

VIII Congreso Internacional de Investigación y Práctica Profesional en Psicología  
XXIII Jornadas de Investigación XII Encuentro de Investigadores en Psicología  
del MERCOSUR. Facultad de Psicología - Universidad de Buenos Aires, Buenos  
Aires, 2016.

# Selfies: autorretratos de la contemporaneidad.

Otaño, Sergio.

Cita:

Otaño, Sergio (2016). *Selfies: autorretratos de la contemporaneidad*. VIII Congreso Internacional de Investigación y Práctica Profesional en Psicología XXIII Jornadas de Investigación XII Encuentro de Investigadores en Psicología del MERCOSUR. Facultad de Psicología - Universidad de Buenos Aires, Buenos Aires.

Dirección estable: <https://www.aacademica.org/000-044/35>

ARK: <https://n2t.net/ark:/13683/eATh/xgu>

*Acta Académica es un proyecto académico sin fines de lucro enmarcado en la iniciativa de acceso abierto. Acta Académica fue creado para facilitar a investigadores de todo el mundo el compartir su producción académica. Para crear un perfil gratuitamente o acceder a otros trabajos visite: <https://www.aacademica.org>.*

# SELFIES: AUTORRETRATOS DE LA CONTEMPORANEIDAD

Otaño, Sergio

Facultad de Psicología, Universidad de Buenos Aires. Argentina

---

## RESUMEN

Este ensayo articula los aportes del enfoque psicodinámico y de la sociología para intentar traer luz sobre el fenómeno contemporáneo de las selfies en tanto expresión representativa de la contemporaneidad. El mundo posmoderno se caracteriza por el estado de la cultura después de las transformaciones que operaron sobre los paradigmas de la ciencia, la literatura y las artes a partir del siglo XX. En este contexto, la tecnología y las redes sociales han generado nuevas formas de comunicación entre los sujetos en las que se observa una prevalencia de imágenes y de puesta en escena. En lo subjetivo, se destaca la búsqueda de lo inmediato, se pierde la intimidad de modo que la vida propia y la de los demás se convierte en un show. El sujeto busca dar un buen espectáculo con el fin de lograr la aprobación del entorno en el que se desenvuelve. Al compartir imágenes en las redes sociales el sujeto se expone, se vuelve vulnerable y transforma su propia subjetividad. El abordaje de estas cuestiones que se entrecruzan y problematizan se expone con un carácter descriptivo a través de un análisis teórico basado en diversos aportes bibliográficos.

## Palabras clave

Redes sociales, Subjetividad, Posmodernismo, Autorretratos, Era líquida, Selfies, Comunidades virtuales

## ABSTRACT

### SELFIES: SELF-PORTRAITS OF CONTEMPORANEITY

This essay tries to shed some light on the contemporary phenomenon of selfies as a representative expression of post-modernity considering the approaches of psychodynamics and sociology. Postmodern world is characterized by the state of culture after the transformations operated on the paradigms of science, literature and art that started during the twentieth century. In this context, technology and social networks have generated new forms of communication between people in which a prevalence of imaging and staging is observed. In the subjective sphere, it is noted the seeking of immediacy; the sense of privacy is lost so that people's own life as well as other's become a show. People aim to give a good performance in order to win approval of the environment in which they operate. By sharing images on social networks people get exposed, they become vulnerable and transform their own subjectivity. These issues that intersect and problematize each other are addressed by presenting them with a descriptive character through a theoretical analysis based on various bibliographic contributions.

## Key words

Social networks, Subjectivity, Postmodernism, Self-portraits, Liquid era, selfies, Virtual communities

## Introducción

De acuerdo al diccionario Merriam-Webster (2016), selfie es una imagen de uno mismo tomada por uno mismo mediante el uso de una cámara digital, en particular, para su publicación en las redes sociales.

Resulta interesante, señalan Fernández Zalazar y Neri (2008), que en la misma definición de selfie se establece una referencia a la acción sobre sí mismo de sacarse fotos. El sí mismo, la subjetividad, en términos sociológicos, se refiere al campo de acción y representación de los sujetos posicionados psicológicamente y condicionados a circunstancias históricas, políticas, económicas y culturales. Las TIC —que incluyen, entre otros dispositivos, tanto a los teléfonos inteligentes como las tabletas— son representativas de la época actual y están en concordancia con las condiciones socio-históricas y articuladas con los procesos subjetivos. Tanto la fotografía digital como el intercambio de imágenes en las redes sociales son fenómenos propios de este tiempo, mientras que la selfie constituye una marca especial, un signo paradigmático de la contemporaneidad. Al analizar brevemente la definición de selfie en inglés “An image of oneself taken by oneself...”, se encuentra que, además de “imagen de uno mismo”, es posible pensarla como “imagen unitaria de sí mismo”. Por varias razones, esta significación parece ofrecer un campo fértil para desarrollar algunos conceptos respecto de la subjetividad en estos tiempos.

