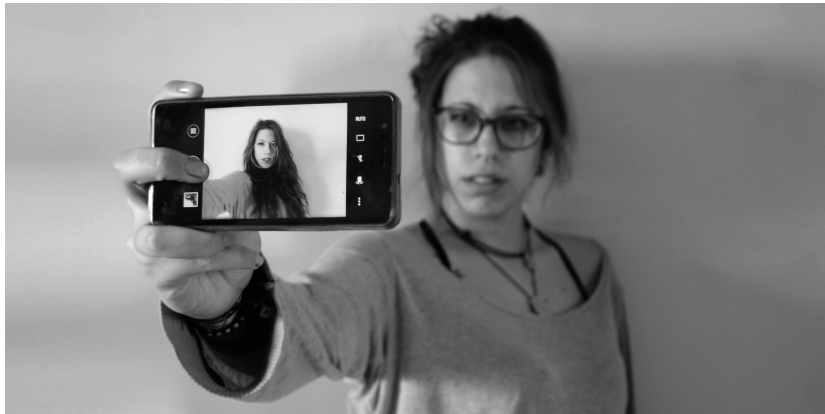
sean ordenadores portátiles, palos de selfie o tabletas electrónicas.

En la tercera serie fotográfica, a la que hemos denominado "*Realidad irreal*", se ha pretendido reunir varias fotografías no buscadas, a modo de reportaje fotográfico, casi de paparazzi, captando el momento de cómo las nuevas tecnologías han transformado nuestra vida cotidiana, todo ello protagonizado por personas aleatorias que hemos ido encontrando en nuestro día a día, hechos puntuales que hemos podido congelar en la memoria de nuestro teléfono móvil.

### **3.1 'Like, comment or share'**

Este trabajo fue hecho realidad gracias a una de las asignaturas del primer cuatrimestre, Fotografía Digital. Por el hecho de tener que entregar un proyecto fotográfico para dicha materia, comenzamos a fijarnos en detalles de nuestra vida cotidiana y de las personas que nos rodean en nuestro día a día. Ahí pudimos comprobar cómo todos nosotros nos enfrascamos a menudo en un mundo irreal llamado redes sociales. El hecho de haber podido poner en práctica los conocimientos adquiridos sobre Photoshop en nuestro trabajo práctico, nos facilitó el camino para poder unir una idea compuesta por dos realidades, (como en el caso del alter ego digital, que se compone de la apariencia real de una persona y el aspecto que muestra en las redes sociales como intento de definición de su personalidad y sus cualidades tanto físicas como psicológicas). Gracias a las herramientas de Photoshop, hemos podido hacer una analogía, fundiendo dos imágenes en una sola, para poder representar los siguientes conceptos: el alter ego digital y las consecuencias que tienen las nuevas tecnologías en nuestro comportamiento habitual.

Descripción detallada de las imágenes:



*Ilustración 40: Almudena Brox. 'Selfie', perteneciente a la serie 'Like, comment or share' 2016*

1. **“Selfie”**: En esta fotografía intentamos representar el concepto de 'alter ego digital', mostrando la imagen de una persona un poco desaliñada o descuidada, mientras se hace un selfie con su propio teléfono móvil; o, lo que es lo mismo, mientras se está haciendo un autorretrato que más tarde mostrará al amplio público que se encuentra al otro lado de las redes sociales. Esta segunda imagen está representada por la pantalla del smartphone, en la que se puede ver cómo sería la fotografía que se está haciendo, en la que aparece mucho más arreglada, maquillada, peinada y aparentemente presentable ante ante ese estrato de la sociedad de prejuicios y críticas.



*Ilustración 41: Almudena Brox. 'Mirror', perteneciente a la serie 'Like , comment or share' 2016*

2. La imagen **“Mirror”**, también, se basa en la definición del concepto de 'alter ego digital'. En ella se puede observar como el reflejo del espejo no se corresponde con la persona que se está mirando en él. Es decir, la persona 'real', de espaldas al objetivo de la cámara que realiza la fotografía, está mirándose en el cristal, con un aspecto más descuidado, sin peinar, con un recogido a modo de dejadez, sujetando un pañuelo con la mano izquierda, dando a entender un cierto sentimiento de tristeza, mientras que el reflejo muestra a una persona completamente diferente, que aparece peinada, maquillada y vestida haciendo suponer que saldrá con sus amigos o tendrá una noche de celebración. En este reflejo, en vez de un pañuelo en su mano, sostiene un pintalabios, lo que dota de connotaciones añadidas a la persona reflejada, muy diferentes a la persona que se mira. Con esta disociación de representaciones pretendemos definir con mayor claridad el concepto al que nos referimos.



*Ilustración 42: Almudena Brox. 'La Última Cena 2.0.', perteneciente a la serie 'Like, comment or share', 2016*

3. En **“La Última Cena 2.0.”** queremos representar la composición y la escenografía extraídas de la reconocida pintura de Leonardo da Vinci “Il Cenáculo” (1495-1497), de una reunión de amigos, en una cena, en un convite, se convierte en una situación en la que todos los participantes portan, al menos, un dispositivo tecnológico perteneciente a nuestra época. Con ello se quiere transmitir el hecho de cómo ha cambiado la cotidianeidad en el momento actual, poniendo como ejemplo una escena reconocible en la que ya no prima la conversación de los integrantes de la reunión, sino que ha sido sustituida por el hecho de estar reunidos, pero cada uno de ellos poniendo su atención en otras personas que no se encuentran presentes en el lugar, que se encuentran en el mundo virtual de las redes sociales, al otro lado de una pantalla, que en cualquier momento puede fallar y puede dejarnos sin la conexión a distancia que estamos teniendo.

Los protagonistas de esta fotografía son nuestros propios compañeros de la universidad, aquellos capaces de hacer posible y ayudar, en la medida de lo posible, a llevar a cabo muchos de los trabajos y conocimientos que se han ido conformando durante este año.

Esta fotografía ha desencadenado una serie, es decir, la propia imagen se ha ido

modificando y se le han añadiendo elementos, y así hemos conseguido varias versiones de la misma que tratan el mismo tema pero con resultados diferentes, ya sea introduciéndole iconos de notificaciones de diferentes redes sociales, textos con información sobre el uso de Internet, e incluso, introduciéndole el propio fondo de la pintura de Leonardo.



*Ilustración 43: Almudena Brox. 'iShower', perteneciente a la serie 'Like, comment or share', 2016*

4. **"iShower"** se basa en la recreación de un hecho tan cotidiano como es el de ducharse. En esta fotografía se recoge una acción en la que el protagonismo ya no lo tiene la ducha en sí, sino el smartphone que la protagonista de la imagen mantiene en sus manos, ojeando las redes sociales mientras se asea. Con ello, queremos reflejar cómo hasta las acciones más primitivas del ser humano, han sido modificadas por las nuevas tecnologías. Cómo un hecho incompatible con los dispositivos tecnológicos, por su poca resistencia al agua, en este caso se unen para hacer consciente al espectador de cuánto estamos supeditados a las nuevas tecnologías.



### 3.2. “Old Millennials”

Partiendo del concepto de 'Millennials' como definición de esa generación que ha crecido de manera simultánea a la implantación de estos dispositivos en la vida diaria, y que por consiguiente, han sido los primeros usuarios de las redes sociales desde sus inicios, hemos querido hacer un guiño a pinturas clásicas pertenecientes a diferentes movimientos pictóricos de la historia, elegidos por su capacidad de ser transformados en una imagen con matices contemporáneos.

Esta serie de fotomontajes es un proceso abierto, en el que se seguirá trabajando, por lo que no se delimitará el número de imágenes que conformará la serie. Además, tiene el aliciente de ser una pieza en continuo desarrollo ya que se podrán ir añadiendo características diferentes según las redes sociales vayan desarrollándose en cuanto a interfaz y funcionamiento interno y externo.

Por el momento cuenta con la suma de seis imágenes, que como ya hemos dicho, será ampliable en el tiempo.



