LA MEMORIA ERRANTE

Revista cultural digital N° 1 | sept 2020

La imagen fotográfica: el momento eternizado a través de Instagram

CARTA EDITORIAL

El gran hermano en el 2020

¡Bienvenidas y bienvenidos a La Memoria Errante!

Nos causa mucha felicidad hacer público nuestro nuevo proyecto, esperamos que sea de su agrado y que logremos cumplir con nuestro objetivo que es el crear un espacio donde cualquier persona pueda escribir y opinar sin ningún tipo de atadura. Como humanistas sentimos el compromiso de hacer llegar a la sociedad, contenidos interesantes e informativos sobre historia, filosofía, arte y literatura, usando un lenguaje accesible y entretenido porque las humanidades no son tan aburridas como creemos.

Como saben, comenzamos siendo un podcast sobre historia, pero queríamos expandir nuestros horizontes y ¿qué mejor que una revista para hacerlo? En este, nuestro primer número, quisimos hacer un poco de conciencia sobre el control que tienen los medios y las redes sociales sobre nosotros, encontrarán artículos y ensayos muy interesantes; además tenemos como invitada a Sam Ortega con su poema Rocío Estival. Las fotografías de Esteban Hernández se hacen presentes este mes para hablarnos sobre otras realidades mientras que Brenda Mortara nos muestra como eternizamos el presente a través de las redes sociales. Beatriz Alvarado hablará sobre el mundo digital y la propaganda negra para hacernos cuestionar el control que tienen sobre nosotros.

Esperamos que este proyecto se desarrolle exitosamente, gracias por continuar a nuestro lado y le damos la bienvenida a los nuevos lectores.

El equipo editorial

CONTENIDOS

Carta editorial... p. 2

¿En qué estamos metidos? Entendiendo el mundo digital... p. 4

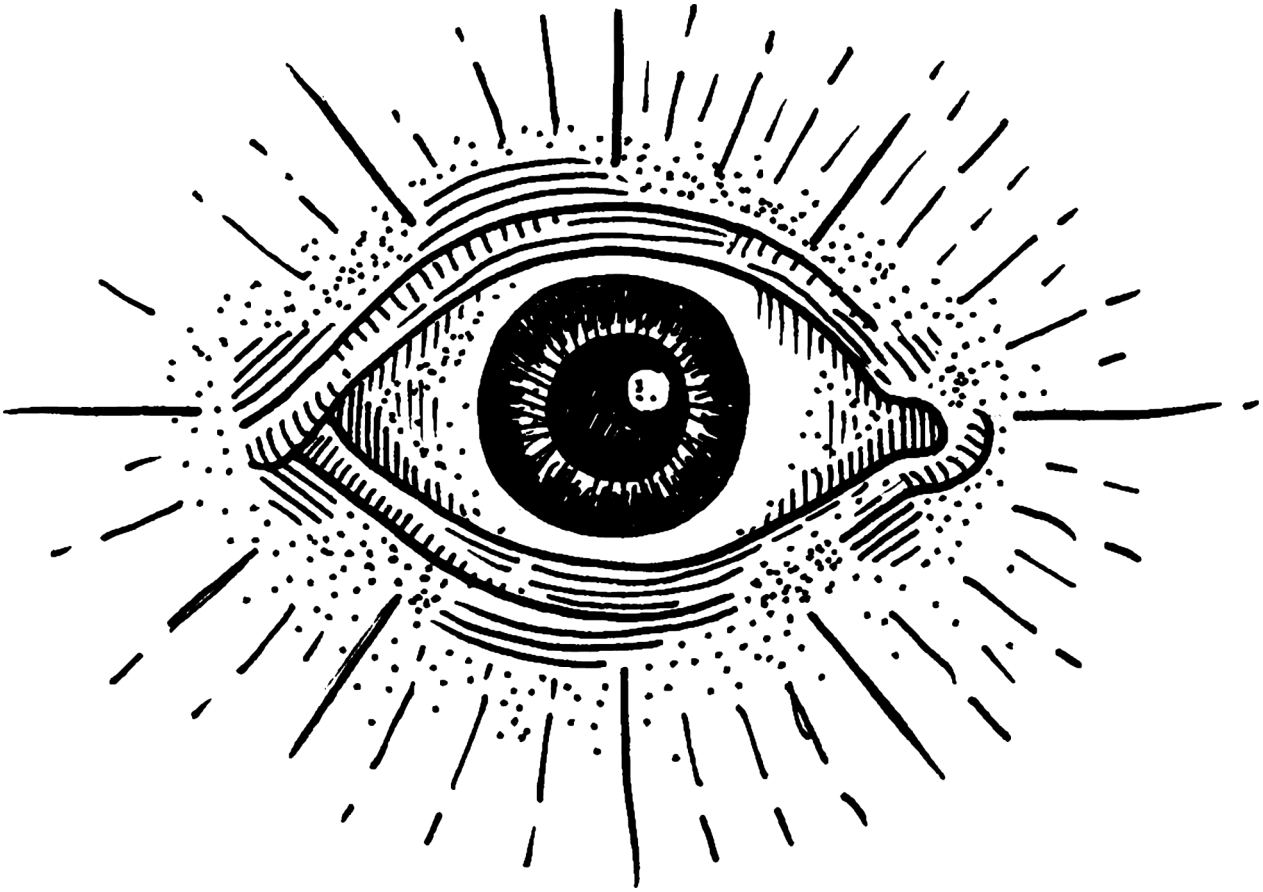
El momento eternizado a través de Instagram... p. 8

Realidades alternas en la fotografía de Esteban Hernández ... p. 18

Rocío estival... p. 22

La propaganda negra.... p. 24

El discurso de odio en las redes sociales... p. 28



OFFICIAL SELECTION 2020
sundance
film festival
the dark side of social media...
from the people who created it.
/the
social
dilemma_
NETFLIX

¿En qué estamos metidos? Entendiendo el mundo digital

Beatriz Alvarado

Este mes la plataforma Netflix estrenó The Social Dilemma de Jeff Orlowski, un documental que habla sobre los peligros del mundo digital y la manipulación que ejercen en nosotros. Algunos usuarios de Netflix tras ver el filme, expresaron su angustia en distintas plataformas por la forma en que estamos expuestos así como lo irónico de sus publicaciones; sin embargo, solo muestra algo que ya sabíamos pero que no queremos creer, las redes sociales son adictivas, influyen en tu percepción de tu entorno y de ti mismo, los algoritmos limitan lo que vez y te aíslan de la realidad analógica por llamarla de algún modo.

No nos gusta ser productos ni objetos a los que puedan manipular a su conveniencia, pero tampoco luchamos contra ello. Vivimos en un mundo virtual, globalizado y sin control, sin mediadores ni barreras nos sentimos libres, el problema es que no lo somos; tanto Orwell como Huxley tuvieron razón y ahora nos encontramos en una combinación de sus mundos distópicos donde el Gran hermano controla lo que hacemos en el ciberespacio mientras nos programa y nos segmenta para que cada individuo permanezca en su lugar pensando y haciendo lo que se espera de él, a fin y al cabo no conoce nada fuera de su burbuja; la mejor parte es que le hemos dado permiso al sistema de controlarnos y le otorgamos herramientas que le permiten ir mejorando ¿somos del todo inocentes?

Los medios de difusión

Hemos dejado atrás a los medios de comunicación y pasamos a los medios de difusión interactivos y dinámicos. Los medios de difusión se involucran con el público, se apoyan en la tecnología para interactuar con el grupo de personas que los consultan y crean espacios virtuales donde no hay censura, línea editorial o restricción que funcionen como mediadores.

Al participar en el ciberespacio, nos exponemos a la opinión de millones de usuarios, la mayoría nos son desconocidos en el ámbito offline. La idea de conocer personas de otras partes del mundo, tener nuevas amistades y hasta encontrar al amor de tu vida gracias a internet no sonaba mal, pero, llegó un momento en el que se comenzaron a ocupar a las redes sociales como lugares en los que podías emitir críticas negativas, atacar a los demás, engañar y obtener beneficios económicos o de otro tipo aprovechándose de terceros, incluso, el internet se convirtió en una herramienta para poder cometer delitos graves.

Es por lo anterior que nos hemos visto en la necesidad de establecer nuestros propios límites, cuidarnos de lo que compartimos, a quién se los compartimos y cómo lo hacemos. La vida privada se pierde cuando utilizamos redes sociales, pensamos que basta con limitar a nuestros contactos, tener

un perfil privado, dar pocos "me gusta" o no compartir fotos y datos sobre lo que consideramos íntimo, pero tal como se puede ver en el documental de Jeff Orlowski, todo lo que buscamos, escribimos, vemos y escuchamos es almacenado y utilizado para la creación de nuestra personalidad digital o burbuja de información.

Al contrario de los medios de comunicación o las plataformas analógicas, los medios de difusión nos limitan tanto la información como nuestra opinión; al leer un periódico, la información se veía limitada según la región en la que te encontraras pero podías crear tu propia opinión de lo que se te presentaba también podías consultar periódicos con otra ideología si querías conocer su postura y hacer un contraste, aunque limitada, la información le llegaba a todos por igual; en cambio, los medios de difusión que parecen darte todo lo que existe sin límites, te dan lo que se parece más a tu personalidad en la red, Google es un solo buscador pero con resultados distintos para cada persona limitando la información que recibimos y encerrándonos en una burbuja.

