

**DOBLE FOTOGRAFICO E IDENTIDAD VIRTUAL EN LA RED SOCIAL
FACEBOOK: SU INFLUENCIA EN EL ARTE CONTEMPORÁNEO**

Elena López Martín
Universidad de Murcia

Recibido: 15 de Febrero de 2013
Aceptado: 15 de Marzo de 2013

Resumen:

A partir de los años ochenta y con el desarrollo de las tecnologías digitales, los dobles virtuales aparecieron ofreciendo nuevas estrategias de sociabilización. Ciertas redes sociales virtuales como Facebook evidencian el papel de la fotografía como elemento constructor de identidades virtuales. Este fenómeno de masas, presente en numerosos debates de actualidad, no ha quedado exento de crítica en la producción artística. Por ello, en esta investigación, además de contextualizar la actual sociedad red y relacionar los conceptos fotografía, identidad y red social, mostraremos cómo el arte de internet se ha involucrado en el discurso crítico de la identidad fotográfica en la red social Facebook.

Palabras clave: sociedad espectáculo, fotografía, identidad virtual, Facebook, Net.art.

Abstract:

Since the eighties, with the continuing development of digital technologies, virtual doubles appeared offering new strategies for socialization. Certain on-line social networking sites such as Facebook, highlight the role of photography as an essential constructor of virtual identities. This mass phenomenon is clearly present in a large variety of current debates and has not come without criticism in the art production. In our research, besides contextualizing our current network society and relating the concepts photography, identity and social network services, we will show how the Net.art has been involved in the critical speech of photographic identity on Facebook.

Key words: society of spectacle, photography, virtual identity, Facebook, Net.art.

* * * * *

Introducción:

El concepto de “sociedad espectáculo” introducido por Guy Debord en 1967 se mantiene vigente en una versión evolucionada que hoy se encuentra plenamente

implantada: nos referimos a la “*sociedad de la información*” o, según Manuel Castells, “*sociedad red*”¹. En dicha sociedad, la imagen fotográfica desempeña un papel fundamental a la hora de generar datos y transmitir mensajes.

En el mundo virtual existen determinados espacios dedicados a la socialización entre usuarios que construyen gran parte de sus estrategias de comunicación en torno a la imagen. Nos referimos a la mayoría de las denominadas *SNS (Social Network Services)* o redes sociales y de entre las que destacamos Facebook por poseer, en la actualidad, el liderato en cuanto a número de usuarios (en 2012 ha alcanzado los 900 millones) y a dedicación temporal de estos².

La enorme actividad registrada en las redes sociales y su absoluta integración en los ritmos de vida modernos, han hecho de estos servicios un tema vigente en numerosos debates de actualidad y en diversos ámbitos de investigación como la sociología, el periodismo, la economía, el derecho y las artes visuales entre otros.

A nivel sociológico, se defiende que estas redes han supuesto un cambio radical en lo que a la concepción del “yo” y del “otro” se refiere. El “yo” parece perder espontaneidad dirigido por un guión impuesto por lo que los demás quieren o no ver y por lo que queremos que los demás piensen de nosotros. En estos procesos de formación de nuevas identidades virtuales, la fotografía desempeña un papel fundamental. Si bien de forma generalizada, en estas redes se aceptan las fotografías publicadas como huella de lo real, conscientes de la manipulación que se puede llevar a cabo a través de la imagen, y que en ocasiones efectuamos nosotros mismos, los usuarios también dudan de todo lo que ven, sin quedar exento de esa duda sus propios dobles virtuales.

1. El protagonismo de la imagen pública en la sociedad del espectáculo.

El concepto del “yo” como ser individual y centro del universo es una figura que ya Karl Marx mitificó estableciendo la realidad de nuestra identidad física y mental como existencia social. Mediante la implantación de nuevos sistemas socio-económicos se produjo un desplazamiento de inquietudes en torno al “yo”. La problemática dejó de residir en quién soy, para asentarse en quién soy en el contexto social en el que me encuentro o quién soy según los demás. Como sujetos insertados en un contexto social, la opinión que esa sociedad se forme de nosotros es vital para nuestra experiencia.

Desde el comienzo de la modernidad, la evolución del concepto de la imagen se ha visto acelerado produciéndose cambios sustanciales en sus competencias y contexto debido al desarrollo tecnológico. En estos últimos siglos, la imagen se ha convertido en una necesidad fundamental, motor y carburante de un inflexible sistema de opiniones. Desde que el individuo observó esa pertenencia a lo social, las apariencias se convirtieron en el fundamento de una rutina. La apariencia de lo que uno no es, de lo que fue o quizás de lo que le gustaría ser, pero sólo apariencia, pura imagen. La imagen del individuo es erradicada y sustituida por su imagen pública, es decir “*un conjunto de rasgos que le caracterizan ante la sociedad*”³. De la misma forma, la opinión particular

¹ M.CASTELLS, *La galaxia Internet*. Barcelona, Plaza & Janés Editores, 2001.

² F.J.PÉREZ LATRE, “Las nuevas redes sociales, ¿moda o revolución?”. *Nuestro Tiempo: Revista Cultural y de cuestiones actuales de la Universidad de Navarra*, nº 660 (2010). [Consulta en línea] <<http://www.unav.es/nuestrotiempo/es/temas/las-nuevas-redes-sociales-moda-o-revolucion>> [Consultado: 03/07/2012].

