

Postfotografía y Pantallas: Narrativa Digital de las Redes Sociales

Dr. Javier Casco López¹

jcasco@uv.mx

<http://orcid.org/0000-0002-0580-5073>

Universidad Veracruzana

México.

Dra. Patricia del Carmen Aguirre Gamboa

paguirre@uv.mx

Universidad Veracruzana.

México

RESUMEN

El presente artículo es producto de un estudio realizado por dos académicos e investigadores de la Facultad de Ciencias y Técnicas de la Comunicación, adscrita a la Universidad Veracruzana en Veracruz, México. Durante el período comprendido de agosto de 2022 a enero de 2023, dentro del proyecto denominado Postfotografía y Redes Sociales, investigación que tuvo como objetivo conocer los usos y apropiaciones de jóvenes dedicados a la fotografía. Desde la aparición de la obra *Life on the screen. Identity in the age of the Internet*, de Sherry Turkle (1995), se habla de la imagen al otro lado del espejo, a partir de esa fecha quiénes se han dedicado a la fotografía han tratado de entender la narrativa visual de imágenes, a través de las pantallas. Metodológicamente esta investigación se inscribe dentro del paradigma cualitativo, mediante el análisis de entrevistas etnográficas, es decir, entrevistas de manera informal en dónde se realizaron una serie de preguntas y adaptadas al contexto situacional de los entrevistados, estas conversaciones se realizaron en torno a la postfotografía y la interpretación de la realidad en la narrativa de las redes sociales. Los resultados obtenidos dan cuenta de las aportaciones de jóvenes dedicados a la escritura de luz, del uso y apropiación de la imagen en la construcción de su identidad.

Palabras clave: *fotografía; narrativas; interacción social; etnografía; redes sociales*

¹ Autor principal.

Correspondencia: jcasco@uv.mx

Post-Photography and Screens: Digital Narrative of Social Networks

ABSTRACT

This article is the result of a study conducted by two academics and researchers from the Faculty of Communication Sciences and Techniques, attached to the Universidad Veracruzana in Veracruz, Mexico. During the period from August 2022 to January 2023, within the project called Postphotography and Social Networks, research that aimed to know the uses and appropriations of young people dedicated to photography. Since the appearance of the work *Life on the screen*. Identity in the age of the Internet, by Sherry Turkle (1995), there has been talk of the image on the other side of the mirror, since then those who have dedicated themselves to photography have tried to understand the visual narrative of images through the screens. Methodologically, this research is inscribed within the qualitative paradigm, through the analysis of ethnographic interviews, that is, informal interviews where a series of questions were asked and adapted to the situational context of the interviewees, these conversations were conducted around post-photography and the interpretation of reality in the narrative of social networks. The results obtained show the contributions of young people dedicated to the writing of light, the use and appropriation of the image in the construction of their identity.

Keywords: photography; narratives; social interaction; ethnography; social networks

Artículo recibido 14 julio 2023

Aceptado para publicación: 20 agosto 2023

INTRODUCCIÓN

En el devenir de la humanidad se han registrado millones de imágenes fotográficas que describen entre otras cosas: una época, un movimiento social, un hecho histórico o simple y sencillamente un momento en el que se pueda capturar la esencia de una persona, de una ciudad, de un objeto o de toda entidad que atraiga la atención de quien las mire.

En este momento la imagen ha cobrado una relativa importancia en las Redes Sociales, debido al auge de gadgets con conexión permanente en Internet, estos dispositivos permiten a los usuarios estar conectados todo el tiempo, en esa medida su dependencia en la pantalla se vuelve vital para poder comunicarse y enviar sus imágenes con su propio simbolismo y conceptualización de vida. Para quienes se dedican a la fotografía esta difusión de mensajes visuales representa la posibilidad de utilizar herramientas digitales para hacer llegar en tiempo real la primicia de una imagen. Ello ha dado lugar al concepto de Postfotografía o fotografía postmedia. A ese conjunto de:

Prácticas que podríamos llamar postfotográficas (García, 2015) que no sólo replantean cuestiones epistemológicas sobre el propio medio, sino que consiguen incorporar actitudes, discursos y formatos presentes en la esfera de lo digital y, principalmente en los entornos virtuales.

