



POSTFOTOGRAFÍA Y EL INFIERNO DE LO IGUAL

FABIÁN ANDRÉS VELANDIA CRUZ

**CORPORACIÓN UNIVERSITARIA MINUTO DE DIOS
RECTORÍA SEDE PRINCIPAL
PROGRAMA LICENCIATURA EN EDUCACIÓN ARTÍSTICA
NOVIEMBRE
2020-**

POSTFOTOGRAFÍA INFIERNO DE LO IGUAL

FABIÁN ANDRÉS VELANDIA CRUZ

TRABAJO DE GRADO PRESENTADO COMO REQUISITO PARA OPTAR AL TÍTULO
DE LICENCIADO EN EDUCACIÓN BÁSICA CON ÉNFASIS EN EDUCACIÓN
ARTÍSTICA

TUTOR

OSCAR SÁNCHEZ SUÁREZ

MAESTRO EN ARTES PLÁSTICAS Y VISUALES - MAESTRÍA EN EDUCACIÓN

COTUTOR

DIEGO FELIPE GAITÁN LOZANO

CLASSICAL GUITAR - COMPOSER - MEDIA ARTIST M.MUS.

CORPORACIÓN UNIVERSITARIA MINUTO DE DIOS

RECTORÍA SEDE PRINCIPAL

PROGRAMA LICENCIATURA EN EDUCACIÓN BÁSICA CON ÉNFASIS EN
EDUCACIÓN ARTÍSTICA

Dedicatoria

Quiero dedicar esta obra a mis familiares, amigos, maestros, conocidos que de cierta manera influyen mi quehacer como persona, como educador y como artista. Dedico esta obra a los docentes y futuros docentes, que independientemente de su área de conocimiento tienen por vocación mostrarle al mundo distintas realidades y puntos de vista, que tienen deseos de cambiar al mundo, que tienen como propósito transformar vidas a través de la educación y el arte.

Agradecimientos

Sobre todo, agradezco a todas aquellas personas que confiaron en mí, a los que nutrieron este proyecto con consejos y aportaciones, agradezco a todos los involucrados, amigos, docentes y especialmente mi familia, a mi padre, mi madre y mis hermanas. Agradezco a las personas que me apoyaron en este proceso porque fueron fundamentales para que el objetivo se cumpliera y lograra culminar este proyecto.

Nota de aceptación

Firma del presidente del jurado

Firma del jurado

Firma del jurado

R.A.E

RESUMEN ANALÍTICO EDUCATIVO	
TÍTULO:	AUTOR:
Postfotografía y el infierno de lo igual	Fabián Andrés Velandia Cruz
EDICIÓN:	TUTOR(es):
UNIMINUTO	Oscar Fernando Sánchez Suárez
PALABRAS CLAVES:	
Postfotografía, realidad virtual, galería fotográfica, instalación artística, inteligencia emocional	
RESUMEN:	
<p><i>La Postfotografía y el infierno de lo igual</i> es una experiencia que compila cuatro testimonios que buscan conectar con las vidas de los cuatro participantes a través de fotografías. Busca generar reflexión frente a la influencia de la postfotografía en el quehacer cotidiano de la vida de los individuos que poseen redes sociales. Las fotografías sirven como medio de introspección y catarsis expresadas en las vivencias propias de cada persona. En este proyecto de investigación creación se propone una galería que a través de la realidad virtual explora diferentes maneras de comunicar y contar una historia a su vez es una instalación que contiene diversos elementos simbólicos que hablas de un escenario en el que las redes sociales dominan de cierta manera las vidas de los usuarios que consumen frecuentemente las redes sociales, inevitablemente terminan afectando su vida y su vida cotidiana.</p>	
CONTENIDO:	
Dentro del proyecto de investigación se puede encontrar información sobre la condición post fotográfica; de las redes sociales como medio de comunicación; la relación entre identidad digital e introspección fotográfica; apoyado en la realidad virtual como elemento narrativo.	
CONCLUSIÓN :	
Esta obra se centra en la expresión y la necesidad de comunicar a través de los medios que estén a nuestro alcance elementos como la VR y de la fotografía son protagonistas porque	

abre varias posibilidades a la exploración de distintos temas y distintas realidades, tanto en lo pedagógico como en lo artístico.

Abstract

La Postfotografía y el infierno de lo igual is an experience that compiles four testimonies that seek to connect with the lives of the four participants through photographs. It seeks to generate reflection in the face of the influence of Postphotography in which to do the daily life of individuals who have social networks. The photographs serve as a means of introspection and catharsis expressed in the experiences of each person. In this creation research project a gallery is proposed that through virtual reality explores different ways of communicating and telling a story, in turn, it is an installation that contains various symbolic elements that speak of a scenario in which social networks dominate. In a certain way, the lives of users who frequently consume social networks inevitably end up affecting their lives and their daily lives.

Tabla de contenido

CAPÍTULO I GÉNESIS CREATIVA.....	1
CAPÍTULO II DIÁLOGOS DE TEXTOS Y CONTEXTOS.....	4
1. Selfie y la condición postfotográfica.....	4
1.1 Un paso por la historia de la selfie.....	6
1.2 Discurso visual en redes.....	7
2. La diada de las redes sociales.....	9
3. inteligencia emocional e identidad digital.....	10
3.1 Introspección fotográfica.....	12
4. Realidad virtual como elemento narrativo.....	13
CAPÍTULO III DESARROLLO CREATIVO.....	17
CAPÍTULO IV REFLEXIONES DE APRENDIZAJE.....	23
REFERENCIAS.....	26
ANEXOS.....	27

CAPÍTULO I

GÉNESIS CREATIVA

Este proyecto nace de observar como en la sociedad actual el fenómeno de la postfotografía es generador de identidad y autoconocimiento, pretende saber el trasfondo comunicativo que esta tiene. No es nuevo que el ser humano busque constantemente reacciones de aprobación por parte de sus pares pero en la virtualidad se marca una gran diferencia ya que el contenido publicado casi nunca es realmente espontáneo por lo contrario busca encajar en estereotipos impuestos por la sociedad, se encamina en buscar aceptación a través de likes y reacciones que afectan los estados de ánimo y causan sesgos inconscientes que hacen que el ser humano discrimine un contenido de otro según el contexto

Todo esto permite indagar el uso de la autofoto o selfie y de qué manera afecta la expresión y la comunicación en la vida cotidiana especialmente en una época como la actual en la que la emergencia sanitaria causada por el covid 19 hace que jóvenes y adulto están más hiper conectados que nunca, la comunicación virtual tomó mayor relevancia y me interesa analizar cómo esto puede ser aprovechado para generar medios óptimos de comunicación, sin que se pierda la relación espontánea entre personas.