*Ilustración 44: Almudena Brox. 'Sin título', perteneciente a la obra 'Old Millennials', 2016*



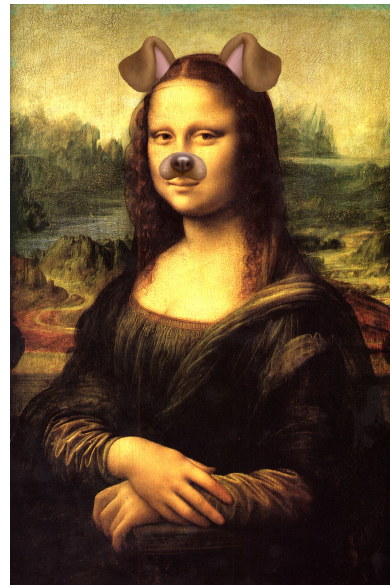
*Ilustración 45: Almudena Brox. 'Sin título', perteneciente a la serie 'Old Millennials', 2016*



*Ilustración 46: Almudena Brox. 'Sin título', perteneciente a la serie 'Old Millennials', 2016*



*Ilustración 47: Almudena Brox. 'Sin título', perteneciente a la serie 'Old Millennials', 2016*



*Ilustración 48: Almudena Brox. 'Sin título', perteneciente a la serie 'Old Millennials', 2016*



*Ilustración 49: Almudena Brox. 'Sin título', perteneciente a la serie 'Old Millennials', 2016*

### **3.3. “Realidad irreal”**

“*Realidad irreal*” se basa en un pequeño fotorreportaje sobre personas conocidas o no, mientras protagonizan situaciones en las que se puede observar cómo las nuevas tecnologías han distorsionado nuestra vida cotidiana.

La serie de fotografías ha sido realizada con un smartphone, en parte para disponer de la ventaja de captar el momento en cualquier la situación, ya que siempre contamos con un móvil en el bolsillo, y en parte por contraponer ambas ideas. Es decir, aquí nuestra intención es ironizar sobre la paradoja de que utilizamos un móvil como herramienta para criticar nuestra dependencia de los teléfonos móviles.

Las fotografías han sido realizadas en situaciones aleatorias de nuestro día a día, capturando instantes en los que hemos percibido esta 'realidad-irreal'. De ahí el nombre, ya que mostramos una realidad que, en verdad, las personas que protagonizan estos hechos no están viviendo realmente, estando como están inmersos en ese mundo virtual que ya comentamos, ese mundo irreal que no está presente físicamente en ese momento. Por ese motivo nos hemos convertido en 'paparazzi', para poder captar cada momento sin que los protagonistas involuntarios de nuestras fotografías pudiesen darse cuenta de que los estábamos fotografiando. La identidad de los personajes permanece en el anonimato mediante la distorsión de la parte de los ojos de los mismos.

Al igual que la serie fotográfica 'Old Millennials', se seguirá trabajando sobre este proyecto, intentando poder llegar a mostrar el máximo de casos posibles de este cambio de costumbres influenciado por las redes sociales y las nuevas tecnologías.





*Ilustración 51: Almudena Brox. 'Sin título', perteneciente a la serie 'Realidad irreal', 2016*



*Ilustración 50: Almudena Brox. 'Sin título', perteneciente a la serie 'Realidad irreal', 2016*



*Ilustración 52: Almudena Brox. 'Sin título', perteneciente a la serie 'Realidad irreal', 2016*



*Ilustración 53: Almudena Brox. 'Sin título', perteneciente a la serie 'Realidad irreal', 2016*



*Ilustración 55: Almudena Brox. 'Sin título', perteneciente a la serie 'Realidad irreal', 2016*



*Ilustración 54: Almudena Brox. 'Sin título', perteneciente a la serie 'Realidad irreal', 2016*



*Ilustración 57: Almudena Brox. 'Sin título', perteneciente a la serie 'Realidad irreal', 2016*



*Ilustración 56: Almudena Brox. 'Sin título', perteneciente a la serie 'Realidad irreal', 2016*

### **3.4. “@miss\_casual”**

Para este Trabajo de Fin de Máster, y para poder responder a preguntas que se realizaron previas a la investigación de este tema, se creó una cuenta de Instagram con la que viviríamos en nuestra propia experiencia cómo afectan las repercusiones que tienen las redes sociales en nuestro comportamiento y en nuestro pensamiento.

La cuenta consta de fotografías realizadas por nosotros mismos, proporcionándoles un estilo '*postureo*' (término muy utilizado en las actuales redes sociales para definir actitudes de pose, o representación de situaciones poco convencionales, en cuanto a aparentar algo más de lo que hay, por ejemplo, fotografías que muestren un día en la playa o en la piscina, buscando un encuadre y una visión más “espectacular” de lo que en realidad es).

Se comenzó a trabajar en este proyecto el pasado 3 de Marzo, subiendo una fotografía de unas piernas al borde de una piscina en un día soleado, queriendo empezar a llamar la atención de seguidores ayudándonos de la utilización de 'hashtags', es decir, palabras clave que describen brevemente el tema del que se habla o se quiere mostrar, precedido por el símbolo de 'almohadilla' (#). Esto provoca que usuarios de la red social busquen temas de interés mediante este método, por lo que podrán encontrar publicaciones concretas de una manera más rápida y sencilla.

Además del uso de 'hashtags', se comenzó a seguir a una gran cantidad de usuarios, la mayoría relacionados con el tema concreto de la cuenta, y otros no tanto, sólo por el simple hecho de que esas personas, al ver que sigues su cuenta, normalmente suelen reaccionar de la misma manera con respecto a la tuya.

El hecho de conseguir una gran cantidad de seguidores y 'likes' en las publicaciones es un arduo trabajo que requiere una gran cantidad de horas y dedicación exclusiva para esa actividad, además de una habilidad y una destreza especial. Para lograr un mínimo de éxito es necesario saber a qué tipo de perfiles dedicas tu cuenta, a qué tipo de seguidores quieres atraer, y qué tipo de cuentas comienzas a seguir para así conseguir una reciprocidad de 'follows' ('follow' como

anglicismo de seguir una cuenta). Por lo demás, debe estar muy medida la actividad dentro de la red ya que cualquier hecho puede influir en el desarrollo de la cuenta.

- Metodología

Partiendo del desconocimiento en el periodo inicial del proyecto, se comenzaron a seguir cuentas de Instagram de una manera muy aleatoria, guiándonos, sobre todo, por las sugerencias que te proporciona la propia red social. Por ejemplo, cuando comienzas a seguir una cuenta, Instagram nos ofrece la posibilidad de seguir una serie de cuentas relacionadas según el tema o cercanía a la primera.

Además de hacer follow a diferentes cuentas internacionales, sin acotar el público en un sólo país, se iban publicando fotografías sin seguir una periodicidad concreta.

La cuenta consta de 24 publicaciones. Haciendo un breve resumen del contenido de la cuenta, diremos que algunas imágenes muestran paisajes o bodegón, como una calle con palmeras a los lados y un arcoiris de fondo, una escena de desayuno, una escultura fotografiada en la feria de exposición 'Arco', un atardecer desde la carretera, o una playa, entre otras. Mientras que en el resto de las fotografías aparezco como imagen de la cuenta, ya sea mostrando un tipo de maquillaje específico, posando en la playa, sonriendo, con diferentes vestimentas de moda o, incluso, haciéndome selfies en el espejo, ya que muchas de las cuentas previamente vistas, con miles de seguidores, consideraban esta trayectoria como método de 'recolección' de seguidores.

En un principio se le dedicó bastante tiempo a la cuenta, siguiendo la actividad en la red de los diferentes perfiles a los que se seguía. Hicimos un seguimiento de las cuentas que empezaban y dejaban de seguir a @miss\_casual, a la vez que se intentaba interpretar el por qué estas cuentas dejaban de seguirnos.



Además de controlar esta actividad, y teniendo en cuenta que en las redes sociales se han establecido unos horarios en los que las publicaciones tienen más repercusión (por ejemplo, en Instagram, la hora adecuada para subir una fotografía son entre las 17 y las 18 horas, mientras que en Facebook se encuentra entre las 13 y las 16 horas), este horario se siguió para subir las publicaciones, ya que algunas de ellas no fueron subidas dentro de esa franja y el 'feedback' era completamente diferente, pudiendo no llegar ni a los 20 likes por imagen, mientras que otras subidas entre dichas horas, han llegado a alcanzar la centena. Y, de hecho, esta publicación es la que más repercusión ha obtenido en la historia de la cuenta en concreto.



