ENSAYOS

DISERTACIONES

Estudios sobre imágenes en el nuevo ecosistema mediático
ISSN: 1856-9536
Doi: https://doi.org/10.12804/revistas.urosario.edu.co/disertaciones/a.7804
Volumen 13, Número 2 / Julio-diciembre 2020
Versión PDF para imprimir desde
http://revistas.urosario.edu.co/index.php/disertaciones

Para citar este artículo: Mondejar, V. C. (2020). La obsolescencia de la contemplación en la instantaneidad del uso fotográfico en los medios actuales de la comunicación interactiva. *Anuario Electrónico de Estudios en Comunicación Social "Disertaciones", 13*(2), 1-12. https://doi.org/10.12804/revistas.urosario.edu.co/disertaciones/a.7804

LA OBSOLESCENCIA DE LA CONTEMPLACIÓN EN LA INSTANTANEIDAD DEL USO FOTOGRÁFICO EN LOS MEDIOS ACTUALES DE LA COMUNICACIÓN INTERACTIVA

The Obsolescence of Contemplation in the Instantaneity of Interactive Photographic Use in The Ecological Environment of The Current Means of Communication

A obsolescência da contemplação na instantaneidade do uso fotográfico nos meios atuais da comunicação interativa

Veronique Christine Mondejar, *Universidad Nacional Sede Medellín (Colombia)*
cmondejarm@unal.edu.co

Recibido: 26 de marzo de 2019
Aprobado: 01 de marzo de 2020
Fecha de prepublicación: 7 de julio de 2020

ENSAYOS

DISERTACIONES
Estudios sobre imágenes en el nuevo ecosistema mediático
ISSN: 1856-9536
Doi: https://doi.org/10.12804/revistas.urosario.edu.co/disertaciones/a.7804
Volumen 13, Número 2 / Julio-diciembre 2020
Versión PDF para imprimir desde
http://revistas.urosario.edu.co/index.php/disertaciones

RESUMEN

Los avances de la tecnología de los dispositivos de telefonía móvil han transformado la comunicación. En el actual entorno mediático la fotografía adquiere las características de una imagen-objeto de consumo. Este artículo analiza la metamorfosis de la imagen. Se presta atención al consumo de la fotografía como objeto de intercambio de mensajes enviados por la telefonía móvil. En este frenético intercambio, sumido por esta misma efervescencia de los circuitos interactivos de las redes sociales Se constata un giro semántico que despierta su propio lenguaje expresivo. En la actual ecología de los medios impera la inmediatez de la respuesta. Desde la recepción y trasmisión del mensaje se va fraguando cierta obsolescencia de la contemplación. Este modo de circulación del mensaje interfiere sigilosamente en el propio lenguaje como medio que viabiliza la reflexión entre los seres humanos.

Palabras clave: fotografía, entorno mediático, imagen-objeto.

ABSTRACT

Advances in cell phone device technology have transformed communication. In the current media environment, photography acquires the characteristics of a consumer image-object. The metamorphosis of images is analyzed in this study by focusing on the consumption of photography as an object of exchanging messages sent through mobile telephone communication. In this frenzied exchange, submerged by this same effervescence of the interactive circuits of social networks, a semantic turn is present that awakens its own expressive language. In the current media landscape, immediacy in response reigns. From receiving and transmitting the message, a certain obsolescence of contemplation is forged; this way of circulating the message secretly interferes with the language itself as a means that makes reflection viable among human beings.

Keywords: Photography, media environment, image-object.

RESUMO

Os avanços da tecnologia dos dispositivos da telefonia móvel têm transformado a comunicação. No entorno mediático atual a fotografia adquire as características de uma imagem-objeto de consumo. Este artigo analisa a metamorfose da imagem. Presta-se atenção ao consumo da fotografia como objeto de intercâmbio de mensagens enviados através da telefonia móvel. Neste frenético intercâmbio, sumido por esta mesma efervescência dos circuitos interativos das redes sociais, constata-se um giro sistemático que desperta sua própria linguagem expressiva. Na atual ecologia dos meios impera a instantaneidade da resposta. Desde a recepção e transmissão da mensagem vai-se consolidando certa obsolescência da contemplação. Este modo de circulação da mensagem interfere sigilosamente na própria linguagem como meio que viabiliza a reflexão entre os seres humanos.

Palavras-chave: fotografia, entorno mediático, imagem-objeto.

DISERTACIONES
Estudios sobre imágenes en el nuevo ecosistema mediático
ISSN: 1856-9536
Doi: https://doi.org/10.12804/revistas.urosario.edu.co/disertaciones/a.7804
Volumen 13, Número 2 / Julio-diciembre 2020
Versión PDF para imprimir desde
http://revistas.urosario.edu.co/index.php/disertaciones

Ver imágenes hace parte de nuestra actividad cotidiana, pues acceder a la conectividad es pasar por el paisaje icónico de los portales de la interactividad en redes. Una gran parte de la actividad mental del ser en su relación con la inteligencia artificial transita por la visualización de imágenes. En efecto, con la ayuda de la llamada araña web, los motores de búsqueda del sistema informático que examinan archivos almacenados en servidores alimenta la actividad de blogueros y *community managers* que se basan en esta herramienta mediática para intercambiar contenidos en redes sociales. El uso de fotografías sacadas exclusivamente por el buscador de imágenes de Google va uniformizando el contenido investigativo de las comunicaciones visuales existentes en la web.

