

El selfie como parte de la vida cotidiana de los jóvenes y adolescentes: Imagen pública e intimidad en el relato de “la buena vida”.

Elisenda Ardèvol

El selfie o el auto-retrato digital es una práctica habitual entre los jóvenes y adolescentes de muchas partes del mundo, es parte de la sociabilidad cotidiana y una forma de mostrarse y ser visto en la cultura digital (boyd, 2014). Como punto de partida podríamos afirmar que el selfie cubre la misma función social que cubría tiempos atrás el pasear los domingos por determinada avenida o por las ramblas de una ciudad, pueblo o villa; una manera de hacerse ver, de exhibirse en sociedad y de hacer sociedad (Barone, 2011). En estas páginas exploraremos el significado social del selfie en el contexto de un estudio entre jóvenes y adolescentes catalanes realizado en el año 2016 a partir de la utilización de una metodología mixta entre la etnografía digital y la analítica big data. El objetivo de este estudio era analizar los selfies en su contexto comunicativo y como narración personal (Fallon, 2015) frente a su estudio como objeto o forma cultural global y estandarizada que ha recibido la atención de los medios (Senft and Baym, 2015). Se trata pues de indagar en el sentido del selfie a partir de la experiencia concreta de los jóvenes catalanes con los que hemos trabajado, experiencia que puede iluminar en su carácter local (y no necesariamente generalizable) el selfie como práctica social y contribuir así la comprensión de este fenómeno global complejo y poliédrico (Tiidenberg, 2015).

Cómo veremos, la mayor parte de las y los jóvenes entrevistados, de entrada, dicen que ellos no se hacen selfies, o no muchos, y que no los suelen cuelgar en sus cuentas públicas de Instagram o Facebook, sino que los atesoran en su “galeria” o los comparten en privado (whatsapp) o en aplicaciones donde la foto tiene una duración efímera como Snapchat o Insta-Stories, y sin posibilidad de likes o comentarios. Pero lo cierto es que algunos selfies sí pasan a ser compartidos, por una razón u otra. Como recoge esta entrevista con Paula:

Paula: A mi no me gusta mucho subir selfies... me gusta más otro estilo de fotografía. O sea, si es en plan SnapChat, pues sí, me gusta hacerme selfies i subirlas. Pero en Instagram me gusta subir fotos que me gusten más, que sean bonitas. [Y esta? -La entrevistadora muestra foto en el Instagram de la entrevistada] Bueno, sí, esta es una selfie (rie) pero es para hacer una broma, porque se nos ve borrosas, y ya está. [Y esta otra? -La entrevistadora muestra otra foto en el Instagram de la entrevistada] Sí, esta también (rie).

Según nuestro estudio (a partir de entrevistas realizadas a jóvenes y adolescentes frente a sus cuentas de Instagram y Snapchat) no todos los selfies cuentan lo mismo, ni todos los selfies sirven para ser publicados, ni en todas las redes sociales o de cualquier modo. El selfie entre los jóvenes y adolescentes tiene sus matices comunicativos, sus reglas sociales y de etiqueta. Por regla general, el selfie como tal, tomado con una cámara delantera de un teléfono móvil y mediante la extensión del brazo, es un gesto comunicativo que denota espontaneidad, y que lleva una carga emocional que no llevan otro tipo de auto-retratos, que aquí consideraremos como aquellos realizados con temporizador o con palo de selfie o los retratos realizados por otra persona bajo las indicaciones del retratado o retratada. Así pues, los jóvenes y adolescentes distinguen el selfie de estos otros tipos de retrato y le otorgan un valor distinto y un lugar de enunciación y de exhibición distinto. Escuchemos a Marta y Miguel:

Marta: En el Insta normal no pongo selfies. En el Insta pongo pocas fotos y que sean bonitas, y un selfie, normalmente no queda bien. En el Insta-Stories -o antes en el Snapchat- subo los selfies, que se entere todo el mundo de que estoy aquí."

Miguel: "El Snapchat es más pro, es más cálido, es que no sé cómo decirlo, es como que es más tuyo, es como que puedes... puedes ver cómo es la gente de verdad en su día a día porque en Instagram la puedes editar, puedes cambiar no sé qué, puedes posar para la foto y tal y Snapchat es más que te pillan por sorpresa a veces que dices "venga, voy a hacer una foto con mis amigos en este momento".

