

VIII Jornadas *Crisis*

La imagen en las redes sociales

Del deseo a la necesidad

Holga Méndez Fernández

La autora de este artículo, que no tiene ni está en Redes Sociales, se zambulle en ellas con el objetivo de mostrarlas en dos pequeños vídeos

Imaginad ese mundo de electricidades nomádicas, superpoblado de imágenes, cruzado hasta la saturación por sus proyecciones catódicas, lanzadas en todas las direcciones. Imaginad un mundo en el que ellas se encuentran proliferando ilimitadamente, ubicuas, fugando como ondas expansivas en cada lugar y desde él hacia todo otro, superponiéndose ininterrumpidamente, plegadas y amontonadas hasta lo imposible. Un mundo poblado de infinitos conos escópicos que salen de cada lugar y se dirigen hacia cualquier otro, en cualquier dirección, como si en todo lugar cualquiera presumiera que puede haber un captor, un —digamos— “espectador”, un operador de recepción (una pantalla y la máquina que la opera) que podría estar ahí interceptando su viaje, su tránsito, para interesarse por lo que ella porta, cuenta, para escuchar el testimonio que ella o ellas, infinitas (en número y en su viaje), tiene o tienen que decir.

José Luis Brea, *Las tres eras de la imagen*, 2010.



Hambre (Emilio Pedro Gómez)

Para una que no tiene o no está en Redes Sociales que le propongan hacer un vídeo y un texto sobre «la imagen en las redes sociales» es, cuando menos, atrevido, desconcertante y con-movedor. ¿Qué podría hacer o decir de las Redes Sociales? Al mismo tiempo, ¡vale, sí, puedo hacerlo! Pero, no estoy en RRSS, no tengo redes sociales, desconozco su funcionamiento. No sé cómo moverme en redes. Si además nos plantean la “necesidad” de la imagen, nos damos de bruces con la solución, con la respuesta. Parafraseando a Jorge Wagensberg, «si la necesidad de la imagen es la respuesta, ¿cuál era la pregunta?». Está claro que la imagen es necesaria, imprescindible, la condición *sine qua non* de las redes sociales. Pero ¿de qué imagen estamos hablando?, ¿quién produce o consume esa imagen? ¿Se puede hablar de “diferencia” en la imagen de las redes sociales? Antes descubro tres verbos: tener o estar y mover. Estamos y nos movemos en las redes sociales. ¿Qué o quién se mueve en Redes?

Recordemos primero que nos encontramos inmersos en la segunda revolución digital, bajo la preeminencia de Internet, las Redes Sociales y la telefonía móvil. El espacio ha dejado de existir, el tiempo se superpone en un infinito indefinido. Un tiempo autónomo del espacio, puro *fluir de la diferencia*, en un escenario matricial, de acceso equiprobable, en el que los lugares se distribuyen a lo largo de una topología sin orden ni orientación, la misma en todas las direcciones. Segundo, somos parte de la sociedad de consumo quien nos alienta con satisfacer nuestros deseos; sin embargo, esa promesa solo puede resultar seductora en la medida que el deseo permanece insatisfecho, compensando cada necesidad/deseo/carencia de manera que solo pueda dar pie a nuevas necesidades/deseos/carencias. El impulso de búsqueda, de enlace, de

conexión es un hábito que no solo está permitido, sino que es activa y vehementemente alentado. Para ello “ver” es, entonces y, sobre todo, una operación selectiva —se trata de seleccionar entre todo aquello que puede, en cada momento, en *cada lugar*, estarse viendo—.

La desmaterialización (del cuerpo, de la vida, de todas las facetas de la vida —de las relaciones personales a la economía, de la comunicación a la política—), la instantaneidad, la globalización rigen el mundo; y es precisamente la imagen su fibra principal, su materia prima. Es necesario pensar la imagen —“como cosa” y como “imagen de cosas”—, como habitante obsesiva y perturbadora de todos los rincones. Ellas siempre están en todas partes, tienen el don de la ubicuidad. Incluso podemos advertir que donde está una, no se excluye el estar de otra; ellas siempre están acumuladas, superpuestas, amontonadas febrilmente.

“ Es necesario pensar la imagen —“como cosa” y como “imagen de cosas”—, como habitante obsesiva y perturbadora de todos los rincones ”

En ellas es la propia *diferencia* lo que está en camino, en su *diferir* —no menos un hacerse distinto que un hacerse en tanto que retraso, que “retardo”—. Aquí la imagen es fluencia, cambio, «diferencia no sometida a las exigencias de la re-presentación» diría Gilles Deleuze. También podemos decir que son acontecimientos puros (la imagen-acontecimiento), pura *presentación*, puro presente-continuo. Flujos incontenidos en los que nada se retiene o retorna. Nada en efecto de identidad, de memoria de sí, sino una *fluencia* indómita y nómada. Una grafía diseminante y

en rizoma, matricial, que hace que desde cualquier *clúster* pueda saltarse a cualquier otro sin preferencia de ordenación.