Así, hoy toda comunicación icónica concurre a la construcción y mantenimiento de cierta apatía del ver producida por este consumo excesivo de la fotografía. Sergio Balardini ve en el entorno mediático contemporáneo un fortalecimiento de la conciencia existencial: "Surge el llamado nuevo narcisismo, en el marco de un consumismo exacerbado que se transforma en razón social hegemónica, incentivando a la satisfacción inmediata y a la cultura de vivir el momento."(Balardini, 2002, p. 4).

En este afán de buscar la visibilidad mediática se implementa la inmediatez de la respuesta que banaliza la comunicación. La mirada se satura y vale más el compartir instantáneo de la imagen que su contemplación. Bajo los efectos de los denominados masajes proveniente de los mensajes catódicos subliminales, surge entonces una especie de inercia como una resignación global. La mirada se vuelve indolente, perezosa, anestesiada. Nada la encanta, nada la conmueve o nada le agrada sobre manera. ¿Qué deviene entonces este deseo que funda la curiosidad en el ver? Se va instalando inconscientemente una práctica de la contemplación.

La consumación del ver

El solo uso del ver es estético cuando transforma alrededor la manera de ver el mundo. Lo que es visto, sentido, aproximado, alimenta la actitud contemplativa que, impulsada por la curiosidad, es la génesis de la acción. En este sentido, el uso de la inteligencia artificial y la conectividad a partir de la pantalla interactiva también pertenece a lo estético.

Para algunos filósofos posmodernos, la sociedad actual está sostenida por el consumo y la comunicación. Gilles Lipovetsky (1986) considera a este propósito la emergencia pública de este nuevo individualismo y recalca la emergencia de lo que él denomina como el "pensamiento débil" del nuevo clima epocal, era del relativismo cultural:

> En el nuevo narcisismo, el individualismo posmoderno se caracteriza por el impulso de los deseos de autonomía individual, un repliegue de las personas sobre sí mismas, en persecución de sus intereses privados a fin de lograr una mejor vida para ellas mismas, del culto al cuerpo, a las relaciones y al placer (Lipovetsky, 1986, p. 33).

Como una fluorescencia sectorial de las prácticas urbanas, la sociología habla del devenir estético del ser. Es mediante la comunicación interactiva que se van transformando las prioridades relacionales de una comunidad. Lo acontecido virtualmente deviene más entrañable que lo realmente vivido. El impacto emocional en la comunicación es protagonista en la estética de los mensajes interactivos que ha sido tema de estudio de Daniel Goleman (2010) en su célebre libro titulado *La inteligencia emocional*.

DISERTACIONES
Estudios sobre imágenes en el nuevo ecosistema mediático
ISSN: 1856-9536
Doi: https://doi.org/10.12804/revistas.urosario.edu.co/disertaciones/a.7804
Volumen 13, Número 2 / Julio-diciembre 2020
Versión PDF para imprimir desde
http://revistas.urosario.edu.co/index.php/disertaciones

Así, la realidad circundante pasa a un segundo plano en la capacidad empática del ciudadano usuario de la red. Para los neuro-científicos existe una empatía intuitiva que es activada en gran medida por las neuronas espejo. Existen algunas pruebas para evaluar la capacidad que tienen las personas para captar estas señales en forma rápida y espontanea. Una de ellas es el Perfil de Sensibilidad No Verbal (PSNV), investigación efectuada por Robert Rosenthal, psicólogo de la Universidad de Harvard, y sus alumnos, quienes analizaron los múltiples canales de comunicación no verbal con el fin de categorizar el estado emocional a partir del registro en video de los diversos movimientos corporales de cada espectador convocado para estos experimentos. Los resultados de estas investigaciones atestiguan sobre la universalidad de la lectura de la empatía a partir de mensajes no verbales. Aquella habilidad para construir la toma de conciencia de la existencia del otro ha interesado a los psicólogos Jacob Hakansson y Henry Montgomery (2003), quienes definieron la capacidad de escucha del otro en estos términos: "Existe empatía cuando otra persona comparte sus sentimientos, les comprende y realmente se interesa por ellos". (p. 267). El estudio de las neuronas espejo muestra que nuestro cerebro sintoniza con lo que alguien piensa hacer, pero lo hace a un nivel subliminal. Esta habilidad de imaginar el universo del interlocutor fortalece el conocimiento del universo cultural que nos acoge. Definiendo las cualidades de la empatía, Nureya Abarca (2011) subraya que "la conciencia social se va construyendo sobre la base de interacción y la escucha del otro que forma la empatía intuitiva" (p. 12). Asimismo, expertos en neurociencia observan que se puede aprender a activar esta empatía voluntariamente gracias a la presencia de las neuronas espejo. La motivación y el trato respetuoso y personalizado pueden potencializar la cohesión de grupo y ser un valioso aliado de la productividad organizacional. Es precisamente esta la empatía que cohesiona la forma en que nos relacionamos en sociedad.

La comunicación dentro de su vórtice de la instantaneidad va suplantando silenciosamente el valor del ver, escuchar, tocar y sentir en la relación entre seres humanos. Las fronteras geográficas se acortan porque el intercambio fomenta la globalización y está al alcance de un clic, gratuito e instantáneo. Es esta simultaneidad la que suplanta la concepción geográfica del mundo. Esta falsa cercanía instaurada por la conectividad de la telefonía móvil mina la particularidad que le es genuina a cada cultura. Se uniformiza el valor identitario de los internautas por medio del intercambio incesante del consumo de imágenes a escala planetaria. Así la representación se fragmenta. El ver se diluye. La humanidad muta. Los valores relacionales se van volviendo obsoletos. La imagen ha entrado en la esfera de la influencia de una *doxa* de lo verosímil que le va dando la espalda a lo vivido desde las prácticas urbanas. La sociedad se fragmenta.