El filtro burbuja

Este termino surgió por primera vez en 2011 cuando Eli Pariser lo mencionó en una Ted Talk donde dijo que "la burbuja de filtros es el universo propio, personal, único, de información que uno vive en la red. Y lo que haya en la burbuja de filtros depende de quién uno es, y de lo que uno hace." Hacía referencia a la personalización de nuestro buscador y nuestras redes donde se muestra lo que vaya mejor con nuestras preferencias pasadas, sin preguntarnos, eliminan lo que no va acorde a nosotros y así de fácil, después de algunos "me gusta" se forma tu burbuja.

La burbuja es positiva pues solo te muestra lo que te hace sentir cómodo como videos de gatitos, memes o noticias pero la información incómoda simplemente desaparece ¿Qué sucede con las noticias importantes y estimulantes? ¿Dónde queda la contraparte ideológica? ¿Cómo podemos llegar a acuerdos si nuestra burbuja no nos permite salir de ella? Una solución sencilla es hacer una nueva búsqueda, si queremos conocer por ejemplo, la opinión de ideólogos conservadores sobre el aborto siendo nosotros liberales, tendríamos que buscar eso en específico pues nunca nos saldrá en recomendaciones, así, se abre la puerta a una burbuja nueva, se cambian los algoritmos y nos encierran en una burbuja mejorada.

Salir de la burbuja parece imposible, la peor parte es cómo la utilizan. La mercadotecnia digital funciona de una manera sencilla, si quieres hacer publicidad a una publicación en Instagram, tienes que seleccionar a un público que puede ser parecido a tus seguidores o un público que tu mismo diseñes, luego la misma red seleccionará a los usuarios que tengan preferencias vinculadas a lo que tu quieres, así esas personas verán tus productos en anuncios del feed, les llamará la atención en algún momento e ingresarán a tu página o perfil, puede que finalmente consuman tu producto o servicio y si te va bien, hablarán de ello y lo recomendarán, luego se reinicia el ciclo con otros productos, es un proceso simple que cualquiera puede llevar a cabo, el problema es que no solo te venden productos y servicios, también te venden ideas.

Es bastante popular la noticia de la manipulación de las redes sociales por parte de los rusos para las elecciones de Estados Unidos del 2016, eso sucede cada que un evento importante en el mundo sucede. Más que manipular, están desinformándonos al bombardearnos con noticias falsas en todas las plataformas, las burbujas permiten la desinformación, la formación de ideologías, nos radicalizan, nos muestran un mundo sin posibilidad de discusión, sin enunciado coherente ni enunciador visible, donde no se escucha ni se lee al otro. En el documental todo esto está dramatizado, vemos como es fácil engancharnos y caer poco a poco en

este juego de participación global donde nuestras acciones tienen un valor político y económico muy rentable para las grandes empresas.

Nuestro papel ante los medios de comunicación

La información dentro de las redes sociales carece de contexto, nos presentan pequeñas piezas de la información que vamos juntando hasta armar el discurso pero no nos dan referentes ni fuentes fiables en la mayoría de los casos; esto ya existía en los medios analógicos, no se confiaba en la información que ciertos periódicos o programas ofrecían por su línea editorial, su ideología o sus benefactores, siendo el gobierno la principal institución en influir en ellos, pero, estos medios justificaban la información, había un responsable al que culpar por lo publicado y se situaban en un tiempo y lugar determinados, con los medios digitales carecemos de ello, autores anónimos sin información más que un nombre de usuario puede influir gravemente en un gran grupo de personas ¿Qué podemos hacer ante la desinformación, los filtros burbuja y la manipulación?

Comencemos por leer los términos y condiciones al registrarnos en cualquier red social, seamos consientes de que están obteniendo nuestra información y puede ser utilizada para fines desconocidos, tratemos de buscar información a través de otros medios como los periódicos y noticieros; implementemos el diálogo con nuestros opositores pues podemos llegar a puntos de acuerdo sin llegar a la violencia; no nos dejemos llevar por lo que otros dicen de nosotros o lo que nos dictan hacer; por último, vivamos fuera de las redes, convivamos en persona cuando sea posible y no aceptemos lo primero que nos muestren.

Algunas recomendaciones finales

•Configura y revisa las extensiones de los sitios.

•Consulta las normas de privacidad y si es posible, y lo deseas, desactiva las cookies.

•Compara información.

•Utiliza buscadores que no guarden tu información como Qwant o DuckDuckGo.

•Cuida la información que compartes.

•No te aísles del mundo pero no dejes que influyan en todas tus decisiones, esto no solo va para el mundo online sino también para el offline.

•Recuerda que hay un mundo fuera de la red y date un descanso, todos lo necesitamos.

Este artículo tiene fines informativos, no está patrocinado por ningún grupo ni individuo.

La imagen fotográfica: el momento eternizado a través de Instagram

Brenda Mortara

Resumen

El presente artículo parte de una reflexión surgida a partir de la imagen fotográfica visual y las consecuencias a las que se ha enfrentado el sujeto al incluir la participación de las redes sociales (en este caso, Instagram) tanto al terreno social y personal. De modo que ahora el sujeto puede verse a través de esta red social como parte de una masa uniforme que se llamará comunidad digital.

Pensar que la realidad virtual está fuera de la realidad mundana, física y convencional es un error pues forma parte de lo que yo considero como parte de las tres realidades del hombre; la física, la psíquica y la virtual. Esta última al igual que las demás realidades, puede ser alterada con tal facilidad que pueden hacernos creer que lo que vemos en la imagen, es real, y, por lo tanto, verdadero.

•••

No debería sorprendernos la obsesión de occidente por la estética que surge desde los griegos por las formas bellas que encontramos dentro de la pintura o la escultura, que en su origen fueron no solo creadas para mostrar aquello que consideramos bello, sino que también, nos ofrecen tanto la abstracción como el detenimiento del tiempo. Apreciamos la estática de un paisaje o de un cuadro por el sentimiento de inmortalidad que nos causa, el de hacernos eternos, aquel presente eterno que no deja de morir y que podría nunca terminar de ser, como bien lo reiterará Parménides a quien le debemos lo que yo llamo el estatismo moderno.

La imagen nos da esas dos cualidades: estatismo y belleza; lo cierto es que cualquier cosa puede volverse una imagen fotográfica. De ahí el interés que tenemos por preservar a la imagen para así preservar la inmortalidad del hombre. El tiempo que no fluye, el tiempo al que podemos regresar con tan solo mirar una imagen, a eso nos enfrentamos. Cómo dirá Barthes, "la fotografía repite mecánicamente lo que nunca más podrá repetirse existencialmente".[1]

Si bien la filosofía nos dirá que estamos buscando el fundamento de las cosas mismas estamos equivocados ciertamente, Miguel de Unamuno nos dirá que perseguimos aquellas nociones de realidad que tenemos porque buscamos algo que justifique nuestra necesidad de alcanzar lo infinito, lo inmortal.

¿No es la creación de Instagram un intento desesperado por preservarnos vivos ya no solo en el espacio y tiempo físicos sino también en el espacio y tiempo virtuales?

La creación de las redes sociales no debería de resultarnos extraña, por siglos hemos intentado preservar al género humano por sus proezas y habilidades, la técnica a la que se referirán varios filósofos resultará también en favor de la preservación de ésta misma.

Y es que, si nos detenemos un poco a analizar lo que se nos plantea, con la invención de la fotografía se nos han conferido miles de posibilidades de preservar tanto la técnica como la vida del hombre.

La imagen psíquica quizá haya existido por mucho tiempo, y quizá siga para siempre, pero las oportunidades que nos ha dado la imagen fotográfica resultan bastante contundentes con el siglo en el que vivimos, y es que de una imagen psíquica no podemos decir mucho, ni siquiera podemos decir nada porque cada persona la experimenta de forma diferente, pero de una imagen fotográfica, podemos generar pasado, hablar en presente y proyectar en futuro.

Una imagen fotográfica, es aquella que no puede moverse, y, sin embargo, genera polémicas, se usa en cam-

pañas políticas, puede ser retocada muchas veces y tiene la intención de mostrar a la vez que ocultar.

En pocas palabras, la imagen fotográfica tiene el poder suficiente como para cambiar el mundo y cambiar el modo en que nos conocemos a nosotros mismos.

La imagen fotográfica y su poder dentro de la realidad virtual.

Benjamin afirmaba que la autenticidad de la obra de arte radicaba en su aquí y ahora, las reproducciones en masa no podían considerarse arte por la forma en que eran creadas. Eran usadas por y para el público, para la masa, como suele decir en su libro. Y aunque no me detendré mucho en discutir acerca de la imagen fotográfica como obra de arte, debemos de tener en cuenta que para Walter el aura que poseía una pintura o una escultura radicaba en ese aquí y ahora, es decir, esos requisitos funcionaban como la delimitación temporal a la que anclaban la obra de arte y a la que no podía aspirar una fotografía.

Sin embargo, las fotografías capturadas actualmente se basan justamente en el principio mencionado por Benjamin: "el aquí y el ahora". Cada imagen subida en cada perfil de Instagram busca preservar un aquí y ahora que no volverá a repetirse pero que merece ser conservado como recuerdo dentro del mundo virtual.