Es en las Redes Sociales donde las imágenes han alcanzado su autonomía operativa, son sus propias mediadoras, no actúan como sustitutas ni sucedáneas de nada, sino únicamente de sí mismas. Ellas mismas son los productos negociados por su mediación, las «mercancías de nuestro tiempo». El deseo habita de lleno este *sistema fosfénico* y puramente etéreo de las imágenes circulando, en circulación. Giorgio Agamben al respecto escribe, «son *el ser especial*, aquel cuya esencia es ser *una especie*, una visibilidad, una apariencia. Son el ser que no tiene lugar propio, pura inteligibilidad. El que coincide con su hacerse visible, con su propia revelación» (Agamben, 2005, p.72). Desde, por y para: el deseo, en estado puro.

Para responder a esta invitación nos hemos movido por Instagram, Facebook y Twitter. De estas redes sociales hemos tomado, nos hemos “apropiado” de las imágenes que respondían a las búsquedas: #Familia, #Vida, #Amistad, con la intención de llegar y ver horizontalmente el uso que hace de las redes sociales la gente de la calle, alejarnos de los círculos artísticos o cultos. Estas imágenes finalmente constituyen los fotogramas de los vídeos: *Del deseo a la necesidad* y *La imagen en las redes sociales*¹. Son dos pequeños vídeos, consecutivos, que nos plantean: el primero, la imagen desnuda, cruda, la que podemos encontrar diseminada en Internet, libre de derechos; el segundo, nos muestra estas otras imágenes enmarcadas por los elementos característicos de las diferentes redes

1 Vídeo *Del deseo a la necesidad*



sociales: un usuario y una fotografía de perfil, comentarios, *hashtags*, fechas, *likes*, todo ello sobre un limpio fondo blanco.

“ Es en las Redes Sociales donde las imágenes han alcanzado su autonomía operativa, son sus propias mediadoras ”

La estructura que siguen trata de hacer un recorrido amable, observando las distintas situaciones o construcciones que elaboran los usuarios. Nos encontramos con un “pseudo álbum familiar” en el que se comparten: reuniones familiares o de amigos, momentos de ocio, viajes, lugares de descanso, actividades, aficiones, etc.

El contexto al que corresponde el montaje de estos vídeos, así como

la inmersión realizada previamente en las redes sociales, es simultáneo y testigo de la situación de urgencia sanitaria que ha vivido y vive la sociedad mundial con la COVID-19.

Por último, la banda sonora que se ha grabado y editado reproduce el sonido de fondo de la ciudad, el ambiente que no solemos escuchar porque lo tenemos interiorizado, y que nos acompaña cada vez que consultamos el móvil.

“ Nos encontramos con un “pseudo álbum familiar” ”

Una se ha registrado en varias redes sociales. Tiene acceso, al fin, a esas realidades paralelas que mueven —acercan y alejan— a millones de personas, de usuarios en nuestro mundo globalizado. Ser usuaria y disponer de una

clave de acceso a una cuenta en: Instagram, Facebook, Twitter, YouTube, etc., te asemeja, te pone en relación, te lanza a la red sin espacio y con todo el tiempo del mundo, en ese río de imágenes accesible y siempre a tu disposición; te mezcla con otros usuarios, productores y consumidores de imágenes, habitantes de la imagen, devenires-imagen.

Para empezar, un nombre de usuaria y una fotografía de perfil. Unas veces se trata de un nombre propio común, reconocible; y otras, un alias, un nombre descompuesto, reconfigurado, como la imagen que quedará de nosotras en redes, habitantes de un régimen escópico que nos deja solas y expuestas. Podemos ahora entender que lo que estaba en juego con la aparición de la imagen era la dominancia de un dispositivo sobre otro, “el dispensador de imágenes”, en palabras de Brea.

Bibliografía

Agamben, G; *Profanaciones*. Barcelona: Anagrama. 2005.

Bauman, Z; *Vida líquida*. Barcelona: Austral. 2012.

Brea, J.L; *Las tres eras de la imagen. Imagen-materia, film, e-imagen*. Madrid: Akal. 2010.

Deleuze, G; *Diferencia y repetición*. Buenos Aires: Amorrortu. 2002.

Fontcuberta, J; *La furia de las imágenes. Notas sobre la postfotografía*. Barcelona: Galaxia Gutenberg. 2020.

Martín Prada, J; *Prácticas artísticas e Internet en la época de las redes sociales*. Madrid: Akal. 2015.

Zafra, R; *Ojos y capital*. Bilbao: Consonni. 2015.