Como consecuencia de la postmodernidad, el uso y apropiación de la Internet, ha sido objeto de estudio de investigaciones que han dado origen a una serie de planteamientos en los ámbitos del quehacer filosófico y sociopolítico, ya que puntualiza su relación con una sociedad multicultural y diversa, “ es bien sabido por los distintos grupos humanos que la postmodernidad cuenta con un respaldo tecnológico importante y decisivo, que influye directamente en la comunicación entre las personas” (Souza, 2020, p. 566)

Es precisamente en tiempos postmodernos donde la fotografía ha adquirido una nueva proyección de imágenes a través de sus más disímolos usos. Sobre todo, en lo que concierne a su auge en el Social Network, situación que ha dado lugar a una serie de narrativas permeadas por una diversidad de mensajes, por lo general ausentes de toda relación lógica, y que ocasionan diversas interpretaciones de recepción, que a veces resultan discordantes entre sí. La era de la pantalla, como espejo de una realidad simboliza una forma de adaptabilidad ante una realidad de cristal, frágil, somera, comprensible e incomprensible de un lenguaje aprendido de manera forzada e interpretada polisémicamente, la pantalla

es una máscara de representación social ante los diversos hechos de la vida cotidiana, la fotografía no está exenta de esta situación.

Sistemas de Socialización en Línea

Los sistemas de socialización emergen de ese espacio virtual al que llamamos ciberespacio, lugar o sitio donde ya no es importante la comunicación cara a cara, el tiempo, la distancia, así como los diversos aspectos culturales y sociales poco a poco han dejado de ser fundamentales, hoy ya no hay muros que imposibiliten la comunicación de un individuo a otro. En el mundo globalizado es posible analizar los comportamientos sociales de los internautas que hacen de sus redes sociodigitales un escaparate de sus diversas formas de pensamiento, actuación e interacción a través de las diversas pantallas. Se vive en el auge de las redes sociales, de la hipermediación digital de la que Carlos Scolari nos habla cuando se refiere no a un medio, sino a “procesos de intercambio, producción y consumo simbólico que se desarrollan en un entorno caracterizado por una gran cantidad de sujetos, medios y lenguajes interconectados tecnológicamente de manera reticular entre sí” (2008,113-114). Hoy navegamos entre una variedad de multiplataformas y de la adaptabilidad de las redes y plataformas de comunicación e interacción para propósitos específicos, Facebook, Twitter, SnapChat, Instagram, TikTok o Twitch, por citar a las más notorias, no solo se han instalado en Internet, sino que ahora se visualizan a través de las pantallas de una tableta o de un teléfono móvil. Estas redes propician que los usuarios utilicen estos espacios digitales para subir fotos y videos, y mandar mensajes a sus amigos, sobre todo para aquellos que siempre quieren estar informados.

Muchos son los teóricos y estudiosos de las redes sociales como Barnes, Elisabeth Bott, Claude Mitchell quienes han proporcionado conceptualizaciones en torno a este término. O surgen definiciones tan sencillas como la de Castell: Una red es un conjunto de nodos interconectados (Castells, 2001, 15), sin embargo, cuando se habla de redes sociales en donde muchos individuos se encuentran interconectados con otros más, se habla de la estructura, formas de interacción, de comunicación, así como de participación y de colaboración.

Las redes sociales que actualmente conocemos son complejas herramientas digitales que permiten la interacción y distribución de información según los objetivos y el contenido que se pretenda dar a

conocer. Algunas cumplen con la función de comunicar y entretener convirtiéndose en laboratorios de la realidad social y del comportamiento humano.