³ REAL ACADEMIA ESPAÑOLA, *Diccionario de la lengua española*, 22ª ed. Madrid: Espasa, 2001. Aceptación de “imagen pública”.

es reemplazada por la opinión pública: “*sentir en que coincide la generalidad de las personas acerca de asuntos determinados*”⁴ en este caso, acerca de nosotros.

En 1967, el filósofo, escritor y cineasta francés Guy Debord escribió un ensayo titulado *La sociedad del espectáculo*. En él, define la sociedad espectáculo como un modelo social sin fin en el que lo único significativo es su desarrollo. Se trata, pues, de un modelo tautológico en el que sus medios son a la vez sus objetivos: instaurar un sistema único de “*relación social entre personas mediatizadas por imágenes*”⁵. Todavía hoy, este modelo social perdura. La repetición y la saturación de la imagen nos mantienen en un estado hipnótico de máxima obediencia y culto, siendo, inevitablemente, integrantes activos de esa sociedad del espectáculo o sociedad simulacro. La vista se convierte en un sentido privilegiado, en una herramienta fundamental que permite convencernos de que “*lo que aparece es bueno*”⁶ y que ha dado lugar a la denominada cultura oculo-céntrica. El ojo está siendo educado para encontrar en la imagen un estímulo visual fugaz que se impone y que deja poco espacio para la reflexión. Se entablan, así, a través de la imagen unas interpretaciones inmediatas que están prácticamente explícitas en las imágenes ofrecidas: “[...] *la imagen no podemos enmarcarla en un espacio determinado. En su inmediatez, en su espontaneidad, reside su fuerza y al mismo tiempo su peligro [...]*”⁷.

En nuestro sistema social basado en las imágenes, estas se acumulan de tal forma en el camino entre el sujeto y la realidad que bloquea sus conexiones. El referente y la realidad pierden el contacto y en consecuencia, el sujeto toma esa imagen como realidad. Esta situación provoca que el individuo considere su imagen como máximo portavoz de su realidad identitaria: “*Mon image ne reflète pas ma personne: elle l’est. Non pas une image semblable à moi, mais une seule et même image, un seul et même objet*”⁸. Esta máscara exhibicionista la moldeamos, ya sea de forma consciente o inconsciente, para hacer creer a los demás ciertas cualidades sobre nosotros. Aquellos atributos que los demás crean de nuestro doble espectacular los acabaremos aceptando nosotros también. Esto significa que el poder del doble puede en ocasiones superar al del original y que lo que empezó siendo una máscara o doble de nosotros mismos podría acabar “suplantándonos”. Según Debord, cuanto más nos acercamos a la imagen que proyectamos de nosotros, a nuestra imagen pública y espectacular, menos nos entendemos: “*ya no se trata de mis gestos sino los de otro que me representa [...] si el espectáculo está en todas partes yo no estoy en ninguna [...]*”⁹. El dilema fundamental parece residir entonces en la dualidad ocasionada por la imagen, en el individuo que queda reducido a representante de su imagen pública. Se debería entonces afirmar que existen dos individuos en uno: el individuo originario o referente y su representante espectacular. Sin embargo, debido al peso y la influencia del doble simulacro y su

⁴ Ibid., Aceptación de “opinión pública”.

⁵ G.DEBORD, *La sociedad del espectáculo*. Documento archivado por la revista Observaciones filosóficas. Traducción: José Luis Pardo. 1967. [Consulta en línea] <<http://www.observacionesfilosoficas.net/download/sociedadDebord.pdf>> [Consultado: Noviembre 2011] p. 2.

⁶ Ibid., p. 4.

⁷ A.PANTOJA CHAVES, “La sociedad de la imagen. la fotografía como recurso para la memoria histórica”. I Encuentro de Jóvenes Investigadores en Historia Contemporánea de la Asociación de Historia Contemporánea. Zaragoza, 26, 27 y 28 de septiembre de 2007 / coord. por Oscar Aldunate León, Iván Heredia Urzáiz, 2008, p. 10.

⁸ C.ROSSET, *Impressions fugitives: l’ombre, le reflet et l’écho*. Paris, Éditions de minuit, 2004, p. 11. “*Mi imagen no refleja mi persona: la es. No una imagen parecida a mí, sino una sola y misma imagen, un único y mismo objeto.*” (Traducido por la autora).

⁹ G.Debord, ob.cit., p. 30.

asentamiento en lo social, hay teóricos y artistas que trabajan con la idea de que el referente ha sido asfixiado por su simulacro y ha dejado de existir.

Según Debord, el individuo, en algún momento, tras la contemplación de lo que la sociedad le impone, se turba, y ve un “yo” extraño. Se observa a sí mismo a través de la mirada con la que suele observar al resto, convirtiéndose en ese “resto de la gente”, observándose en la mirada del “yo-otro”, estableciendo un intercambio de identidades. El intercambio, lejos de individualizarlo, lo agrupa con el resto. Estamos todos unidos en ese interés, no ya por aparentar, sino por ser la propia apariencia. Esta imagen-apariencia-personalidad recuerda a los retratos y autorretratos clásicos o, como diría Estrella de Diego, refiriéndose a las teorías de Gaston Bachelard y Jacques Lacan, retratos ortopsíquicos, en los que se muestra la identidad que la sociedad quiere ver, muestra el Yo ideal, lo que todos ansiamos y por tanto lo que nos hace idénticos¹⁰. Esa colectividad que nos aglutina permite que nuestro retrato pueda ser el retrato de otros y que podamos sentirnos identificados con el autorretrato de un desconocido y viceversa.

