

Tipos de fotos publicadas en Facebook por mujeres adolescentes de la Ciudad de Buenos Aires.

Joaquín Linne y Diego Basile.

Cita:

Joaquín Linne y Diego Basile (2013). *Tipos de fotos publicadas en Facebook por mujeres adolescentes de la Ciudad de Buenos Aires. X Jornadas de Sociología. Facultad de Ciencias Sociales, Universidad de Buenos Aires, Buenos Aires.*

Dirección estable: <https://www.aacademica.org/000-038/716>

Tipos de fotos publicadas en Facebook por mujeres adolescentes de la Ciudad de Buenos Aires

Por Diego Basile (FSOC-IIGG/UBA)
y Joaquín Linne (FSOC-IIGG/CONICET)

1. Introducción

Con la masificación de las TIC durante los últimos años, se desarrollaron nuevas prácticas novedosas en la mayoría de los ámbitos sociales (Castells, 2009). En este trabajo de investigación, que se encuentra en progreso y a su vez forma parte de nuestras investigaciones doctorales, nos propusimos indagar en las fotografías digitales que publican en la plataforma Facebook (en adelante, FB) las mujeres adolescentes de sectores populares de la Ciudad Autónoma de Buenos Aires (en adelante, CABA). Dentro de los más de mil millones de usuarios activos que posee FB (Internetworldstats.com, 2013), los usuarios argentinos se encuentran en el puesto doce de mayor población en FB, con más de veintiún millones de usuarios activos (Checkfacebook.com, 2013). Dentro de esta población, los adolescentes son el sector más numeroso y activo (Facebookstats.com, 2013). Esto puede explicarse, en alguna medida, porque son quienes más tiempo disponible poseen, porque son nativos digitales (Urresti, 2008) y a su vez porque se encuentran en un particular período de experimentación y construcción identitaria en el que esta plataforma les resulta especialmente útil y satisfactoria.

Estos resultados provisorios y exploratorios, devienen de una serie de observaciones realizadas a partir de una etnografía virtual (Hine, 2000) desplegada en la mencionada red social. Los adolescentes fueron contactados mediante un perfil de un usuario propio que, actualmente, posee más de 2500 “amigos/as” pertenecientes, en su mayoría, a sectores populares de la Zona Sur de la CABA.

La etnografía virtual permite un estudio detallado de las relaciones en línea, de modo que Internet no es sólo un medio de comunicación, sino también un artefacto cotidiano en la vida de las personas y un lugar de encuentro que permite la formación de comunidades, de

grupos más o menos estables y, en definitiva, la emergencia de una nueva forma de sociabilidad (Ardèvol et al, 2003: 73).

La elección de este tipo de etnografía nos resultó la más conveniente en esta instancia de investigación, donde nuestro foco de análisis apunta a las fotografías publicadas en FB por las mencionadas adolescentes. Este tipo de estrategia metodológica también es denominada por distintos autores como “netnografía” (Kozinets, 2010; Del Fresno, 2011) y se refiere a la investigación social de grupos, comunidades, poblaciones o a través de Internet (Del Fresno, 2011; Wikipedia.org, 2013).

A través de este tipo de investigación, nuestro objetivo es explorar cómo son tales fotos, para luego intentar ordenarlas en géneros o tipos de fotos. En el análisis de nuestro universo de estudio nos encontramos con diversas dificultades debido a lo extenso y reciente del fenómeno de la masificación de la red social y de las TIC como los *smartphones* y las cámaras digitales, cuyo abaratamiento hizo que sea accesible para millones de personas.¹

2. Las fotografías

Dado que, como señalamos, la adolescencia es el período de construcción identitaria por excelencia, los adolescentes son quienes más utilizan la red social y a su vez quienes más fotos personales publican (Facebookstats.com, 2013). Así, el número de fotos publicadas en FB por mujeres adolescentes oscila, en promedio, entre 600 y 1000. En cambio, en el caso de las preadolescentes (11-13 años), el número de fotos publicadas tiende a disminuir considerablemente: la mayoría tiene menos de cincuenta fotos publicadas en la plataforma y más intereses y “me gusta” en juegos e íconos pop como, por ejemplo, Justin Bieber.