Hoy se habla de todo tipo de redes, ya sea por su arquitectura, por las temáticas que maneja, por las preferencias de los usuarios, entre otras características. Las redes sociales permiten opiniones y son, por consiguiente, un espacio de libertad. Es ahí en esos espacios, dónde los jóvenes le dedican tiempo a la interacción Humano- Máquina, o bien al uso constante que hacen de la telefonía celular para intercambiar imágenes de su identidad, de su vida en las pantallas de la que nos habla Sherry Turkle “[...] La noción de lo real contraataca. Las personas que viven vidas paralelas en la pantalla están, por otra parte, atadas por los deseos, el dolor y la mortalidad de sus cuerpos físicos” (1997, 336).

La fotografía como una expresión de la cultura visual, enseña a los usuarios a mirar la otredad, pero a la vez a mirarse así mismo, representa la realidad de otros y quizás sin proponérselo simbolizan la suya. Todos estos cambios que se han instaurado en los jóvenes y sus relaciones se sitúan en un nuevo período de interacción que algunos llaman como era postmediática.

La postfotografía como narrativa interactiva

A veinte años del inicio del siglo XXI, la postfotografía nos ha proporcionado un innumerable banco de imágenes, que han definido las prácticas visuales de ciudadanos que no sólo consumen, sino que producen sus propios contenidos. Reflejo de una realidad social que se percibe a través de las pantallas, se trata en la mayoría de las veces de un hedonismo narrativo, en dónde la imagen fotográfica recrea la vida cotidiana.

Algunos autores como han definido este nuevo medio como posfotografía. The term post-photography might have become a welcome means to help us liberate the médium from the agony of a nameless void. As an attempt to <rectiy names>, it might be honoured by people with a predilection for applying Confucian spiritto the quest for social harmony. But of course, post-photography does remain a problematic anduncomfortable label, just as our longing for linguis-tic convenience is also problematic from the start (Brückle and De Mutiis, 2020, 10).

Fontcuberta (2011) ha acuñado el término “posfotografía” para designar al nuevo espacio para la imagen fotográfica que ha sido reemplazada, en este caso, por la hiperrealidad digital.

Se ha establecido una integración multimedia, el de la llamada convergencia digital, siguiendo a Bizberge (2017, 20), al igual que sucede con la definición de las plataformas, la convergencia podría ser conceptualizada desde su base tecnológica, es decir, integrar las telecomunicaciones y el mundo audiovisual a través de la digitalización; sin embargo, “sus implicancias se extienden más allá del plano tecnológico, para abarcar también el aspecto económico, de prácticas sociales, de política y regulación” Para Weibel “las prácticas actuales de los internautas no conciben por separado, los textos, las imágenes y su digitalización. Por tal motivo para muchas personas, el lenguaje digital (...) ha dado lugar a una degradación cultural” (2006, 98).

La primera etapa de la condición postmedia consistió en que todos los medios consiguieron un estatus equivalente al de los medios artísticos y la misma dignidad. señala Domenico Quaranta (2010), La segunda etapa consistió en la hibridación de los medios, que como consecuencia generó la pérdida de sus identidades separadas y viviendo los unos de los otros. En la era de la pantalla, existen dos realidades en una imagen aquella que vemos a simple vista y la otra que está oculta en la interpretación de quien la observa. Esta expresión de interpretar mensaje y contenido a través de la pantalla permite la narrativa de un momento de vida, de comunicación y redes.

En efecto hoy podemos observar en las redes sociales, sistemas muy peculiares de expresión en la juventud, la forma en cómo conversan (expresión verbal) y, por otro lado, la expresión de su identidad a través de una cultura visual como lo es la exposición y en otras ocasiones de la sobre exposición de sí mismos. La fotografía se ha convertido de igual manera en “un texto transmediático...ya que provee una serie de roles y objetivos donde los usuarios pueden asumir la representación de aspectos de la historia a través de su vida cotidiana” (Jenkins, 2007).