"Recientemente la fotografía se ha transformado en una diversión casi tan cultivada como el sexo y el baile, lo cual significa que la fotografía, como toda forma artística de masas, no es cultivada como tal por la mayoría. Es sobre todo un rito social, una protección contra la ansiedad y un instrumento de poder".[2]

Este rito social al que se referirá Sontag, tiene que ver con las nuevas perspectivas de la sociedad no sólo desde el surgimiento de la propia fotografía en el siglo XIX, sino que, se une desde finales del siglo XX al uso de las redes sociales como modo de expresión cotidiano.

Si bien, la imagen por sí misma tiene varias definiciones:

1. Representación de un objeto en dibujo, pintura, escultura, etc.
2. Figura de un objeto formada en un espejo, una pantalla, la retina del ojo, una placa fotográfica, etc., por los rayos de luz o de otra clase que parten del objeto.
3. La misma figura, recibida en la mente a través del ojo (a esto me refería anteriormente con una imagen psíquica).
4. Representación figurativa de un objeto en la mente.[3]

La imagen fotográfica podría ser que está más ligada con la cuarta definición, aunque ni siquiera esa llega a ser exacta, porque de algún modo todas dan a entender que la imagen tiene que ver puramente con la percepción sensible de un objeto que pasa a través de la retina del ojo. Y, sin embargo, aunque esa definición sea correcta la asociación del significado de la imagen con la imagen fotográfica está lejos de ser la misma.

Por ahora nos quedaremos con que la imagen fotográfica, en la que nos centraremos en todo este ensayo, no tiene solamente que ver con la acción de asimilarla a través del ojo, sino que el hecho de tenerla como algo externo puede hacer surgir una interpretación sin la necesidad de explicaciones ajenas, y, por lo tanto, generar subjetividad. Una subjetividad nueva y a la que no estamos acostumbrados a ver.

Y es que, a simple vista, una imagen dice más que mil palabras, pero ¿la predicación de todas estas implicará un apego con la realidad? Podríamos llevar la interpretación de una imagen hacia muchos lados, hablar y predicar de ella, como si esa imagen estuviera fielmente apegada a su composición contextual, pero ahora, las imágenes están apegadas a su estado de belleza, donde Instagram valora más una imagen con filtros y calidad perfectas, que a retratar una realidad cruda y profunda.

Por lo tanto, no debería sorprendernos que para Benjamin tanto la fotografía como el cine, estén ampliamente ligados con la destrucción del aura, esta aura definida como un entretejido muy especial de espacio y tiempo donde existe el "aparecimiento único de una lejanía, por más cercana que pueda estar".[4]

La destrucción del aura es la primera forma en que se manifiesta la imagen fotográfica como la alteración de la realidad que conocíamos, ya no constatamos el mundo con nuestros propios ojos ni con lo que escriben otros del mundo, podemos acudir al mundo por medio de imágenes de otros y también por medio de nuestras propias

imágenes.

¿Esta multiplicidad de imágenes y el desprendimiento de un nuevo yo a través de la cámara, podría ser dicho de la siguiente manera:

"El cuerpo con su valor de exposición, equivale a una mercancía. El otro es sexualizado como objeto excitante. No se puede amar al otro despojado de su alteridad, solo se puede consumir".[5]

Cada que nos mostramos bajo el lente de la cámara y proporcionamos una imagen de nosotros mismos que pueden ver otros, nos estamos delimitando frente a ellos y, de alguna manera, si se quiere entender, la imagen que le proporcionamos a otros responde con la homogeneidad buscada para poder encajar dentro de la realidad virtual.

Respondemos ante la necesidad de hacernos uno con la multitud, que nuestra imagen proyectada sea deseada y también perdurable no sólo ante nuestros ojos sino también ante el ojo del otro.

Para lo que Benjamin será "la necesidad de apoderarse del objeto en su más próxima cercanía, pero en imagen, y más aún en copia, en reproducción [...]"[6] en Chul-Han se expresará por vía de los medios digitales donde se intenta acercar al otro tanto como sea posible, destruir la distancia frente a él, para establecer la cercanía.[7]

Vemos que el filósofo alemán ya está siendo partícipe de lo que será una opinión en su mayoría negativa acerca de la imagen fotográfica, y es que la necesidad de posesión del objeto no es algo a lo que ahora nos enfrentamos, sino que también hemos convertido a la persona en objeto de consumo también.

Esto también podremos verlo en el pensamiento posterior al de Benjamin, donde Sontag también nos habla de la posesión del otro a través de la cámara: "Fotografiar personas es violarlas, pues se las ve como jamás se ven a sí mismas, se las conoce como nunca pueden conocerse; transforma a las personas en objetos que pueden ser poseídos simbólicamente".[8]

¿Realmente queremos acercarnos al otro como dirá Chul-Han o queremos apoderarnos de éste por medio de su imagen como nos dirá Benjamin? ¿Somos plenamente conscientes de que estamos siendo objetivados? Y si es así, ¿por qué no nos causa sorpresa o miedo el vernos los unos a los otros como un producto? ¿Nuestras imágenes virtuales responderán al rito social que nos dice Sontag, o simplemente es un capricho por querer poseer al otro hasta en su propia fotografía?

Una imagen fotográfica de Instagram con los filtros adecuados, el ángulo perfecto y el fondo estético buscado consigue no solo likes que inflan el ego y narcisismo de la persona, sino que además pueden ser monetizadas e incluso, muchas de las personas que son partícipes del mundo digital pueden desfilar en pasarelas de alta costura por el simple hecho de pertenecer a esta red social.

Para que una foto tenga tanto éxito depende de tres factores delimitantes: el filtro de la foto que muchas veces es de colores cálidos, la calidad de la foto donde prácticamente hay una nitidez exorbitante y la belleza del sujeto, de acuerdo con los cánones a los que nos hemos acostumbrado en la mayoría de los países de occidente.

Y aunque cualquiera pueda acceder a las redes sociales no cualquiera puede volverse famoso en internet. La tripartita que mencioné antes fungirá como parte principal para que una persona pueda resultar realmente exitoso.

No se intenta decir aquí que esto sea factible en todos los casos, pero la mayoría de las personas que incursionan en las redes sociales, con mayor precisión, en Instagram, han sido exitosos debido a la imagen que proyectan de ellos mismos.

A diferencia de Twitter donde eres conocido por lo que piensas, en Facebook tanto por lo que escribes como lo que piensas o Snapchat donde puedes jugar con tu imagen y ponerle los filtros divertidos que quieras; en un principio primitivo Instagram era para subir fotos y con eso se resaltaba una persona sobre otra, las pies de foto también se han convertido en otro discurso unido a la imagen pero la parte sustancial de ésta es precisamente su imagen digital, en ella recae todo el peso e influencia.

¿Existe la emotividad digital?: reflexiones en torno de la imagen fotográfica y sus diferentes usos en la sociedad contemporánea.

Cuando Unamuno nos plantea en su libro Del sentimiento trágico de la vida, la necesidad del hombre por consolidar sus sistemas tanto teóricos como científicos y hacerlos funcionales no solo con el afán del conocer por sí mismo sino persiguiendo la inmortalidad, se podría decir que aplicaría el mismo principio hacia las redes sociales.

Considero que lo que ahora se maneja a través de éstas, está lejos de ser una persecución de la inmortalidad y más bien es una consagración del narcicismo propiciando el cuidado del cuerpo, pero no en sentido de salud sino de manera estética completamente, este perseguir lo bello no como lo plantea una pintura o una escultura, ni siquiera por medio de una fotografía tradicional, la imagen fotográfica virtual evoca hacia la idea rigurosa de perfección que proponen ciertos influencers dentro de la red social.

Y aunque se ha intentado reemplazar esta campaña de cuerpos perfectos y tonificados, sigue presente este discurso. Valoramos a alguien en virtud de en cuánto tiempo tarde en desgastarse su cuerpo y rostro, apreciamos los avances médicos gracias a que nos ha permitido cambiar nuestra apariencia en favor de un modelo estético definido.

En el fondo es esto lo que se esconde: ahora no perseguimos la inmortalidad de nuestras almas, sino la inmortalidad de nuestros cuerpos. Y esta inmortalidad corporal dependerá de qué tan ajustable pueda ser para prosperar dentro de los cánones previamente marcados.

Unido a esto, también se presenta la nostalgia, lo emotivo de ver al pasado y ver el tiempo que ha hecho efecto sobre nosotros. "Cuando sentimos miedo, disparamos. Pero cuando sentimos nostalgia, hacemos fotos. [...] Esta es una época nostálgica, y las fotografías promueven la nostalgia activamente".[9]

La nostalgia que desprendemos ahora es más vívida que antes. El acceder al pasado resulta más fácil de lo que fue en otras épocas y esto no es más que gracias a la tecnología, pero también a la memoria que viene integrada al hombre.

Si no fuese parte de nuestra condición humana el recordar no tendríamos la necesidad de preservar ni mucho menos de crear imágenes digitales. Y pese a que creemos que la memoria es una fiel congeladora de recuerdos o preservadora de ideas, lo cierto es que "en la memoria lo pasado cambia de continuo. Es un proceso progresivo, vivo, narrativo"[10] al que, psicoanalistas como el mismo Freud desmentirán esta idea que tenemos de la memoria.