El uso del internet va permeando cada sector del tejido social, empezando por el círculo íntimo donde los lazos familiares y de amistades dependen cada vez más de la comunicación por intercambio de mensajes por la telefonía móvil. A ese propósito las reflexiones del sociólogo Zygmunt Bauman (1990) advierten sobre la maleabilidad de los valores relacionales cuando habla de "transformar lo familiar en extraño, romper la dicotomía sujeto-tecnología y trabajar la ambivalencia realidad/virtualidad como producto humano".

Se establecen diversos espacios de simulación de la realidad, lo que le permite al usuario estar presente en nuevos espacios ficcionales. Acontece entonces una especie de desdoblamiento donde la escala de valores relacionales muta. María Belén Albornoz (2008) se expresa con lo siguiente: "La privacidad es compartida en la Cibercultura" (p 46). Esta mutación de la intimidad deviene en el punto vital de aceptación en la comunidad de internauta.

La inteligencia artificial ha entrado a permear nuestra percepción del otro. La cognición deviene una especie de computación, de acumulación de *likes*. El acto de contemplar es desbancado por el pensamiento informático.

DISERTACIONES
Estudios sobre imágenes en el nuevo ecosistema mediático
ISSN: 1856-9536
Doi: https://doi.org/10.12804/revistas.urosario.edu.co/disertaciones/a.7804
Volumen 13, Número 2 / Julio-diciembre 2020
Versión PDF para imprimir desde
http://revistas.urosario.edu.co/index.php/disertaciones

Entonces la imagen implosiona como los electrones dentro del tubo catódico de un televisor análogo, dejando su haz de luz como un verdadero fuego fatuo. La era del pensamiento algorítmico ha invadido todas las esferas de la cultura contemporánea y con el píxel digital ha llegado hasta las estadísticas en la política.

Interacción y conectividad

Abordar el dilema relacional ocasionado por la creciente interactividad del usuario es situar el rol del lenguaje desde la civilización de la imprenta ingeniada por Johann Gutenberg que a partir de 1455 permitió ejecutar copias de libros, hecho que dio nacimiento a la propagación del pensamiento universal, tanto político como religioso. El texto de la Biblia fue el primer proyecto Gutemberg, empresa que duró 15 años en publicar. La laboriosa tradición caligráfica de la elaboración de manuscritos que hasta mediados del siglo XV constituía la cultura libresca se fue extinguiendo con la entrada a la galaxia Gutemberg.

De la misma manera, la imagen ha homogenizado la diversidad lingüística de las diferentes culturas. La interacción entre el idioma informático y la palabra humana ha permitido que el rol de la imagen sea cada vez más uniforme. Emerge una geografía globalizada. A propósito de este tema, Hugo Sandoval Morales (2012) recuerda que: "todos los seres vivos tienen dos instrumentos de supervivencia; uno biológico y otro social" (p. 52). Añade la reflexión sobre cómo, si la geografía tradicional se ha impresionado con la cercanía virtual de la globalización introducida por el internet, los usuarios redibujan su propia geografía basada en intereses creados o afinidades emotivas para sentirse partícipes del Global Village enunciado por MacLuhan (1960). Siguiendo este pensamiento, se puede considerar que la noción de geografía como ciencia que estudia fenómenos naturales está estrechamente relacionada con toda actividad productiva. Siguiendo el mismo orden de ideas, los autores Veis Elvia Sterling Pérez y Eduardo Villanueva Herrera (2005) categorizan esta rama de la ciencia como geografía económica: "Es una de sus ramas que se interesa por las causas de su desarrollo en el tiempo y el espacio" (p. 10). Así se constata la dimensión del impacto del trabajo del hombre sobre la corteza superficial terrestre. En este mismo rango de ideas, Ángel Bassols Batalla (1978) define lo siguiente: "El fenómeno de globalización se reestructura en un solo sistema de acumulación y reproducción facilitado por el engranaje instaurado por la tecnología de la información, transportes y comunicaciones" (p. 16).

Retomando el ámbito de las relaciones humanas y sociales, también allí se constata que otros medios de expresión y de difusión entre usuarios conectados a la red han nacido. Los *emoticones* van afirmando el deseo ancestral de aprobación entre grupos de afinidades comunes. La carrera para acumular *likes* entre internautas ha suplantado al instinto de aceptación social. El intercambio de fotografías, de videos y de música va desbancando la producción de contenido desde la industria de las comunicaciones por los medios tradicionales. Las visitas de cortesía desaparecen y la necesidad de socializar de toda una generación muta hacia el contacto meramente virtual.

Observando el comportamiento de las nuevas modalidades de interacción en red, María Clara Guida (2010) declara en un artículo lo siguiente:

> La integración es entonces, por lo menos en Facebook, superflua. Las relaciones que se establecen a través de las redes sociales solo pueden consolidarse a través de encuentros "cara a cara". De lo contrario, la relación continúa anclada únicamente en la virtualidad.