Interactividad y Visualidad en las pantallas

A través de los soportes digitales en los cuáles la interactividad se hace presente, es notorio observar el discurso contemporáneo de la imagen fotográfica. No obstante, esta narrativa no sólo se refiere a la literacidad, también se refiere a una expresión visual apoyada por una herramienta como podría ser un teléfono celular y la modificación que se haga de la imagen a través de diversas aplicaciones, genera una narración y por ende su viralización.

En mayor medida, la imagen fotográfica se hace visible en la proyección de las pantallas, su visualidad constituye una “vía para acceder a formas específicas del significado: sea la conceptual o bien a través de su representación”. (Cid,2014,98)

A través de la imagen fotográfica se transita de la realidad a la hiperrealidad de la identidad a la otredad, de la objetividad a la subjetividad. El lenguaje fotográfico se presenta como un sistema de signos complejo, en dónde el hacedor de luz imprime la esencia de un momento, otorgándole sentido y significación, al respecto Pierre Bourdieu señala:

“La imagen fotográfica, esa invención insólita que hubiera podido desconcertar o inquietar, se introduce muy temprano y se impone muy rápidamente (entre 1905 y 1914) (...) viene a llenar funciones que preexistían a su aparición: la solemnización y la eternización de un tiempo importante de la vida colectiva”. (Bourdieu, 2003,39)

Hoy, convivimos en dónde habita el olvido del presente y nos dejamos llevar por la explosión espectacular de fotografías en dónde existe hibridación tecnológica de manipulación, culturalmente estamos en la negociación constante de nuevos lenguajes, Los jóvenes juegan su papel en la fotografía, capturan, capturan, transforman la imagen para darle nuevos significados a partir de sus contextos, es la hora protagónica del smartphone, de la pantalla como medio fotográfico, de expresión, legitimidad, e identidad en los usos y valores cotidianos, la fotografía evoluciona con la tecnología en los discursos que se crean desde la pantalla. Asistimos y convivimos dentro de una ecología visual de la diversidad multicultural.

La postfotografía como extensión de los nuevos medios

Lev Manovich (2006) señala que los nuevos medios no nos entregan cosas nuevas, sino que nos entregan conocimientos, conocimientos cuantificables o visibles mediante el cuestionamiento de algo que ya conocemos. Se puede orientar el resultado, pero finalmente la visualización de estos es la que permite contestarnos, conocer y reconocer los patrones que describen a la sociedad. Con ello se imponen nuevas formas de “narrar” visualmente de escribir y manipular, la fotografía lleva ese paso, a veces comprendido otras no, pero siempre con la intención de mostrar una realidad.

Para el autor, la fotografía es parte del almacenamiento de la memoria de la humanidad, de la cultura social actual que comparte una narrativa visual y la lleva de un plano digital a uno totalmente interactivo.

Postofografía, como una nueva forma de hacer fotografía, como una narrativa hiperrealista, más allá de su propia ontología, ficcionada, en dónde la imagen refleja las expectativas estéticas de quien la realiza. Jojoa, señala que existe una falta de interpretación de la ecología de medios desde su descripción en un contexto determinado, el cual se enmarca en opinión de la autora, en el “efecto de aquellas acciones cotidianas que conllevan al uso de las extensiones tecnológicas en el ser humano y la ausencia del análisis crítico de la fotografía como herramienta visual y de reflexión social” (2020,305)

La postfotografía genera resultados que se perciben visualmente similares a los de la imagen capturada por una cámara fotográfica. En opinión de Pilar Gonzalo “se trata de un tipo de imagen electrónica basada en criterios fotográficos (calidad y textura, composición, forma de difusión, elementos de lenguaje, etc.), y que, por tal motivo, índice de manera directa en nuestra percepción. No es más que “un impresionista e impresionante collage electrónico” (2006,331)