La gran mayoría de las fotos de las adolescentes que hemos observado son fotos-*pose*, es decir, fotos de presentación de la persona donde ellas suelen mostrarse solas mientras miran a la cámara con una sonrisa o una expresión curiosa, inocente o sexy, lo que

¹ A su vez, encontramos distintas dificultades en el análisis de nuestro tema de estudio dado que ciertos aspectos son propios del rango etario, al interior de la misma generación, otros son propios del sector social y otros del género. Profundizaremos en estas diferencias en futuros trabajos.

implica una relación directa con el observador. Como observamos en esta y en anteriores investigaciones (Basile y Linne, 2013), coincidimos con el investigador Bonacci (2011) en que este tipo de fotos son centrales en la autopresentación de sí mismos que despliegan las y los adolescentes en los sitios de redes sociales.

A continuación mostraremos una serie de fotos que figuran de modo público en los perfiles abiertos de FB de diversas usuarias. Las fotos de perfil suelen estar tomadas con teléfonos celulares con cámara de fotos –que suelen ser *smartphones*–, con webcams o con cámaras digitales de fotos. Señalamos debajo de cada foto de perfil con qué dispositivo digital fue tomada.

Imagen 1 y 2. Autofoto de perfil



En este tipo de fotos en primeros planos tiende a primar la sensualidad o la cuestión barrial (actual o de origen), en una significativa parte de los casos asociado al club de fútbol (en el caso de la imagen 2, del club Rosario Central, que pertenece a la ciudad origen de la usuaria; en una gran parte de los casos, con camisetas de fútbol de Nueva Chicago, club que representa al barrio de Mataderos y aledaños barrios de la Zona Sur de la CABA).

En muchos casos, las adolescentes suelen ensayar gestos seductores. Asimismo, utilizan maquillaje, vestuario, peinados extravagantes o aparecen pintadas en la cara como gatos, con los bigotes dibujados con marcador negro. El fotógrafo está implícito, no importa quién es, ni qué relación tiene con la adolescente fotografiada. El vínculo se establece directamente entre la fotografiada y el observador de la foto. En muchos casos, estas fotos pose son tomadas con la cámara del celular o con la webcam. Las adolescentes,

a través de estas prácticas, ensayan distintos tipos de femineidad y el *feedback* que reciben a través de los comentarios en el muro o por mensajes privados.

Imagen 3. Autofoto de perfil en baño



En ambos casos, se trata de una autofoto: fotografías tomadas en soledad, generalmente en la propia casa (en la habitación, en la cocina o en el baño) que se toman en repetidos casos, en series de entre tres y diez fotos. Son agrupadas luego en álbumes de FB bajo algún título del tipo “aburrida en casa”. En estas series de fotos las adolescentes van gesticulando: sonrisa, cara de duda, tiran un beso, sacan la lengua, hacen muecas. A veces incorporan un objeto: por ejemplo, una flor o un osito de peluche. Estas fotos emulan una sesión fotográfica típica de modelo que posa para una revista, una publicidad gráfica o un canal de televisión.

Imagen 5. Autofoto tomada con cámara digital en baño



Este juego se acentúa cuando son dos amigas las que se toman las fotos entre sí y se muestran juntas en las fotos. En muchos de estos casos muestran el cuerpo entero, o distintas partes del cuerpo y juegan con el cambio de vestimenta, maquillaje y accesorios.

Estas estrategias que generan intuitivamente a través de lo que aprenden básicamente a través de su socialización mediática, publicitaria, familiar y con su grupo de pares, tienen por objetivo principal seducir y generar aceptación y atracción entre su comunidad de contactos de la red social.