DISERTACIONES
Estudios sobre imágenes en el nuevo ecosistema mediático
ISSN: 1856-9536
Doi: https://doi.org/10.12804/revistas.urosario.edu.co/disertaciones/a.7804
Volumen 13, Número 2 / Julio-diciembre 2020
Versión PDF para imprimir desde
http://revistas.urosario.edu.co/index.php/disertaciones

De esta manera, en toda comunicación la interacción entre seres vivientes es vital. Siguiendo el orden de este mismo paradigma, la reflexión de Paul Virilio (2005) recuerda que en el universo virtual dicha interacción se vuelve aún más necesaria cuando dice: "no podemos perder indefinidamente la relación con el cuerpo, es decir, con la corporeidad física […] y no podemos permitirnos perder la relación del cuerpo con el mundo" (p. 50).

Dependiendo de los usos y costumbres de esta interacción mediatizada por la tecnología de la telefonía móvil, las consecuencias en las relaciones humanas evolucionan o se deterioran. Si se permite el acceso a la intimidad en la circulación de fotografías familiares, la alimentación del anonimato en redes sociales va cambiando la intensidad de las relaciones vividas porque siempre están siendo observadas por la cámara y comentada por mensajes transmitidos en vivo. A este propósito, el Diario *Clarín* (2010) observa que: "dan a conocer masivamente comentarios y fotografías de sus vidas privadas que pueden provocar serios inconvenientes en la imagen para las corporaciones y para ellos mismos, afectando a su público interno y externo".

El hábito de la lecto-escritura va mutando en este afán de difusión inmediata. A este designio Alfonso Gutiérrez Martín (2003) testifica que:

> Internet ha dejado de ser una herramienta de comunicación y transmisión de información, como podría ser el teléfono o telégrafo, para convertirse en un entorno virtual donde además de almacenarse y consultar la información, se establecen contactos interpersonales, se compra, se vende, se discute, se aprende, se realizan actividades de ocio, se cometen delitos, se forman grupos, comunidades virtuales e incluso identidades que no son réplica del mundo real (p. 135).

Partiendo de este paradigma, el aprendizaje se desplaza a ámbitos intuitivos. El peso de las instituciones como mediador en la formación intelectual se ve mermado dando más espacio a la autoformación desde una edad cada vez más temprana. En este sentido, Alejandro Piscitelli (2009) afirma lo siguiente:

> Los nativos digitales aprenden en red y de la red a partir de la construcción de múltiples identidades digitales; por tanto, podríamos afirmar, en este sentido, que aprenden desde una "zona de frontera" constituida entre la exploración y la trasgresión (Piscitelli, 2009, p. 277).

Es la razón por la cual estas actividades virtuales desarrollan la autonomía que pone en jaque el reconocimiento del peso de la herencia cultural desde sus hábitos de construcción de la erudición lectora. Desde esta perspectiva, una de las actividades más anclada en la intelectualidad es la lectura que desde la escolarización se va implantando en el modo de pensar del ser cultural. Esta actividad se ve suplantada por la interactividad de intercambio de mensajes cortos y revisión de notificaciones resumidas dejando la reflexión crítica cada vez más obsoleta. La creación de contenido no ha sabido abrir el diálogo con la herencia cultural a partir de su tradición lectora. Se delega entonces cierto sentido de erudición a la anonimidad de opiniones compartidas en la web. Los blogueros buscan cierta legitimidad a partir de su peculiar versión de los círculos de interés comunes donde prevalece el contabilizar las visitas de sus internautas sobre la reflexión del contenido y su citación con las fuentes lectoras preexistentes. Las generaciones más jóvenes devienen lectoras por poseer una amplia cultura digital. Impulsadas por la curiosidad de compartir sus propios contenidos, van existiendo en espacios de socialización. Para las instituciones tradicionales, como la escuela o las bibliotecas, en su misión de afianzar los hábitos de la lectura requerirán la construcción de un escenario innovador y tecnológicamente atrayente. Para Ramón-Alberto Manso-Rodríguez (2015):

DISERTACIONES
Estudios sobre imágenes en el nuevo ecosistema mediático
ISSN: 1856-9536
Doi: https://doi.org/10.12804/revistas.urosario.edu.co/disertaciones/a.7804
Volumen 13, Número 2 / Julio-diciembre 2020
Versión PDF para imprimir desde
http://revistas.urosario.edu.co/index.php/disertaciones

> Es así, como las bibliotecas para ofrecer las actividades de fomento de la lectura, deben apostar por la innovación que, basada en la cooperación, la búsqueda de sinergia y el uso eficiente de los recursos, permita la presentación de las mismas, de forma diferente, diversificada, atractiva (p. 289).

Es así como, por medio de los blogs en línea se favorece la creación de una fuente de información complementaria a los suplementos y revistas culturales tradicionales que permiten más visibilidad a lo escrito y lo publicado como forma de comunicación bidireccional gratuita y democráticamente al alcance, como navegar en la Wikipedia. Esto facilita la búsqueda de información, pero a la vez fortalece el monopolio de los buscadores de datos; lo que merma la cultura del investigador cuya curiosidad se ve saciada al alcance de un clic. Wikipedia, además, como fuente de consulta presenta a veces inexactitudes y por ende sus resultados pueden ser cuestionados.