El concepto con el que comenzará Nietzsche allá por el siglo XIX en La genealogía de la moral donde nos expone de una manera cruda y descarnada lo que significa poseer memoria, "¿Cómo imprimir algo en este entendimiento del instante, entendimiento en parte obtuso, en parte aturdido, en esta viviente capacidad de olvido, de tal manera que permanezca presente?"[11] Donde sus intuiciones no acaban ahí y nos dice reiterativamente: "Para que algo permanezca en la memoria se lo graba a fuego, sólo lo que no cesa de doler permanece en la memoria".[12]

Termina de hablar de la memoria de una manera brutal, donde sin duda nos deja pensando en aquello por lo cual no dejamos de sufrir que siempre estará latente dentro de nuestra psique. Para nuestra desgracia como seres que quieren permanecer vivos de manera indiscutible, Freud nos tendrá otro tipo de noticias:

> "[...] nuestro mecanismo psíquico se ha generado por estratificación sucesiva, pues de tiempo en tiempo el material preexistente de huellas mnémicas experimenta un reordenamiento según nuevos nexos, una retrascripción. Lo esencialmente nuevo en mi teoría es, entonces, la tesis de que la memoria no preexiste de manera simple, sino múltiple, está registrada en diversas variedades de signos".[13]

De modo que la creencia de la preservación intacta de un recuerdo en la mente podría ser alterado o reordenado, sin embargo, la creencia popular de no olvidar por medio de la fotografía también puede resultar falsa.

Recordemos que Freud nos dice que el reordenamiento de los recuerdos sucede a través de nuevos nexos, de una nueva forma de relacionarnos con ese recuerdo, ¿qué nos hace creer que una fotografía la volveremos a mirar de la misma forma dos veces?

Tan solo el sentimiento de nostalgia, que nos resalta Sontag puede ser un motivo por el que tengamos esta creencia, "las fotografías pueden ser más memorables que las imágenes móviles, pues son fracciones de tiempo nítidas, que no fluyen"[14], el fluir del tiempo en nuestros rostros, en los rostros de las personas a las que queremos, esa belleza melancólica a la que alegará Benjamin; y hasta de nuestros paisajes más preciados o el ver a una mascota con los años transcurrir por ella, "hacer una fotografía es participar de la mortalidad, vulnerabilidad, mutabilidad de otra persona o cosa. Precisamente porque seccionan un momento y lo congelan, todas las fotografías atestiguan la despiadada disolución del tiempo"[15], son bastantes motivos para querer preservarnos dentro de la imagen fotográfica y no ya como tal dentro de la realidad misma, por eso no creo que nos acerquemos a la fotografía con ingenuidad. Sabemos en el fondo, que una fotografía no significa un apego a la realidad verdaderamente. Desde que se descubrió que se podían modificar los efectos de luz para crear una nueva imagen, las personas acudieron a ellas como un nuevo escape de su realidad existente, "[...] fotografiar algo se transformó en una fase rutinaria del procedimiento para alterarlo".[16]

Benjamin desde que lo leemos es claro al presentarnos su postura hacia la fotografía como un disgusto que no nace de manera gratuita o por una imposición de la escuela clásica hacia la vida moderna de su tiempo, este disgusto peculiar podríamos dárselo a lo que nota como surgimiento de la fotografía ya no como arte, sino como el gusto de las masas. Y es que cuando el factor de la autenticidad falla, la función artística se trastorna, y ya no forma parte de lo ritual, lo simbólico, y empieza a recaer en otras formas de uso, la que él señala al igual que Sontag, es la política.

En el discurso político podemos ver que la realidad puede ser alterada a conveniencia de un grupo político, hacia una persona con poder, y hasta permea en personajes surgidos de las redes sociales que pueden influir en los cambios políticos y democráticos de una nación, no olvidemos el escándalo de Mark Zuckerberg y Cambridge Analytica para recordar que sí es posible redirigir las miradas y los discursos hacia fantasías e intentos de persuasión.

Para el actual fundador de Facebook somos meramente datos que pueden ser vendidos a empresas que prácticamente nos incitan al consumo, en términos de Instagram [17] somos imágenes que pueden elevar o cancelar (verbo últimamente usado para exponer a una persona en redes sociales y hacerla desparecer de la vida pública virtual, perdiendo su influencia), a los usuarios.

Podemos hacer caer a un influencer por medio de una imagen y esta nunca perderá su poder dentro de la plataforma. "Reina un presente total, que suprime precisamente el instante. El tiempo despojado del instante es tan solo aditivo, y ya no guarda relación con una situación".[18] Éramos testigos del tiempo cariológico en la fenomenología, ahora somos creadores del tiempo virtual donde proveemos una continuidad y un presente que no cesa de estar presente. Hemos conquistado (o al menos se tiene esa creencia) el infinito. Nuestras vidas se ven impregnadas de imágenes fotográficas donde no ponemos un punto final a nuestra historia, puede permanecer viva tanto como nosotros queramos.

En la medida en que seguimos alimentando nuestro feed de Instagram de recuerdos e imágenes, más a menudo podemos acceder a recuerdos que nos son proporcionados por el mismo algoritmo de esta red social. Nos ponemos de espaldas a la muerte y empezamos a ignorar la realidad física para poderla transformar en fantasía.

"Pero la museización y la exposición de las cosas aniquila precisamente su valor cultural a favor del valor de exposición".[19] Tal como nos lo dirá Walter antes que Han, el valor de exhibición que usa el cine para ejercitar al ser humano en percepciones y reacciones "que están condicionadas por el trato con un sistema de aparatos cuya importancia en su vida crece día a día"[20]; lo mismo hará la imagen fotográfica en nuestros días y el valor de culto al que respondían las imágenes, aquel que estaba al servicio de la magia, queda desplazado por completo por el valor de exhibición.

La lectura que hace Sontag a Benjamin también se hace presente en su texto cuando nos dice que "la fotografía se ha transformado en el arte por excelencia de las sociedades opulentas, derrochadoras, inquietas; una herramienta indispensable de la nueva cultura de masas [...]"[21]

También en Han podemos ver un poco de la idea del alemán en su texto, y es que sin duda el valor de exposición al cuál se referirá el surcoreano no está lejos de la premisa del mismo Walter, ambos conciben la idea de

este valor en sentido de su consumo y también en la medida en que se exponga para todos los públicos.

Lo que en Han se llama museización, en Instagram yo lo propondría como una vitrificación porque, ¿qué pasa cuando tomamos nuestro celular, entramos a Instagram y publicamos una foto nuestra? Estamos convirtiendo nuestro feed en una especie de vitrina, donde la diferencia con lo propuesto por el filósofo Han está en que el muro de vidrio que nos separa de los demás es la pantalla de nuestros celulares y dispositivos móviles del cuál si es que lo percibimos con los sentidos no somo tan conscientes psíquicamente porque creemos estar cerca de la imagen de la persona, y, por lo tanto, cerca de la persona misma.

Esta supuesta cercanía, ha llevado a creer a miles de fanáticos de influencers y artistas que pueden opinar de su vida como si todo lo expuesto por ellos fuese real e indiscutible, las famosas couple goals, las publicaciones donde comen los famosos y siguen con sus cuerpos tonificados, los viajes alrededor del mundo con pies de foto que rezan "be grateful today and never take anything for granted. LIFE is blessing!!!"[22], hacen creer a los seguidores que pueden hacerse una idea de lo que ellos viven día a día.

Y aunque al principio esta idea de perfección que nos empezaban a vender las redes sociales podía ser consumida más satisfactoriamente luego llegaron los escándalos de los famosos, la mentira en la que vivían aquellos que proyectaban ser una pareja perfecta que satisfacía el apetito de consumo de los seguidores y los viajes pagados por compañías lujosas para que ellos pudieran promoverlos entre sus seguidores gracias al poder adquirido.

No olvidemos a la creadora de uno de los primeros imperios impulsados gracias a los escándalos generados a partir de un supuesto vídeo sexual: Kim Kardashian. Ahora es empresaria, posee una línea de productos de maquillaje, sus curvas son icónicas, su Instagram llega a los 171 millones de seguidores, sin olvidar también que fue víctima de un robo en París a causa de sus publicaciones constantes de su paradero.

Como dirá Han, "la cultura del consumo sin duda engendra nuevas necesidades y deseos a través de cuadros y narraciones imaginarios de los medios. [...] Así, el porno, que en cierto modo lleva al máximo la información visual, destruye la fantasía erótica".[23] La sociedad del consumo a la que se enfrentaba Benjamin ya no es la misma de la que habla Han, y, sin embargo, en su núcleo poseen la misma esencia que es el objetivo de consumo.

La producción en masa unida ahora a la práctica de las imágenes fotográficas podemos resumirla bajo las tres prácticas que destacará Barthes. El hacer, el experimentar y el mirar. Cada una de éstas unida a una función que el mismo filósofo francés nos proporciona.

El operator claramente nos dispone a quien maneja la cámara, el fotógrafo; en segundo lugar, el spectator quien es el que compra los periódicos, las revistas y ahora quien consume las redes sociales para ver las fotografías de su artista favorito, el último punto, y el más importante, a mi parecer, es el spectrum que podremos contrastarlo con lo que Benjamin llamará el intérprete, quien no actúa ante un público sino ante un sistema de aparatos. Si bien este spectrum del cual Barthes dice bien que es el retorno de lo muerto porque trae a la vida aquello que ha quedado en el pasado de esa foto, también tiene en él el mismo peso la acción de fotografiar como la de filmar a alguien, "cuando me siento observado por el objetivo, todo cambia: me constituyo en el acto de <<posar>>, me fabrico instantáneamente otro cuerpo, me transformo por adelantado en imagen".[24]

No olvidemos que también en el fondo lo que nos quiere decir Barthes sigue siendo lo mismo que Sontag: la nostalgia por el pasado, la nostalgia por saber que el presente va a convertirse en pasado.