Se busca analizar procesos de introspección e interacción intra e interpersonal en la formación de una identidad virtual desde el punto de vista multi generacional que se manifiestan constantemente a través de un fenómeno sin edad que se convirtió en una práctica cotidiana como lo es la realización y composición de una selfie. La idea parte de la necesidad de visibilizar los fenómenos emocionales y las consecuencias que provoca la necesidad de aprobación social a través de la aglomeración de elementos físicos y simbólicos en los que interviene el “yo” y que interactúa constantemente en un ámbito social como lo

son los recursos digitales como las redes sociales que poco a poco van generando posturas de carácter público y privado, que enlazan una serie de componentes personales que refieren a estados internos propios del sentir como sus capacidades críticas, reflexivas y emocionales.

El interés de este proyecto parte de estudiar el efecto de la postfotografía ya que es una forma de comunicar con auge gracias a las redes sociales y al hecho de que la mayoría de personas tienen acceso a una cámara al alcance de su bolsillo.

Analizando el concepto de “el infierno de lo igual” extraído del libro la sociedad de la transparencia de Byung-Chul Han, que además de dar nombre a este proyecto, habla de cómo la inteligencia emocional juega un papel fundamental en cómo el ser humano se percibe a sí mismo y cómo quiere que lo perciban los demás, estas plataformas están inundadas de autofotos en la que el protagonista “soy yo” la mayoría de personas tienen una cuenta en alguna red social que alimentan con elementos que dan forma a su identidad virtual, por eso la necesidad de mostrar los sitios que visitan, las persona con quien están, los eventos importantes, la ropa que usan, todo esto está calculado para que solo se muestra lo que “yo quiera” y de la forma que “yo quiera”, por eso el fenómeno selfie es tan seductor.

Como objetivo se pretende crear una instalación-galería en realidad virtual (VR) que muestre el fenómeno de la postfotografía y se vean expuestas fotografías y testimonios de experiencias en redes sociales. La fotografía pretende mostrar lo que se oculta detrás de una selfie, la instalación tendrá estímulos visuales y sonoros, y así desde esta perspectiva se busca converger aspectos anteriormente mencionados y expresiones propias de la fotografía y características de la postfotografía en sí, para dar paso a la creación de propuestas colectivas y/o individuales que sean manifestadas mediante espacios de diálogo que conlleven a la elaboración de una instalación que gire en torno a lo que es propiamente la

práctica fotográfica artística, al pasar por este proceso los modelos aparte de posar para la foto realizan un proceso de introspección y reflexión en torno a su contexto por medio de la inteligencia emocional y el desarrollo crítico sobre la exposición constante de la “identidad” y cómo influye en la implementación de las TICS en esos procesos.

Se hace necesario plantear y crear espacios para la consideración e indagación de cómo repercute este fenómeno, si bien personal, también de forma social, artística y pedagógica, donde nosotros como futuros docentes replanteemos constantemente nuestro que hacer por medio de propuestas de investigación y de re significación de acciones comunes, pero no menos válidas para una propuesta de análisis y de construcción de saberes, intelectuales y emocionales.

A si mismo se pretende encaminar nuestra profesión hacia posibles propuestas que potencien los intereses de los estudiantes y que podamos intervenir y mediar en pro de una mejor educación apoyándonos del concepto de educomunicación o educación mediática que como plantea (Heras, 2018) “la educomunicación como marco de reflexión per se, estudio y aprendizaje de la enseñanza de los medios de comunicación para una ciudadanía crítica (P. 3), para que junto a la educación artística genere mejores procesos de enseñanza y aprendizaje que cuestionen y conduzcan a través del saber ser, saber conocer, saber hacer y saber convivir a nuevas propuestas y acciones en el aula que repercutan y apunten a nuevas visiones sociales puesto que ese carácter interdisciplinar traza contenidos transversales que ayudan a los alumnos a desenvolverse de manera dinámica y crítica con conocimientos aprendidos en sus interacciones con la sociedad, así como con la cultura visual y digital cotidiana.

CAPÍTULO II

DIÁLOGOS DE TEXTOS Y CONTEXTOS

En la actualidad la humanidad está más hiperconectada que nunca ya no solo en aspectos geográficos y de comunicación sino que también en aspectos mentales y la selfie es evidencia de esto, es un reflejo de lo que somos como sociedad o más bien lo que la sociedad pretende que seamos porque mostramos una versión que se ajusta a los estándares de las personas que seguimos en redes sociales, convertimos nuestras vidas en mercancía que se intercambia por likes con la ilusión de que esto nos da estatus y reconocimiento en dichas redes.

La selfie es un fenómeno tan efímero y que separa el mensaje del mensajero y lo lleva a una constante búsqueda de estímulos que impide un buen desarrollo de su inteligencia emocional, esta refiere a la capacidad individual de reconocer las emociones propias y las de los demás para guiar su pensamiento y su conducta solo que en este caso están en pro de crear una identidad digital, e incluso llegar hasta el punto de trasladar su visión de la realidad virtual creyendo que todo lo que se muestra en esta dimensión es real y no un conjunto de información y datos vertiginosos que carecen de espontaneidad.

1. La selfie como condición postfotográfica

La experiencia fotográfica dio gran cambio en los últimos años con la llegada de los teléfonos móviles y las redes sociales que dieron paso al culto de la selfie, que en palabras de Fontcuberta (2016) “la selfie se ha convertido un autorretrato instantáneo contemporáneo que redefine la concepción de autorretrato fotográfico tradicional y que evoluciona en un flujo excesivo de imágenes que navegan por internet.” (p.10). La autofoto da muestra de un cambio

en la historia de la fotografía en donde se propone un enfoque más autorreferencial y propio de la “tecnología del yo” que carece de valor narrativo y testimonial.