Reflexionar sobre la importancia de la imagen fotográfica en tiempos postmodernos, confiere identidad a los jóvenes que acceden al uso de las redes sociales. Desde siempre la fotografía ha narrado historias, sin embargo, en tiempos de postmodernización en los nuevos medios, ha cobrado otro significado, hoy se estructuran relatos interactivos a partir de una imagen fotográfica, en dónde los usuarios pueden ir retroalimentando la historia y adicionando contenidos de manera simultánea. De los jóvenes es el reino de las pantallas, así lo señala Fontcuberta (2011) cuando afirma que en esta era de la fotografía postmedia, todos editamos imágenes. Se recicla, se corta, se pega, remezcla y también subimos y las bajamos. Para este autor lo único que necesitamos es un ojo, un cerebro, una cámara, que pueda brindar un potencial tecnológico que cambie nuestra concepción de creación. Personifica la vida de otros con o sin autorización e incluso sobre objetos o animales a través de las diversas redes de socialización. Acto que realizan de manera similar a como lo haría una empresa dedicada al comercio de sus productos. Estas herramientas pueden estar en toda red ya sea Twitter, Foursquare, Instagram, Youtube, Vimeo o el ya famoso Facebook.

La fotografía cobra una nueva dimensión a través de las redes sociales, se convierte en una narrativa que en palabras de Carlos Castro (2011) informa sobre el sujeto que narra, un sujeto que se constituye al narrar. Lo que sostenemos, por tanto, es que a medida que el sujeto elabora una narración sobre su relación con la realidad social, está constituyendo su identidad, una identidad narrativa.

A su vez, esta identidad puede estar intervenida, ya que en las redes sociales se puede observar que con el creciente uso y apropiación de tecnologías digitales y los medios de comunicación masivos, una imagen fotográfica pueda adquirir otro contexto o narrativa, cuando es intervenida por los usuarios.

Actualmente la diversidad de pantallas recrea la vida cotidiana en dónde los jóvenes se encuentran altamente expuestos, no sólo es la televisión, hoy entran en competencia, las computadoras, las tabletas, los smartphones e incluso entre los más osados, el uso de gadgets como lo son los relojes inteligentes. Durante la pandemia por el COVID 19, el Fondo de las Naciones Unidas para la Infancia (UNICEF), ha emitido una serie de textos relacionados al uso de internet, uno de ellos titulado “Pandemia. ¿Cómo se han visto afectados por la pandemia? (Cibils y Rodríguez, 2021) y esto es debido al exceso en el uso de pantallas durante el confinamiento.

La fotografía en las redes sociales ha proporcionado garantías para los usuarios o cibernautas, según cita Riestra Salgado:

Gracias a la posibilidad de ser etiquetado en las fotografías de las redes sociales, el hombre ha adquirido un sentimiento de multipresencia, un pensamiento de poder estar en cientos de lugares, cientos de eventos, todo de manera atemporal, sin restricciones. Una omnipresencia que determina la pertenencia, pero al igual que la pertenencia, define la existencia misma (2012, 22).

MATERIAL Y MÉTODOS

Metodológicamente este artículo se sustenta en el análisis etnográfico visual hacia una red social como Facebook, así como de la realización de entrevistas cualitativas a cinco jóvenes universitarios sobre su trabajo fotográfico.

Para la realización de este estudio se tomó en cuenta las aportaciones que en los últimos años proporciona Internet a través de la llamada Etnografía virtual como una técnica de investigación cualitativa. Se analiza exclusivamente la fotografía postmedia como un elemento que permite la interacción por un lado y por otro la presencia de narrativas interactivas en las redes sociales. El estudio comprendió un período de 12 meses, que inició a principios de la pandemia, pero que continuó durante finales del 2021 debido precisamente a la contingencia sanitaria, los sujetos de estudio fueron 60 jóvenes universitarios, de la Facultad de Ciencias de la Comunicación, de la Universidad Veracruzana.