Imagen 6. Foto tomada por amiga con cámara



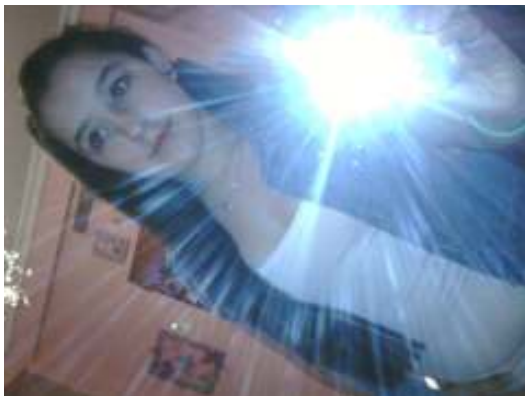
En algunos casos, las adolescentes se inscriben con el lápiz labial los nombres de las personas a quién va dirigida la foto. Por ejemplo, escriben en su panza el nombre “Gustavo”, seguido de un corazón. Estas fotos por lo general se toman en distintos espacios de la casa y son un ejemplo del significativo componente lúdico que tiene esta práctica performativa entre las adolescentes.

Imagen 7. Autofoto tomada con webcam



En esta autofoto para muro tomada con webcam en habitación propia, podemos observar el uso de elementos que contribuyen a la autopresentación de sí misma: aro, anillos, reloj, lengua, musculosa, maquillaje y uñas largas en primerísimo primer plano. Entre las fotos de estas series, ellas eligen una como fotografía de perfil (como la imagen 7, que por unos días funcionó como foto-presentación o foto de entrada al perfil). Específicamente en el caso del álbum “fotos de perfil” (predeterminado por la plataforma), en la mayoría de los casos aparecen fotos de rostro pero también de cuerpo entero, mirando a cámara, sonriendo, mostrando en muchos casos sus piercing en el ombligo y probando diferentes vestuarios, poses, gestos, ángulos y peinados.

Imagen 8. Autofoto tomada con cámara digital con flash en habitación



Entre las fotos “caseras”, también hay fotos más infantiles y familiares, que son menos sexies y están dirigidas principalmente al grupo familiar: por ejemplo, con los hermanitos, con ositos o con el perro caniche toy.

3. Fotos con amigas, dentro y fuera de casa

Por un lado, observamos un tipo de fotografías que podemos denominar como “de interior”: estas transcurren en el interior de la casa y son del estilo autofoto. Es decir, efecto del juego en el que exploran vestimenta, gestualidad, corporalidad. Estas imágenes pueden ser tomadas en soledad o junto con una amiga y publicadas en conjunto. Por lo general, estas sesiones se realizan entre las “mejores amigas” y tienden a conversar a diario, a elogiarse las fotos que publicada cada una y a declararse públicamente su amor entre sí a

través del muro. Estos grupos de pares suelen estar conformados por entre dos a cuatro amigas. A partir de las fotos que publican, se declaran públicamente, por ejemplo, que “sos mi compañera, mi hermana, mi novia”, a lo que la otra responde “yo te quiero más hermosa”.²

Imagen 9. Autofoto tomada frente al espejo junto a amiga íntima



Estas mismas fotografías, tomadas con cámaras digitales personales, pueden ser replicadas en ciertos lugares públicos, como la escuela, la calle, o la plaza. Se observan ellas a caballito de una amiga, tiradas en una plaza, abrazadas con una amiga y un amigo, comiendo en un local de fast food, posando con amigas en el baño de un shopping. La propuesta es la misma: una posa y la otra toma las fotos, o dos posan y gesticulan para la cámara. Generalmente con intención sensual, desinhibida, provocativa segura. Las fotos tomadas en la escuela suelen ser más frecuentes en los muros de las adolescentes de sectores populares que de sectores medios, al igual que las quejas y críticas realizadas en sus muros a la escuela.

² Estas demostraciones de amor femenino pueden también ser vistas, además de como expresión genuina y experimentación, como acción performativa para captar y seducir la atención de su comunidad de pares. De este modo, también son frecuentes las fotos personales donde aparecen con amigas íntimas abrazadas, besándose o tocándose de modo sensual, sin miedo a mostrarse ni a expresar sentimientos, y además coqueteando con el lesbianismo para estimular las fantasías masculinas.

Imagen 10 y 11. Fotos de dos amigas tomadas en plazas públicas



Este tipo de fotos, que suelen ser tomadas a su vez por otra amiga, disminuye considerablemente cuando ellas tienen pareja. En el caso de las parejas, las fotos de cuerpo entero y en posiciones sensuales tienden a disminuir, al igual que la cantidad de autofotos con diferentes gestos y posiciones corporales. A su vez, aparecen más fotos con el novio y más declaraciones de amor a él en particular.