Con relación a Joan Fontcuberta es un fotógrafo y teórico español especializado en la imagen, posee el Premio Nacional de Fotografía de 1998, ha realizado diversas series fotográficas e investigaciones teóricas sobre la imagen y la performance como elemento narrativo. Así pues, valiéndose de la fotografía Fontcuberta acuña el término “postfotografía” para definir lo que ocurre después que lo digital protagonizado por la selfie, supera la fotografía tradicional. La era de la postfotografía se caracteriza porque la intimidad, logra disolver la tensión entre lo público y lo privado. “La postfotografía hace referencia a la fotografía que fluye en el espacio híbrido de la sociabilidad digital y que es consecuencia de la superabundancia visual” (Fontcuberta, 2016, p.9). Según este autor no es solo una moda pasajera, sino que por lo contrario ha llegado para quedarse, formando lo que en este proyecto llamaremos dimensión “selfica” o “panóptico digital” que es el sitio donde habitan las autofotos de los individuos produce fotografías de sí mismo y consume la de los demás.

La postfotografía cambió por completo la forma de comunicar y actuar en redes sociales, el hecho de publicar una selfie es la perfecta ejemplificación de la frase: una imagen vale más que mil palabras y como su exposición es global y exponencial hace ver el intercambio de privacidad por de likes como el acto de ofrecerse a sí mismo para consumo público, con esto quiero decir que la vertiginosa exposición masiva de la imagen en internet da muestra de que la selfie es el autorretrato de la era digital en donde se pretende dar muestra de estatus, belleza como muchos famosos artistas hicieron: Frida Kahlo, Rembrandt, Van Gogh entre otros usaron sus rostros para significar su sentir, sus posturas ante el mundo, sus anhelos, sus temores y alegrías; comprender esto nos ayuda a descubrir mucho de nosotros mismos y del mundo en el que vivimos.

1.1 Breve paso por la historia de la selfie

Los autorretratos datan de hace mucho tiempo y con el auge de los teléfonos inteligentes las fotos capturadas con cámaras en lugar de con pintura se han convertido en un fenómeno bastante popular. Tras la aparición de los Smartphone todos empezaron a llevar cámaras al alcance de su bolsillo. Sin embargo, un breve paso por la historia nos muestra que la selfie es más antigua de lo que creíamos. A través de la historia de la fotografía se han sacado selfies, sólo que en ese tiempo no se tenía una palabra que la definiera. en la actualidad la autofoto tiene una mirada netamente al “yo”. Porque el objetivo ya no es capturar imagen sino exhibirla. La evolución tecnológica mezclada con narcisismo y aburrimiento se denominó “selfie” y alcanzó la cima en el año 2013 gracias a un empujón mediático de la prensa mundial.

Se cree Según la investigación de Imran Rahman-Jones para BBC que el primer selfie es de Robert Cornelius, quien tomó la foto en el año 1839 a sus 30 años, en su tienda de lámparas en Filadelfia. La tecnología de ese entonces hizo que tuviera que estar de pie unos 15 minutos para poder tomar la foto, pero valió la pena ya que le valió para tener el título de la primera persona que se tomó una autofoto.

En 1914 Anastasia Nikolàyevna Románova la duquesa de Rusia puso una cámara Kodak frente a su espejo para tomar una fotografía y gracias a esto se recordará como primera selfie de espejo de la historia. Solo tenía 13 años y le envió la foto a su padre, con una carta que decía: “He tomado esta foto de mí misma mirándome al espejo. Fue muy difícil, ya que mis manos estaban temblando”. Rahman (2017) Lo mismo que se hace en la actualidad en redes sociales solo que en este caso la tuvo que enviar por correo.

El fotógrafo neoyorquino Joseph Byron tomó un selfie en 1920 con algunos colegas. En 1939 Frank Sinatra fue uno de los pioneros en este movimiento tomó una emblemática foto cuando tenía 23 años frente a un espejo, pero para esta fecha ya se contaban con cámaras más compactas y que permiten tomar fotos de mayor calidad.

Luego 60 años después se registra la palabra selfie por primera vez, apareció en internet en 2002. Nathan Hope publicó una foto donde escribió: "Lo siento por el enfoque, era un selfie". desde este momento se popularizó la autofoto gracias a la tecnología tal como dice la autora estadounidense Jennifer Levasseur curadora del Museo Nacional del Aire y el Espacio del Instituto Smithsonian de Estados Unidos: "Yo creo que, para ser una selfie, tiene que ser digital" Rahman (2017), según Levasseur, este concepto está relacionado con la cultura de Internet y con el deseo de interacción propio del ser humano trasladado en plataformas sociales. "Lo que hace que una selfie sea una selfie es el hecho de poder compartirla" señala la autora.

La presentadora de los premios Oscar en 2014, la estadounidense Ellen DeGeneres, pretendía tener la foto más retuiteada de la historia, lo logró posando con un grupo de estrellas; este fue el empujón necesario para que la palabra se popularizara y se dejara de un lado los álbumes de fotos para publicar imágenes en sitios como MySpace y Facebook. Luego en el 2010 apareció Instagram la red social que en la actualidad alberga más selfies que ninguna otra y terminará convirtiendo la selfie en el fenómeno mundial que es ahora.

1.2 Discurso visual

Las redes sociales establecen un escenario donde la fotografía es el medio comunicativo que aporta a la construcción de identidades alrededor del yo, además actúa como elemento narrativo, en el devenir de cada post y aparecen como testimonio vago de

momentos cotidianos. Estos momentos, por más mundanos que parezcan nos proponen conocer algo más de los demás: sus familiares, sus amigos, sus hogares, pensamientos, lo que les divierte y enoja. Estas prácticas propician dinámicas comunicativas específicas de las redes y específicas de cada individuo, convirtiendo la selfie en un formato reiterado y estereotipado.

No hay ninguna prohibición en compartir información privada pero la postfotografía se comunica a través de la narración de prácticas íntimas que se convierten en públicas. La selfie en sí no tiene carácter de documental o de testimonio, ahora debemos hacer la reflexión si en la actualidad nos enfrentamos a "espejos sin memoria" porque la fotografía se desnaturaliza y deja de ser una herramienta exclusiva para momentos importantes para ser cada vez más cotidianos, la posibilidad de fotografiarlo todo nos empuja a la órbita de lo frecuente; dando un aura más ordinaria que solemne, las fotos ya no tienen la misma función de representar el mundo, mucho menos cambiarlo o transformarlo todo ha cambiado al simple acto de mostrar actos planos y cotidianos y sin trascendencia.