La etnografía virtual, coloca al investigador dentro de un contexto ciberespacial, para analizar durante un determinado período de tiempo, la información que presentan los usuarios en una red social. El objetivo es obtener las representaciones que tienen los internautas, sus prácticas de convivencia e interacción, así como la generación y producción de contenido. “El etnógrafo habita en una suerte de mundo intermedio, siendo simultáneamente un extraño y nativo. Ha de acercarse suficientemente a la cultura que estudia para entender cómo funciona sin dejar de mantener distancia necesaria para dar cuenta de ella” (Hine. 2000: 13) .

Por su parte, Carlina Arévalo (2013) describe que “la etnografía virtual es un método de investigación. Este tipo de investigación tiene en común con la etnografía tradicional. Sin embargo, le permite al investigador indagar sirviéndose de la tecnología”.

La etnografía virtual puede servir para conseguir un sentido de los significados que van adquiriendo las tecnologías de información y comunicación en nuestra cultura, principalmente hacia el análisis de Internet y sus variadas tipologías.

La intención del estudio fue explorar diversos perfiles de jóvenes universitarios dedicados a la fotografía y hacer una observación directa del uso que ellos le dan a la escritura de luz, como un elemento altamente significativo dentro de sus redes sociales. Se siguió un enfoque similar al de Donado y Gómez (2022) para ver como los universitarios externalizan su subjetividad en el hiperrealismo de una pantalla. Se realizó en este caso un “diseño etnográfico y metodológico (...) que tomará como punto de partida las dinámicas y experiencias de enseñanza y aprendizaje en el aula entre estudiantes y maestros en medio de la migración de sus procesos y actividades a la virtualidad”.

RESULTADOS

A raíz de la observación en las redes sociales y de las entrevistas realizadas a los jóvenes fotógrafos, se obtuvieron los siguientes hallazgos de la transcripción de las interacciones. La organización se realizó acorde a las preguntas planteadas en la guía de la entrevista etnográfica. En primera instancia se hizo una segmentación de fragmentos textuales por cada entrevista, esta división fue realizada por ejes temáticos y posterior a estos, se fueron obteniendo categorías, es decir conceptos que mencionaron y describieron los entrevistados y con los cuáles se presenta un tejido textual.

Gráfico 2

Categorías sobre la postfotografía y la tecnología



Además el juego de la pantalla y la creación de imágenes con simbolismos propios de la juventud como expresión de su tiempo se vuelve un elemento clave de transformación de la realidad, el uso del smartphone-cámara fotográfica-apps de manipulación de imagen, traen una consecuencia interesante (uso de dispositivos o gadgets), una intervención digital en la imagen para exponer en la pantalla la subjetividad de una realidad creada a partir de ideales que se perciben en el mundo que se construye en el presente como testimonio de una manera de mirar a través de la pantalla y su interpretación.

DISCUSIÓN Y CONCLUSIONES

La relación entre pantallas y jóvenes genera dos sugerentes iconos (Gabelas, 2011): el espejo y el móvil. El primero representa la cálida historia narcisista que envuelve el día a día (...) ¿se imaginan su casa sin espejos? Se trata de un ritual en el que todo pretexto es válido para mirarse en un espejo. (...) Buscan el reflejo de su imagen en los escaparates, ventanillas de los autos, ascensores. El narcisismo es un signo de los jóvenes de hoy.

La fotografía no sólo se manipula, se comparte, se viraliza y se crean infinidad de narrativas en torno a ella. Ese es el distintivo de la postfotografía como tendencia. Se construye bajo la narrativa de la representación y la escenificación de una o varias imágenes en una diversidad de multipantallas. En

este momento de postpandemia, las imágenes ya no están en silencio como el siglo pasado, hoy la fotografía tiene un lugar para dialogar con el receptor la imagen no se vuelve efímera, es recordable, es citada, es comentada, el covid-19, llegó para revolucionar el uso de la pantalla y lo que se puede hacer para crear mensajes y contenidos, además de tendencias con la imagen en la creación de memes con resignificados intervenidos en el manejo de mensajes rodeados por referentes inmediatos como la atención y burla de la pandemia. La pantalla se volvió parte de la cotidianidad para la utilización del lenguaje audiovisual o visual para renovar el sentido de las imágenes con conocimiento o sin conocimiento en la manipulación digital y dar sentido a su experiencia de vida en este tiempo de covid-19.