La sociedad del espectáculo ha incidido de diversos modos en el mundo del arte contemporáneo. Desde los inicios de la tradición artística, el arte siempre ha pretendido saciar la mirada a través del gusto por la imagen. El arte se ocupaba de complacer esa mirada, del deleite y gozo del ojo. Esta función del arte se encuentra hoy distribuida en todas las actividades de la sociedad espectáculo, en todos los movimientos de los medios de masas: televisión, cine, revistas, etc. Si lo que hasta entonces había sido prerrogativa y labor del arte se encuentra generalizado en todo lo que conforma la sociedad actual, el arte queda desplazado y comienza una búsqueda de nuevos caminos en su desarrollo. Estas vías de escape que Miguel Ángel Hernández desarrolla en una de sus publicaciones, tienen como objetivo primordial la decepción de la mirada a través de un arte contemporáneo que utilizará dos estrategias antagónicas pero con igual resultado que forman parte de lo que Hernández denomina “*la dietética de la mirada*” o “*régimen escópico*”¹¹. Estas consisten en: uno, eliminar todo lo visual, todo lo que el ojo devora (como ocurrió con las abstracciones del Minimalismo); o, cebar la mirada con más imágenes (como ocurrió con el arte Pop) hasta que el cuerpo acabe rechazándolas¹².

2. Imagen como dualidad identitaria: el referente (yo) frente a su doble visual (otro).

Como hemos afirmado con anterioridad, la sociedad espectacular se basa en un mundo de imágenes que representan el mundo real. Se trata, pues, de un doble que se toma “en lugar de”. Para que el funcionamiento de este sistema sea óptimo se requiere de, al menos, efectos similares a los producidos por la realidad, por lo que no se trata únicamente de un doble que representa sino que también actúa y genera consecuencias.

El doble visual no es algo novedoso que surge a raíz de la implantación de la sociedad espectáculo, sino que ya existía previamente en el mundo de lo real y también fue objeto de numerosos estudios. El concepto de doble y las inquietudes derivadas de éste son centro de reflexiones, análisis y debate desde que el hombre percibió, por primera vez, su sombra o su reflejo y fue consciente de la existencia de un “otro” peculiar que alude constantemente al “yo”. Las teorías elaboradas a lo largo de la

¹⁰ E.DE DIEGO, No soy yo. Autobiografía, performance y los nuevos espectadores. Madrid. Siruela, 2011, p. 23.

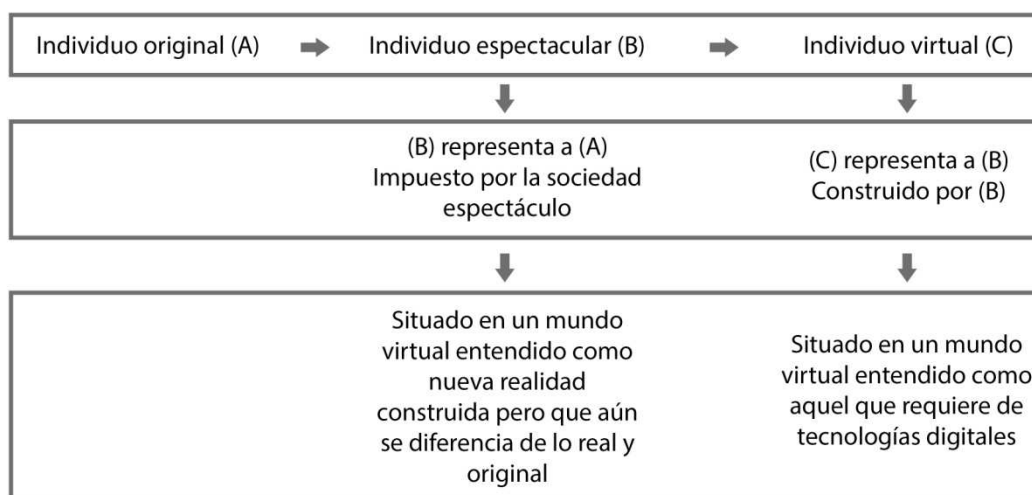
¹¹ M.A.HERNÁNDEZ NAVARRO, La so(m)bra de lo real: el arte como vomitorio. Valencia, Diputación de Valencia, 2006. p. 14.

¹² Ibid.

historia acerca de los dobles son innumerables, desde Platón y pasando por Otto Rank, discípulo de Freud, se han escrito tanto con rigor científico como con énfasis imaginativo a través de la creación literaria, plástica y cinematográfica.

Sin duda, uno de los motivos por los que el doble ha sido objetivo de tan diversas áreas de conocimiento es su capacidad de generar unas emociones hermanadas con el *déjà-vu*. Una experiencia que recuerda al famoso *unheimlich*, vocablo alemán acuñado por Freud para definir lo que nos es familiar pero nos resulta extraño de forma a ocasionar cierta perturbación ante el “yo-otro”.

El doble visual del individuo, impuesto por la sociedad espectáculo, no se libra de tales atributos. Este se sitúa en un espacio virtual, entendiendo este último como nueva realidad construida pero que aún se diferencia de lo real y original. No obstante, no todos los dobles visuales de la sociedad espectáculo están impuestos. En esta investigación nos centraremos en el doble visual-virtual del individuo que él mismo construye, estableciéndose el siguiente esquema de gran importancia para el desarrollo de la investigación (ver esq.1).