*Ilustración 58: Almudena Brox, Captura de pantalla perteneciente al proyecto '@Miss\_casual', 2016*

@miss\_casual llegó a conseguir 520 seguidores, se pretendía llegar a una cantidad mucho mayor, pero, debido a la dedicación que requiere, no se le pudo brindar todo el tiempo necesario para obtener una repercusión mayor, además de la falta de conocimientos y medios para conseguir un mayor número de seguidores.

Finalmente y al ver qué complicaciones suponía el mantener en activo la cuenta, dejamos de trabajar sobre la aplicación y la cuenta en concreto, ya que los resultados obtenidos no alcanzaron nuestras expectativas originales.

Ello nos condujo a observar cómo los seguidores de la cuenta comenzaron a descender al no publicar más fotografías y no mantener un seguimiento de la misma. El mantenimiento de una cuenta de estas características podemos compararla con una casa. Cuando vivimos en ella y la cuidamos, mantenemos la apariencia y la integridad de la misma, pero en cuanto es abandonada, empieza a empeorar su aspecto externo, sus cimientos y la estructura en general. Y lo mismo pasa con la cuenta de Instagram, cuando trabajas en ella se mantiene y puedes llegar a obtener muy buenos resultados, pero en cuanto dejas de prestarle atención y dedicación, cae en picado.

· ¿Por qué necesitamos tener 'likes'? ¿Qué se siente?

Creemos que la cantidad de likes que se obtienen a partir de una publicación, una fotografía o un estado, puede afectar a nuestro estado de ánimo, a nuestra confianza en nosotros mismos y, en parte, a nuestra salud mental. El hecho de recibir likes, ya sea de personas que conocemos o de personas desconocidas, tiene consecuencias sobre nuestra manera de pensar tanto en el ámbito social como psicológico. Puede llegar a afectarnos sobre lo que pensamos de nosotros y en nuestra confianza para con los demás. Si una publicación no obtiene la trascendencia que se esperaba, esa persona podría llegar a pensar que ya no está tan apoyada por el resto de participantes, que ya no tiene la importancia que en otro momento pudiera tener, o que su aceptación social ha descendido, lo que puede provocar un sentimiento de soledad en un futuro cercano.

Creemos que la soledad es una carencia que se vive mal en en la sociedad actual, y uno de los mayores miedos a los que la sociedad se enfrenta en estos momentos, ya que el fin principal de los social media es eliminar cualquier resquicio de ese pensamiento. Por eso las redes sociales se han convertido en el refugio principal de aquellas personas que, quizás, tengan menos habilidades sociales, por lo que las redes les han tendido puentes para poder enfrentar ese temor a exponerse a la gente. Por ello afirmábamos que los likes influyen en la salud mental del que publica en las redes, porque darle una importancia excesiva a ese juego de sociedad puede conducir a pensamientos tanto negativos como positivos. Negativos, en cuanto puede llegar a hundir a una persona, ya no sólo por los likes que reciba, sino por los comentarios que otras personas pueden llegar a hacer sobre dichas publicaciones o sobre la persona en cuestión. Y positivos, en cuanto a sentirse parte importante de una pequeña sociedad que le acepta y le presta su atención.

#### ▪¿Cómo se consiguen seguidores?

El conseguir seguidores en una red social depende del fin que tenga la misma. Por ejemplo, en Facebook se centra más en personas de nuestro alrededor, amigos, familiares y conocidos, aunque también contenga páginas oficiales de artistas, celebridades, grupos musicales, etc. Mientras que en Instagram, las cuentas pueden ir dirigidas a quien nos propongamos, es decir, podemos tener una cuenta personal donde publiquemos nuestras vivencias o experiencias con personas cercanas, o podemos tener una cuenta más profesional y, en nuestro mundo, dentro del campo artístico, podemos mostrar nuestras obras y darnos a conocer a un público más amplio, o podemos seguir a cuentas de otros artistas o usuarios relacionados con el mundo del arte. O también podemos tener una cuenta especializada en 'fitness', hecho que está muy a la orden del día en los momentos que vivimos por ese afán de culto al cuerpo, de lucir siempre perfectos, como decíamos en el apartado 'El Alter ego digital', o tener una cuenta más especializada en comidas de dieta, por ejemplo. Existen infinidad de temáticas en los más de 500 millones de perfiles con los que cuenta Instagram actualmente.

En Internet, más concretamente, en la plataforma de vídeos 'Youtube', podemos encontrar gran cantidad de vídeo-tutoriales de diferentes estrategias sobre cómo conseguir seguidores de una manera rápida y sencilla. La mayoría de ellos, el truco más eficaz, aconsejan comenzar a seguir y dejar de seguir continuamente a la página oficial de Instagram, ya que hay usuarios que pinchan en el apartado de seguidores de la cuenta y empiezan a seguir a los últimos perfiles que se han unido a esta página.

También existen páginas web donde te aconsejan y proporcionan diferentes tácticas para optimizar tu cuenta de Instagram, para estar siempre al tanto de las últimas tendencias que se llevan en la red social. Entre ellas, está 'TodoInstagram'<sup>30</sup>, en ella puedes encontrar respuestas a preguntas como '¿Qué *app* (aplicación) necesito para crear fotos de larga exposición? ¿Cómo puedo ver la actividad de mis seguidores en Instagram? ¿Se pueden comprar seguidores?'. Pues sí, se pueden comprar seguidores, por eso traemos esta cuestión a colación, ya que es muy sencillo comprar 'followers' en la red, sólo tienes que pagar una cuantía que varía según los seguidores que solicites. 15000 seguidores cuestan alrededor de unos 15 dólares.

Pero esta manera de aumentar la cifra de seguidores de nuestra cuenta no es del todo fiable, ya que Instagram puede investigar el por qué del cambio tan drástico que ha sufrido nuestra cuenta y tiene derecho a eliminarnos el 100% de los seguidores que teníamos, dejándonos la cuenta a cero, además de bloquearnos el perfil durante un tiempo. Igualmente, hay que tener en cuenta que esa gran cantidad de nuevos seguidores que se sumarían a nuestra lista no son seguidores reales, sino perfiles creados expresamente con este fin, por lo que no tendrá ninguna trascendencia en cuanto a comentarios o likes en nuestras publicaciones. La manera tradicional de conseguir seguidores, sin tener que comprarlos, es el esfuerzo y el tiempo que queramos dedicar a las redes sociales. Por ejemplo, dándole 'me gusta' a publicaciones de perfiles que nosotros mismos seguimos, comentando fotografías, mencionando otras cuentas en nuestras publicaciones, y

---

<sup>30</sup> Véase <http://www.todoinstagram.com/> [Consultado: 12/07/2016]

mediante la utilización de 'hashtags' adecuados que dependen del tema que tratemos en la publicación, podemos llegar a conseguir un número considerable de seguidores.

- Conclusiones en cuanto al proyecto '*@miss\_casual*'

Tras estar indagando y trabajando con la red social Instagram, hemos podido comprobar el gran trabajo que esta aplicación requiere para aquellas personas que busquen una mayor difusión mediática en la red. No se basa en el simple hecho de proponernos conseguir abundantes cantidades de seguidores y de likes en nuestras publicaciones como si fuesen un premio de reconocimiento por nuestra fotografía, sino que debemos invertir un tiempo casi excesivo para poder tener lo que nos proponemos, para poder llegar a miles de seguidores y a perfiles diferentes y, además de lograr que ese seguimiento sea recíproco, que las interacciones en cuanto a likes, comentarios y menciones estén presentes en nuestra actividad 'social'.

Para esta ardua tarea, se han ido creando, puestos de trabajo especializados, con este fin, con el fin de gestionar las redes sociales de grandes y pequeñas empresas o celebridades famosas, aquellas que deben tener siempre presente las social media para llegar a sus fans y mantenerlos al tanto de su vida diaria, quitándole casi el trabajo a la prensa del corazón. Este tipo de trabajo se ha hecho llamar 'Community Manager', las cuales se dedican a administrar y gestionar las cuentas de usuarios de redes sociales que no tengan tiempo para ello o que necesiten a alguien especializado en el tema para poder publicar siempre lo acertado y, así, tener una mayor repercusión en la sociedad o en el público a quien quieren dirigirse.

- Proceso de Creación Artística

Las series fotográficas que conforman el apartado práctico de este trabajo se han basado, principalmente, en el retoque digital mediante el uso Photoshop. Algunas de ellas han requerido un tratamiento más básico, y otras, más detallado, ya que precisaban de cambios de escenografías o sustitución de objetos dentro la imagen.