## Desarrollo

Hacia fines del siglo XX la modernidad sufrió un proceso de transformación en virtud del cual lo sólido se convertía en algo tenue, sutil, vaporoso: una modernidad líquida (Bauman, 1999). Los sólidos que se derriten en este tiempo de la modernidad líquida, son los vínculos entre las elecciones individuales y las acciones colectivas. No hay pautas estables ni predeterminadas, es el tiempo de la desregulación, de la flexibilización, de la liberalización de los mercados. Bauman analiza cinco baluartes de la modernidad en torno a los cuales ha girado la expectativa de la condición humana: emancipación, individualidad, tiempo/espacio, trabajo y comunidad. Hoy estos conceptos están vivos y muertos al mismo tiempo, son una especie de zombis.

Este contexto de licuefacción de nociones filosóficas y religiosas que implican una ruptura con las nociones modernistas de dignidad humana, libertad, integridad física, moralidad y gusto estético tiene profundas implicancias en la subjetividad. Se trata de repensar la sociedad a partir de un mundo caótico y multidimensional en el que se homogeneizaron las diferencias. El sujeto parece entrar en la deriva de un tiempo que se puede entender como una crisis radical. Una crisis de una cierta autoimagen —selfie puede pensarse también como autoimagen— de la modernidad. Según Lipovetsky (2006), en esta era líquida impera una lógica social de la diferencia sustentada en una sed de imágenes y espectáculos, el gusto por la autonomía, el culto por el cuerpo y la embriaguez de sensaciones y de lo novedoso. Se consume para uno mismo.

En este contexto, Turkle (1995), considera Internet como un elocuente laboratorio social que les permite a los sujetos experimentar con diversos fragmentos de su identidad; lo que caracteriza un yo

descentrado y fragmentado que se reconstruye a través del juego y las interacciones. Además, en las redes sociales, las imágenes han desplazado al texto en las interacciones y éstas están íntimamente asociadas a los hábitos y conductas en línea de la gran mayoría de los jóvenes y adolescentes. En el contexto de las redes sociales, la fotografía puede ser tomada, como señala Sontag (2006), como un objeto que permite la ilusión de posesión de una experiencia, lugar u objeto retratado. Fernández Zalazar y Neri (2008), agregan que no se trata solo de captar el momento sino de publicarlo en la web instantáneamente, con un sentido de “estoy siendo”.

En las redes sociales abundan las fotografías, principalmente de jóvenes, adolescentes y preadolescentes que se exhiben en poses seductoras, interesantes e intrépidas, como en un intento de cristalizar una cierta cualidad con la ilusión de poseerla. La selfie les permite presentar una imagen íntegra de sí mismos y, de ese modo, desmentir la angustia que sienten en la lucha por participar y estar incluidos en los modelos sociales propios de la época. Además, en Internet, las relaciones interpersonales se desarrollan en ausencia de los cuerpos por lo que las imágenes cobran una mayor relevancia.

En el campo de la imagen, la era líquida parece haber revitalizado los mitos medievales de princesas y caballeros andantes, que representaban las cualidades de belleza y virtud las unas y de valentía y justicia los otros. Excepto que ni la virtud ni la justicia son requisitos hoy ya que con la belleza y la intrepidez parece ser suficiente. Las redes sociales permiten a los sujetos promocionarse en un escenario virtual que puede ser visto por miles de personas en todo el mundo y, potencialmente, crear un estatus de pequeñas súper estrellas para ellos. El número de likes (me gusta) es una medida del reconocimiento en este mundo virtual. Sin embargo, existen diferencias sexuales en las modalidades de exposición ya que mientras la mayoría de las mujeres recorre el camino de la belleza, la mayoría de los varones transita el de la intrepidez. En este sentido, muchos varones buscan capturar la selfie suprema que no sólo logre impresionar a los demás, sino que también provoque cientos de likes y de ese modo aumente su autoestima y su valor social. El sujeto puede pensar que otros están interesados en todo lo que hace y para mantener ese nivel de popularidad, se siente compelido a impresionar a sus seguidores constantemente, mostrándoles tomas más emocionantes de sí mismo. Así abundan imágenes de sujetos que se cuelgan con una mano en el piso más elevado de un rascacielos –también en puentes, antenas, esculturas y otros– mientras que con la otra operan el selfie-stick (un bastón con interface Bluetooth que sostiene una cámara o un teléfono inteligente en el extremo).