En la actualidad la instantaneidad y la manipulación da paso a que se pueda transmitir un escenario distinto al real sin que el espectador se dé cuenta debido a que el asume que es real y espontáneo, pero no siempre lo es, debido a las cientos de aplicaciones que existen para editar imágenes se puede dar a entender la realidad que el individuo quiere transmitir a sus seguidores, Para Fontcuberta (2010):

Toda fotografía es una manipulación, podemos establecer grados de intervención, pero toda fotografía es una manipulación en el sentido de que reconstruye la realidad en base a unos parámetros subjetivos. La fotografía miente siempre, miente por instinto, miente porque su naturaleza no le permite hacer otra cosa. Lo importante, en

suma, es el control ejercido por el fotógrafo para imponer una dirección ética a su mentira. El buen fotógrafo es el que miente bien la verdad"(p.144)

En lo anterior mencionado se evidencia cómo los estereotipos de belleza actual sumado a las características de la fotografía digital que le da al usuario el control sobre su imagen, principalmente a su rostro en primer plano; en contraste con la fotografía analógica, que requería el revelado que casi siempre realizaban otros, y en manos de ellos estaba que la foto saliera bien pero los detalles no estéticos como ojos rojos u ojos cerrados problemas de luz no tenían arreglo y esto sin quererlo choca con los parámetros de belleza que siempre hemos tenido impuestos.

2. La relación de las redes sociales y la privacidad

Es necesario tener claro qué información se encuentra en nuestras plataformas digitales, son un espacio público o privado. El material privado puede venir de cuatro fuentes: 1) el usuario que entrega información voluntaria, 2) otros usuarios que publican información sobre nosotros, 3) empresas asociadas y no asociadas a las redes sociales 4) la misma red social que registra y procesa información sobre nuestras actividades. Si como decía Barthes (2003) la fotografía evoca “esto ha sido” y la selfie evoca “esto es”. Principalmente trata de un momento que no preexiste en un hecho biográfico, el usuario se muestra: pasando el rato, comiendo, bebiendo, caminando, conviviendo, la formas de vestir, lugares y aspectos que normalmente no llegaríamos a conocer de una persona. Implícitamente la autofoto nos está contando su historia a través de imágenes y se convierten en acontecimientos que evocan siempre el presente como si fuera una noticia. Mientras anteriormente la fotografía social analógica pertenecía al ámbito privado, ocupando lugares físicos álbumes o portarretratos en la sala de la casa expuestos para que las visitas lo pudieran ver, la selfie requiere ser publicada en el mismo momento de ser tomada para que bastante gente la pueda ver.

Al mismo tiempo continuando con lo anterior vivimos en una realidad en donde lo privado y lo público se rompió, cualquier persona puede volver pública cualquier información debido a que esta separación es difícil de reconocer. Si bien la diferencia entre ambos términos parece abismal las redes sociales la convirtieron en una delgada línea, como afirma De Kerckhove (1999), “la distinción entre la pública y la privada es clara, pero hoy en día, debido a los avances en la tecnología de la comunicación, la misma se está desdibujando” (p.183). Debido a esto se incrementa las amenazas a la privacidad que han de ser afrontadas desde el punto de vista: legal y cultural.

Complementando la idea de Kerckhove antes mencionada las redes sociales venden libertad de expresar y de observar perfiles de usuarios dentro de los círculos sociales propios o ajenos a este, venden seguridad a la privacidad, pero realmente se ha convertido en una vitrina donde se exponen de manera voluntaria para el deleite de terceros, los usuarios de redes sociales se encuentran en un panóptico digital, tal como plantea Byung-Chul Han en su libro la sociedad de la transparencia. Han (2013) afirma que, “La peculiaridad del panóptico digital está sobre todo en que sus moradores mismos colaboran de manera activa en su construcción y en su conservación, en cuanto se exhiben ellos mismos y se desnudan. Ellos mismos se exponen en el mercado panóptico” (p.45). Este autor resalta que la vigilancia no se realiza como ataque a la libertad, sino como una entrega voluntaria a la mirada panóptica. Lo que garantiza que el usuario se exponga es la hipercomunicación no la soledad. porque es el miedo de tener que renunciar a su esfera privada e íntima lo que lo lleva a ceder a exhibirse sin vergüenza desnudándose a los moradores de la panóptica digital.

3. inteligencia emocional en postfotografía

Las redes sociales aportan tantos beneficios como consecuencias que pueden llegar a afectar la inteligencia emocional de un individuo que usa las redes para comunicarse. Para entender los procesos mentales que ocurren en la mente de un individuo cuando interactúa en la red recurriremos al psicólogo cognitivo Robert Sternberg , que plantea una teoría donde refiere que la inteligencia se adquiere a través del propio sujeto y el contexto en el que se desenvuelve, afectando los niveles de empatía, sociabilidad y autoestima (Sternberg 1987), la manera en que se proyecta la personalidad y cómo la perciben los demás afecta cómo se canalizan emociones y sentimientos según las experiencias que el sujeto haya vivido y sus aspiraciones a futuro.

Las redes sociales afectan a todas las personas, pero no todas se ven afectadas de la misma manera, todo depende de tus necesidades afectivas y del tiempo que se les dedique a estas, si las usas como herramienta práctica obtendrás un resultado distinto a si se usa como medio de ocio y diversión, pero si se llega al caso de depender de las interacciones sociales para tener satisfacción y estabilidad emocional se convierte en una conducta negativa. Continuando por el enfoque de psicología cognitiva, Mayer y Salovey (1997) proponen un modelo teórico que propone el término de inteligencia emocional y sus componentes básicos que son los siguientes: la percepción emocional como habilidad de percibir las emociones propias y la de los demás.

La facilitación emocional como la habilidad de comunicar los sentimientos a través de las emociones; comprensión emocional como la capacidad de entender la forma en que se enlaza las emociones y evolucionan a lo largo del tiempo, dando un mayor significado emocional; y por último, el manejo emocional que se refiere a la habilidad de comprender y regular los sentimientos ajenos y propios. La capacidad para contener las emociones propias y poder decidir cómo gestionarlas es parte fundamental de la Inteligencia emocional y se hace evidente en redes sociales porque estas conectan de manera tan fácil a miles de personas que interactúan todo el tiempo con opiniones y pensamientos propios y ajenos.