Fuera de la casa también se producen fotos grupales, cuya propuesta se diferencia de la foto pose, y no está tan centrada en la figura femenina. Se observan estas fotos tomadas en la calle, en el aula, patio o baño del colegio, en plazas o parques al aire libre. En estas fotos las adolescentes se muestran más espontáneas, en escenas de ocio y diversión junto al grupo de pares.

Imagen 12 y 13. Fotos grupales de amigas en baño y aula de colegio, respectivamente



Las fotos sacadas en colegios son un recurso muy utilizado por esta comunidad de adolescentes. Sea en el aula, en el baño o en el patio del colegio, las adolescentes se muestran junto a amigas y compañeros de clase, con el fondo de los bancos, pizarrones y otros compañeros que en muchos casos aparecen estudiando. Ellas y ellos aparecen en las fotografías como desentendidos, cancheros y más allá de la tarea escolar. En muchos casos, cuando estas fotos son tomadas con el celular, son publicadas casi instantáneamente en su muro de FB, a veces con comentarios del tipo “aburridos en la escuela” o “acá en la escuela haciendo face”.³

4. Edición

Una gran parte de las fotos son editadas con los programas gratuitos y amigables. La mayoría de las mujeres adolescentes, a diferencia de los varones, donde esta actividad es más matizada, editan una significativa parte sus fotos.

Como vemos en la imagen 5, que fue tomada con una cámara digital de fotos por una amiga de la que posa en la foto (quien la publicó en su perfil y muro), a su vez fue autoeditada con el programa online de imágenes llamado Instagram.

Imagen 14 y 15. Autofotos tomadas para muro y editadas con Photoshop



A su vez, es frecuente encontrar entre adolescentes de sectores populares de la CABA, montajes editados en Pizap o Photoshop donde se propone, lúdicamente, un duelo

³ Esto podemos relacionarlo con lo observado en investigaciones anteriores (Basile y Linne, 2012): que, en muchos casos, los adolescentes de sectores populares encuentran un bajo nivel de satisfacción y utilidad en los conocimientos recibidos en la escuela; en sectores medios, en cambio, este nivel de satisfacción y sensación de utilidad parece ser mayor.

entre dos contactos amigos. Este tipo de posteos comenzó en un momento siendo más masivo y viral entre mujeres adolescentes, pero pronto se viralizó y volvió también una práctica frecuente entre adolescentes varones de sectores populares del segmento etario de 13-14 años. Este mismo segmento etario es entre mujeres el que con mayor frecuencia realiza este tipo de “duelos lúdicos y estéticos”.

5. Diferencias por sector social. Dispositivos y calidad de imagen, edición, escenarios de la toma, intereses

En la mayoría de los casos las adolescentes suelen poseer y exhibir en sus fotografías su cámara digital, su teléfono móvil con cámara de fotos, su televisor y su laptop o computadora de escritorio. Estos elementos electrónicos con los que en muchos casos realizan autofotos suelen formar parte de la puesta en escena y de la escenografía y presentación de sí mismas que construyen para los otros. Las adolescentes de sectores medios tienden a poseer más dispositivos digitales, a publicar más fotos con fondo de su casa y a postear más videos que las de sectores populares. A su vez, la calidad de imagen de las fotos publicadas funcionan como un signo de distinción para las adolescentes del Sur de la Ciudad de Buenos Aires; así, a mayor definición de imagen y edición, se porta un mayor status dentro de la comunidad de pares a la que se pertenece en la plataforma, siendo la habilidad para tomar, posar, editar y publicar fotos una de las cualidades más valores en los perfiles tanto femeninos como masculinos.

En este sentido, si bien muchos adolescentes varones tienden a no posar en fotos de modo solitario, cada vez empiezan a aparecer más usuarios varones adolescentes que lo hacen, imitando, de algún modo, a las usuarias mujeres.