La cuarta revolución industrial se va poniendo en marcha a una velocidad exponencial. La carrera hacia la innovación tecnológica es desde hace dos décadas un cambio de mentalidad donde la nueva economía se basa en el marketing. El Big Data es un valor en alza cada vez más valorado por los monopolios de Internet, pero que el individuo no aprecia a su justa medida, cediendo el acceso a su privacidad en un afán de compartir sus datos en redes. Es así como los prototipos de inteligencia artificial ponen en riesgo los límites éticos que rigen toda la sociedad civil, que cada vez más dejan entrar en sus hogares censores que sirven como puentes para la lectura de datos en el gran sistema de predicción que es la nueva economía basada en la gestión de los datos.

La interacción entre idioma informático y lengua humana se transforma. Los hábitos comunicativos van modificando el punto de vista que el valor de la interacción va otorgando al intercambio en el marco de las relaciones humanas del ser contemporáneo. La conectividad ha puesto el énfasis en la instantaneidad del mensaje, sea escrito, oral o pictórico. Así se va modificando paulatinamente cierta preponderancia del contenido en las relaciones. En este gigantesco flujo comunicacional, se diluye el valor de la palabra como eje central de las relaciones sociales. La telemática y su lenguaje informático van mediatizando la lingüística. Cabe aquí preguntar cuál es el impacto de este pensamiento algorítmico en el universo relacional del ciudadano contemporáneo. Los lingüistas tienen una pesante necesidad de las investigaciones en el ámbito de la inteligencia artificial para interesarse por el tratamiento de la lengua como fundamento del pensamiento social. Se abre una ardua tarea de comprensión algorítmica para aliar la informática a los avances de la lingüística. El uso de las pantallas táctiles ha representado un importante acercamiento del usuario fomentando su interactividad.

El uso del ícono o emoticón ha abierto un campo cada vez más expresivo en el intercambio del texto y la imagen.

La hipertrofia del Yo

La mediatización del entorno ha cambiado las reglas de convivencia desde la esfera íntima a la laboral. El mandato irrefrenable es la necesidad de mostrase para existir. La creación del perfil del usuario en las redes sociales tiene que alimentarse a diario para que exista cierta aura de realización personal. El filósofo Mathias Roux se interroga sobre lo que el ciudadano ha tenido que sacrificar para someterse a estas leyes subyacentes dictadas por la conectividad mediante la dependencia de las pantallas interactivas, cando dice: “A qué se debe renunciar para someternos a esta nueva norma totalitaria de la hipertrofia del yo” (Roux, 2018, p. 84). Simplemente se renuncia a la propia intimidad porque el compartir cada momento de la vida cotidiana en las redes sociales no

DISERTACIONES
Estudios sobre imágenes en el nuevo ecosistema mediático
ISSN: 1856-9536
Doi: https://doi.org/10.12804/revistas.urosario.edu.co/disertaciones/a.7804
Volumen 13, Número 2 / Julio-diciembre 2020
Versión PDF para imprimir desde
http://revistas.urosario.edu.co/index.php/disertaciones

libera, siguiendo el impulso promovido por los eslóganes en las propagandas de la telefonía inteligente del "sé tú mismo… yo lo valgo… date este placer" etc., sino que más bien se instaura cierta obsesión del individualismo que le da la espalda a su humanidad dejando sus relaciones inmediatas a un lado. Se vuelve adicto a los *likes* de sus *followers*, volviéndose dócil y manipulable y por ende gobernado por esta misma conectividad. "Si la política es interrogarse conjuntamente sobre la dimensión del común de las cosas, entonces el narcisismo participa en la despolitización de nuestras sociedades" (Roux, 2018, p. 220). El pudor, la posibilidad de dudar de todo lo que se recibe, el hábito de una lectura crítica de la información recibida, todo lo que hoy parece diluirse en la inmediatez del consumo de datos ha relegado la emancipación de la individualidad para instaurar el falso confort de pertenecer a una comunidad de internautas.

Como testigo malicioso se le arranca cada secuencia íntima de la vida cotidiana, la imagen del yo tiene que circular en las pantallas para demostrarse a sí misma que existe. La *e-generation* pone en escena cada momento de su vida íntima para tener la ilusión de una vida interesante desde su mediatización en redes. La fotografía es un catalizador que refuerza una falsa valoración del yo que acumula los *likes* de un sinfín de amigos virtuales que van ordenando la vida cotidiana de los usuarios de esta generación que han crecido con el teléfono móvil en sus manos. Este juego social a temprana hora de la formación del yo ha suplantado los juegos infantiles y el deporte, lo que va minando la capacidad de relacionarse con el otro y vuelve esta generación más vulnerable cuando se trata de integración al tejido social, porque su concentración es dispersa para afrontar con entusiasmo el mundo del estudio o del trabajo. Se aíslan en una burbuja virtual y sufren de soledad, lo cual es un caldo de cultivo para la depresión o el suicidio. Se abren las puertas de cada intimidad para compartir momentos vividos y buscar aprobación en el espejo sin tez que representan las redes sociales. Este instrumento que permite ver mejor, como lo son las fotografías y los videos, ha desplazado gran parte de los profesionales del mundo audio-visual para privatizar el punto de vista del aficionado. La tecnología de la inteligencia artificial y los dispositivos de la telefonía móvil ha cambiado la percepción estética de la geografía circundante. Así, la mirada parece más un vistazo porque es banal, una simple consulta rápida a la pantalla, una mera comprobación de la recepción de mensajes para una simple aprobación mediante un ícono de leído o de aprecio como lo son los intercambios de *likes* o emoticones.