La rutina femenina es distinta. De acuerdo con Simmons (2014), la mayoría de las publicaciones de Instagram de muchas adolescentes y preadolescentes son artimañas deliberadas para mejorar su estatus social: etiquetan un amigo que no está en una foto para compartir la experiencia, para construir su popularidad, o intencionalmente publican una foto de una reunión sin otra chica, para reducir la popularidad de ésta última. Además, esta red social, está específicamente enfocada en los elementos que tienen más posibilidades de cultivar sentimientos de soledad y auto-desprecio: las fotos y el botón de like. En Instagram, se obtienen más pistas explícitas e implícitas de que la gente es feliz, rica y exitosa a través de una foto que por medio de la actualización del perfil. Las selfies publicadas en esta red social, constituyen demandas de reconocimiento y recibir menos likes que los esperados puede ser sentido como rechazo social. Además, se establece un juego de celos y competencia. Si ve fotos atractivas de una amiga, una manera de compensar –el empobrecimiento del yo– es a través de la publica-

ción de fotos propias incluso mejores, luego su amiga ve estas fotos y publica otras aún mejores, y así sucesivamente. La autopromoción desencadena más autopromoción, por lo que el mundo en las redes sociales se ubica, cada vez, más lejos de la realidad.

Muchos jóvenes emplean una considerable cantidad de tiempo en la creación de imágenes favorecedoras de sí mismos, para seleccionar una imagen perfecta entre cientos de ellas. Pero, no necesariamente comprenden que otros también pasan mucho tiempo dedicados exactamente a la misma tarea. Tras haber dedicado bastante tiempo a la organización y filtrado de imágenes, destinan aún más tiempo al escudriñar imágenes cuidadosamente organizadas y filtradas de otras personas y asumen que éstas no invirtieron tanto tiempo como ellos. Cuanto más repiten este patrón de comportamiento, más distorsionada es su percepción de que la vida de los otros es más significativa que la propia y surge la envidia. En palabras de Epicteto en Carer (1910): “La envidia es el adversario de los afortunados.” Y Lacan (1992), encuentra que la envidia se reconoce en la mirada amarga del sujeto que se siente descompuesto y envenenado. Lacan pone el foco en los ojos del sujeto que saltan hacia la imagen de otro, mientras su propio rostro palidece, lo que hace surgir una conexión íntima entre celos y envidia, la *jalouissance* –neologismo que integra la noción de celos *jalousie* con goce *jouissance*–.

La búsqueda de una imagen mejorada de sí también encuentra otras vías de expresión. Por ejemplo, la Academia Americana de Cirugía Plástica y Reconstructiva, informa que las redes sociales basadas en imágenes –como Instagram, Pinterest, Tumblr y Flickr, entre otras– son al menos parcialmente responsables del incremento en las cirugías plásticas, especialmente entre los adolescentes (AAFPRS, 2015). La encuesta a los miembros de ese año revela una nueva tendencia que apunta a más adultos jóvenes y adolescentes que optan por procedimientos estéticos. Los años de la adolescencia y la juventud son una etapa de gran susceptibilidad a las influencias intersubjetivas, en particular a las selfies de celebridades vistas a través de las redes sociales. Mientras más imágenes observan, más quieren replicar la apariencia, usualmente mejorada con Photoshop, que se hizo pasar como real en la publicación. Se trata del grupo demográfico más joven en la historia que consulta y solicita tratamientos con los cirujanos plásticos de todo el país.

## Discusión

Existe una dificultad inherente al examinar fenómenos de la contemporaneidad toda vez que estos fenómenos atraviesan la subjetividad de los propios investigadores que se ven abrumados ante una creciente abundancia de datos –volátiles, imprecisos, cambiantes– que circulan globalmente a gran velocidad. Asimismo, los propios analistas reconocen que falta un marco teórico válido –en términos de consenso de la comunidad científica–, para poder analizar extensivamente todos los hechos que tienen lugar a lo largo de este complejo proceso de la contemporaneidad.