Los influencers, los followers y el liderazgo sin compromiso.

Según mi investigación informática, la palabra influencer proviene de Henry More, este filósofo inglés que hace uso del término para referirse a una figura de poder dentro del ámbito religioso y por más nuevo que parezca data de 1664, sacado de su libro A Modest Enquiry into the mistery of iniquity.

Y aunque hoy en día haya todavía líderes religiosos a los que podemos llamar figuras de poder, el término influencer ya no va de acuerdo con las nuevas definiciones que ha tomado esta palabra.

Ahora los influencers pertenecen a la era digital completamente, le deben su fama a las redes sociales y a los llamados seguidores, ¿por qué alguien debería seguirlos? ¿no es un llamado al liderazgo sin compromiso?, ¿a una posición de poder y de influencia sobre los demás? ¿No estamos dejando que se comprometan simplemente con ellos mismos y dejen de lado a las personas "que les han dado su poder"?

Estos problemas dentro de las redes sociales han sido polémicos desde que la popularidad de los influencers creció como espuma a niveles exorbitantemente ridículos.

"¿Quién sabe porqué la gente hace lo que hace? La cuestión es que lo hace, y podemos seguirle la pista y medirlo con una fidelidad sin precedentes".[25] Aquí Chul-Han está descuidando un lado problemático y es que siguiendo la vida de un influencer su poder es tanto que no mide la consecuencia de sus acciones empoderado por medio de los millones de personas que lo incitan a cumplir ciertas expectativas o que disfrutan de ciertas cosas por medio de ellos.

Tenemos un caso real que parece irrisorio, donde Logan Paul el youtuber estadounidense más popular de nuestra década, se encontraba en Japón visitando el bosque de los suicidios donde por obvias razones era natural que estuviera grabando cuando al encontrarse con un cadáver colgante no hizo más que reírse y seguirlo transmitiendo.

Claramente los usuarios que seguían al influencer, que eran más de quince millones para ese momento, luego de que le cerraran las puertas con diversos contratos y hasta una producción de una película donde tendría uno de los papeles estelares, se retractó de este hecho y pidió disculpas públicas.

La ética que guía a estas personas claramente se ha distorsionado tanto, que ha perdido la idea de lo que significa tener el impacto en otras personas.

También podemos tomar el caso de una influencer latina llamada Lele Pons, quiso subirse a la era del discurso políticamente correcto y ocupó su influencia para publicar una foto en su Instagram donde una amiga sostenía supuestamente el cabello que le habían cortado para donarlo a una fundación de personas con cáncer. Como los seguidores están ávidos de consumir y ya no sólo para halagar sino también para hundir, se dieron cuenta que todo esto era un montaje ya que el cabello que aparecía en la foto eran simplemente extensiones y la expusieron tanto que tuvo que cerrar su cuenta de Twitter para no verse afectada por las repercusiones de su error.

Así que sí, también se trata de saber porqué lo hacen, qué es lo que sucede con ese nivel de influencia y cómo afecta a los millones de seguidores.

Y no es que el influencer sea el único culpable de esta falta de empatía, también el seguidor quiere ver al influencer caer a la menor provocación ya que no ha satisfecho sus necesidades digitales, ¿cuáles son estas nuevas necesidades propiciadas por la vida digital? La exposición, es una de ellas, pero más allá de esto, es la transparencia la que buscan los seguidores.

> "La sociedad de la transparencia y de la información es una sociedad con muy alto nivel de ruido [...] La sociedad de la información es una sociedad de la vivencia. Y también ésta última es aditiva y acumulativa. [...] La vivencia no tiene ningún acceso a lo completamente distinto".[26]

Los seguidores alimentan su deseo por medio de lo subido por los influencers, quienes intentan mantenerlos contentos y también que sigan interesados en su vida. Hoy día hay seguidores que fingen simpatía por alguna persona con este nivel de influencia digital y que, en cuanto esta comete un error es atacada y en muchas cosas cancelada por sus mismos seguidores.

De ahí la lealtad que busca el influencer en sus seguidores, de ahí los premios dados, los miles de giveaways [27], las dinámicas publicadas en Instagram, y las convivencias para estar con su "familia". ¿En qué momento el seguidor tuvo que perder su individualidad para atraer la mirada del influencer y que lo llegue a tomar en cuenta?

Así es como la figura del influencer se moldea en medida que sus seguidores le piden novedades, "la necesidad de confirmar la realidad y dilatar la experiencia mediante fotografías es un consumismo estético al que hoy todos son adictos".[28] Tanto como el fotógrafo que está en busca de conquistar nuevas experiencias, ambos luchan contra el tedio. Donde la mayoría de los influencers innovan a través de escándalos o noviazgos que otras personas buscan ver, el fotógrafo también busca nuevas maneras de mirar temas conocidos.

"En vez de limitarse a registrar la realidad, las fotografías se han vuelto norma de la apariencia que las cosas nos presentan alterando por lo tanto nuestra misma idea de realidad y de realismo".[29] El influencer usa a la fotografía para poder modificar su apariencia, el seguidor empieza a creerse esta imagen proyectada y el sentido de realismo lo ha perdido.

La transparencia es ocultamiento

> "La fotografía representa ese momento tan sutil [...] no soy ni sujeto ni objeto, sino más bien un sujeto que se siente devenir objeto: vivo entonces una micro experiencia de la muerte (del paréntesis); me convierto verdaderamente en esectro".[30]

Hemos comprendido ya que lo que esconden en el fondo las redes sociales, no es el sentimiento de inmortalidad del alma, el sentido de espiritualidad se da por perdido en la realidad virtual.

Ahora le otorgamos a la fotografía un poder simbólico y hasta casi de sentido ritual. Porque cuando nos encontramos detrás de la pantalla, creemos que estamos siendo conectados con el otro, lo sentimos más cerca.

Este sentimiento de cercanía también nos hace creer que una imagen implica transparencia, en el sentido absoluto del término, y sí, podemos ver al otro ya sea en toda su expresión corporal y virtual, pero ¿podemos hablar de la transparencia como sinónimo de sinceridad?

¿Tan siquiera podemos hablar de la transparencia en redes sociales como una manera de exponer la realidad?

¿La nueva cara del artista? Photoshop y el editor de fotos

> "Photoshop no es solo conocido por sus usos buenos, también lo es por los malos, en intentos de engaños, estafas o en retoques ridículos realizados por gente con falta de conocimientos que ha dejado a la vista su uso, y, por lo tanto, ha recibido mala fama. Pero el Photoshop está muy cerca de ser la herramienta perfecta."[31]

La insistencia con la que Benjamin critica a la fotografía y al cine es precisamente la crítica que deberíamos retomar ahora para poder hablar de si es posible considerar al editor de las fotografías que vemos tanto en revistas como en redes sociales, los nuevos artistas de nuestra época.

Creado en 1987 por el estudiante Thomas Knoll de la Universidad de Michigan, Photoshop se ha vuelto una de las grandes herramientas de la persona que se encuentra detrás del retoque de las fotos. Ya sea el mismo fotógrafo o una persona que realmente se dedique a retocar las fotos solamente, como los editores de vídeos de hoy en día.

Pero ya sabemos lo que empieza con nobles intenciones, puede convertirse luego en un recurso distorsionado. En el caso de lo que pasó con el cine y las películas, que permitía retratar a la sociedad y documentar sus avances y sus vivencias, terminó convirtiéndose para la Segunda Guerra Mundial en un recurso invaluable para hacer que las personas siguieran bajo el sistema fascista y nazi.

¿Qué podemos decir ahora del Photoshop? Simplemente que es una herramienta nueva para la distorsión de la realidad, es tan impecable su uso, que no puede notarse si hay un profesional detrás de ella y en un afán de amateurs por querer convertirse en las personas estilizadas que vemos por todos lados, se ha descubierto que las portadas de revista y las imágenes de Instagram simplemente pueden alterarse a diestra y siniestra.

El apego a esta estética contemporánea nos ha llevado al límite y hemos visto como las personas cambian en función de imagen para poder agradar a las masas. "[...] la invisibilidad de la masa incremente la autoridad de la supervisión".[32]

Lo que también llamará Han en su libro Psicopolítica como panópticos digitales, un ahondamiento de lo que dirá Foucault en su tiempo; la masa es su propia vigilante, en las redes sociales podemos observar al otro y criticarlo de manera brutal, carente de empatía. Es por esto por lo que tenemos un llamado a reconocer la realidad virtual como parte de la realidad, ya que al dejarla de lado como simple fantasía no tomamos en cuenta el poder que ejerce sobre nosotros, más si convivimos todos los días con nuestros dispositivos móviles, estamos expuestos, somos vulnerables.

Ahora la masa se ha vuelto no solo experta en tomar fotografías sino también en editarlas, "el haberse vuelto experto, para bien o para mal, en un proceso de trabajo extremadamente especializado le ha valido una entrada a la autoría. El trabajo mismo toma la palabra".[33]

Esto nos lleva a pensar nuevamente que la preservación de la estética de nuestra generación se ha tomado tan en serio la preservación corporal que acude al Photoshop para "arreglar" o exaltar ciertos atributos físicos deseables.