El proceso se ha basado en un planteamiento mental, como punto de inicio, intentando imaginar cómo y dónde debería estar cada elemento, para así, poder crear una imagen que funcionase en su totalidad y, además, llamase la atención del espectador, con sus respectivos bocetos a mano alzada basados en el dibujo.

Las fotografías fueron sometidas a un proceso de retoque y gracias a los conocimientos adquiridos en la asignatura de 'Fotografía digital', cursada en el primer semestre de este máster, se consiguieron los objetivos buscados. El poder introducir dentro de una misma fotografía partes de imágenes para conformar una unidad, como lo es en el caso de '*Mirror*' y '*Selfie*', donde se sustituyeron partes de la imagen como el reflejo en el espejo y la pantalla del smartphone, respectivamente, fue uno de los aspectos que conseguimos gracias a dicha asignatura, ya que, anteriormente, no podríamos haber realizado este tipo de composición.

En la serie de fotografías de '*Old Millennials*', el retoque ha sido mucho más básico, ya que lo único que se ha requerido hacer con respecto a las imágenes conseguidas en Internet ha sido la incorporación de otras imágenes de archivo, también recogidas de la web, modificándolas tanto en forma, perspectiva y tamaño, como en saturación y contraste para lograr una mayor veracidad en la composición.

Para finalizar, en la serie '*Realidad irreal*', se ha procedido al recorte de las imágenes en formato cuadrado para concentrar el motivo que queremos enseñar al espectador y, así, hacer referencia a la nueva tendencia que se ha implantado del uso del formato 1x1 a partir de la aparición de las redes sociales, ya que es una medida que antes no se empleaba para fotografías. Dicho formato ha vuelto a ser impuesto por las interfaces de los social media aplicándolo sobre todo a las fotos de perfil, e Instagram, como formato para todas las publicaciones de la plataforma.

- **Objetivos**

La realización de varias series fotográficas, además de pensar que es la manera

más apropiada para tratar durante todo el trabajo, debido a su versatilidad, creemos que es una forma de llegar al espectador muy directa.

Como en el dicho popular 'una imagen vale más que mil palabras', pensamos que a través de estas imágenes podemos llegar a crear en el espectador un pensamiento crítico hacia las redes sociales, las nuevas tecnologías y todo lo que esto conlleva a corto y largo plazo. Proponemos una mirada crítica en cuanto a que nos estamos convirtiendo en una sociedad que antepone su vida virtual a la vida real, y un aviso de que nos estamos involucrando demasiado en un mundo inventado.

Al mostrar estas fotografías a cualquier tipo de público, pensamos que se detendrán por un instante a reflexionar sobre cuánto tiempo gastan en las redes sociales, y cómo han dejado de lado a sus más allegados por personas que no conocen. Intentamos que esto se transmita por medio del humor, y la ironía sobre todo con las dos series fotográficas de fotomontaje, y que ese toque cómico cale más rápidamente en las conciencias de los espectadores.

## 4. Conclusiones

Tras haber concluido este Trabajo de Fin de Máster y haber observado el comportamiento de la sociedad que nos rodea de una manera más detallada que la visión que podíamos tener anteriormente, hemos percibido el cambio del que hablamos durante el trabajo. El cambio de actitudes, de comportamientos, la trivialidad de lo que ocurre alrededor de aquellas personas inmersas en su smartphone.

Durante la investigación hemos podido observar cómo dentro de nuestro ámbito social, cosas que habíamos planteado en un principio como imaginarias o dentro de una realidad irreal, se han convertido en situaciones verídicas. Estos hechos hemos podido comprobarlos durante la realización de la serie '*Like, comment or share*'. Por ejemplo, en el momento en que propusimos la temática de las fotografías a los compañeros que la hicieron posible, ellos mismos denominaron estas situaciones como exageradas y poco reales. Pero más tarde, pudimos darnos cuenta de que esas actitudes y comportamientos ocurrían en la realidad y que no eran una idea tan disparatada, sino que las estábamos viviendo y presenciando sin darnos cuenta.

Ésto se puede comprobar en la serie fotográfica, '*Realidad irreal*', donde pudimos demostrar la situación en la que nos encontramos y cómo vivimos cada uno de nosotros el hecho de hacer un uso determinado de las nuevas tecnologías. Como, por ejemplo, ocurre en la fotografía, perteneciente a dicha serie, de dos chicas haciéndose un selfie simultáneamente. Esta situación fue vivida a los pocos días de haber realizado la imagen '*La Última Cena 2.0*'.

Podemos concluir, después de estas experiencias, que no somos conscientes de nuestra inmersión en el universo virtual, ni la envergadura que este comportamiento tiene hasta que no nos paramos a analizarlo objetivamente desde el distanciamiento,

observando así, un comportamiento obsesivo y alejado del mundo que nos rodea.

Además estas hipótesis se han podido comprobar tras la reaparición del mítico



juego 'Pokémon Go'<sup>31</sup> para dispositivos móviles. El hecho de que los usuarios de esta aplicación deban salir a la calle para conseguir los objetivos que el juego propone, ha provocado que millones de personas paseen casi como zombies, sumergidos en el mundo Pokémon. Porque, ni aún combinando los dos mundos, como ya decíamos anteriormente, los usuarios se detienen a mirar qué tienen delante. Esta fiebre nos empieza a dejar noticias sobre accidentes provocados por el uso de la aplicación, e historias que se nos hacen difíciles de creer.

Opinamos que la obsesión que conllevan aplicaciones de este tipo, ya sean redes sociales o videojuegos, evaden a la sociedad del mundo real en el que vivimos. Olvidamos muchas veces los problemas o las situaciones que ocurren a nuestro alrededor y pierden importancia debido a nuestra inmersión en las mismas.

Estamos presenciando el momento clave de las consecuencias de las nuevas tecnologías, y no se queda atrás lo que podíamos ver en la descripción de la serie Black Mirror. Cada vez nos encontramos más cerca de esa realidad futura.

En cuanto a la investigación teórica, somos conscientes de que hemos dejado muchos aspectos en la superficie, como investigaciones más detalladas o incluso algunos referentes teóricos. Sabemos que era un trabajo ambicioso, pero muy complicado de abarcar en su totalidad debido al tiempo estipulado en este curso, sin embargo, pensamos que, pese a su envergadura, hemos conseguido realizar un acercamiento al tema, tratando los principales aspectos que lo componen.

El tema que hemos expuesto durante el trabajo, además de ser de plena actualidad, es interesante por sí mismo, por lo que nos gustaría retomarlo y seguir trabajando e investigando sobre él posteriormente.

Creemos que este Máster nos ha servido de gran ayuda en cuanto a la investigación, aunque no hayamos podido cumplir el cien por cien de los objetivos. Además, nos ha proporcionado los medios y conocimientos necesarios para poder llevar a cabo la parte práctica.

A lo que debemos añadir que los resultados nos han sido satisfactorios, aunque, algunos de los apartados, podríamos decir, que se han quedado un poco escasos,

---

<sup>31</sup> Este juego se popularizó ya en la década de los 90, pero el hecho de haber revivido la infancia de los que en aquella época este juego era su pasatiempo, ha conseguido reunir millones de descargas en todo el mundo en un corto período de tiempo. Nintendo ha renacido el clásico juego gracias a las nuevas tecnologías. Ha incluido en él la localización GPS, la cámara integrada y, lo más importante, ha combinado todas ellas con el espacio real.

por ejemplo, en cuanto al fotorreportaje, nos hubiese gustado ampliarlo y sumarle mayor cantidad de imágenes, por lo que se terminará de complimentar, como ya dijimos anteriormente en su descripción, en la posterioridad.