Es precisamente por esto que se puede señalar que existe cierta obsolescencia del ver que opera donde se instalan el automatismo inherente a los diferentes y los múltiples dispositivos inteligentes en nuestro entorno. Esta interactividad representa el umbral del universo de Babel. Allí se consumen imágenes y la instantaneidad del intercambio de palabras y mensajes escritos y emoticones se vuelve un flujo incesante de contactos virtuales que van poco a poco aislando al sujeto que ya no necesita buscar la presencia física del otro… En la red es donde se ubica el lugar privilegiado de las experiencias relacionales del ciudadano contemporáneo: el único lugar donde todo le es permitido y desde donde el aprendizaje de cualquier otro idioma no lo impulsa a consolidar su instinto comunicativo porque está al solo alcance de un clic.

Retornando a la tradición de la representación fotográfica, la captura y posterior lectura de la imagen deja cada vez más de ser el reflejo del momento Kodak, donde se sonríe para la posteridad, puesto que ya constituye en sí la evidencia del momento vivido, aunque este sea virtual y no corresponda al testimonio de una vivencia real. En su viaje por las redes sociales y por la instantaneidad de la consulta icónica, la fotografía asume su potencial irónico. Es una representación que se torna superficial porque le es vital atraer la atención de los "*viewer*", ya que no está destinada a ser depositada en álbumes de familia o marcos de próceres y a ser desechada o borrada del aparato,

DISERTACIONES
Estudios sobre imágenes en el nuevo ecosistema mediático
ISSN: 1856-9536
Doi: https://doi.org/10.12804/revistas.urosario.edu.co/disertaciones/a.7804
Volumen 13, Número 2 / Julio-diciembre 2020
Versión PDF para imprimir desde
http://revistas.urosario.edu.co/index.php/disertaciones

pues la acumulación de imágenes, entre otras, lo ralentiza. Es como una prótesis viva, un ojo medio abierto que va solicitando cierto acercamiento geográfico en pro de una unificación de las consultas; una homogenización del consumo de la fotografía por el internauta. La imagen ya no posibilita la curiosidad étnica que solicitaba antaño, ella se torna en un producto donde prevalece la forma sobre el contenido. Es este intercambio que no parece tener fin el que ha ido formando el eco que resuena en la torre de Babel de la cibernética. Por medio los diferentes océanos se formatea la unificación universal del propio consumo de la fotografía.

El narcisismo de Babel

La fragilidad del dispositivo que instaura la telefonía móvil deviene proporcional a su complejidad tecnológica, pero siempre en un despliegue democrático que pone al alcance de un gesto la ilusión de gratuidad de toda una tradición aportada por la industria de la fabricación y divulgación de la imagen heredada del siglo XIX. La mínima alerta sonora de recepción de un mensaje solicita la atención del usuario, quien acude inmediatamente abandonando su quehacer por más importante que sea, lo desecha para consultar su pantalla de teléfono como un reflejo vital. El presente es así relegado a una estancia subalterna porque prima la interacción instantánea sobre toda relación comunicativa presencial. Merma la calidad comunicativa de la relación en vivo. Los lazos afectivos evolucionan dejando a un lado la intensidad energética del instante vivido que se desvanece. La conectividad fascina desde su instantaneidad. La fotografía vale únicamente cuando es compartida en la red. El tiempo de las modificaciones lingüísticas es más largo y discontinuo *per se*, pues hay que pensar, escribir y luego enviar el mensaje a su destinatario. En cambio, la temporalidad del intercambio de imágenes sean fotografías, emoticones o videos, corresponde más a la nueva estética de las comunicaciones en redes. Las relaciones son así mediatizadas y el espacio privado va cediendo esa privacidad para ganar popularidad en este espejo sin tez donde el ciudadano contemporáneo contempla el entorno en esta plataforma virtual del universo que conforma este Babel de la globalización.

Todas las esferas de la sociedad están solicitadas. Es porque el *Selfie* es el contrario de lo sagrado y de la soberanía que el poder pierde valor desde el consumo de la imagen. Es sintomático el caso del presidente francés, Emmanuel Macron, y el uso sistemático de sus retratos en los *Selfies* oficiales. Animado por una búsqueda de popularidad mediante la divulgación de estas imágenes tomadas por él mismo en sus desplazamientos por el país, se ha levantado una polémica mediática en la opinión pública de los que no son partidarios de su política de gobierno. El intercambio de mensajes pocos respetuosos alimenta las redes en el contexto político de la crisis social de los *Gilets Jaunes*. En efecto, este joven presidente demuestra una tendencia a fotografiarse sin tapujos con quienes se reúne durante sus visitas oficiales por el mundo. La fotografía de un joven Antillano, que posa haciendo un gesto poco decoroso con su dedo del corazón, junto al presidente, ha sido percibida como una muestra de esta familiaridad presentes en las protestas que amenazan con invadir el despacho del presidente francés en el Palacio del Eliseo. Estos acontecimientos son la expresión popular del desprecio hacia una actitud populista que por el abuso de los *Selfies* ha aplicado el soberano que no ha sabido guardar cierto decoro en el manejo de su imagen personal. Así se puede ver cómo el *Selfie* interviene en la esfera política, porque desacraliza la imagen de la soberanía. ¿El abuso de los *Selfies* es entonces la causa de esta crisis de gobernabilidad en la globalización de los valores contemporáneos? Ciertamente porque la proliferación de estas imágenes del presidente con cualquier súbdito alimenta

DISERTACIONES
Estudios sobre imágenes en el nuevo ecosistema mediático
ISSN: 1856-9536
Doi: https://doi.org/10.12804/revistas.urosario.edu.co/disertaciones/a.7804
Volumen 13, Número 2 / Julio-diciembre 2020
Versión PDF para imprimir desde
http://revistas.urosario.edu.co/index.php/disertaciones

la cercanía que no es exenta de desprecio y de pulsiones revolucionarias que ven el cuello del mandatario como un blanco para la histórica guillotina nacional.