En el caso de las adolescentes de sectores populares, podemos observar que las fotos de perfil tienden a estar en más casos tomadas con teléfonos celulares y a tener una calidad de definición menor. Esto es probable que se deba a que no tienen al alcance dispositivos de fotografía digital HD o con alto nivel de píxeles como sí tienen las adolescentes de sectores medios (o las familias de sectores medios). Si bien esto no es tan lineal y existen miles de casos donde en sectores populares poseen mejores cámaras digitales y *smartphones* que en sectores medios, sigue siendo una tendencia a señalar el

peso del nivel socio-económico en la adquisición de dispositivos tecnológicos. A su vez, en muchos casos en sectores populares las adolescentes eligen para su foto de perfil una tomada en el baño de su casa o en la vía pública, mientras que en sectores medios desdeñan esta práctica y tienden a elegir como foto de perfil una tomada en su habitación, en vacaciones en Villa Gesell o en la piscina. Otro aspecto que plantea diferencias entre las adolescentes de sectores medios y populares se relaciona con los intereses. En el caso de las últimas, ellas suelen declarar en el ítem intereses del propio perfil que les interesan los hombres, el barrio (Mataderos, Lugano, Piedrabuena, etcétera) y el equipo de fútbol del que son hinchas (mayormente, Boca Juniors, River Plate, San Lorenzo, Independiente, Nueva Chicago, aunque también encontramos clubs más federales como Newell's o Rosario Central).

6. A modo de reflexión final. Nuevos Géneros en la fotografía amateur

En el campo de la fotografía amateur emergieron nuevos géneros junto con el desarrollo de la tecnología digital portátil, cuya existencia era imposible en tiempos de tecnología analógica. Considerando el caso de las mujeres adolescentes de sectores populares, podemos identificar los siguientes géneros:

- **Autofoto.** Principalmente intimista, tomada en el propio hogar, y con una intención de foto pose. Permite al adolescente experimentar con la presentación de sí, su aspecto exterior y estético. En este sentido, la fotografía funciona como una extensión de la relación con el espejo.
- **Foto-book.** El “jugar a ser modelo” tan afecto a la adolescencia femenina dispone ahora de una herramienta fundamental: la cámara de fotos que registra escenas de dicho juego. Simultáneamente, las redes sociales como FB, posibilitan “poner a prueba” esa exploración. Las adolescentes, de esta manera, “testean” el nivel de reconocimiento y aprobación de su corporalidad poniendo a disposición de sus pares -y de una audiencia imaginada, pero invisible-, las fotografías tomadas, en busca de la aprobación mediante los “me gusta” y los comentarios adicionales.

- **Foto con grupo de pares.** Es amplio y variable, el repertorio de fotos que se pueden ubicar dentro de esta categoría. Pero las características novedosas que incorporó la tecnología móvil digital son las siguientes: 1) las fotografías pueden ser tomadas en múltiples situaciones, tales como en la escuela, en la calle, en un shopping, o en una plaza. 2) la espontaneidad de las tomas, ya que el costo casi nulo de cada toma dada la digitalización, permite la toma espontánea así como la experimentación.
- **Fotos de salidas nocturnas.** Esta categoría podría estar incluida en el ítem anterior, pero es importante destacarla de forma independiente, debido a que la nocturnidad ha sido considerada un espacio temporal principalmente gobernado por los jóvenes, en tanto es el espacio-tiempo en que los adultos duermen (Margulis). Esa nocturnidad, tiene actualmente esta nueva posibilidad de auto-registro, en la vía pública y en locales nocturnos. Estos registros, posteriormente publicados en FB, conforman una versión amateur de las revistas del tipo *Caras* o *Gente*: cómo estaba vestido tal, con quién se lo vio esa noche a tal otro, cuánto se disfrutó tal fiesta. Pero en este caso, con una audiencia conformada por una comunidad de íntimos, un conjunto de amigos y conocidos, y un resto indefinido de espectadores desconocidos.

En todos estos casos, son los adolescentes quienes toman fotos de sí mismos, sin la mediación de los adultos. Esto provoca que también el espacio de publicación y circulación de las fotografías, en las redes sociales como FB, sea impregnado por los adolescentes con sus propias imágenes.