Esq.1. Síntesis de la relación entre los individuos original, espectacular y virtual.

Como podemos observar tras la interpretación del cuadro, es imposible llegar al individuo virtual (C) directamente desde el individuo original (A). El individuo virtual (C) es un doble construido por (B) que a su vez es un doble de (A) impuesto por la sociedad espectáculo. Es decir, se han producido dos procesos de duplicación aumentando el grado de perturbación ocasionado por el “yo-otro”.

3. El doble virtual (C): la imagen fotográfica en la red social Facebook.

El doble virtual empezará a formarse a partir de los años 80 con el nacimiento y desarrollo de las técnicas digitales. Dentro de este mundo virtual existen distintos tipos de dobles de entre los cuales destacamos dos, un doble espacial como es la realidad virtual: “*creación de una realidad 3D computerizada e interactiva con la que el observador puede relacionarse*”¹³; y un doble personal objeto de esta investigación que

¹³ W.LIESER, *Arte digital*. s.l. Ed. h.f.ullmann, 2009, p. 105.

se apoya en el doble-imagen construido para habitar en, entre otros servicios, las redes sociales.

Este par de dobles se sitúan en un mundo digital, en un ciberespacio inmaterial. El cuerpo, como máximo exponente de la materialidad del ser humano, es también el que permite diferenciar lo material de lo inmaterial, lo tangible de lo intangible. Sin embargo, en el ciberespacio el cuerpo parece relegado. Ya no se trata de experiencias físicas que tienen como medio el cuerpo, sino de experiencias mentales.

Wenceslao Castañares afirma que la realidad virtual tiene como objetivo: “*aislar a los usuarios del contexto físico [...] y bombardearlos con una serie de estímulos producidos por imágenes [...]*”¹⁴. Este sistema también se encuentra presente en las redes sociales como Facebook que han modificado las formas de interacción entre los seres humanos, ofreciendo una sociabilización virtual apoyada en el texto y, esencialmente, la imagen fotográfica como demuestra nuestra primera presentación en dicho espacio a través de una imagen principal denominada imagen de perfil.

Mediante la observación de los dobles fotográficos se establece un puente que conecta el pensamiento del individuo (referente) sobre sí mismo con la imagen que se proyecta de él. De esta forma, mediante la contemplación de nuestro doble fotográfico se enlaza el fenómeno físico con el discurso metafísico.

En la red social Facebook, las imágenes fotográficas suponen una especie de pantalla seductora que se exhibe ante los demás y que dictamina lo que los demás deben pensar de nosotros. Esta seducción de la identidad construida a medida, ha alcanzado tal relevancia que ha podido modificar la manera de entender nuestras vidas en un paso que consideramos fruto de una transformación de la sociedad espectáculo. Para defender esta teoría nos apoyamos en los textos de la antropóloga Paula Sibilía que versan sobre la crisis de la intimidad y de entre los que destacamos la siguiente afirmación:

No se trata de meras “evoluciones” o adaptaciones prácticas a los medios tecnológicos que aparecieron en los últimos años. Si observamos todos esos cambios bajo una nueva luz, lo que está ocurriendo adquiere el perfil de una verdadera mutación: en nuestro espectacularizado siglo XXI, el juego de los espejos y abalorios se complicó inextricablemente. En vez de reconocer en la ficción de la pantalla –o de la hoja impresa– un reflejo de nuestra vida real, cada vez más evaluamos nuestra propia vida según el grado en que satisface las expectativas narrativas creadas [...] Valoramos nuestra propia vida en función de nuestra capacidad de convertirse, de hecho, en una verdadera película¹⁵.

El objetivo de la imagen fotográfica en las redes sociales es dar información acerca del usuario para poder sociabilizar a través de este servicio. Sin embargo, existen teorías críticas que se cuestionan si las redes sociales son en realidad asociales ya que como han demostrado algunos estudios psicológicos como el llevado a cabo por el equipo de investigación compuesto por María Fernanda Herrera, María Paula Pacheco, Joaquina Palomar, y Daniela Zavala, la calidad de las relaciones entre amigos y familiares de un individuo adicto a Facebook es baja en comparación con las de un

¹⁴ W.CASTAÑARES, “Realidad virtual, mímesis y simulación”. Cuadernos de información y comunicación, nº 16 (2011), (pp. 59-81), p. 63

¹⁵ P.SIBILIA, La intimidad como espectáculo. Buenos Aires, Fondo de cultura económica, 2009, p. 60.

individuo que no presenta dicha adicción¹⁶. Los detractores de estas teorías defienden que si bien la interacción deja de ser presencial para ser virtual, no por ser diferente tiene que ser más limitada. Ana María Gálvez sostiene que si bien el cuerpo físico ha desaparecido, este ha sido sustituido por el cuerpo-colectivo que “*genera sentido de realidad y compromiso*” y que por lo tanto “*no impide la producción de sociabilidad*”¹⁷.

Sin embargo, existe un consenso general acerca de la transformación que han sufrido los conceptos de público y privado en la sociedad actual y sobre la que adquiere un papel relevante la exhibición constante de nuestros representantes fotográficos: “*Así la espectacularización de la intimidad cotidiana se ha vuelto habitual, con todo un arsenal de técnicas de estilización de las experiencias vitales y la propia personalidad para “salir bien en la foto” afirma Paula Sibilia*”¹⁸. Hay un movimiento migratorio de lo que antes se consideraba privado hacia el dominio de lo público en un proceso que los expertos denominan extimidad (exteriorizar lo íntimo)¹⁹. No obstante, también mantenemos una posición escéptica y después de toda esa efusividad visual, sentimos miedo de quién podría ver qué y de quién podría hacerse con tal información. Esto significa que aún mantenemos un concepto de privacidad, aunque alterado de alguna forma.