La pantalla ha jugado su papel en una sociedad multicultural, es una invitación para ver lo que otros hacen en la convivencia colectiva a través de las redes sociales. Conocer al otro sin conocerlo forma parte del discurso de la pantalla y la subjetividad.

La fotografía como narrativa interactiva da lugar a desarrollar nuevos modelos discursivos por parte de jóvenes, ligados a su entorno y problemática social. La imagen fotográfica ya no emerge en su estado puro, sino que se hibrida con otros diseños expresivos, en los que se fragmenta y altera la realidad, se innova y crea metadisursos visuales a partir de una imagen que se proyecta en hiperrealidades. La sociedad pantalla, se vuelve sociedad de cultura de imágenes, en un tiempo estelar de una generación que produce fotos, fotos y más fotos con sentido y sin sentido aparente, invita a mirar, observar la mirada del otro que en algún momento era anónimo, hoy no lo es, tiene una reconstrucción en una multiplicidad de pantallas vistas por diversas miradas. Se vive en una era de saturación fotográfica. Hay un excesivo uso de ella a través de las diversas redes sociales, su narrativa se visualiza en una sola imagen o en una secuencia de ellas. La red social se ha convertido en una especie de escaparate visual y narrativo, a través del espejo que reflejan las pantallas.

REFERENCIAS BIBLIOGRAFICAS

- Arévalo, Carolina (2013). La etnografía virtual en una investigación con niñas. *Actualidades Pedagógicas*, (62), 37-50 <https://doi.org/10.19052/ap.2416>
- Barnes, J. A. (1954). Class and Committers in Norwegian Island Parish, *Human Relations*, no. 7, pp. 39–58. SAGE Publishing. <http://dx.doi.org/10.1177/001872675400700102>
- Bott, Elizabeth (1955). Urban families: conjugal roles and social networks. *Human Relations*, 8, 345–384. <https://doi.org/10.1177/001872675500800401>
- Bizberge, Ana (2017). Los desafíos de la convergencia digital para las políticas de comunicación. En Labate, C. & Arrueta, C (editores), *Comunicación digital: redes sociales, nuevas audiencias y convergencia: desafíos y oportunidades para la industria, el Estado y los usuarios* (pp. 19-38). San Salvador de Jujuy: Editorial de la Universidad Nacional de Jujuy.
- Bourdieu, Pierre (compilador), (2003). *La Fotografía. Un arte intermedio*, México D.F. Ed. Nueva Imagen
- Brückle, Wolfgang and De Mutiis, Marco (2020) *Post-Photography What's in a Name?* Hochschule Luzern University of Applied Science and Arts. No. 10. 10-14. <https://photography-in-switzerland.ch/essays/post-photography-whats-in-a-name>
- Castro, Carlos (2011). La constitución narrativa de la identidad y la experiencia del tiempo. *Nómadas. Revista Crítica de Ciencias Sociales y Jurídicas*. España -UCM
- Castells, Manuel (2001). *La galaxia Internet*. Madrid Ed. Arete
- Cid, Alfredo (2014). La imagen y la visualidad: una perspectiva semioantropológica. *Letra. Imagen. Sonido* L.I.S. Ciudad Mediatizada Año VI, # 12, Segundo semestre 2014 Buenos Aires Arg. <file:///C:/Users/user/Downloads/Dialnet-LaImagenYLaVisualidad-5837677.pdf>
- Cibils, Juan Pablo y Rodríguez, Carmen (2021). *Guía para acompañar a la familia en el uso de internet*. Montevideo (Uruguay). Fondo de las Naciones Unidas para la Infancia (UNICEF) <https://www.unicef.org/uruguay/media/3001/file/Pantallas%20en%20casa.pdf>
- Donado-Díaz, Esteban & Gómez-Pérez, Nemías (2022). *Etnografía virtual: Recolección de las experiencias de enseñanza y aprendizaje y construcción de las subjetividades de maestros y*