De nuestras entrevistas sobresale este carácter espontáneo del Selfie frente al "postureo" del retrato. Salvando los matices, en el selfie "eres tu mismo", mientras que el auto-retrato es tu imagen pública. Por tanto, debemos matizar la afirmación realizada inicialmente. El auto-retrato es el equivalente a la exhibición pública de uno mismo en sociedad, la imagen que uno quiere dar de sí mismo -el paseo de domingo de nuestros abuelos-, mientras que el selfie es ante todo un gesto comunicativo más íntimo que señala un momento único vivido, un lugar especial, una compañía singular, una experiencia personal que se quiere compartir. El lugar del selfie es en estas aplicaciones dónde la foto o el video tienen un carácter efímero dónde se muestra la comida abundante, la diversión, el momento especial, el retrato haciendo muecas y poniendo caras raras, editado con orejitas de conejo y emoticones, o el video haciendo tonterías. Es ahí también donde se sube el selfie que uno se hace cuando se aburre y comparte con los amigos para pasar el rato. Se trata de egocentrismo? De narcisismo como se viene afirmando en los medios de comunicación? Algunos jóvenes lo ven así, porque dicen que incluso en los selfies más "naturales" y "espontáneos" que deciden compartir reconocen que buscan que les reafirmen en lo guapos o guapas que están, o en lo divertidos que son, lo "pro" que son, o la buena vida que llevan y eso lo interpretan como "egocéntricos" o dados al "postureo", y por tanto como un gesto exhibicionista.

Sin embargo, en este artículo argumentamos que tanto el retrato espontáneo como el de "postureo" que se comprate en las redes puede entenderse mejor como una práctica social, ya que buscar la aprobación del otro implica querer sentirse parte de un grupo social, contribuir a formarlo, reconocerse y ser reconocido. Es decir, el selfie y el auto-retrato en red son ante todo un gesto de comunicación que busca una mirada de aprobación y de complicidad con el otro. El querer reconocerse como parte de una comunidad es un gesto social, que debe leerse no en términos egocéntricos en el sentido de individualista, auto-complaciente o narcisista. Sino más bien, todo lo contrario, el selfie o auto-retrato que es subido a la red, pueden entenderse como un "regalo", un gesto de disposición y de entrega hacia el otro que anhela una reciprocidad. Como dice uno de los jóvenes entrevistados: "yo en Instagram me comparto a mí mismo".

No obstante, las fronteras entre lo público y lo privado dibujadas por el tipo de aplicación en la que se inserta el selfie como foto íntima y efímera frente al auto-retrato como imagen pública no son rígidas. Por una parte, los mismos adolescentes y jóvenes lo reconocen cuando durante las entrevistas seguimos su cuenta de instagram y encontramos varios selfies entre fotos estéticamente bellas y trabajadas con filtros y retoques de paisajes, comidas, lugares, objeto queridos o animales de compañía. Y es que hay selfies que "quedan lo suficientemente bien" o recogen un instante tremendamente significativo para pasar a ser parte de la imagen pública de sí y de la

“buena vida”. En qué medida la “buena vida” enlaza con una presentación hedonista o idealizada del mundo propio de una cultura consumista (Murray, 2015; Feldman, 2004; Belck and Pollay, 1985) es algo que en todo caso, examinaremos, así como la significación de la presentación del cuerpo en el auto-retrato y su relación con la construcción de la feminidad y la masculinidad (Gill and Sharff, 2011; Featherstone, 1982).

Hemos utilizado el concepto de “la buena vida” como eje temático de estas narraciones digitales que los jóvenes trazan a través de las fotografías que suben a Instagram. El selfie o auto-retrato se inserta en sus cuentas junto a otras imágenes estilizadas de paisajes, lugares, personas, animales, objetos, encuadres que devienen especiales o significativos por el solo hecho de ser fotografiados, escogidos, trabajados y manipulados, ya sean cotidianos o extraordinarios, componiendo un relato de sí y de como quieren mostrarse al mundo (Wargo, 2017; Warfield, 2015). “Todo el mundo sabe que no se sube cualquier cosa a Instagram, ni en cualquier momento.” Hay pues una tarea de curadoría de lo que se comparte en esta aplicación que tiene que ver con el cuidado de sí –la imagen que uno quiere dar- y de lo que se espera recibir –likes, comentarios, reconocimiento, aprobación, cariño.