> "La presencia de la realidad en tanto que libre respecto del aparato se ha vuelto aquí su presencia más artificial, y la visión de la realidad inmediata una flor azul cultivada en el país de la técnica".[34]

La técnica nuevamente se abre camino entre nosotros para aparecer como un faro de luz y que responde a nuestras necesidades de preservar la imagen como un presente eterno al que podemos acudir siempre.

De modo que nos hemos abierto camino para pensarnos a nosotros y a nuestro nuevo entorno digital, ya no en lo que somos sino en lo que proyectamos que somos.

Notas

[1] Barthes, Roland. *La cámara lúcida: Nota sobre la fotografía*., p. 29
[2] Sontag, Susan. *Sobre la fotografía*, p.23.
[3] Moliner, María. *Diccionario del uso del español*, p. 90, citado en Zunzunegui, Santos, *Pensar la imagen*. (España: Cátedra, 2010), p. 6.
[4] Op. Cit., Sontag, Susan, pp 37-38.
[5] Chul-Han, Byung. *La agonía del eros*, p.23.
[6] Benjamin, Walter., *La obra de arte en la época de su reproductibilidad técnica*, pp 37-38.
[7] Op. Cit., Chul-Han, Byung, p.24.
[8] Op. Cit., Sontag, Susan, p. 31.
[9]Op. Cit., Sontag, Susan, p.32.
[10] Op. Cit., Chul-Han, Byung, p. 28.
[11] Nietzsche, Friedrich. La genealogía de la moral, p.88.
[12] Ibid., p. 90.
[13] Sigmund, Freud. Obras completas, volumen I., (Buenos Aires, Amorrortu: 2001) p. 274-275. Citado en Chul-Han, Byung. La agonía del eros., (Barcelona, Herder: 2014) p. 28.
[14] Op. Cit.,Sontag, Susan, p. 35.
[15] Ibid., p.32.
[16] Ibid., p.97.
[17] Que desde hace menos de un año también es propiedad del creador de Facebook.
[18] Op. Cit., Chul-Han, Byung, p.28.
[19] Op. Cit., Chul-Han, Byung, p. 40.
[20] Benjamin, Walter., La obra de arte en la época de su reproductibilidad técnica, p.56.
[21] Op. Cit., Sontag, Susan, p.104.
[22] Tomado del Instagram de la influencer mexicana llamada Pamela Allier cuyo usuario es @pamallier, publicada el 23 de abril de 2020.
[23] Op. Cit., Chul-Han, Byung, p. 59-60.
[24] Op. Cit., Barthes, Roland, p. 37.
[25]Op. Cit., Chul-Han, Byung, p. 73.
[26] Ibid., p. 76-77.
[27] El influencer regala cosas a uno o más seguidores con el propósito de que los sigan en redes sociales, o compartan su contenido para crecer dentro de la plataforma.
[28]Op. Cit., Sontag, Susan, p.43.
[29] Ibid., p.128.
[30] Op. Cit., Barthes, Roland, p. 42.
[31] Montoya Garza, Alejandra L. Reconstrucción e importancia de Photoshop en el diseño.
[32] Op. Cit., Benjamin, Walter, p. 74.
[33] Op. Cit., Benjamin, Walter, p. 76.
[34] Op. Cit., Benjamin, Walter, p. 80.

Bibliografía

Benjamin, Walter., *La obra de arte en la época de su reproductibilidad técnica*. ITACA: 2003.
Sontag, Susan. *Sobre la fotografía*. Alfaguara: 2006.
Chul- Han, Byung. *La agonía del eros*. Herder: 2014.

***Bibliografía secundaria*:**

Barthes, Roland. *La cámara lúcida: Nota sobre la fotografía*. Paidós: 2006.
Zunzunegui, Santos. *Pensar la imagen*. Cátedra: 1989.
Influencity. *Antecedentes del marketing de influencia: cómo hemos llegado hasta hoy*. Tomado de: https://influencity.com/blog/es/antecedentes-del-marketing-de-influencia/ el 19 de mayo de 2020.
SA. *Etimología de influencer*. Tomado de: https://etimologia.com/influencer/ el 19 de mayo de 2020.
De Unamuno, Miguel. *Del sentimiento trágico de la vida*. Tomado de: www.luarna.com el 10 de mayo de 2020.
Nietzsche, Friedrich. *La genealogía de la moral*. Alianza: 1972.
SA, *5 Escándalos que afectaron a influencers*. Tomado de: https://www.clubinfluencers.com/5-escandalos-afectaron-influencers/ el 20 de mayo de 2020.
Montoya Garza, Alejandra L. *Reconstrucción e importancia de Photoshop en el diseño*. Tomado de: http://ensayosalemontoya.blogspot.com/2012/11/photoshop-reconstruccion-e-importancia.html el 20 de mayo de 2020.
Espaciosmultimedia, *El origen de Photoshop*. Tomado de: https://espaciosmultimedia.wordpress.com/2012/07/11/el-origen-de-photoshop/ el 20 de mayo de 2020.

Realidades alternas en la fotografía de Esteban Hernández

Beatriz Alvarado

Las fotografías de Esteban Hernández nos transportan a ese estado al que entramos desde que comenzó la pandemia, no hay caras solo ojos y una voz de desconocida procedencia. Un mundo de ideas que se expresa mediante el arte digital y que nos susurran "estás ahí pero no existes, desapareciste en cuanto tuviste que entrar y para salir tendrás que esperar".

La vida cotidiana se trata de mostrar tan estética y ficcionalizada como sea posible pero siguiendo la tendencia de verse sin filtros. Lo auténtico es falso pero causa cierta satisfacción, cumple nuestra necesidad de tener una vida perfecta basada en tendencias y hashtags; a pesar de estar encerrados tratamos de crear el mejor contenido para nuestros followers, sin importar lo ordinaria que puede llegar a ser nuestra vida en el exterior. Buscamos lo auténtico con tintes de falsedad, lo normal editado pero no escarbamos en la profundidad de lo que se nos muestra. En cambio, las creaciones de Esteban Hernández no pretenden mostrar la vida real tal y como aparenta ser, presenta aquello que si es, en su interior, esos pensamientos que no dejamos salir de nosotros pero que cada vez nos exigen más dejarlos florecer, son esas realidades alternas que están dentro de nuestras mentes, que leemos en los libros, que vemos en películas y que siempre están ahí.

La cuarentena nos demuestra una vez más lo aburrida que puede llegar a ser la vida real cuando no se está pretendiendo, cuando caes en cuenta que no vives tu vida al estar viendo como alguien más la vive. Quizá su sentido sea otro pero viéndolas en este contexto ¿no somos todos cabezas huecas?

Más que fotografías, las obras de Hernández son verdaderas obras de arte digital llenas de conceptos fácilmente adaptables a las peores y mejores situaciones, hablan de manera indirecta de cuestiones centrales a la problemática social actual y del sentir del propio artista. Se acercan a la crítica social sin tener una intención moralista, son perspectivas críticas que generan preguntas a nosotros mismos sobre nuestro estado actual y nuestra soledad.

Rocío estival

Sam Ortega

La lluvia es un momento sensible de la vida
que sorprende en seco a la calma
y rompe el pensamiento quebrando los pétalos, intactos
hasta entonces por el miedo.

Los rayos se mueven intravenosa en el manto celeste,
sin atreverse a caer en la tierra:
invadiendo la conciencia,
inundando los tiernos capullos.

Me atrevo a hablar al fin,
¡Ya no recuerdo la forma de las petunias!
Soy capaz de florecer a pesar de la lluvia
Capaz de flotar cual loto en pugna.

Danzando con fuerza y melodía
en el viento salvaje soy frágil,
pero mi cáliz canta y el polen
se esparce hacia las nubes:
Se tiñen de dorado, no marchitan
y es eterno.

Hinter den
Feindmächten:
der Jude

La propaganda negra

Beatriz Alvarado

La comunicación persuasiva es propia de la evolución del ser humano. Ha estado presente en todas las sociedades con la intención de transmitir ideologías u opiniones con objetivos claros y determinados, más allá de un sentido político, la propaganda se enfoca a todas las áreas de la sociedad como la religión y la economía, así como lo afirma Victoria Reyzábal, "su utilización como forma de controlar el flujo de información, modelar la opinión pública o manipular el comportamiento es tan vieja como la historia misma."[1]

Se le han dado distintas definiciones a la propaganda. R. Nelson le da el siguiente significado "De forma neutral la propaganda es definida como una forma intencional y sistemática de persuasión con fines ideológicos, políticos o comerciales, con el intento de influir en las emociones, actitudes, opiniones y acciones de los grupos de destinatarios específicos a través de la transmisión controlada de información parcial (que puede o no basarse en hechos) a través de los medios de comunicación masiva y directa"[2]. Mientras que Lasswell ve la propaganda como la "técnica para influenciar la acción humana, a través de la manipulación de representaciones"[3]. A su vez, Reyzábal[4] cree que el concepto de propaganda está "íntimamente ligado con la acción de divulgar doctrinas e ideologías para conseguir adeptos a las mismas". Por último, de acuerdo con Eulalio Ferrer, la propaganda y la publicidad tienen un origen común; ambas buscan informar, convencer, atrapar.[5]

Todas las definiciones tienen en común el influir y convencer, sin embargo, se puede hacer una clasificación de los tipos de propaganda que dependen de su emisor. La propaganda blanca es originaria de una fuente abierta e identificada, y su contenido es preciso. La propaganda negra pretende demostrar que su origen es amigable, pero en realidad es adversaria. Existe, además, la propaganda gris, que se presenta como neutral, pero viene de un adversario y transmite información falsa.