- estudiantes en tiempos de pandemia. *Cambios y Permanencias*, 13(1), 173–207.
<https://revistas.uis.edu.co/index.php/revistacyp/article/view/13320>
- Fontcuberta, Joan. (2011). *La cámara de Pandora. La fotografi@ después de la fotografía*. Premio Nacional de Ensayo 2011. Barcelona. Editorial Gustavo Gili
- García, Marcelino (2015). Una revisión del concepto de postfotografía. *Imágenes contra el poder desde la red*. LIÑO 21. *Revista Anual de Historia del Arte*. 125-132.
<file:///C:/Users/user/Downloads/Dialnet-UnaRevisionDelConceptoDePostfotografiaImágenesCont-5146929.pdf>
- Gabelas, Barroso José A. (2011). Pantallas y jóvenes en el ágora del nuevo milenio. *Revista Cubana de Información en Ciencias de la Salud*, Vol. 22, No. 1, 79-90.
http://scielo.sld.cu/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S1024-94352011000100007&lng=es&tlng=es.
- Gonzalo, Pilar (2006). Crucifixión y criogenización en la postfotografía contemporánea: el cuerpo suspendido, lacerado y expuesto. Ponencia presentada en: *Segundas Jornadas Imagen, Cultura y Tecnología*. 331-339 (2º, 2003, Getafe, Madrid). <https://xdoc.mx/documents/crucifixion-y-criogenizacion-en-la-postfotografia-5e7e61ca53da3>
- Hine, Christine (2000). *Etnografía Virtual*. Barcelona: Editorial UOC. Colección Nuevas Tecnologías y Sociedad.
- Jenkins, Henry. (2007). *Transmedia Storytelling* 101.
http://henryjenkins.org/blog/2007/03/transmedia_storytelling_101.html
- Jojoa, Cindy (2020). Cyborgs y fotografía como una extensión de nuestro ser. En: *Mediaciones*, 25 (16). Pp. 304-316. <https://doi.org/10.26620/uniminuto.mediaciones.16.25.2020.304-316>
- Manovich, Lev (2006). *El lenguaje de los nuevos medios de comunicación. La imagen en la era digital*. Buenos Aires, editorial Paidós Comunicación
- Mitchell J. Clyde. (1969). *Social Networks in Urban Settings* Manchester, England: Manchester University Press
- Quaranta, Domenico (2010). *La perspectiva postmedia*. Editorial postmedia books

- Riestra S. O. (2012). Fotografía y Redes Sociales: Contextos y significados. Difusor Iberoamericano. 1-27. México, Universidad Iberoamericana.
<https://difusoribero.files.wordpress.com/2012/01/fotografada-dentro-de-redes-sociales-contextos-y-significados.pdf>
- Rost, Alejandro (2006). La interactividad en el periódico digital. Tesis doctoral: Universidad Autónoma de Barcelona. <https://www.tdx.cat/bitstream/handle/10803/4189/ar1de1.pdf>
- Scolari, Carlos (2008). Hipermediaciones. Barcelona: Editorial Gedisa, S.A
- Souza, Mario (2020). Postmodernidad, tecnología y comunicación humana. Revista Medicina y Ética - julio-septiembre 2020 - Vol. 31 - Núm. 3, 565-575. <https://doi.org/10.36105/mye.2020v31n3.02>
- Turkle, Sherry (1997). La vida en la pantalla. La construcción de la identidad en la era de Internet. Barcelona: Paidós.
- Weibel, Peter (2006). The Post-media Condition, in AAVV, Postmedia Condition, cat., Madrid. Centro Cultural Conde Duque.