La representación como narración fotográfica de nuestra vida, nace con la predisposición de que va a ser mirada, lo que resta naturalidad a las interacciones y genera, en ocasiones, falta de confianza en la veracidad de la información. Estas relaciones sociales se vuelven más premeditadas mediante la elección de fotografías, eliminando la espontaneidad de un gesto en una interacción física. Los dobles fotográficos virtuales permiten así una representación “mejorada” de nosotros mismos. No sólo se escoge sino que además está disponible veinticuatro horas en un espacio en el que no es necesario que el usuario esté conectado. La información es inmediata. Pero además de la modificación que sufre la información mediante la selección de fotografías, la información puede someterse a cambios posteriores a su puesta *on-line*. El usuario está siempre en construcción y puede eliminar fotografías antiguas intentando hacer desaparecer experiencias y partes de su vida que quizás pretende olvidar o que prefiere que nuevas amistades no conozcan. En Facebook, también existe la posibilidad de disminuir el círculo que tiene acceso a determinadas imágenes, pudiendo así conformar diferentes experiencias según el público al que el usuario permita el acceso. Se demuestra, así, que el usuario tiene abierto un sinfín de posibilidades de auto-representación en un único perfil de las redes sociales tipo Facebook.

¹⁶ M.F.HERRERA HARFUCH; M.P.PACHECO MURGUÍA; J.PALOMAR LEVER Y D.ZAVALA ANDRADE, “La Adicción a Facebook relacionada con la baja autoestima, la depresión y la falta de habilidades sociales”. *Psicología Iberoamericana*, Vol.18, nº1 (2010), (pp. 6-18), p. 15.

¹⁷ A.M.GÁLVEZ MOZO, “Sociabilidad en pantalla. Un estudio de la interacción de los entornos virtuales”. *AIBR: Revista de Antropología Iberoamericana*, nº Especial (nov-dic 2005), p. 1.

¹⁸ P.SIBILIA, ob. cit., p. 60.

¹⁹ C.PÉREZ-LANZAC, “Tu *extimidad* contra mi intimidad”. *El País*, 24 de marzo de 2009 [Consulta en línea] <http://elpais.com/diario/2009/03/24/sociedad/1237849201_850215.html> [Consultado: 07/07/2012].

4. Implicación artística en los discursos críticos acerca de la identidad virtual, la fotografía y la red social Facebook.

Debido al interés antropológico y sociológico que han despertado las redes sociales en torno al concepto de identidad, tema basal de la cultura visual contemporánea, son bastante frecuentes las manifestaciones artísticas que reflexionan al respecto tanto fuera como dentro del mundo *on-line*. Sin embargo, en esta investigación nos hemos centrado en aquellas obras producidas en y para internet que utilizan las herramientas de Facebook para introducir críticas acerca de dicho espacio.

En el marco del Net.art 2.0, queríamos destacar la obra *Lovely Faces* (2011) de Paolo Cirio y Alessandro Ludovico. Para su realización, estos artistas robaron 250.000 fotografías de perfiles de Facebook para crear con ellas un falso portal de citas igualmente denominado *Lovely Faces*. Una vez se hicieron con las fotografías, asignaron nuevas identidades a esas personas y a través de un programa de reconocimiento facial, describieron a los nuevos personajes según sus rasgos con adjetivos como *amable, dulce, engreído*, etc. Este proyecto pretendía denunciar la facilidad con la que podemos extraer información personal de otros individuos y utilizarla para fines diferentes mediante su descontextualización, además de reflexionar sobre cómo la imagen fotográfica del perfil de Facebook puede pertenecer a cualquier otra identidad diferente a la de origen a través de su recontextualización.

Tras cerrar los perfiles de Cirio y Ludovico quedándose con toda su información personal, Facebook ha amenazado con acciones legales por lo que el portal *Lovely Faces* se encuentra “en mantenimiento”. No obstante, en la plataforma *Face to Facebook*, todo el proceso ha sido registrado y se puede visitar actualmente²⁰.