La aprobación y los estímulos inmediatos en redes sociales generan adicción ya que queremos que todo lo que publicamos o fotografiamos le guste a los demás, y si tiene pocos likes se le considera un fracaso. Así pues, el uso de redes sociales se establece a partir de las relaciones interpersonales que permiten un intercambio de información (sentimientos, expresiones, gustos, etc.) a partir de paradigmas establecidos, estos se reproducen a través de un dispositivo digital. (Murolo, 2015), estas relaciones se caracterizan porque son comportamientos y símbolos repetitivos placenteros pero una vez se vuelvan hábitos, no son tan fáciles de controlar hasta el punto de volverse una adicción a las redes.

3.1 Introspección fotográfica

Un camino de introspección que nos permite trabajar con vivencias, valores e identidades desde una mirada múltiple. La Fotografía nos permite explorar, reflexionar nuevas formas de expresión del "sí mismo". La toma de fotografías y la autofoto como herramientas de autoconocimiento, reconocimiento del entorno. Michael Ackerman es un fotógrafo nacido en Tel Aviv en 1967. Juega con las sombras, las siluetas. Usa mucho el

desenfoco y el contraste, estas cualidades permiten al espectador viajar a través del subconsciente a la intimidad de los seres retratados. Ackerman (2010) afirma:

¿Quién eres? ¿Qué sabes de lo que es verdad? ¿Qué cuestiones? ¿Cuáles son tus obsesiones?» Cuando estoy confrontado con el trabajo de una persona, es lo que me asombra. Una fotografía que no trate de fotografía, de estilo o limitada a una categoría definida sino una fotografía que sobrepase todo esto. La Fotografía como una revelación de lo que significa estar vivo – para el fotógrafo y la vida representada. La fotografía me muestra algo que no veo en condiciones normales. (P. 20)

El autor mencionado afirma que la fotografía evidencia vivencias propias a través de una imagen, permite el autoconocimiento. Atrevernos a mirar desde fuera a través de nuestras fotografías da el poder de transformación personal que sirve como recurso de aprendizaje y a su vez permite convertir la propia imagen en arte.

4. Realidad virtual como elemento narrativo

La realidad virtual posibilita la inmersión en la simulación digital en el que el usuario puede interactuar y manipular con el ambiente utilizando para ello el recurso como: los smartphones, cascos de realidad virtual que permiten ingresar al ciberespacio, existen webs como Hubs Mozilla o CoEspace que permiten crear espacios virtuales de manera fácil e intuitiva. Al transcurrir el tiempo los medios comunicativos han evolucionado debido a que estos nacen para suplir unas necesidades y para cumplir unas intenciones propias de su época, limitadas por las expectativas de los usuarios e incluso por límites tecnológicos. Los creadores aprovechan los medios que tienen a su alcance para reclamar la atención de los usuarios, regalándoles experiencias en las que pueden internarse en la narrativa como nunca había podido, cuentan con más herramientas para que el usuario se sumerja e interactúa con la historia que el creador pretende contar.

Los medios comunicativos digitales posibilitan procesos que se dirigen hacia la construcción de lenguajes y estéticas que pretenden interesar a las audiencias actuales a través de recursos tecnológicos interactivos que participan de manera activa en el desarrollo de la narrativa audiovisual. El desarrollo de las TIC abrió paso a la realidad virtual (VR) que si bien se comenzó a desarrollar en la década de 1960 gracias a que la marina estadounidense pretendía crear simuladores de vuelo bastante realistas aptos para la enseñanza de sus pilotos, no fue hasta el año 1982 que el informático Jaron Lanier uno de los pioneros del campo de la VR popularizó este concepto que permite crear contenidos audiovisuales interactivos de manera complementaria y simultánea para la experimentación en multiplataforma de manera individual o colectiva.

La VR en la actualidad es la opción que permite implementar con mayor eficacia todo el potencial del lenguaje inmersivo activando la exploración de espacios digitales. La VR como representación narrativa que permita crear mundos posibles aún no es del todo óptima ya que presenta algunas complicaciones técnicas como de desarrollo de sus usos o aplicaciones. Este elemento debe convencer tal como se menciona en el artículo *The Ultimate Display*, hacer que ese mundo parezca real y auténtico, no importa si se trata de una ficción o una producción no ficticia. El espacio debe inducir las emociones del usuario para que sienta que está ahí y todo suene real, se sienta real y responde de manera realista a las acciones del espectador (Sutherland 1965).

El terreno de la exploración de historias digitales es aún muy nuevo a pesar de todos los años que se llevan teorizando sobre este tema, una narración jamás había sido tan práctica y realista como lo es ahora con la VR. Para Lorenzo Vilches (2003), los cambios abren espacio a nuevas estructuras narrativas, ya que cambian “la forma y el contenido de los

objetos que producimos o recibimos’’, es natural del ser humano contar historias, inició con la narración oral, luego ocurrió una primera revolución con la comunicación escrita, años después volvió a ocurrir con las narrativas audiovisuales mediadas por la televisión, los computadores y los smartphones; ahora con la VR Pese a todo, hay numerosas experiencias de éxito, como lo son: Spheres (McNitt, 2018), Pearl (Osborne, 2016), que son cortometrajes de VR nominados a numerosos premios; Zero Point (Dennis, 2014), uno de los primeros documentales inmersivos diseñado para Oculus Rift (Watercutter, 2014) . También podría mencionar a Dear Angélica y Virtual Hero claros ejemplos de una narrativa de animación interactiva.

El usuario al ponerse los lentes o el casco de VR pasa a ser centro de la historia, siendo el protagonista o solo un observador, ya que, a través de su percepción, se vivirá la historia que, en ocasiones, se modificará por su toma de decisiones. Pero, aunque no fuera así, aunque fuese solo un agente pasivo, él será el elemento más decisivo a la hora de componer la escena y de inventar la historia.

Por más que la estructura narrativa direcciona los caminos posibles, la audiencia va a poder construir su propia historia, en una obra abierta en proceso permanente, en palabras de (Cappucci, 2013) “la mayoría de las tecnologías electrónicas no conduce al abandono del cuerpo, sino a una nueva planificación de nuestra vida sensorial para adoptarla a una combinación de mente privada y mente colectiva” (P. 24) , ya que dependiendo de dónde vamos a provocar la acción y estimulamos unas emociones u otras para hacer que la narrativa funcione. .

La ilusión se trata como una característica del arte, donde la inmersión tiene su inicio. Está relacionado con la aplicación de perspectivas o técnicas artísticas y, de hecho, con la realización de valores artísticos.