## **Bibliografía**

- AUGÉ, Marc. *Hacia una antrología de los mundos contemporáneos*, Editorial Gedisa, Barcelona, 1998.
- BAUDRILLARD, Jean. *Pantalla total*, Editorial Anagrama, París, 1997.
- BREA, José Luis. *Las tres eras de la imagen*, AKAL, 2010.
- DEBORD, Guy. *Perspectivas para la modificación consciente de la vida cotidiana*, Sindominio.net, 1961.
- DÍAZ, Yunuen. *Todo retrato es pornográfico*, Editorial Tierra Adentro, México, 2015.
- ECHEVERRÍA, Javier. *Los señores del aire: Telépolis y el tercer entorno*, Destino, 1999.
- FONTCUBERTA, Joan. *La furia de las imágenes*, I Jornadas de formación permanente Activa tu Futuro. LaFotografía en el Arte Contemporáneo. 14 de Junio de 2016. Valencia. Edificio Nexus. Universitat Politècnica de València.
- LIPOVETSKY, Gilles. *La era del vacío: Ensayo sobre el individualismo contemporáneo*, Anagrama, Barcelona, 1986.
- LÉVY, Pierre. *¿Qué es lo virtual?*, Paidós, Barcelona, 1999.
- MANOVICH, Lev. *El lenguaje de los nuevos medios de comunicación, la imagen en la era digital*, Paidós, Barcelona, 2005.
- MARTÍN PRADA, Juan. *Prácticas artísticas e Internet en la época de las redes sociales*, AKAL, Madrid, 2012.
- MATUS PERDOMO, Diego. *Redes sociales en Internet*, [Tesis] (Dirigido por Míriam HERNÁNDEZ CÓRDOVA) México (ME): Colegio José María Morelos y Pavón, 2011.
- NEGRI, Antonio; HARDT, Michael. *Imperio*, Desde Abajo, Bogotá, 2002.
- OROZ, Elena; y otros. *La risa oblicua. Tangentes, paralelismos e intersecciones entre documental y humor*, Ocho y medio, Madrid, 2009.
- PÉREZ PLA, Noemí. *Redes sociales, arte y publicidad: el resurgir de la creatividad en proyectos de arte colaborativo*, [Trabajo de Fin de Máster] (Dirigido por María Nuria LLORET ROMERO) Valencia (ES): Universidad Politècnica de Valencia, 2012.
- SÁNCHEZ FERLOSIO, Rafael. *Campos de retama*, Random House, Barcelona,

2015.

VIRILIO, Paul. *La bomba informática*, Cátedra, Madrid , 1999.

ZUNZUNEGUI, Santos. *Pensar la imagen*, Cátedra, Madrid, 1989.

## Webgrafía

<http://sociologiayredessociales.com/> [Consultado: 24/03/2016]

[https://www.exabyteinformatica.com/uoc/Informatica/Medios\\_interactivos/Medios\\_interactivos\\_\(Modulo\\_2\).pdf](https://www.exabyteinformatica.com/uoc/Informatica/Medios_interactivos/Medios_interactivos_(Modulo_2).pdf) [Consultado: 29/03/2016]

<http://www.worldometers.info/es/> [Consultado: 29/03/2016]

<http://www.elmundo.es/tecnologia/2015/09/24/5603bdcbca474105398b4577.html>  
[Consultado: 19/04/2016]

<https://myownprivatereality.wordpress.com/> [Consultado: 08/05/2016]

<http://www.kurator.org/media/uploads/publications/essays/antisocial.pdf>  
[Consultado: 08/05/2016]

<https://www.jasperelings.info/flashings-in-the-mirror/> [Consultado: 10/05/2016]

<http://www.lebrijadigital.com/web/images/stories/Descargas/autoretratos.pdf>  
[Consultado: 10/05/2016]

<http://www.insideoutproject.net/en> [Consultado: 11/05/2016]

<https://telos.fundaciontelefonica.com/telos/articulodocumento.asp?idarticulo=3&rev=74.htm> [Consultado: 11/05/2016]

<https://unmillondeimagenes1.blogspot.com.es/2016/05/reemplaza-las-armas-por-palosefies-en.html> [Consultado: 23/05/2016]

<http://www.envio.org.ni/articulo/243> [Consultado: 29/05/2016]

<http://www.merca20.com/infografia-estadisticas-del-uso-mundial-de-internet-y-su-penetracion-en-cada-continente/> [Consultado: 30/05/2016]

<http://culturainquieta.com/es/arte/ilustracion/item/9846-tristes-verdades-de-la-vida-moderna-en-25-ilustraciones.html> [Consultado: 06/06/2016]

<http://bookchin.net/projects/testament/> [Consultado: 09/06/2016]

<http://www.medienkunstnetz.de/works/handshake/images/2/>  
[Consultado:10/06/2016]

<http://sonification.eu/> [Consultado: 11/05/2016]

<http://christopherbaker.net/projects/murmur-study/> [Consultado: 11/05/2016]

<http://www.ocio.net/estilo-de-vida/arte/usuarios-de-redes-sociales-colaboran-en->

[obras-de-arte/](#) [Consultado: 15/06/2016]  
<http://www.evanbaden.com/technically-intimate-%E2%80%93-200810.html>  
[Consultado: 20/06/2016]  
<http://instagramers.com/spanish/slide-to-unlock-nyc-la-exposicion-de-rodrigo-rivas-en-la-sala-off-de-efti-nos-muestra-nueva-york/> [Consultado: 22/06/2016]  
<https://www.behance.net/feffe> [Consultado: 26/06/2016]  
[http://www.cis.es/cis/export/sites/default/-Archivos/Marginales/3120\\_3139/3131/Es3131mar.pdf](http://www.cis.es/cis/export/sites/default/-Archivos/Marginales/3120_3139/3131/Es3131mar.pdf) [Consultado: 29/06/2016]  
<http://www.injuve.es/sites/default/files/culturamessenger.pdf> [Consultado: 29/06/2016]  
[https://www.cnmc.es/Portals/0/Ficheros/notasdeprensa/2015/TELECOS\\_AUDIOVISUAL/Informe%20Telecos%20y%20Audiovisual%202015.pdf](https://www.cnmc.es/Portals/0/Ficheros/notasdeprensa/2015/TELECOS_AUDIOVISUAL/Informe%20Telecos%20y%20Audiovisual%202015.pdf) [Consultado: 29/06/2016]  
<http://www.injuve.es/sites/default/files/culturamessenger.pdf> [Consultado: 30/06/2016]  
[http://www.uclm.es/ab/educacion/ensayos/pdf/revista23/23\\_16.pdf](http://www.uclm.es/ab/educacion/ensayos/pdf/revista23/23_16.pdf) [Consultado: 01/07/2016]  
<http://publicdomainreview.org/collections/robert-cornelius-self-portrait-the-first-ever-selfie-1839/> [Consultado:04/07/2016]  
<http://www.marketingdirecto.com/digital-general/social-media-marketing/breve-historia-de-las-redes-sociales/> [Consultado: 05/07/2016]  
<http://daniela-ortiz.com/index.php?/projects/97-empleadas-domesticas/>  
[Consultado: 05/07/2016]  
<https://pbs.twimg.com/media/BhxWutnCEAAAtEQ6.jpg> [Consultado: 06/07/2016]  
[ologiyamente.net/clinica/selfies-trastorno-mental#!](http://ologiyamente.net/clinica/selfies-trastorno-mental#!) [Consultado: 06/07/2016]  
<http://elsabucazo.com/la-influencia-de-las-redes-sociales-en-la-sociedad/>  
[Consultado: 06/07/2016]  
<https://www.instagram.com/press/> [Consultado: 06/07/2016]  
[http://www.abc.es/tecnologia/moviles/aplicaciones/abci-snapchat-supera-twitter-numero-usuarios-201605261804\\_noticia.html](http://www.abc.es/tecnologia/moviles/aplicaciones/abci-snapchat-supera-twitter-numero-usuarios-201605261804_noticia.html) [06/07/2016]  
<https://revistas.ucm.es/index.php/ANHA/article/viewFile/ANHA0909110237A/30871>  
[Consultado: 08/07/2016]

<https://revistas.ucm.es/index.php/ANHA/article/viewFile/ANHA0909110237A/30871>

[Consultado: 08/07/2016]

<http://www.ericpickersgill.com/behavior-lag/> [Consultado: 10/07/2016]

[http://cultura.elpais.com/cultura/2015/12/30/babelia/1451504427\\_675885.html](http://cultura.elpais.com/cultura/2015/12/30/babelia/1451504427_675885.html)

[Consultado: 11/07/2016]

<http://www.vivelohoy.com/entretenimiento/8606555/adictos-la-red> [Consultado:

11/07/2016]

<http://es.slideshare.net/cubedirubik/tesis-redes-sociales-en-internet> [Consultado:

12/07/2016]

<http://www.todoinstagram.com/> [Consultado: 12/07/2016]

<http://www.ericpickersgill.com/about/> [Consultado: 15/07/2016]

<http://www.maivisto.de/> [Consultado: 15/07/2016]

<http://pawelkuczynski.com/> [Consultado: 15/07/2016]

<http://www.vivelohoy.com/entretenimiento/8606555/adictos-la-red> [Consultado:

17/07/2016]

## Filmografía

JONZE, Spike. *Her*. Estados Unidos, Sony Pictures Worldwide Acquisitions (SPWA) / Annapurna Pictures, 2013.