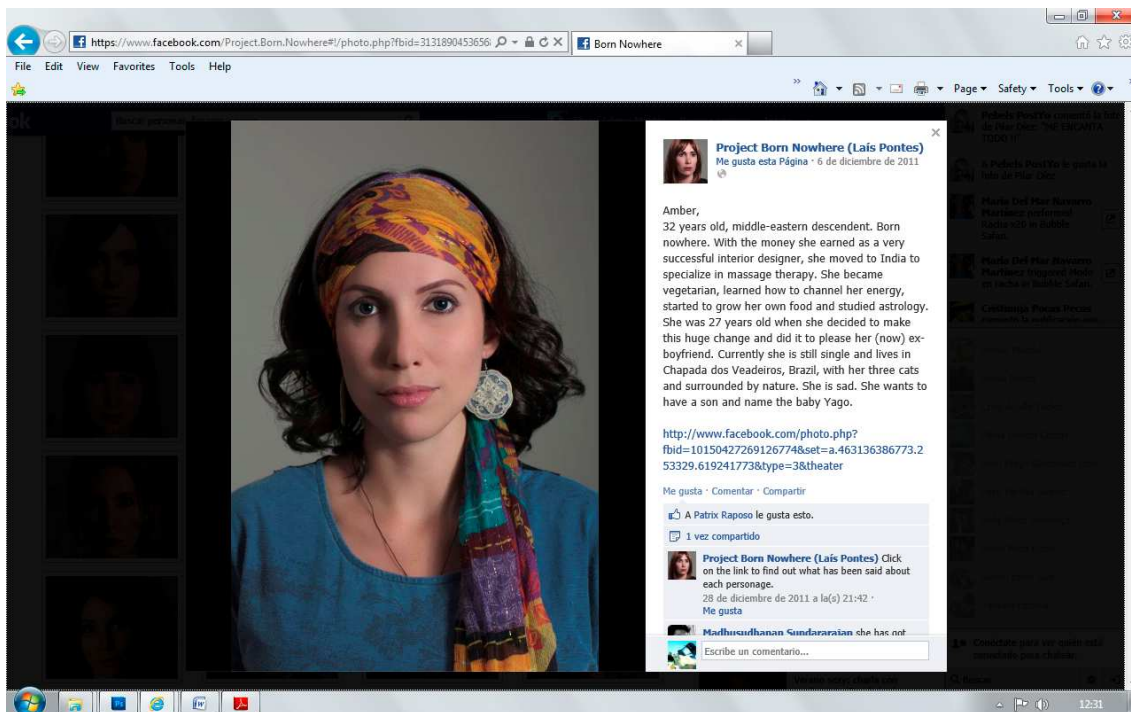


Fig.1. *Project Born Nowhere*, 2011. Lais Pontes. Captura de pantalla realizada por la autora que muestra una de las mujeres retratadas y la descripción de su personalidad, resultante de la participación de los usuarios de Facebook.

²⁰ Face to Facebook. [Consulta en línea] <<http://www.face-to-facebook.net/>> [Consultado: 18/12/2011].

Dentro del Net.art 2.0, y bajo lo que definimos como Facebook art (aquellas manifestaciones creativas con intencionalidad artística generadas en y para Facebook), destaca la artista brasileña Lais Pontes con su *Project Born Nowhere* (2011) (ver fig.1). Pontes utiliza la imagen fotográfica para generar a partir de su rostro, diversos retratos mediante manipulación digital, cuyos rasgos y accesorios confieren diversas personalidades a la mujer tratada y dando un paso más allá respecto a las obras de Cindy Sherman y ORLAN²¹.

Estas fotos se fueron publicando en la página de Facebook del proyecto invitando al resto de usuarios a comentar y describir qué tipo de identidad les sugería cada fotografía a través de las siguientes preguntas: “*Who is she? What's her name? Job? Personality? Age? Single? Married? Hobby? What do you think about each one?*” (“¿Quién es ella? ¿Cuál es su nombre? ¿Trabajo? ¿Personalidad? ¿Edad? ¿Soltera? ¿Casada? ¿Hobby? ¿Qué piensas acerca de cada una?”)²². Tras las intervenciones de los usuarios la artista realizó breves descripciones de cada personaje combinando las diversas aportaciones de los visitantes del proyecto. De esta forma, la identidad se convierte en un concepto moldeado por unas estudiadas y escenificadas fotos de perfil en conjunción con lo que los demás creen de estas mujeres a través de sus fotografías.



Fig.2. Perfil de Facebook de Intimidad Romero. Captura de pantalla realizada por la autora.

El perfil de Facebook de la artista Intimidad Romero también fue creado con propósitos artísticos (ver fig.2)²³. En este, la artista utiliza un espacio de exhibición por

²¹ R.BOSCO; S.CALDANA, “El rostro de las redes sociales”. El País. 07 de Mayo de 2012. [Consulta en línea] <<http://blogs.elpais.com/arte-en-la-edad-silicio/2012/05/el-rostro-de-las-redes-sociales.html>> [Consultado: 10/05/2012].

²² L.PONTES, *Project Born Nowhere*. [Consulta en línea] <<https://www.facebook.com/Project.Born.Nowhere#!/media/set/?set=a.267787206572540.71764.267781766573084&type=3>> [Consultado: 10/05/2012]. (Traducido por la autora).

²³ I, ROMERO; I. Perfil de Facebook. [Consulta en línea] <<https://www.facebook.com/intimidadromero?ref=ts&fref=ts>> [Consultado: 10/05/2012].

excelencia como es Facebook para hacer reflexionar acerca de la relación entre identidad, intimidad, privacidad y anonimato. Para ello, su rostro y el de todos aquellos que salen en las fotografías publicadas en su perfil, son distorsionadas mediante píxeles subvirtiendo los procesos de formación de identidad a través de la imagen que Facebook fomenta. Romero afirma que “*Facebook es algo esquizoide como la realidad social del momento. Creo, que por un lado intenta mantener y proyectar una imagen de alto nivel de privacidad, pero por otro pretende que les ofrezcas todo lo tuyo sin condiciones*”²⁴. A través de su perfil no hay forma de conocer su rostro ni el de sus amigos, generando cierta frustración en el visitante que no logra saciar su curiosidad y que se siente incapaz de ubicar la vida de Intimidad fuera de la virtualidad del pixel.

Además de los perfiles que se centran en el tema de la identidad a través de la imagen fotográfica, también existen piezas de Facebook art que reflexionan acerca del proceso de construcción de la identidad virtual a través de la conjunción de las manifestaciones fotográficas y textuales. Ejemplos de ellos son el ya citado *Project Born Nowhere* y el proyecto performativo titulado *Facetbook* (2010) de la artista Liz Filardi²⁵.