La naturaleza inmersiva de la obra de arte puede ser la más importante en el proceso de la experiencia estética y su valoración. En este caso, En el enfoque histórico de la obra de arte, podemos hablar de proceso de inmersión en categorías de obra de arte descritas como: valores percibidos, comprensión, interpretación, cognición intencional de los contenidos incluidos en la obra de arte. (Ostrowicki, 2003, p.8)

En consecuencia, a lo anterior, el arte parece preocuparse por la teleología inmersiva, dirige a los artistas a la creación de entornos, que son capaces de involucrar o cautivar. la apreciación externa finalmente no resulta de valores estéticos o artísticos, sino de la profundidad emocional de la inmersión y después de la experiencia espiritual, es decir, reflejando la participación en la obra de arte.

Mozilla Hubs es un servicio de reuniones virtuales que permite interactuar y explorar entornos que se desarrollan en esta plataforma. Gracias a que se basa en WebVR, funciona con cualquier casco o lentes de realidad mixta. Se puede compartir prácticamente cualquier tipo de archivo digital en una sala de Hubs, simplemente pegando un URL. Todo lo que se comparte se convierte en un objeto virtual con el que cualquier usuario que ingrese puede interactuar, desde imágenes hasta videos y modelos 3D. Está disponible para cualquier plataforma de manera segura gracias a que no aloja información de las salas por más de 72 horas y está protegida contra ataques XSS y además es Open Source.

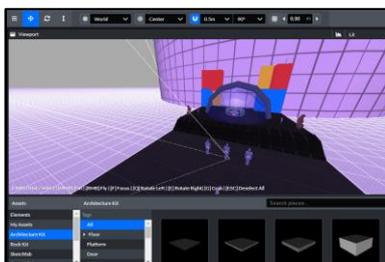


Imagen No-1. Boceto en Hubs

En la actualidad debido a la pandemia es complicado hacer eventos donde interactúan varias en un mismo lugar, pero esta plataforma permite crear ambientes seguros y prácticos, las posibilidades van desde crear ambientes educativos, eventos sociales, eventos empresariales, muestras de arte las opciones

son infinitas debida la gran cantidad de herramientas y la accesibilidad y fácil manejo del software.

CAPÍTULO III

DESARROLLO CREATIVO

El proceso del presente proyecto de investigación-creación varió bastante desde la génesis de la idea hasta la culminación del mismo, incluso me atrevería a decir que aún se presta para realizar más exploraciones que aporten a la investigación. Al pasar del tiempo se fueron añadiendo elementos que nutrieron bastante el artefacto visual y el presente documento; a su vez se fueron restando elementos, pero al final estos factores fueron fundamentales para que el producto evolucionará.

Previos y evolución de la obra

Cabe resaltar que el propósito de este proyecto es transmitir al público una mirada diferente de las redes sociales y cómo interactuamos en estas evidenciado las consecuencias que puede llegar a provocar el uso de estas, representando a través del concepto de la postfotografía y generando un espacio de reflexión, donde los espectadores se identifiquen con las fotografías y testimonios expuestos en la instalación.

La postfotografía el infierno de lo igual partió de la idea de crear un prototipo didáctico principal propósito era crear un taller centrado en el fenómeno selfie, por medio de una convocatoria se realizará la selección de 7 personas entre 18 y 21 años, pasarían por un proceso previo a la realización de una serie de fotografías para posteriormente analizar cómo sirve la fotografía como elemento de introspección y catarsis. La idea mutó y cambió a la

realización de una instalación con estímulos visuales y sonoros, solo con cuatro participantes continuará con el mismo concepto de introspección; debido a la emergencia sanitaria que provocó el Covid-19. esto conllevó un estado de confinamiento a nivel global, que es importante mencionar porque me obligó a buscar una solución que me permitiera seguir con la idea sin tener que cambiarla de nuevo, así fue como se incorporó a la investigación la realidad virtual (VR) apoyada por Hubs un software multiplataforma desarrollado por Mozilla Corporation. Utilizando este medio se realizó un lobby común y cuatro salas ambientadas según el contexto de cada modelo.

Ya teniendo solucionado la parte de la plataforma para la creación de la instalación seguía seleccionar a los cuatro modelos que harían parte de la galería, quería que fuera un grupo variado y que cada historia representara realidades distintas pero con un hilo conductor claro que es el trasfondo de las redes sociales representado en una selfie; me contacté con ellos les propongo la idea y me dispongo a reunirme con ellos para hacer una contextualización de sus historias para que ellos también fueran co-creadores de la instalación y de su respectiva sala, agregando elementos visuales y sonoros que se relacionan con los testimonios de cada participante.

Proceso, características e influencias de las fotografías

La galería que es parte de la instalación: *Post Foto y el infierno de lo igual*, cuenta con fotografías influenciadas principalmente tres fotógrafos que son por Michael Ackerman, se caracteriza por hacer primeros planos en blanco y negro con cierta sobreexposición y desenfoque que transmite una sensación de intimidad y desasosiego, gracias a los fondos negros y difusos; Alfred Stieglitz que hace que la atención se centre en el modelo y sus capacidad expresiva y como relata una historia en imágenes por último Nobuyoshi Araki que también tomaba fotos a blanco y negro y se caracterizaba por tener un texto en forma de

diario íntimo, fueron precursoras e innovadoras dentro de las tendencias artísticas de su época.

Wendy Nathalia Velandia Cruz

Constante vacío *“me agota un montón fingir que todo está bien”*



Imagen No-2. Foto Wendy Velandia.

En esta primera serie de fotos se representan la desesperación y el miedo, esta serie de fotos se caracteriza por poses fuertes que pretenden evidenciar el trastorno depresivo mayor que sufre la modelo de 24 años, se compone con pocos elementos para que la atención se centre en las expresiones, en las fotos solo encontramos a la modelo, que se encuentra en un fondo negro, iluminada por una sola luz blanca.