Lidia: En Instagram siempre etiqueto a la gente de normal en fotos, aunque no salgan ellos pero los etiquetas. Sí, porque ellos me hacen lo mismo, en sí es como... Yo, por ejemplo, en esta foto que la he subido hoy por ejemplo, pues tengo a dos del insti... a tres de mi camping, a dos de por dónde mi abuelo, a mi prima, que siempre la etiqueto y... Y no sé, y a un par más. Para que me vean que estoy bien o cualquier cosa así del palo, "Me acuerdo de ti, pues te etiqueto". Porque ellos también me etiquetan cuando suben la suya, y del palo, pues cuando la etiquetas pues le das "me gusta" y comentas siempre, es como un ritual.

A parte de las entrevistas personales y del seguimiento de cuentas particulares de Instagram, hemos escogido para analizar utilizando métodos big data un espacio donde la “buena vida” se exhibe y se comparte con más intensidad y donde la esfera privada de la diversión y del mostrarse socialmente en público coinciden en nuestras sociedades, esto es el espacio de fiesta, la vida nocturna, y concretamente, la discoteca (Kotarba and Wells, 1987; Tinat, 2005; Robinson, 2009). Así pues, analizaremos los selfies que aparecen junto al hastag de determinadas discotecas del entorno de Barcelona conocidas y transitadas por el público juvenil en el conjunto de las imágenes que se suben a la red con ese mismo hastag. Ello nos permitirá analizar cómo las narraciones personales se entremezclan formando una historia colectiva –una noche de fiesta- y el lugar de los selfies en la construcción de la imagen pública digital de estos espacios de ocio y de sus actores.

Bibliografía

- Barone, F. (2011). *New leisure forum for old leisure practices: online and offline interaction and presentations of self in Figueres, Spain*. Retrieved from <http://www.media-anthropology.net/>
- Belk, Russell, W., & Pollay, R. W. (1985). *Images of Ourselves : The Good Life in Twentieth Century Advertising, II*(March 1985).
- boyd, danah. (2014). *it ' s complicated*. Yale University Press.

- Fallon, K. (2014). Streams of the Self : the Instagram Feed As Narrative Autobiography, 54–60.
- Featherstone, M. (1982). The Body in Consumer Culture. *Theory, Culture & Society*.
- Feldman, F. (2004). *Pleasure and the good life: Concerning the nature, varieties, and plausibility of hedonism*. Oxford University Press on Demand.
- Gill, R., & Scharff, C. (2011). *New Femininities*. Hampshire: Palgrave MacMillan.
- Kotarba, J. A., & Wells, L. (1987). Styles of adolescent participation in all-ages rock'n'roll nightclub. *Youth and Society*, 18(4), 398–417.
- Murray, D. C. (2015). Consumption Markets & Culture Notes to self : the visual culture of selfies in the age of social media, (July).
- Senft, T. M., & Baym, N. K. (2015). What Does the Selfie Say ? Investigating a Global Phenomenon Introduction, 9, 1588–1606.
- Tiidenberg, K. (2016). Boundaries and conflict in a NSFW community on tumblr : The meanings and uses of selfies.
- Wargo, J. M. (2017). “ Every selfie tells a story ...”: LGBTQ youth lifestreams and new media narratives as connective identity texts.
- Wargo, J. M. (n.d.). Spatial Stories with Nomadic Narrators : Affect , Snapchat , and Feeling Embodiment in Youth Mobile Composing, 11(1).
- Robinson, C. (2009). ‘Nightscapes and leisure spaces’: an ethnographic study of young people's use of free space. *Journal of youth studies*, 12(5), 501-514.
- Tinat, K. (2005). The Spanish Fiesta: the theatricality of a night club in Madrid. *Paideuma*, 235-245.