Para su desarrollo, Filardi utilizó su perfil para publicar información personal que cada cierto tiempo iba eliminando y reconstruyendo, generando con cada nuevo periodo de publicaciones, nuevas personalidades. Antes de eliminar la información, Filardi guardaba una versión plana de estos perfiles que publicaba a modo de link en la sección prefijada “About me” (“Sobre mi”). Esta artista fue creando personalidades variadas a través de un mismo perfil, desestabilizando cualquier idea consolidada que el espectador/usuario pudiera tener sobre ella y dándole la oportunidad de comparar su “versión actual” con su “versión anterior” a través de un enlace. Se trataba de mostrar la facilidad con la que generamos personajes virtuales de nosotros mismos. La identidad en este medio se convierte en el resultado de decisiones a medida acerca de qué publicamos y qué no. Por tanto, los cambios que se producen en una personalidad ya no tienen que ser el resultado de un proceso en el que influyen experiencias personales, sino que pueden darse de forma brusca e instantánea si el usuario así lo desea. Por otro lado, también denuncia la facilidad con la que todos esos datos personales pueden ser copiados por cualquier usuario, pudiendo ser poseedor de la información que fundamenta nuestra identidad virtual en un momento dado.

Más enfocada a la construcción de identidad a través del texto encontramos la performance de Rachel Perry Welty realizada en 2009 que consistía en subir un nuevo estado en Facebook cada minuto durante dieciséis horas²⁶. A través de estas acciones la artista pretende aludir a los procesos de fabricación de identidades, que con cada nuevo mensaje va integrando nueva información sobre nuestra identidad virtual en continuo desarrollo. Por otro lado también alude a la idea de la información inmediata, al usuario conectado, aunque ausente físicamente, y a su necesidad de estar constantemente mandando, al resto de usuarios, manifestaciones del Yo. Esta pieza fue diseñada para la exhibición *Status Update* que instaló un Iphone en la pared que permitía la visualización de estas acciones desde el espacio físico de una sala expositiva.

²⁴ R.BOSCO; S.CALDANA, “El rostro de ...” ob. cit.

²⁵ L.FILARDI, *Facetbook*. [Consulta en línea] <<http://lizfilardi.com/work/facetbook/>> [Consultado: 10/05/2012].

²⁶ J.E.SPIEGEL, “Where Art Meets Social Networking Sites”. The New York Times, 2 de Julio de 2009. [Consultado en línea] <<http://www.nytimes.com/2009/07/05/nyregion/05artsct.html>> [Consulta: 19/12/2011].

A.XIAO, “Rachel Is: An interview with Rachel Perry Welty”. Blog art 2.1. 29 de Octubre de 2009. [Consulta en línea] <<http://blog.art21.org/2009/10/29/rachel-is-an-interview-with-rachel-perry-welty/>> [Consultado: 19/12/2011].

5. Conclusiones:

El sentido de la vista está siendo alimentado de forma asfixiante por una sociedad (ya la denominemos espectáculo, de la imagen o de la información) que debido a este afán de incrustar imágenes en el individuo-espectador, genera nuevas alteraciones en el comportamiento del ser humano. Los componentes de la sociedad se han convertido en un público general y desindividualizado que reciben esa alimentación visual exagerada y responden con movimientos convulsivos, de forma inconsciente en la mayoría de los casos. Cada día es más común encender diferentes medios de comunicación nada más levantarnos. Mientras paseamos o conducimos, nuestro ojo recorre cientos de imágenes construidas. La imagen es el centro de innumerables actividades cotidianas. Por ello, al individuo original o referente se le impone un doble-imagen para una sociedad-público en la que habita. Este doble-imagen ofrece una solución a la demanda insaciable del ojo social, no obstante, es frecuente que el individuo observe en su doble a un “yo-otro” impuesto, que puede desencadenar alteraciones de identidad. Además, las imágenes mediatizadas suelen ser el resultado de una puesta en escena, de una situación artificial y forzada. Debido a esto, a una gran velocidad propiciada por el desarrollo tecnológico, hemos ido abandonando lo natural y espontáneo hasta el punto de retirar de la escena nuestro cuerpo (material que no siempre puede controlarse) para llegar a sociabilizarnos a través de imágenes virtuales. Las redes sociales se establecen como un lugar seguro dónde mostrar lo que los demás quieren ver a través de otro doble (fotográfico y textual) voluntariamente construido por el sujeto espectacular que adquirirá el apelativo de usuario. Esto supone que para la creación de este doble virtual se ha tenido que experimentar un doble proceso de distanciamiento entre el individuo original y el virtual. No existen comunicaciones directas entre ambos ya que en la transición nos tropezamos con el doble-imagen impuesto por la sociedad espectáculo (referente→doble espectacular→doble virtual). La extrañeza ante el “yo-otro” se acrecienta duplicando los efectos perturbadores de este y las crisis identitarias.

Si bien el tema de la identidad viene siendo muy explotado artísticamente tanto dentro como fuera de la red, parece que las estrategias de sociabilización de los espacios 2.0 exigen nuevos planteamientos al respecto. El arte no ha ignorado ese requerimiento y ya ofrece en los propios espacios de análisis obras que, en ocasiones, necesitan de la intervención del resto de usuarios para ir moldeando identidades “personales”.