De acuerdo con Lipovetsky (2006), en la contemporaneidad, se destaca el valor narcisista que conduce a un individualismo exacerbado. El narcisismo está vinculado a un anhelo por relacionarse con el otro, por ejemplo, a través de intercambios en las redes sociales, con nuevos modos de exhibirse, de conectarse y de definirse. Estos intercambios son particularmente notorios en las publicaciones de selfies. Además, Turkle (2012), señala que la tecnología atrae más al sujeto en los puntos donde es más vulnerable, en particular destaca el sentimiento de soledad y el temor a la intimidad. Para superarlos, se diseñan tecnologías que dan la ilusión de la compañía sin las exigencias de la amistad. En este sentido, la autora

usa la metáfora juntos/separados para dar cuenta de un modo de estar contemporáneo, solos pero conectados con alguien a través de las redes informáticas, junto a alguien, pero dedicados a alguna actividad en el mundo digital.

Efectivamente, al indagar sobre la intersección de universos complejos en sí mismos, como las redes informáticas, los sujetos y sus intercambios sociales, es posible perder de vista que los usos que las personas puedan darle a estos intercambios podrían recaer en diversas categorías –desde el intento de integrarse con compañeros de la escuela hasta el marketing, el bullying o la comisión de delitos, entre otros-. Asimismo, como señalan Fernández Zalazar y Neri (2008), el gran ausente en las discusiones sobre los elementos de socialización en entornos virtuales es el concepto de mediación, un factor importante ya que el sujeto siempre se encuentra con el otro mediado, ya sea por objetos reales o simbólicos. En este sentido, una mirada sesgada sobre las personas, o sobre las tecnologías deja afuera del universo simbólico los determinantes históricos, políticos, económicos y culturales que se mencionaron en la introducción: “Las fotos o las URL compartidas son la puerta de entrada al mundo del otro” (p. 105). El otro, como una subjetividad contemporánea que se expresa, también, en la búsqueda de perfección en una imagen de esas selfies que además pueden ser productoras de sentido, de belleza y de ámbitos de inclusión.

A través de este recorrido exploratorio, resulta elocuente que lejos de arribar a conclusiones, se abren diversas líneas de investigación posibles. Por eso a modo de cierre quedan planteados los siguientes interrogantes:

¿El fenómeno de las selfies estará ligado al aumento del narcisismo en la contemporaneidad o se trata sólo de una vía de expresión facilitada por el desarrollo tecnológico? ¿Se tratará, en cambio, de un intento de mantener la ilusión de unidad de un yo fragmentado? ¿Será que acaso al sujeto le resulta conveniente –al economizar palabras- dar a conocer donde está, con quién(es), lo que hace y su estado de ánimo a través de una selfie?

¿Es posible que los sujetos intercambien selfies para paliar su soledad y obtener gratificación sin necesidad de comprometerse íntimamente con otros?

¿Se tratará acaso de la posibilidad de desarrollar una vida paralela en un espacio digital cuya supervivencia depende de los intercambios –por ejemplo de selfies- como un modo de hacer saber a los otros que está presente (vivo) en el flujo de información global? Además, ¿Qué impactos podría tener esa vida digital sobre la vida del sujeto en el día a día?

## BIBLIOGRAFÍA

- American Academy of Facial Plastic and Reconstructive Surgery AAFPRS (2015). Face of plastic surgery goes younger due to growing social media and reality tv influence on millennials. Extraído de <http://www.aafprs.org/>
- Bauman, Z. (2002). *Modernidad Líquida*. Madrid: Fondo de Cultura Económica.
- Carter, E. (1910). *The Moral Discourses of Epictetus*. Montana: Kessinger Publishing.
- Fernández Zalazar D. y Neri C. (2008). *Telarañas del conocimiento. Análisis de los recursos y aplicaciones didácticas de la web 2*. Buenos Aires: Editorial Libros y Bytes.
- Lacan, J. (1992). *El Seminario 20: Aún*. Buenos Aires: Paidós.
- Lipovetsky, G. (2006). *La era del vacío*. Barcelona: Anagrama.
- Merriam-Webster (2016). *Merriam-Webster Dictionary*. Extraído de [Merriam-Webster.com](http://Merriam-Webster.com).
- Simmons, R. (2014). *The secret language of girls on Instagram*. Extraído de <http://time.com/3559340/instagram-tween-girls/>
- Sontag, S. (2006). *Sobre la fotografía*. Buenos Aires: Alfaguara.
- Turkle, S. (1995). *La vida en la pantalla. La construcción de la identidad en la era de Internet*. Barcelona: Paidós.
- Turkle, S. (2012). *Alone together. Why we expect more from technology and less from each other*. New York: Basic Books.