David Enrique Gonzales Téllez

A solas *“A Veces lucho por cosas que verdad no quiero”*

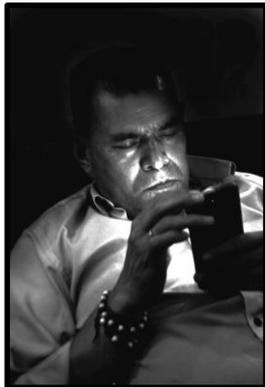


Imagen No-3. Foto David Gonzales

La segunda serie fotográfica consta de siete fotos que relatan como David de 53 busca refugio de su vida laboral y personal en las redes sociales. Estas fotos se ambientan en algunos de los lugares que el más frecuente pero la mayoría se presentan en su hogar y la relación con su esposa, fue un proceso espontáneo en donde no hubo poses forzada sino lo contrario se pretende mostrar naturalidad.

Rincón Tania Julieth Arbeláez Rincón

Soy yo *“Es un mundo de mentiras, pero al final nos acostumbramos”*

Tania es una joven de 18 años tomó la decisión de dejar las redes sociales por el cyberbullying que sufrió durante su último año escolar, en estas se muestran como tiene un rechazo a las redes por culpa de sus compañeros y cómo las redes en este caso dejan de ser algo positivo para el ocio y la diversión y se

torna tóxico para la salud mental.

Imagen No-4. Foto Tania Arvelaez



Dayane Stephany Córdoba

Siempre igual “*El mundo va más rápido que yo y eso cansa*”



En esta cuarta y última serie de fotos se muestra la historia de Dayane es una chica bastante social pero manifiesta que el uso del celular realmente la hace sentir sola y alejada de los demás así este hiperconectada con sus contactos, en esta serie no se usa en el fondo negro para representar la interacción con otros entornos pero sigue manteniendo la misma estética de las anteriores.

Imagen No-5. Foto Dayane Cordoba

Especificaciones:

Cámara: Nikon D90

Flash: Nikon SB 26

Luz: Aro de luz led

Edición: Snapseed

Ambientación: Tela cambre negra

Diseño de las salas VR

La instalación: *Postfotografía y el infierno de lo igual*, cuenta con cinco salas de VR que se dividen en un lobby general que contiene enlaces a las otras 4 salas personalizadas. Cada sala contiene elementos simbólicos propuestos en conjunto con los participantes para apoyar la narrativa de cada testimonio y además apoyan el concepto general de la galería.

Lobby

El lobby central de la instalación representa el panóptico digital propuesto por Byung-Chul Han en su libro *la sociedad de la transparencia*, en este espacio se encuentran elementos como el carcelero que puede observar todo sin que los prisioneros se den cuenta en la instalación está representado por una cúpula



Imagen No-6. Lobby del *Infierno de lo igual*

translúcida, también se presenta al carcelero con una silueta de una persona gigante que observa sin discriminación a todos los usuarios que publican información en las redes.

La instalación se encuentra en un túnel que da la sensación de movimiento que representa al flujo de información que se mueve en el internet; otro elemento son las tarimas en las que los usuarios muestran imágenes y pensamientos nada espontáneos para que sean vistos por los demás usuarios. Los colores que predominan son el morado que según la psicología del color representan la represión y la decadencia y azul agua marina que representa la frescura y la calma. En la sala se encuentra una esfera que proyecta imágenes y sonidos de notificaciones de redes sociales que comienzan suave y según transcurre el tiempo se hacen más frecuente con el fin de aturdir.

Wendy Nathalia Velandia Cruz

Esta sala está inspirada en un museo las fotos que la componen son cuadros dentro de este, Wendy propuso que su sala fuera un museo porque ella siente está expuesta como una pintura que todos miran, pero nadie se importa realmente en ella. La canción que ella eligió para sala es: A solas - SHÉ ft Gema.



Imagen No-7. Sala Wendy Velandia

David Enrique Gonzales Téllez

La serie fotográfica de David se encuentra en una casa bastante amplia con bastantes espacios y algunos elementos que lo representan personalmente eligió que fuera bastante amplio porque él así siente que es su vida, “es un lugar muy grande pero que realmente está vacío”. La canción que eligió es: Vida - Rubén Blades.



Imagen No-8. Sala de David Gonzales

Dayane Stephany Córdoba Rincón

La sala de Stephany es más fantástica que las anteriores, con ella creamos una casa de tres plantas que flota en el espacio, en una especie de galaxia que representa según ella el caos que rodea su vida que puede que en redes sociales se vea bello en realidad



Imagen No-9. Sala Tania Arvelaez

en realidad le disgusta. La canción que escogió es: Instagram - DEANTRBL

Tania Julieth Arbeláez Rincón

Tania propuso un diseño que se asemejara a una feria empresarial porque ella siente que en las redes sociales de cada individuo son un estand empresarial en donde se vende a los demás para que pueda ver que ofrece y decida si lo compra o no. La feria se encuentra en una plataforma en mitad de un lago rodeado por montañas que hacen contraste entre la paz que ella quiere encontrar con el caos que generan las redes sociales la canción que ella eligió es: El futuro ya pasó - Trending topics.

CAPÍTULO IV

REFLEXIONES Y APRENDIZAJE

La curiosidad que despertó en mí las interacciones que se presentan en las redes sociales a través de las selfies dio inicio a esta investigación, está pretendía en un inicio desarrollar un taller con jóvenes y adultos que consistía en la realización de una galería de selfies. De manera previa y posterior se realizaría una socialización sobre el efecto de las selfies en la cotidianidad; durante este proceso descubrí el término postfotografía, que pasó a ser el eje principal de este proyecto, ya que dirigía la investigación a indagar sobre la fotografía actual con un enfoque más amplio que permitía analizar la influencia de esta en la percepción de cómo nos vemos a nosotros mismos y cómo queremos que nos vean los demás.

En un inicio el proyecto sería una galería presencial pero debido a la emergencia sanitaria causada por el covid 19 me vi obligado a buscar una solución creativa que me permitiera sacar el proyecto adelante sin cambiar la idea. Es entonces cuando se involucra la realidad virtual (VR) como plataforma en la cual realizar la galería. Este elemento es compatible con el resto del proyecto ya que refuerza la idea de la comunicación a través de elementos digitales tal como lo hacen las redes sociales.

Además, a lo mencionado la VR llega a ser muy valiosa en diversas áreas, como lo puede llegar a ser: el área artística, el área de la comunicación, el área recreativa, pero principalmente en el área pedagógica. Es bastante útil para el quehacer como docente en la actualidad porque facilita bastante la creación de ambientes educativos que se adaptan perfectamente la situación por la que pasa la humanidad actualmente, esto hace complicado el

hecho de reunirse e interactuar con los estudiantes, más sin embargo este software lo logra de manera óptima y significativa.