MOSTOW, Jonathan. *Surrogates*, Estados Unidos, Touchstone Pictures / Mandeville Films / Road Rebel, 2009

BROOKER, Charlie. *Black Mirror*, Zeppotron, Reino Unido, 2011-2014.

LEMON, Kerith. *A Social Life*, en: YouTube [Consultado: 11/04/2016], 2016.  
Disponible en: [https://www.youtube.com/watch?v=GXdVPLj\\_plk](https://www.youtube.com/watch?v=GXdVPLj_plk)

SHACKLEFORD, Shae-Lee. *The Anti-Social Network*, en: Youtube [Consultado: 18/04/2016], 2013. Disponible en: <https://www.youtube.com/watch?v=e0H6AzEMHSc>

HAYOT FILMS. *#LIKELIFE - World with vs World without Social Media*, en: Youtube [Consultado: 23/04/2106], 2015. Disponible en: <https://www.youtube.com/watch?v=hMMSSGx6iNM>

SCHULMAN, Ariel y JOOST, Henry. *Catfish – Un misterio en la red*, en: Youtube [Consultado: 16/05/2016], 2010. Disponible en: <https://www.youtube.com/watch?v=ByGCcNHFacU>

THEMINGTHING. *#NoFilter*, en: YouTube [Consultado: 05/06/2016], 2015.  
Disponible en: <https://www.youtube.com/watch?v=KX2xXRNw9oY&list=PLkXcPfMf1r1KsZ9dNQ28VWUOy5cF12CXL&index=3>

THEMINGTHING. *Imagination*, en: YouTube [Consultado: 05/06/2016], 2015.  
Disponible en: <https://www.youtube.com/watch?v=QXCX8SbxCIA&list=PLkXcPfMf1r1KsZ9dNQ28VWUOy5cF12CXL&index=3>



ex=2

THEMINGTHING. *Moments*, en YouTube [Consultado: 05/06/2015], 2015.

Disponible en: [https://www.youtube.com/watch?annotation\\_id=annotation\\_897893785&feature=iv&list=PLkXcPmF1r1KsZ9dNQ28VWUOy5cF12CXL&src\\_vid=rt\\_SKeGPRcE&v=uAEpWkJgImg](https://www.youtube.com/watch?annotation_id=annotation_897893785&feature=iv&list=PLkXcPmF1r1KsZ9dNQ28VWUOy5cF12CXL&src_vid=rt_SKeGPRcE&v=uAEpWkJgImg)

THEMINGTHING. *Relationship Status: Online*, en YouTube [Consultado:

05/06/2016], 2015. Disponible en: [https://www.youtube.com/watch?v=rt\\_SKeGPRcE&index=1&list=PLkXcPmF1r1KsZ9dNQ28VWUOy5cF12CXL](https://www.youtube.com/watch?v=rt_SKeGPRcE&index=1&list=PLkXcPmF1r1KsZ9dNQ28VWUOy5cF12CXL)

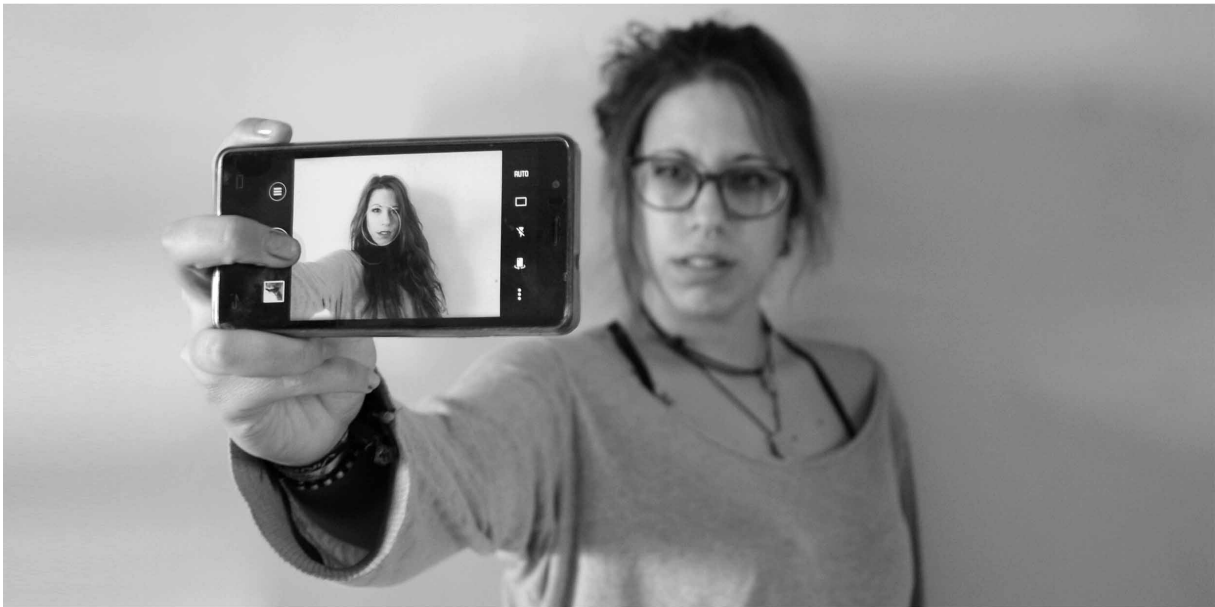
DOBLES DÍGITOS. *En Línea*, en: YouTube [Consultado: 27/06/2016], 2013.