Por lo demás, el *Selfie* presidencial es una falsa expresión de la proximidad gubernamental que busca cierta popularidad y se torna fácilmente en populismo. Esta imagen y su presencia en las redes sociales es la expresión de la degradación de la percepción de la función pública del jefe de gobierno porque esta accesibilidad es un falso espejo de *Selfie* que reenvía la imagen narcisista de esta ilusión política. Es la revancha del lenguaje numérico sobre lo político. El poder que busca su soberanía se fragua desde las zonas de sombras, desde cierto distanciamiento para el aprecio y no mediante el despliegue de *Selfies* que buscan la propaganda de una total proximidad. Es la encarnación de una falsa cercanía en la resolución de conflictos en la arena sociopolítica.

La estética del espejo

Existe cierto enigma en cuanto a la mutación de los valores tradicionales de la comunicación en la era contemporánea que cada vez se torna más compleja en cuanto a la calidez de la presencia en vivo, lo cual no deja de deshumanizar nuestras relaciones. Todo parte de la obsolescencia del ver que ha dejado paulatinamente de servir como aliciente para el encuentro entre personas. Se busca distinguir la visibilidad en medio del marasmo establecido por la virtualidad del intercambio cibernético. Desde lo invisible de las relaciones por consolidar, existe una fascinación por el primer contacto. Todo propósito en este intercambio lingüístico se desdobla porque se multiplica perdiendo la intimidad del diálogo entre dos interlocutores. En efecto, los intercambios de mensajería por Facebook pueden ser compartidos exponencialmente a una audiencia que el expedidor no controla, en cambio los Twitts y Whatsapp mantienen un destinatario convencional porque son más dirigidos, aunque también pueden reenviados anónima e instantáneamente.

La contemplación de la realidad circundante es plural porque, a la vez que se mira, se comparte desde un simple gesto en la plataforma comunicacional de la telefonía móvil. Ver y hablar devienen actividades desatadas del idioma porque recogen su unidad de sentido autónoma, es decir con vida propia por el anonimato del destinatario que recibe y que a su vez reenvía los mensajes. Es un flujo de información compartida que va entrando en una especie de entropía de las relaciones interpersonales. Un desdoblamiento que parte de la repetición para la legitimación de la identidad del internauta emisor donde prevale más su confirmación como entidad emisora que el mensaje que vehicula. Así se puede decir que se invita al mito de Sísifo a este Babel de la cibernética. Este mito en el contexto de la antigüedad griega representa esta lápida que substituye al muerto cuando fallece en tierras lejanas. Este enigma del doble es conmovedor; el desdoblamiento de la personalidad viene a ser exorcizado de cierta forma por la pulsión de muerte subyacente en todo anonimato. Para permanecer visible en las redes sociales. Desdoblar una cosa desde su repetición fortalecer el reflejo lo fija en la memoria colectiva. De la misma manera que hay que acumular *likes*, mantener un blog o circular por Facebook con asiduidad para alimentar el perfil del internauta y así luchar contra su desaparición en estas relaciones globales mediatizadas. El reenvío de memes recuerda que es un origen en sí, pero también se convierte en un símbolo de la extinción de la individualidad en el mito griego. *Selfies* y emoticones son ecos narcisistas vitales para la reafirmación de la cercanía geográfica. Es esta nueva geografía comunicacional la que va posibilitando cierta universalidad del idioma permeado por emoticones e íconos visuales en este Babel de la conectividad.

DISERTACIONES
Estudios sobre imágenes en el nuevo ecosistema mediático
ISSN: 1856-9536
Doi: https://doi.org/10.12804/revistas.urosario.edu.co/disertaciones/a.7804
Volumen 13, Número 2 / Julio-diciembre 2020
Versión PDF para imprimir desde
http://revistas.urosario.edu.co/index.php/disertaciones

La estética del espejo, del cuadro en el cuadro, de las simetrías se reconoce en este afán de corresponsabilidad entre los usuarios de la tela. Los auto-retratos, los *Selfies*, buscan su eco en el envío de emoticones que refuerzan cierta reciprocidad. Este va formando un panorama pictórico de la reproducción como duplicación de lo real visibilizado por el mero hecho de ser enviado y recibido. Teniendo en cuenta que este desdoblamiento de la realidad fija los pensamientos de la virtualidad de las relaciones. Así lo real cobra legitimidad, puede ser pensado desde el destinatario y el expedidor en la esfera comunicacional. Surge una redundancia desde la imagen, lo estético del mensaje va reafirmando la identidad globalizada del ser. Así el ver como acto de consumo se refleja en el espejo como objeto de contemplación en este nivel holístico que está tejiendo la instantaneidad de la trasmisión en la telefonía móvil.

