

## DO YOURSELF(IE): A LA CAZA DE LA AUTORÍA

Jéssica FACIABÉN LAGO

Universitat Autònoma de Barcelona

jessicafala@gmail.com

*[D]ejamos de ser soldados del ejército de los erguidos; nos convertimos en desertores. Ellos marchan a la batalla. Nosotros flotamos como las ramitas en la corriente; revueltos con las hojas muertas en el prado, irresponsables e indiferentes y quizás por primera vez en años capaces de mirar a nuestro alrededor, alzar la mirada y ver, por ejemplo, el cielo.*

Virginia Woolf, *Sobre la enfermedad*

Una de las cosas más curiosas y difíciles que tiene el estudio de lo digital es el verse expuesta a su velocidad. En estos ámbitos, *la cosa* siempre corre más que una misma, te saca varias pantallas de ventaja y la bibliografía no puede competir con lxs usuarixs. Una cree dar un pasito que se acerca a algo y al siguiente día resulta que todo eso mismo se ha expandido a nivel viral dando la vuelta varias veces al universo digital porque con una sola no es suficiente. Esto es lo que ha ocurrido, por ejemplo, con el tema de los *selfies*. Justo cuando retomo el texto sobre este tema un nuevo alud sobreviene: *selfi* (sin la -e) es la palabra más usada en 2014 según Fundéu BBVA (Fundación del Español Urgente). Pero entonces, lo de siempre, una va hiperenlazándose y descubre que los editores de los diccionarios de Oxford eligieron la palabra *selfie* como el término del año ya en 2013 al comprobar que su uso había aumentado un 17.000%.



[http://verne.elpais.com/verne/2014/12/30/articulo/1419933587\\_512388.html](http://verne.elpais.com/verne/2014/12/30/articulo/1419933587_512388.html) (30/12/2014)

¿Pero antes de esta vorágine qué había? Los *selfies* son una amalgama de varias cuestiones pero si se tuviera que buscar su parte más irreductible, creo que muchas personas estarían de acuerdo conmigo en que el elemento fundamental e incluso fundacional es la fotografía. Por ello que me permito, si me acompañan en estas páginas, dar un paso atrás antes de Internet, de las redes sociales y de los dispositivos móviles para llegar, sin embargo, hasta ellos.

En los inicios de la fotografía existía principal y fundamentalmente una leyenda: la fotografía atrapaba el alma humana. Ese ojo artificial que sentenciaba a la eternidad en vida era difícil de entender dado que iba *contra natura* al aplicar lo eterno a la vida terrenal. Si la eternidad era cosa de muertos, ese algo llamado *fotografía* que podía congelar por los siglos de los siglos mientras todavía se vivía tenía que tener algún elemento de dudosa bondad y la mejor explicación era creer que ese artefacto (*gadget*) robaba no sólo lo máspreciado que era lo que uno «era en esencia», sino el pasaporte y visado a la vida eterna.

Conforme el arte y la técnica fotográfica se extendieron este terror fue diluyéndose hasta tomar la dirección contraria: fotografiar a un recién difunto dejaba para siempre en vida lo que iba a desaparecer. Más adelante, llevar un escapulario con la foto de uno o varios familiares difuntos se convirtió en una manera de honrarlos y, con el tiempo, las fotografías pasaron a ser retratos hechos en vida que se mantenían –y en muchos casos se mantienen– en un rincón íntimo del hogar: la mesita de noche en el caso de ser el cónyuge o en el regio mueble del salón recibiendo y presidiendo a todos los familiares.

Sea como fuere, la palabra «captura» se vinculó de manera indisoluble con la fotografía. Esta técnica, que requería de un cuarto oscuro donde después de delicadas metodologías se conseguía hacer aparecer algo de la nada, seguía siendo sin duda vista con desconfianza y recelo, sobre todo porque nadie escapa al complementario del término «captura» dado que lo que se pone y se expone delante de eso no es otra cosa que su contrario y complementario; es decir, la presa en esa caza.

Con el paso del tiempo sucedió otro gran cambio fotográfico venido de lo digital y los métodos tecnológicos. Ahora la fotografía no representa sólo *lo que soy* sino también el *cómo quiero ser* *vistx/reconocidx*. El mayor apogeo de la digitalización fotográfica vino cuando los dispositivos electrónicos añadieron cámaras en sus aplicaciones; al principio, de tan mala calidad que sólo con esfuerzo y actos de fe unx podía distinguir y reconocer la imagen, pero con los avances, en muy poco tiempo, esto mejoró hasta lo que conocemos hoy en día: cámaras en teléfonos móviles o *tablets* con más píxeles y mejor resolución que aquellas primeras cámaras digitales –aquellas de hace tan sólo diez años–.

El último giro, y nunca mejor dicho, se ha dado con la posibilidad de voltear el objetivo de la cámara hacia unx mismx, lo que ha generado una nueva –y por ahora última– revolución: los *selfies*. Esta nueva técnica, ha conseguido abrir las puertas de la fotografía amateur a nivel mundial y hacer público lo que hasta ahora se conocía como *álbum familiar*, *fotomatón* (tómese nota nuevamente del vocabulario de caza) o, en última instancia, *álbum Hoffman*.