Disponible en: <https://www.youtube.com/watch?v=xCdE4ZI9Dpo>

ANEXO FOTOGRÁFICO

*'LIKE, COMMENT OR SHARE'*

*'SELFIE'*



ANEXO FOTOGRÁFICO

*'LIKE, COMMENT OR SHARE'*

*'MIRROR'*



ANEXO FOTOGRÁFICO

*'LIKE, COMMENT OR SHARE'*

*'LA ÚLTIMA CENA 2.0.'*



ANEXO FOTOGRAFICO

*'LIKE, COMMENT OR SHARE'*

*'ISHOWER'*



ANEXO FOTOGRÁFICO

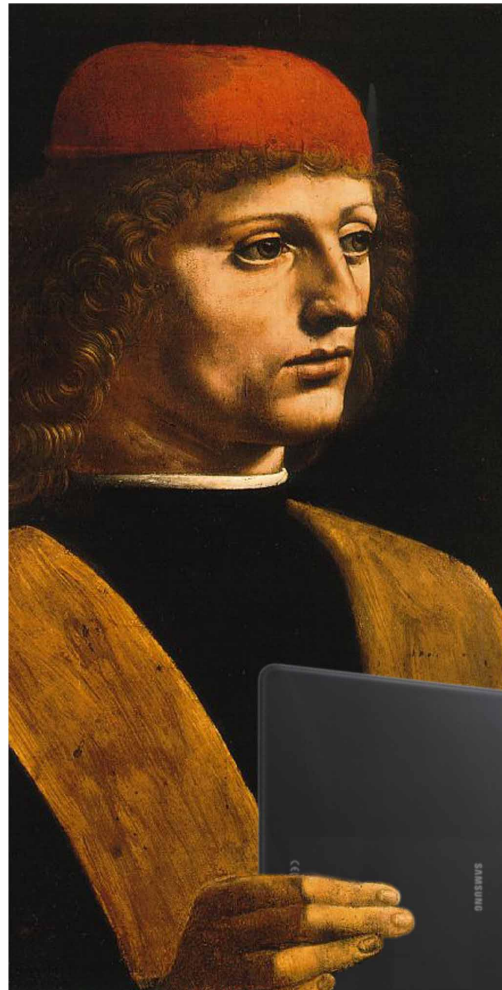
*'OLD MILLENNIALS'*





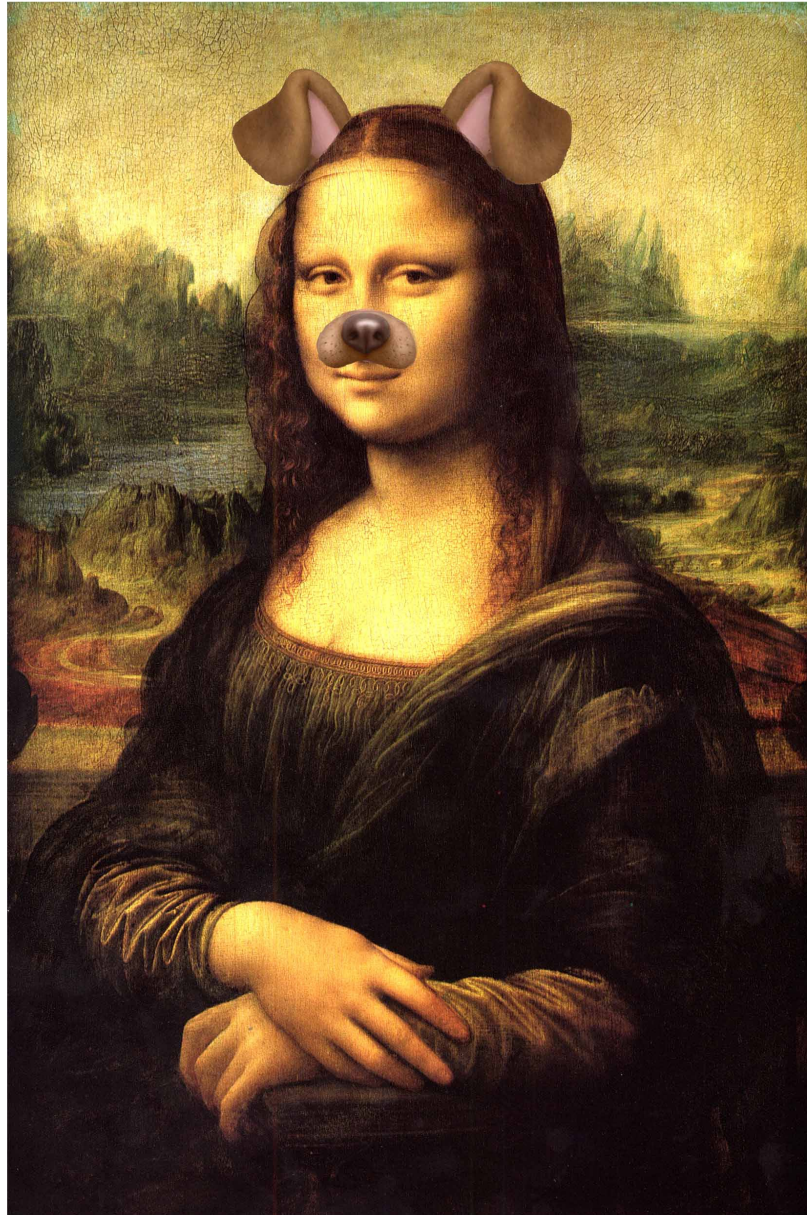
ANEXO FOTOGRÁFICO

'OLD MILLENNIALS'