Se puede afirmar que esta investigación no está del todo concluida, a pesar de todos los avances realizados y de que cumplir con el objetivo planteado al inicio, siento que la exploración de la idea se puede seguir encaminando ya sea en lo pedagógico o en lo artístico. Esta obra se centra en la expresión y la necesidad de comunicar a través de los medios que estén a nuestro alcance elementos como la VR y de la fotografía son protagonistas porque abre varias posibilidades a la exploración de distintos temas y distintas realidades.

Asimismo, lo pedagógico presenta un enorme panorama de posibilidades para generar espacios didácticos en los cuales los estudiantes se trasladen de un aula presencial o de una plataforma de video llamadas a una realidad virtual. En esta plataforma la interacción con el maestro y con los compañeros es mayor y además les permite relacionarse mejor con los conocimientos y elementos didácticos que el maestro desee compartir.

No solo tiene que ser en el campo artístico esta plataforma es tan variada e intuitiva que se presta para enseñar cualquier tipo de conocimiento, incluso los mismos estudiantes pueden crear sus salas siendo la creación de aulas un conocimiento mismo que sirve como elemento narrativo y de interacción con los demás en un medio digital a distancia.

En el campo artístico se evidencia una nueva manera de exponer obras artísticas, en esta nueva era digital utilizando la VR se puede poner una muestra artística manos de todo el mundo sin tener que limitarse a un espacio presencial; este espacio digital ofrece una amplia gama de herramientas que permite de manera sencilla, versátil e intuitiva agregar elementos a una obra para que sirvan en una exposición de muestras sin importar de qué énfasis artístico sea.

En el caso de este proyecto fueron fotografías que a mi parecer son un elemento clave de comunicación, el adagio que dice “una imagen vale más que mil palabras” tomó un significado importante para mí porque me permitió entender el poder que tienen las imágenes para comunicar. El proceso de indagación personal que puede realizar con cada modelo fue muy valioso porque me permitió explotar a través de los gestos y las composiciones de la foto diferentes sentimientos y emociones a través de la expresión genuina de cada historia personal que en la obra se presenta que puede servir como testimonio al público que observe la obra.

En conclusión, esta investigación logró cumplir con los objetivos propuestos al principio, pero a su vez abrió puertas a elementos que al principio no eran relevantes para la obra. La plataforma de VR que personalmente desconocía y la de la fotografía como herramienta nutren procesos de introspección apoyando proceso de catarsis por medio del arte. Fueron variados los obstáculos que se presentaron, pero al final estos fueron claves para el desarrollo de la obra ya que gracia a estos mi mirada se dirigía a soluciones que me mostraban caminos distintos que cambiaron el rumbo de la investigación, el rumbo pedagógico de la obra y como cada elemento puesto en ella nutre el propósito como docente y artista que es contar historias a través del arte.

Referentes

- Barthes, R., & Roche, C. (2003). *El sistema de la moda y otros escritos*. Barcelona: Paidós.
- Cappucci, J., & Davini, G. (2012). La problemática pública/privado en las redes sociales. *Creación y Producción en Diseño y Comunicación* N°49, 13-15.
- Dennis, D. (2014) *Zero Point*. Disponible en: <https://www.roadtovr.com/zero-point-first-3d-360-degree-documentary-oculus-rift-available-now/>
- Fontcuberta, J. (2010). *La cámara de Pandora*. Editorial Gustavo Gili. recuperado de: http://www.sideemyoo.art.pl/wp-content/uploads/2018/10/Sidey-Myoo_Immersive-Nature-of-Art.pdf
- Fontcuberta, J. (2016). *La furia de las imágenes: Notas sobre la postfotografía*. Barcelona: Galaxia Gutenberg.
- Han, B. C. (2013). *La sociedad de la transparencia*. Herder Editorial. Recuperado de: <http://www.fadu.edu.uy/tallerarticardi/tfcrep/wp-content/uploads/sites/22/2020/03/SOCIEDAD-DE-LA-TRANSPARENCIA.pdf>
- Heras, A. C. (2018). España. Una aproximación a la imagen contemporánea: la educocomunicación como propuesta educativa interdisciplinar para una ciudadanía crítica. *Aularia: Revista Digital de Comunicación*, 7(1), 21-28.
- Kerckhove, D., & Rowland, W. (1999). *Inteligencias en conexión: hacia una sociedad de la web*. Barcelona: Gedisa.
- Osborne, P (2016). *Pearl* [Vídeo]. Disponible en: <https://www.youtube.com/watch?v=WqCH4DNQBUA>
- Ostrowicki, M. (2006) *Immersive nature of art*, recuperado de: http://www.sideemyoo.art.pl/wp-content/uploads/2018/10/Sidey-Myoo_Immersive-Nature-of-Art.pdf
- Mayer, J. D., & Salovey, P. (1997). What is emotional intelligence. *Emotional development and emotional intelligence: Educational implications*, 3, 31.
- McNitt, E 2018. *Spheres* [Vídeo]. Disponible en: <http://www.elizamcnitt.com/spheres>
- Murolo, L. (2015). Del mito del Narciso a la selfie. *Una arqueología de los cuerpos codificados*. *Palabra clave*, 18(3), 10.
- Rahman-Jones, I. (2017). *This is how the selfie was born and evolved*. *BBC Newsbeat*, 4.
- Sternberg, R. J. (1987). Most vocabulary is learned from context. *The nature of vocabulary acquisition*, 89, 105.

Sutherland, I. E. (1965). The ultimate display. *Multimedia: From Wagner to virtual reality*, 1. recuperado de: <http://papers.cumincad.org/data/works/att/c58e.content.pdf>

Vilches, L. (2003). La contaminación ambiental: entre la ficción y los formatos de realidad. *Signo y Pensamiento*, 22(42), 9-21.

Watercutter, A. (2014). Watch an Epic Trailer for the First Film Made for Oculus Vr. *Wired, Culture*. Recuperado de: <https://www.wired.com/2014/02/oculusvr-zero-point-trailer/>

Anexos

Imagen No- 1.....	16
Imagen No- 2.....	19
Imagen No- 3.....	19
Imagen No- 4.....	19
Imagen No- 5.....	20
Imagen No- 6.....	21
Imagen No- 7.....	21
Imagen No- 8.....	22
Imagen No- 9.....	22