Ahora definamos el concepto de propaganda política como un tipo de publicidad que se realiza para difundir ideas políticas con el fin de influir en la opinión pública para que siga una determinada conducta o para influir en el voto. Este tipo de propaganda se ha valido de distintas técnicas para manipular a la sociedad cayendo en su mayoría en la propaganda negra, emitiendo mensajes peyorativos, utilizando mentiras para convencer y bombardeando con noticias, imágenes y sonidos a una población. La llegada de los medios de comunicación de masas ayudó a que este tipo de propaganda llegara a cientos de hogares, que fuera accesible y consumible.

La Segunda Guerra Mundial dio paso a la mejora de la propaganda y su distribución por el mundo, se internó en la radio, en el cine, los periódicos, libros y hasta en la ropa. Los bolcheviques fueron verdaderos maestros en la cuestión de la propaganda. Según la dinámica de la lucha de clases marxista-leninista[6], toda actividad que realicen los miembros del partido o las guerrillas debe poseer profundo contenido propagandístico y buscar la difusión ideológica, la propaganda fundamental para llevar a cabo de difusión de la ideología a las masas al igual que los trabajos teóricos y de agitación.

Tanto para los regímenes socialistas como totalitarios, vieron en la propaganda una oportunidad para tener aliados, convencer a las personas e influir en sus actos políticos; para mover a las masas no bastaba con que las personas tuvieran interés o se les obligara a participar, era necesario animarles y hacerles sentir parte del movimiento, así se comenzó a utilizar la propaganda en la segunda guerra mundial que además utilizó la propaganda de guerra para recluir voluntarios convencidos de la importancia de la lucha.

La propaganda de guerra tiene un aspecto particular, por el que es denominada usualmente "Psychological Warfare" o "Guerra psicológica", un concepto nacido en Estados Unidos. Así, la propaganda de guerra es definida por Daugherty como "el uso planificado de propaganda y otras acciones orientadas a generar opiniones, emociones, actitudes y comportamientos en grupos extranjeros,

enemigos, neutrales y amigos, de tal modo que apoyen el cumplimiento de fines y objetivos nacionales" [7].

La propaganda de guerra generalmente es propaganda negra, está apoyada en información falsa y disimuladora, evitan que los ciudadanos conozcan la verdad de las intenciones de la guerra y lo que sucede dentro de ella, aunque no siempre es necesario recurrir a mentiras mientras se tenga un buen orador como Hitler y Mussolini quienes con sus discursos lograban conmocionar a la gente. La propaganda de guerra lleva a la población de un país a sentir que el enemigo sólo comete injusticias mientras que ellos son la salvación.

La propaganda puede ser más peligrosa que el armamento bélico, alza a las masas, convence, influye en el actuar y pensar y puede alargar una guerra

a pesar de tenerla perdida pues, así como menciona Ramonet "el dominio de corazones y mentes es la continuación de la propia guerra"[8].

¿Existe propaganda política y de guerra en la actualidad? La respuesta es si, solo que ha cambiado su modus operandi y sus plataformas, ahora la propaganda es mucho más barata, en su mayoría es gratuita y alcanza a un mayor número de personas, de hecho, llega a todo el mundo. El internet es el nuevo medio para la propaganda, ya no hay caricaturas, pero tenemos memes, en vez de utilizar periódicos está Twitter; no hay necesidad de unirse a un partido o movimiento físicamente porque existen los filtros de foto de perfil en Facebook y los filtros para las historias en Instagram.

Las guerras en el siglo XXI se apoyan con "me gusta" falsos que no aportan nada a las víctimas, que no terminan con guerras pero si las hacen trending topic por una semana para después dejarlas en el olvido. No es que todo sea propaganda negra, es que no nos quieren informar y aprendieron muy bien de los logros del siglo XX.

> "La propaganda manipula a los hombres; al gritar libertad se contradice a sí misma. La falsedad es inseparable de ella. Los jefes y los hombres dominados por ellos se reencuentran en la comunidad de la mentira a través de la propaganda, aun cuando los contenidos de esta sean en sí justos. Para la propaganda, incluso la verdad se convierte en un simple medio más para conquistar seguidores; la propaganda altera la verdad en cuanto la pone en su boca." [9]

Notas

[1] María Victoria, Reyzábal, *Propaganda y manipulación.* Acento Editorial, Madrid, 1999

[2] Richard Alan Nelson, *A Chronology and Glossary of Propaganda in the United States*, 1996

[3] Lasswell, Harold. D., *Propaganda Technique in the World War*, Nueva York, Knopf, 1927

[4] Reyzábal, *Propaganda y manipulación*...

[5] Eulalio Ferrer, *Propaganda y comunicación*, México, Fondo de Cultura Económica, 2002

[6] *Fundamentos de filosofía marxista-leninista*, trad. De L. Vládov, URSS, editorial Progreso, 1979

[7] W. E. Daugherty y M. Janowitz. (eds.), A *Psychological Warfare Casebook*, Baltimore (MD), The John Hopkings University Press, 1958

[8] Ignacio Ramonet, "The Control of Pleasure", en *Le Monde Diplomatique*, mayo de 2000

[9] Max Horkheimer y Theodor W. Adorno, "Propaganda", en Max Horkheimer y Theodor W. Adorno, *Dialéctica de la ilustración. Fragmentos filosóficos*, 10ª. Ed., Trad. De Juan José Sánchez, México, Editorial Trotta, 2018, p. 291

El discurso de odio en las redes sociales

Beatriz Alvarado

En la actualidad las redes sociales se han vuelto parte fundamental de nuestras vidas, nos mantienen conectados e informados de los asuntos del mundo, nos permiten estar a un clic de distancia de las noticias y de las opiniones de los demás usuarios, pero la libertad que proveen también es la causante de diversos males como el aislamiento social, los filtros burbuja y los discursos de odio. El presente ensayo se propone abordar el tema de los discursos de odio en las redes sociales, haciendo hincapié en que, amparados en el derecho de la libertad de expresión, diversos grupos de personas difunden mensajes que incitan a la discriminación, la violencia, la intolerancia y la hostilidad en las distintas plataformas.

Antes de profundizar en el tema es necesario definir el concepto discurso de odio, En Consejo de Europa lo define como:

Las formas de expresión que propagan, incitan, promueven o justifican el odio racial, la xenofobia, el antisemitismo y cualquier otra forma de odio fundado en la intolerancia, incluida la que se expresa como nacionalismo agresivo y etnocentrismo, la discriminación y la hostilidad contra las minorías, las personas inmigrantes y las nacidas de la inmigración [1].

Con la definición anterior podemos percatarnos que es fácil caer en la dinámica de este tipo de discursos, pues, están inmersos en nuestra cultura y hasta en nuestra identidad nacional, el mayor de los problemas se presenta cuando se emiten mensajes con la intención de afectar a terceros; quiere decir que los discursos de odio se fundamentan en la intolerancia y demás antivalores que llevan a la discordia.

Las redes sociales y la libertad de expresión

El internet nos ha abierto miles de oportunidades de conocer el mundo, trajo la tan deseada democratización del conocimiento con lo que cualquier persona podría aprender, educarse y estar informadas, sobre todo trajo la posibilidad de comunicarse con conocidos y desconocidos de todos los continentes de nuestro planeta. Por si fuera poco, en el siglo XXI la mayoría de los países ha establecido en sus constituciones la libertad de expresión que antes era limitada tanto por las circunstancias pasadas, las disputas de poder como por los medios de comunicación de los que la mayoría eran espectadores sin formar parte de su mundo interno; hoy en día existen diversas plataformas gratuitas y sin regulaciones donde cualquier persona puede escribir y compartir sus ideas.

Ya se ha hablado de lo peligrosas que pueden llegar a ser las redes sociales, pero desde septiembre del 2020 cuando la plataforma Netflix estrenó The Social Dilemma de Jeff Orlowski, se retomó la conversación. El documental habla sobre los peligros del mundo digital y la manipulación que ejercen en nosotros, expone temas como la adicción a estar conectados, la manipulación por grupos de choque, el filtro burbuja y las noticias falsas, todos estos son elementos que combinados con los discursos de odio provocan que los usuarios se formen ideas erróneas y/o violentas sobre ciertos temas de opinión pública. Algunos usuarios de Netflix tras ver el filme, expresaron su angustia en distintas platafor-

mas por la forma en que estamos expuestos así como por la facilidad con la que una “simple” publicación puede provocar tanta violencia; sin embargo, solo muestra algo de lo que ya se tenía noción, las redes sociales influyen en nuestra percepción del entorno y de nosotros mismos, los algoritmos limitan lo que vez y te aíslan de la realidad analógica (por llamarla de algún modo), y el grado de manipulación, no solo en los grupos de jóvenes, es muy alta.

Del documental también podemos rescatar el filtro burbuja, termino creado por Eli Pariser quien lo define como "la burbuja de filtros es el universo propio, personal, único, de información que uno vive en la red. Y lo que haya en la burbuja de filtros depende de quién uno es, y de lo que uno hace." [2]. La burbuja hace referencia a la personalización de nuestro buscador y nuestras redes donde se muestra lo que vaya mejor con nuestras preferencias pasadas, sin preguntarnos, eliminan lo que no va acorde a nosotros. Más que manipular, estos filtros desinforman pues limitan nuestra percepción de los temas de opinión pública, aunado a las noticias falsas, llevan a la desinformación, la formación de ideologías y la radicalización al mostrarnos un mundo sin posibilidad de discusión, sin enunciado coherente ni enunciador visible, donde no se escucha ni se lee al otro.