ANEXO FOTOGRÁFICO

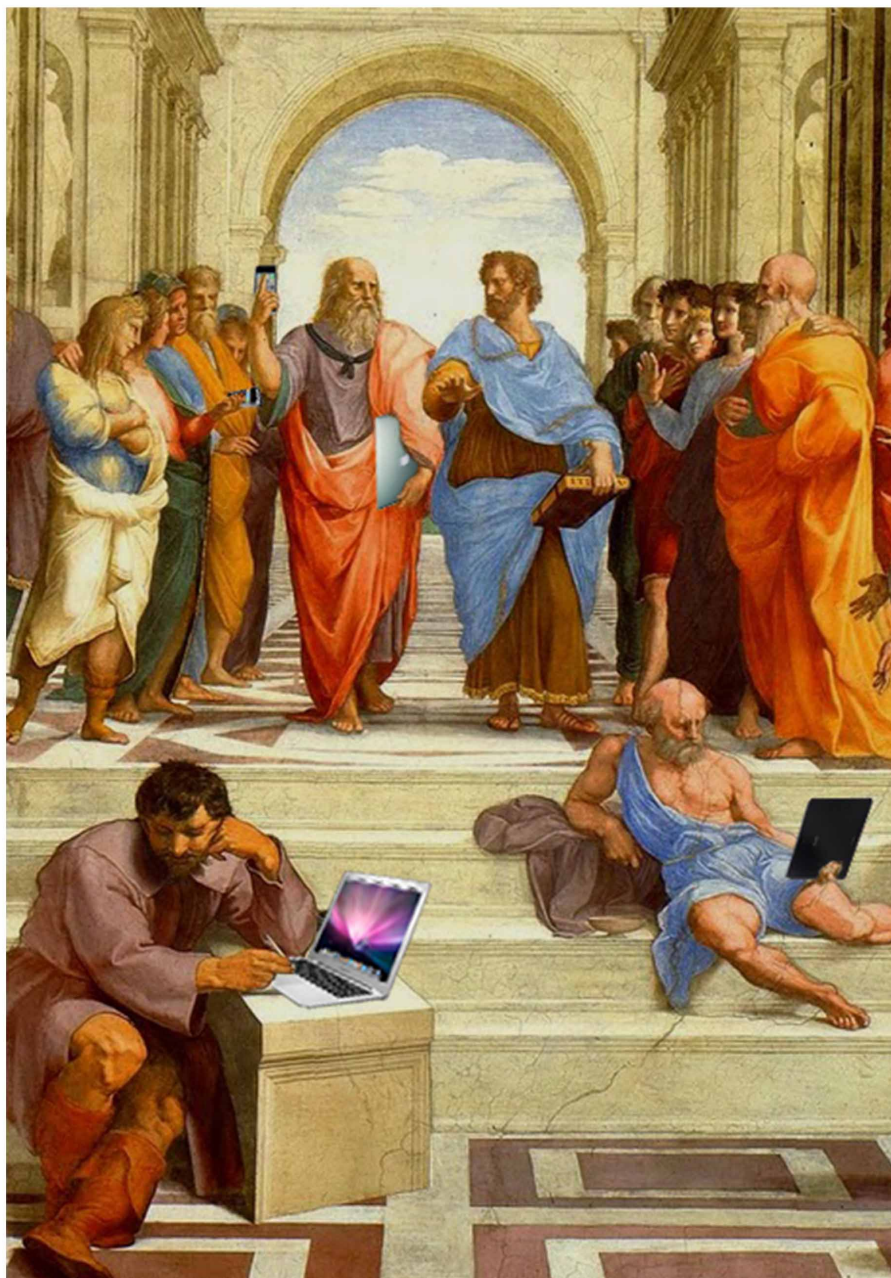
*'OLD MILLENNIALS'*





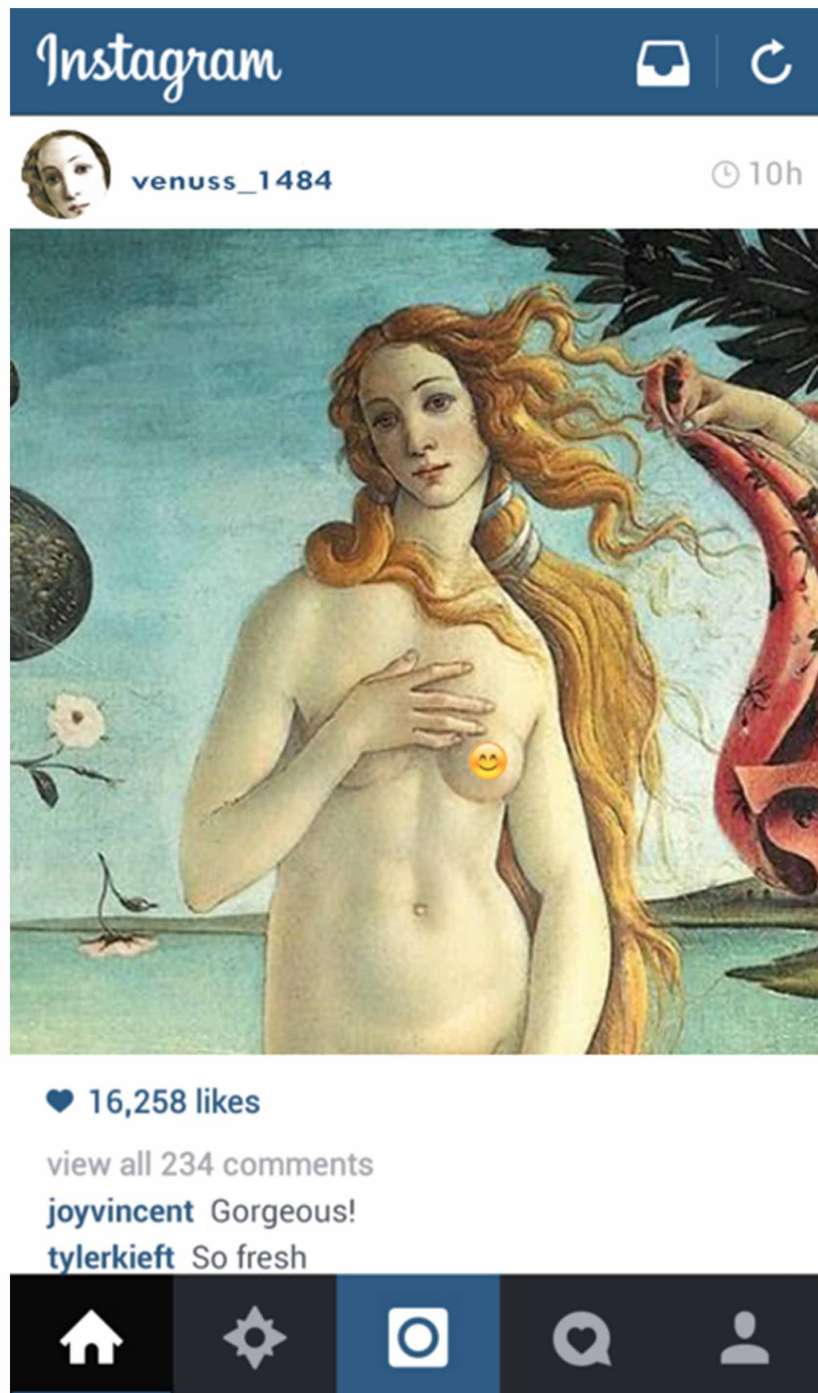
ANEXO FOTOGRÁFICO

*'OLD MILLENNIALS'*



ANEXO FOTOGRÁFICO

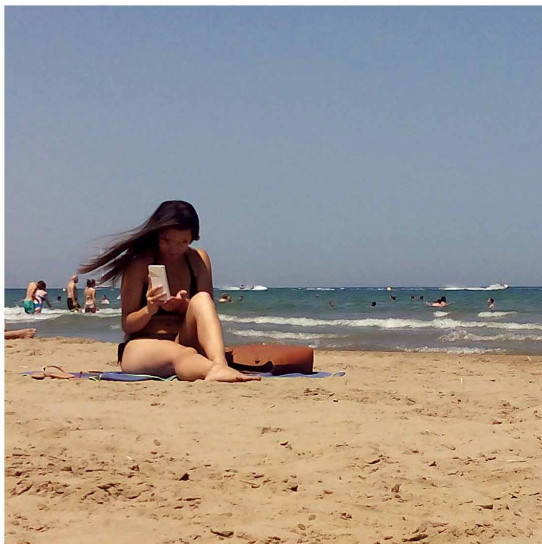
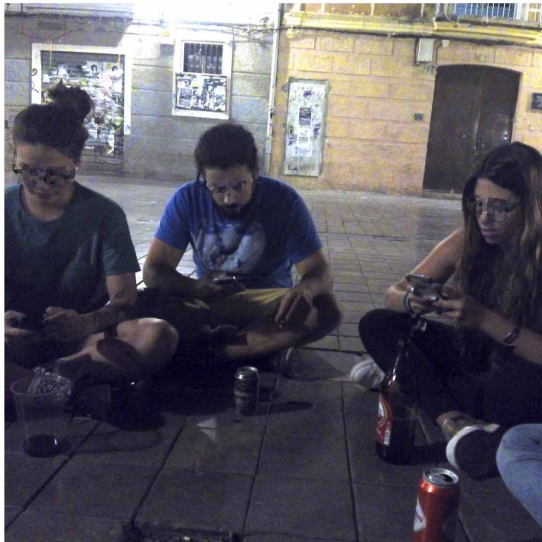
'OLD MILLENNIALS'





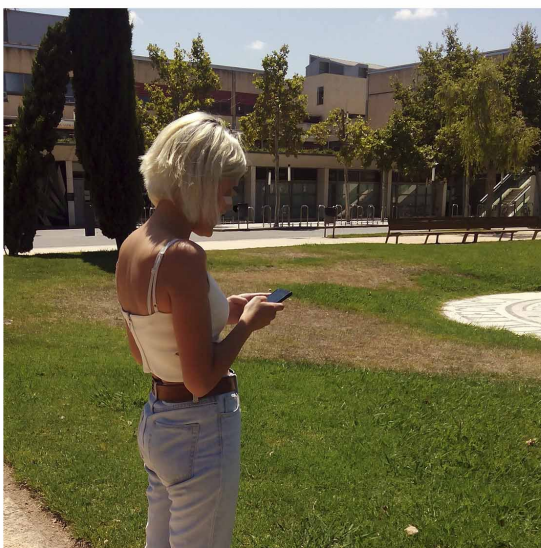
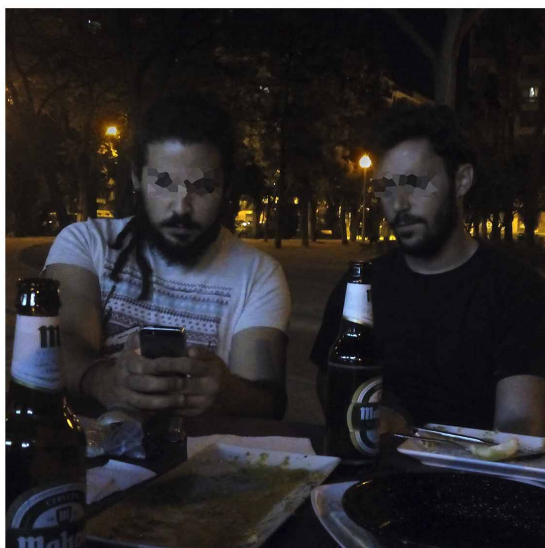
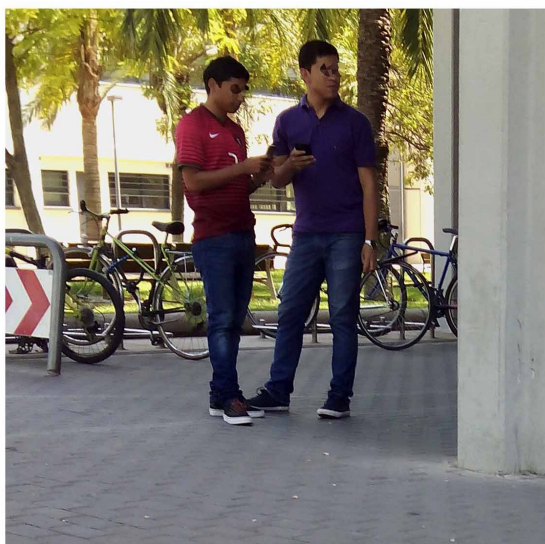
ANEXO FOTOGRÁFICO

*'REALIDAD IRREAL'*



ANEXO FOTOGRÁFICO

*'REALIDAD IRREAL'*





# ANEXO FOTOGRÁFICO

'@MISS\_CASUAL'

The image displays an Instagram profile for the user 'miss\_casual\_'. The profile picture is a circular image of a person sitting on a beach. The bio reads: 'Miss Casual Another style of life 🌍👤 Personal project. Art. Myself. Social media. Come on! Go to 1000 followers! 📈👉 #livedifferent #lovelife'. The profile statistics are: 24 publicaciones, 448 seguidores, and 1.881 seguidos. The main content area shows a grid of 12 photographs. The photos include: a woman in a white tank top sitting on a couch; a person in a colorful, illuminated costume; a person in a bikini standing on a rocky shore; a woman in a floral top and sunglasses; a woman in a green top and pink shorts; a woman in a denim jacket holding a phone; a woman in a grey scarf; a woman in red glasses; a sunset scene with palm trees; a view of a large white structure; a woman in a bikini on a beach; and a woman in sunglasses and a patterned top.

ANEXO FOTOGRÁFICO

'@MISS\_CASUAL'