Una buena definición del término *selfie* la propuso sin preverlo Susan Sontag en su estudio *Sobre la fotografía* cuando lanzaba desde lo increíble la siguiente pregunta: «¿Qué podría ser más surreal que un objetivo que virtualmente se produce a sí mismo con un esfuerzo mínimo?» (Sontag, 1973: 81).

Personalmente, no sé qué podría ser hoy en día más surreal, lo que sí sé es que la definición de la teórica se ajusta muy bien a lo que hoy conocemos como *selfie*. Esta técnica consiste en que sin necesidad de mover ni girar el dispositivo fotográfico (ahora ya no puede hablarse de «cámara» porque

no es la única máquina capaz de hacer esta función) la propia persona puede hacerse un autorretrato. Sola o en compañía, pero sin necesidad de cables ni disparadores adicionales, sin activar el temporizador y sin las prisas de llegar y colocarse donde el objetivo enfoca y encuadra... Y sobre todo, con la posibilidad de repetir el gesto tantas veces haga falta hasta darlo por bueno...o hasta ser devorados.

La posesión de una cámara puede inspirar algo semejante a la lujuria. Y como todas las variantes creíbles de la lujuria, nunca se puede satisfacer: primero, porque las posibilidades de la fotografía son infinitas, y segundo, porque el proyecto termina por devorarse a sí mismo. (Sontag, 1973: 250)

Pero no sólo hay un cambio de visión en las cámaras, sino también en las personas que las usan. Con los *selfies* el primer cambio fundamental es el del cuerpo ya que el *selfie* es un autorretrato controlado que tiene un eje principal: la pose de los cuerpos. El objetivo fija el cuerpo menos de lo que el cuerpo fija el objetivo creando una escenografía concreta y dando lugar a una imagen de antemano pensada. En palabras de Roland Barthes en su estudio *La cámara lúcida*: «Entonces, cuando me siento observado por el objetivo, todo cambia: me constituyo en el acto de “posar”, me fabrico instantáneamente otro cuerpo, me transformo anticipadamente en imagen» (Barthes, 1980: 31).

El segundo de los cambios viene propiciado por el hecho de que, si antes lo que preocupaba de una fotografía era que esa imagen congelara lo que le pertenecía a Dios en su promesa de vida eterna, ahora sucede al revés: lo que preocupa es hacer un fotograma de cada acontecimiento diario que se experimenta, pero no para apresar tantos *flashes vitales* como se pueda con vistas a la vejez, sino porque inmortalizar el *ahora* es una técnica actual de ubicación, de *estar* en el mundo y *ser* alguien; o por decirlo mejor: de *sentirse* en el mundo y *sentirse* alguien.

Ya no se habla de paraíso, o de eternidad *post mortem*; ahora lo que importa es dejar huella y constancia, más que de nuestro paso por el mundo, de nuestro caminar, no sólo para nosotros mismos, sino para los demás. Sontag afirmaba que «la contribución de la fotografía siempre sigue al nombre del acontecimiento» (2007:31), lo que hay que entender es que hoy lo que sobreviene es unx mismx y nos sentimos y entendemos como puro acontecimiento. Estoy pasando yo, estoy sucediendo yo, y eso es lo suficientemente importante para mí como para creer que también lo es para el otro, o al menos estoy segura que lo entenderá así porque ése es uno de los pactos que se establece en la lectura de los *selfies*.

Y en esa constatación el yo por un lado grita y por el otro quiere eco. Grita porque, como sugiere Barthes, «toda fotografía es un certificado de presencia» (1980:115) y en este caso el yo enuncia «Soy Yo y no otro, Yo» y busca un eco que anuncie «Es Él y no otro, Él». En una y otra dirección, la del grito y la del eco, hay dos verbos que impelen: el de *conocer* o su variante *presentar* y el de *reconocer* o *representar*. Mientras que los primeros predicados (conocer/presentar) atienden a una vertiente más intimista de ese «yo-él», quisiera centrarme en los verbos «reconocer/representar» porque, a mi juicio, es aquí donde interviene un ego y un *alter ego* de autoría que funcionan al unísono, como trataré de ejemplificar un poco más adelante.