Creemos que, puesto que la identidad tiene fuertes influencias sociales, es lógico que aquellos miembros que forman parte del contexto social de estas “identidades virtuales artísticas” se vean implicados en la configuración de las particularidades que determinarán su personalidad. Participar en obras de tales características permite actuar conscientemente en la formación de la identidad de otro, haciendo reflexionar acerca de cómo, constantemente, lo hacemos sin conocimiento de causa en todos los procesos de sociabilización.

Actualmente, las manifestaciones artísticas en las redes sociales son una práctica emergente y las obras en dicho espacio que versan sobre identidad fotográfica parecen escasas. No obstante, debido al fuerte impacto social que siguen generando y todas las problemáticas sociológicas que desencadenan, se prevé una proliferación de este tipo de obras, surgiendo nuevos precedentes artísticos que nos ayuden a cuestionarnos ciertos aspectos sobre estas redes y enriquezcan nuestras perspectivas.

6. BIBLIOGRAFÍA

- AA.VV. “La Adicción a Facebook relacionada con la baja autoestima, la depresión y la falta de habilidades sociales”. *Psicología Iberoamericana*, Vol.18, nº1 (2010), (pp. 6-18).
- BOSCO, R; CALDANA, S. “El rostro de las redes sociales”. *El País*. 07 de Mayo de 2012. [Consulta en línea] <<http://blogs.elpais.com/arte-en-la-edad-silicio/2012/05/el-rostro-de-las-redes-sociales.html>> [Consultado: 10/05/2012].
- CASTAÑARES, W. “Realidad virtual, mimesis y simulación”. *Cuadernos de información y comunicación*, nº 16 (2011), (pp. 59-81).
- CASTELLS, M. *La galaxia Internet*. Barcelona, Plaza & Janés Editores, 2001.
- DEBORD, G. *La sociedad del espectáculo*. Documento archivado por la revista *Observaciones filosóficas*. Traducción: José Luis Pardo. 1967. [Consulta en línea] <<http://www.observacionesfilosoficas.net/download/sociedadDebord.pdf>> [Consultado: Noviembre 2011]
- DE DIEGO, E. *No soy yo. Autobiografía, performance y los nuevos espectadores*. Madrid. Siruela, 2011.
- GÁLVEZ MOZO, A.M. “Sociabilidad en pantalla. Un estudio de la interacción de los entornos virtuales”. *AIBR: Revista de Antropología Iberoamericana*, nº Especial (nov-dic 2005).
- HERNÁNDEZ NAVARRO, M.A. *La so(m)bra de lo real: el arte como vomitorio*. Valencia, Diputación de Valencia, 2006.
- LIESER, W. *Arte digital*. s.l. Ed. h.f.ullmann, 2009.
- PANTOJA CHAVES, A. “La sociedad de la imagen. La fotografía como recurso para la memoria histórica”. I Encuentro de Jóvenes Investigadores en Historia Contemporánea de la Asociación de Historia Contemporánea. Zaragoza, 26, 27 y 28 de septiembre de 2007 / coord. por Oscar Aldunate León, Iván Heredia Urzáiz, 2008.
- PÉREZ-LANZAC, C. “Tu *extimidad* contra mi intimidad”. *El País*, 24 de marzo de 2009 [Consulta en línea] <http://elpais.com/diario/2009/03/24/sociedad/1237849201_850215.html> [Consultado: 07/07/2012].
- PÉREZ LATRE F.J. “Las nuevas redes sociales, ¿moda o revolución?”. *Nuestro Tiempo: Revista Cultural y de cuestiones actuales de la Universidad de Navarra*, nº 660 (2010). [Consulta en línea] <<http://www.unav.es/nuestrotiempo/es/temas/las-nuevas-redes-sociales-moda-o-revolucion>> [Consultado: 03/07/2012].
- REAL ACADEMIA ESPAÑOLA, *Diccionario de la lengua española*, 22ª ed. Madrid: Espasa, 2001.
- ROSSET, C. *Impressions fugitives: l’ombre, le reflet et l’écho*. Paris, Éditions de minuit, 2004.
- SIBILIA, P. *La intimidad como espectáculo*. Buenos Aires, Fondo de cultura económica, 2009.
- SPIEGEL, J.E. “Where Art Meets Social Networking Sites”. *The New York Times*, 2 de Julio de 2009. [Consultado en línea]

<<http://www.nytimes.com/2009/07/05/nyregion/05artsct.html>> [Consulta: 19/12/2011].

XIAO, A. "Rachel Is: An interview with Rachel Perry Welty". Blog art 2.1. 29 de Octubre de 2009. [Consulta en línea] <<http://blog.art21.org/2009/10/29/rachel-is-an-interview-with-rachel-perry-welty/>> [Consultado: 19/12/2011].

OBRAS ON-LINE CITADAS:

FACE TO FACEBOOK. [Consulta en línea] <<http://www.face-to-facebook.net/>> [Consultado: 18/12/2011].

FILARDI, L. *Facetbook*. [Consulta en línea] <<http://lizfilardi.com/work/facetbook/>> [Consultado: 10/05/2012].

PONTES, L. *Project Born Nowhere*. [Consulta en línea] <<https://www.facebook.com/Project.Born.Nowhere#!/media/set/?set=a.267787206572540.71764.267781766573084&type=3>> [Consultado: 10/05/2012].

ROMERO; I. Perfil de Facebook. [Consulta en línea] <<https://www.facebook.com/intimidadromero?ref=ts&fref=ts>> [Consultado: 10/05/2012].