Muchos son los elementos que permiten la propagación masiva de los discursos de odio como es el medio en el que se comparten, siendo las redes sociales el principal, sin embargo, no es el único, los blogs y las aplicaciones de mensajería, así como el correo electrónico también son utilizados a diario para enviar miles de mensajes con la intención de fomentar conflictos basados en ideas falsas o tergiversadas.

En cuanto a las redes sociales podemos destacar dos en específico, Facebook y Twitter, en estas tienen lugar la mayoría de los debates hoy en día, una sola publicación puede llevar a discusiones en la sección de comentarios, al mismo tiempo, habrá personas que reaccionen y compartan en sus perfiles las publicaciones estando a favor o en contra de estas, esto da como resultado una cadena que llega a un amplio número de personas y que se transmite por tiempo indefinido. En estas redes podemos encontrar contenidos que parecen ser inocentes o cómicos que tienen cargas negativas como es el caso de los memes que se utilizan para burlarse de algo o de alguien, por ejemplo, personas que se presumen ateas y ofenden a creyentes de las distintas religiones que existen hoy en día, creyéndolos inferiores en todos los aspectos o pero, creyéndolos enemigos; esto también sucede con grupos extremistas como son los neonazis alemanes que retoman el antisemitismo y que además son racistas y xenófobos, causan daños a propiedad privada y a habitantes de sus ciudades al creer que no deberían estar ahí, lo interesante de estos grupos es que se organizan a través de grupos de Facebook y que su ideología ha llegado a otros países como España.

La libertad de expresión no protege a los discursos de odio

En el caso de México la libertad de expresión está garantizada por el artículo sexto de la Constitución que dicta que:

> La manifestación de las ideas no será objeto de ninguna inquisición judicial o administrativa, sino en el caso de que ataque a la moral, la vida privada o los derechos de terceros, provoque algún delito, o perturbe el orden público; el derecho de réplica será ejercido en los términos dispuestos por la ley. El derecho a la información será garantizado por el Estado. [3]

Por lo tanto, el hecho de que se garantice la libertad de expresión, no implica que los discursos de odio sean legítimos y tengan que ser respetados por “ser la opinión” de un individuo. En efecto, existen limitaciones para expresarnos, esto se hizo con el fin de evitar daños a terceros , aquellas per-

sonas que quieren hacer valer este derecho para atacar a otros, demuestran ignorar las leyes que los rigen y con las cuales los afectados se pueden amparar.

Las soluciones

Publicaciones llenas de animadversión e intolerancia se encuentran en todos los medios de comunicación y difusión, pero, como anteriormente se mencionó, las redes sociales son parte de nuestras vidas por lo que al estar la mayoría del tiempo conectados nos lleva a estar expuestos a todo tipo de contenidos, según Waldron:

La exposición de ciertos materiales de odio en redes sociales conlleva repercusiones variadas, llegando a ser tanto daños directos como indirectos. En relación con estos últimos, surgen posibles cuestiones éticas y legales en cuanto a si la diseminación de material racista tendría que estar prohibido en la sociedad, ya que las redes sociales conforman el lugar perfecto para que cierto contenido se viralice. [4]

Quizá el principal problema de las redes sociales es que no hay mediadores, retomando lo que dice Waldron, las redes sociales son el lugar perfecto para que el contenido se viralice, se pueden tomar diversas medidas para evitar que lleguen a algo más grande. La Convención Internacional sobre la Eliminación de todas las Formas de Discriminación Racial (CERD, por sus siglas en inglés), busca que los Estados condenen la propaganda y las organizaciones que sustenten todo tipo de discursos que promuevan el odio y la discriminación, esta es una de tantas medidas que se pueden poner en práctica para evitar los discursos ofensivos.

México se ha unido a la campaña internacional del Movimiento contra el Discurso de Odio, No Hate Speech Movement en inglés, invitando a los jóvenes a participar e involucrarse en la defensa de los derechos humanos, esta campaña busca eliminar los discursos de odio en Internet, así como concientizar a la población de las consecuencias que estos pueden traer. Este es un parteaguas para educar a los ciudadanos para que las redes sociales sean utilizadas de forma consciente y respetuosa, fomentando la tolerancia y la buena convivencia.

La educación es parte fundamental de las soluciones, pues al enseñar sobre los usos positivos y negativos de las redes sociales, la comparación de información, las búsquedas asertivas y la aplicación de valores en la red, darían como resultado usuarios conscientes de los peligros de no buscar otras percepciones y de quedarse dentro del filtro que se nos impone y, por lo tanto, se evitarían confrontaciones innecesarias y peleas digitales y físicas, así como los extremismos ideológicos. Se trata de expandir el horizonte de los usuarios para que no se queden con una sola opinión y sean libres de decidir.

Conclusiones

Las redes sociales facilitan el acceso a la información, a la comunicación y educación, pero, así como se puede utilizar para algo bueno también se puede hacer lo contrario. La información falsa y tergiversada, así como ignorar las leyes y los diversos puntos de vista no permiten la convivencia respetuosa que se desea tener en las plataformas digitales, al contrario, llevan a que se formen ideas erróneas sobre ciertos grupos, a crear prejuicios y estigmas que dan como resultado discursos de odio, ataques y peleas en redes sociales pero también en forma física, esto perturba al orden público y nos afecta a toda la población mundial aunque no todos estemos involucrados en el problema.

Las soluciones están en educar a los usuarios sobre el uso adecuado del Internet y mediar los contenidos que se publican en redes, con esto no me refiero a censurar o limitar nuestras opiniones, sino a crear un ambiente no hostil y evitar que los discur-

sos de odio sigan propagándose del mismo modo en que se hace hoy en día. Nuestros derechos y libertades deben ser garantizados tanto como nuestras obligaciones, en el caso de la libertad de expresión, será necesario estar informados sobre su contenido en las constituciones de cada país para respetarlas y no estar desinformados la cual es la principal causa de que los discursos de odio se sigan difundiendo.

Notas

[1]Francisco Javier Conde González et al., "La crisis de los derechos humanos ante los discursos de odio", *Dfensor*, no. 2 (febrero 2017), p. 3 https://cdhcm.org.mx/wp-content/uploads/2014/05/dfensor_02_2017.pdf

[2]Eli Pariser, El filtro burbuja. Cómo la red decide lo que leemos y lo que pensamos, Trad. Mercedes Vaquero. Barcelona, Penguin Random House, 2017.

[3] Constitución Política de los Estados Unidos Mexicanos, 2017, Artículo 6

[4]Bustos Martínez, L., De Santiago Ortega, P. P., Martínez Miró, M. Ángel, & Rengifo Hidalgo, M. S., “Discursos de odio: una epidemia que se propaga en la red. Estado de la cuestión sobre el racismo y la xenofobia en las redes sociales”, Mediaciones Sociales, no. 18 (2019), p. 31 https://doi.org/10.5209/meso.64527

Referencias:

CONAPRED. (s. f.). Bienvenidos al Movimiento contra el Discurso de Odio – No Hate Speech Movement. https://www.conapred.org.mx/index.php?contenido=noticias&id=3979&id_opcion=108&op=214

CONAPRED. (s. f.-b). Contra el discurso de odio en redes sociales: palabras que hieren a México. https://www.conapred.org.mx/index.php?contenido=noticias&id=4594&id_opcion=291&op=448

CONAPRED. (s. f.-c). El discurso de odio en redes sociales. Entrevista. https://www.conapred.org.mx/index.php?contenido=noticias&id=4510&id_opcion=446&op=447

González-Márquez, M. (2020, 1 diciembre). Discursos de odio suelen confundirse con libertad de expresión. Universidad de Guadalajara. Red Universitaria de Jalisco. https://www.udg.mx/es/noticia/discursos-de-odio-suelen-confundirse-con-libertad-de-expresion

Constitución Política de los Estados Unidos Mexicanos [Const.]. (1917). Artículo 6. Recuperado de http://www.diputados.gob.mx/LeyesBiblio/pdf_mov/Constitucion_Politica.pdf

Keen, L. y Georgescu, Mara (2016). Orientaciones: Manual para combatir el discurso de odio en internet a través de la educación en derechos humanos. Recuperado de http://www.injuve.es/sites/default/files/2019/07/noticias/manual_orientaciones.pdf

Bustos Martínez, L., De Santiago Ortega, P. P., Martínez Miró, M. Ángel, & Rengifo Hidalgo, M. S. (2019). Discursos de odio: una epidemia que se propaga en la red. Estado de la cuestión sobre el racismo y la xenofobia en las redes sociales. Mediaciones Sociales, 18, 25-42. https://doi.org/10.5209/meso.64527

Gomez Gallardo, P. (febrero 2017). Los derechos humanos frente a los discursos de odio. Dfensor. N. 2. 4-8. Recuperado de https://cdhcm.org.mx/wpcontent/uploads/2014/05/dfensor_02_2017.pdf

Pariser. E. (2017). El filtro burbuja: Cómo la red decide lo que leemos y lo que pensamos. Trad. Mercedes Vaquero. Barcelona: Penguin Random House.

SEAL OF THE PRESIDENT OF THE UNITED STATES

LA MEMORIA ERRANTE

N° 1 | Septiembre 2020

www.lamemoriaerrante.com

Ciudad de México, México