A excepción de la foto-book, que es preponderante entre las mujeres, las categorías aquí presentadas corresponden a las prácticas de los adolescentes en general, sin distinción por sector social ni género. Estas distinciones, sin embargo, se hallan en los contenidos de las fotos, en los escenarios de la toma, en los objetos y estéticas valorados por los adolescentes, a partir de los cuales intentan distinguirse.

Con FB los adolescentes de sectores medios abren la ventana de la cultura de la habitación. Los sectores populares generalmente carecen de habitación propia. Muchas adolescentes sin embargo, habitan la casa familiar durante el día, a cargo de las tareas del hogar, y mientras tanto, experimentan con su imagen, la registran, y la comparten en las redes sociales.

Como planteamos en otro trabajo (Basile y Linne, 2013), las mujeres adolescentes de sectores populares constituyen un segmento de la población profundamente novedoso en cuanto a las prácticas fotográficas. Esto se debe a que, por el contrario, en la cultura Kodak el estereotipo de fotógrafo amateur era un hombre adulto de sectores medios. En esta novedosa relación con la fotografía, destacamos el uso que las adolescentes de sectores populares llevan a cabo al experimentar con su propia imagen, intercambiando vestidos, accesorios, pinturas, peinados, probando gesticulaciones y distintos movimientos corporales. De este modo, se lleva a la práctica una versión libre y amateur del book típico ofrecido por las casas fotográficas profesionales.⁴ La diferencia es que ahora la cámara digital les permite el registro de tales experimentaciones y la plataforma FB funciona como un espacio común de publicación y compartido de tales sesiones caseras. Para etapas posteriores de esta investigación, profundizaremos en la cuestión performativa de las imágenes que publican las adolescentes y las compararemos con las publicadas por los varones de su comunidad de pares. De este modo, continuaremos indagando en cuestiones de género vinculadas a la imagen, la autopresentación de sí mismo, la performance virtual y la cuestión de género, aspectos en la configuración identitaria de la población adolescente.

⁴ A este servicio solían y suelen acceder, mayoritariamente, las adolescentes de sectores medios, y en especial esta práctica se limita al evento de la fiesta de cumpleaños de quince.

Bibliografía citada

- Ardèvol, E. et al (2003): “Etnografía virtualizada: la observación participante y la entrevista semiestructurada en línea”, en *Athenea digital* n° 3, pp. 72-92.
- Basile, D y Linne, J. (2013): “Transformaciones recientes en las prácticas fotográficas”, inédito (en proceso de referato).
----- (2012): “Los jóvenes, la brecha digital-educativa y las TIC: un estudio de caso a partir del Programa Conectar Igualdad”, ponencia presentada en el Second International Sociological Association Forum, Facultad de Ciencias Económicas, UBA, 1° al 4 de agosto.
- Bonacci, J. (2011): “Los jóvenes de perfil: una aproximación a las representaciones corporales de adolescentes y jóvenes usuarios de Facebook”, ponencia presentada en las Jornadas sobre Jóvenes en Tucumán, Argentina, octubre de 2011.
- Castells, M. (2009): *Comunicación y poder*, Alianza, Madrid.
- Del Fresno, M. (2011): *Netnografía. Investigación, análisis e intervención social*, Editorial UOC, Barcelona
- Hine, C. (2000): *Virtual Ethnography*, Sage, Londres.
- Kozinets, R. (2010): *Netnography: The Marketer's Secret Weapon*, White Paper, Mountain View.
- Urresti, M. (2008): “Ciberculturas juveniles: vida cotidiana, subjetividad y pertenencia entre los jóvenes ante el impacto de las nuevas tecnologías de la comunicación y la información”, en Urresti, M. (ed.): *Ciberculturas juveniles*, La Crujía, Buenos Aires.

Sitios web consultados

- www.checkfacebook.com (consultado el 25 de abril del 2013)
- www.facebook.com (consultado el 26 de abril del 2013)
- www.facebookstats.com (consultado el 24 de abril del 2013)
- www.internetworldstats.com (consultado el 25 de abril del 2013)
- www.wikipedia.org (consultado el 20 de abril del 2013)