Este eco narcisista de las distintas plataformas denominada con la sigla GAFA (*Google, Apple, Facebook y Amazon*), se pierde como Sísifo en los vórtices de la interacción y dibuja un nuevo modelo empresarial que redefine los valores del trabajo presencial. La instantaneidad de la respuesta no permite la contemplación ni una escucha meditativa que permita cierto pensamiento. El lenguaje se vuelve instintivo como una onomatopeya. Este brinco entre cada dispositivo virtual se asemeja al eco que se desvanece en un sinfín de reenvíos y va perdiendo su intensidad en este intercambio de diálogo. Las relaciones entre internautas se diluyen. Los algoritmos también sugieren respuestas y van cada vez dirigiendo este flujo comunicacional. La inteligencia artificial toma en mano el lenguaje al relegar al individuo en su afán de consumidor de tecnología innovadora. Un eco donde la vista deviene obsoleta porque prevale el gesto del envío y la recepción, la instantaneidad frente al anonimato en el idioma del usuario. La comunicación se transforma, se sirve del habla sobre la escucha en el intercambio de mensajes mediatizados por la telefonía móvil. La lengua deviene un vehículo de doble vía en el pensamiento virtual que merma la expresividad relacional desde la presencia física. El análisis de datos, la confidencialidad y la protección individual son valores que la sociedad cibernética tiene en cuenta para el gobierno en la vida social contemporánea. Nuevas esferas de poder se camuflan en los intersticios del Babel GAFA y van cambiando nuestra relación al otro, a nuestra manera de reflexionar y proyectar los valores que han sido fundadores del tejido social, como el trabajo y su valor monetario. La sociedad contemporánea pone un paradigma urgente a resolver. Cómo seguir comunicando desde cierta humanidad en las arterias de la globalización donde ni la geografía ni las barreras lingüísticas existen ya. Y donde la ética social no puede ser legislada porque la cuarta revolución industrial crece algorítmicamente alimentada por el procesamiento de la información consentida desde los implementos informáticos que son nuestro entorno cotidiano y alimentan subrepticiamente la explotación algorítmica del perfil del consumidor en el comercio del *Big Data*, algorítmicamente direccionado. Por ende, el anonimato del mensaje es una de las razones que ha posibilitado la actual deriva de contenido intercambiado en las redes sociales. Se considera entonces cómo el contemplar escasea en este frenesí ocasionado por la instantaneidad del uso fotográfico en los medios actuales. Ponderada por la estética del espejo, la mirada fotográfica va cambiando de esencia. Si la mera interacción de imágenes que permite la conectividad deviene una especie de hipertrofia del Yo, la aceptación social se alza sobre el pedestal narcisista de esta nueva torre de Babel, entendida como lazos fundamentales del tejido socio-económico del existir en la contemporaneidad. Así se va asignando una unificada marca de identidad en el entorno globalizado del intercambio de mensajes en la mediatización de la comunicación interactiva.

DISERTACIONES
Estudios sobre imágenes en el nuevo ecosistema mediático
ISSN: 1856-9536
Doi: https://doi.org/10.12804/revistas.urosario.edu.co/disertaciones/a.7804
Volumen 13, Número 2 / Julio-diciembre 2020
Versión PDF para imprimir desde
http://revistas.urosario.edu.co/index.php/disertaciones

Referencias

1. Abarca, N. (2011). *Competencias sociales: la empatía*. Página12. Recuperado de www.claseejecutiva.cl/wp-content/uploads/2015/11/2011_12_mercurio_7_1.pdf
2. Albornoz, M. B. (2008). Cibercultura y las nuevas nociones de privacidad. *Nómadas*, (28), p. 44-50.
3. Baladardini, S. (2002). *Jóvenes, tecnología, participación y consumo*. Buenos Aires: CLACSO.
4. Bassols, B. Á. (1978). *Geografía subdesarrollo y regionalización*. México: Nuestro tiempo.
5. Bauman, Z. (1990). *Thinking Sociologically*. Oxford: Blackwell.
6. Clarín (2010). *Costos ocultos y riesgos en redes sociales*. Recuperado de http://www.clarin.com/economia/Costos-ocultos-riesgos-redes-ociales_0_304769587.html
7. Goleman, D. (2010). *La inteligencia emocional*. Barcelona: Editorial Kairós.
8. Guida, M. C. (2010). Las redes sociales y las nuevas formas de socialización en la era digital. *Derecho y comunicación* 2.0.: Recuperado de https://derechoycomunicacion.wordpress.com/
9. Gutíerrez, M. A. (2003). *Alfabetización digital. Algo más que ratones y teclas*. Gedisa: Barcelona.
10. Hakansson, J., &Montgomery, H. (2003). Empathy as an interpersonal phenomenon. *Journal of social and personal relationship*, (20), 267.
11. Lipovesky, G. (1986). *La era del vació. Ensayo sobre el individualismo contemporáneo*. Anagrama: Barcelona.
12. Manso-Rodríguez, R. A. (2015). *Leer, comentar, compartir. El fomento de la lectura y las tecnologías sociales, lectura y tecnologías sociales*. Cuba: Trans Informação, Campinas. https://doi.org/10.1590/0103-378620150001000011
13. Morales, S. H. (2012). *Geografía económica*. México: Red tercer milenio.
14. Piscitelli, A. (2009). *Nativos digitales. Dieta cognitiva, inteligencia colectiva y arquitectura de la participación.* Buenos Aires: Santillana.
15. Roux, M. (2018). *La dictature de L'Égo*. Paris : Larousse.
16. Sterling, P., Veis, E., Villanueva, H. E. (2005). *Geografía económica, una visión integradora del mundo*. México: Esfinge.
17. Virilio, P. (2005). *El cibermundo, la política de lo peor.* España: Colección Teorema

BY NC ND