En algunos ámbitos académicos se trabaja con el autor muerto de Roland Barthes, pero esta idea no consigue traspasar lo teórico y la mayoría de personas de las sociedades occidentales y capitalistas siguen pensando en el autor como una figura presente y a tener en cuenta. Con la moda de los *selfies* esto no sólo no se modifica sino que se ve aumentado con el aprendizaje de distintas pautas de lectura, dado que en el *selfie* el autor está siempre por obra u omisión. Por obra, porque la firma del autor está inscrita en la fotografía cuando se sube a la red; la firma es el perfil de usuario, o su Nick o la etiqueta o hipervínculo que lleva hasta él. Y cuando propongo que el autor también está por omisión me refiero a que, en el caso de que el autor no sea explícitamente citado, como *prosumidores*; esto es, como productores y consumidores de manera simultánea en lo digital, hemos aprendido una serie gramáticas que nos permiten una atribución de autoría.<sup>1</sup>

La primera de las gramáticas que impone un *selfie* es clara, a saber: mientras no se diga lo contrario, la persona que se ve en la imagen es la persona a quien se le reconoce la autoría. En el caso de que haya más de una persona, lo será la figura que se vea más cerca y, si lo que aparece es un grupo de personas, el autor, casi con toda probabilidad, será la figura central. Si pese a estas plantillas de lectura siguen existiendo dudas para identificar al autor sólo hay que aplicar otra técnica o segunda gramática: buscar la figura a la que no se le ve un brazo o a la que se le ve pero sobredimensionado.

Sin embargo, esta autoría puede verse problematizada por otro sistema regulador: los derechos de autor (que no los de imagen). Pongamos un ejemplo por caso: ustedes se hacen un *selfie* colectivo con el teléfono de una segunda persona. El dedo que da al disparador es el de una tercera, pero el perfil de la red social donde acaba siendo colgada la fotografía es de una cuarta persona. ¿Quién es aquí el autor: el dueño del *smartphone*, el propietario de la aplicación que permite subir la imagen a una red social o el dueño del dedo que da al disparador? ¿A quién le pertenece la imagen? Y entonces la duda; ¿depende el autor, en cada caso, del lector o de la plataforma de lectura?

Los *selfies* no son sólo una cuestión de logística en lo que a autoría se refiere, sino que van mucho más allá. Insisto en la idea que el *selfie* sirve para decir «soy y estoy aquí»; son la espectacularización del yo más consciente y consentida. Esta conciencia es la que lleva en muchas ocasiones a lo que llamo un *alter ego* de autoría y del que ya mencioné anteriormente que hace de eco. Pero, antes, mi pregunta es: ¿Podría entenderse el *selfie* como la firma del autor? ¿Contenido y firma condensada en la misma cosa? Mi propuesta es que en el *selfie* el autor no está muerto pero el *selfie* da lecturas de muerte y para ello quisiera servirme de cinco ejemplos.

---

<sup>1</sup> Soy consciente que en este contexto estoy atribuyendo reconocimiento de *autor* al *productor* de la fotografía (a quien la realiza); por lo tanto, otorgo un grado de institución discutible porque no está necesariamente en todos y cada uno de los *selfies* que aparecen en la red. Sin embargo, a pesar de ver este punto controvertido en mi propuesta, considero que hay ámbitos en internet –como los contextos presentados aquí– donde hay una construcción de un yo-autor (yo artista, yo creador) que pasa por la necesidad de reconocimiento de lxs otrxs en la construcción de la propia identidad y que bien merece nuestra atención.

### Caso 1: el *selfie* como testimonio del horror



2-<http://www.dailymail.co.uk/news/article-2699755/I-m-famous-yall-Teenager-criticised-smiling-selfie-Auschwitz-excitement-going->

Esta que ven es Breanna Mitchell quien, en su visita al campo de concentración de Auswitch, tuvo a bien colgar este *selfie* en su perfil de Twitter. La imagen podría suscitar más o menos diálogo, pero si presento este caso es porque al subir la imagen a la red su autora fue denostada y criticada hasta el punto que se hizo noticia<sup>2</sup>. La historia acabó con Breanna pidiendo disculpas a todas las personas que se habían sentido ofendidas, justificando sus actos, explicando las causas que motivaron el *selfie* y, finalmente, cambiando las políticas de privacidad de su perfil, pero sea como fuere el *selfie* le salió caro. Este primer caso lo catalogo como un *selfie* donde la imagen es firma-testimonio del horror o, si se quiere, del horror banalizado. Que se considerara una fotografía desafortunada a ojos de los usuarios

da buena cuenta de lo que Susan Sontag llamó el *contenido ético* de las fotografías y sobre el cual afirmaba:

El contenido ético de las fotografías es frágil. Con la posible excepción de imágenes de horrores como los campos nazis, que han alcanzado la categoría de puntos de referencia éticos, la mayor parte de las fotografías pierde su peso emocional. (Sontag, 1973: 39)

Que otros usuarios se creyeran con legitimidad para salir en defensa de una ética, que se sintieran menospreciados por la autora del *selfie*, o consideraran la fotografía un atentado a la Historia y a la memoria colectiva del horror de ese lugar me lleva a verlo como la escenificación de lo que Sontag ya había postulado mucho antes: «Descubrir (mediante la fotografía) que la vida es “en verdad un melodrama”, entender la cámara como arma de agresión, implica que habrá bajas» (Sontag, 1973: 64). Y que es la misma idea que Barthes reafirmó con más contundencia poco después al decir: «La fotografía no dice (por fuerza) *lo que ya no es*, sino tan sólo, y sin ningún género de duda, *aquello que ha sido*» (Barthes, 1980: 112).

<sup>2</sup> Véase <http://www.dailymail.co.uk/news/article-2699755/I-m-famous-yall-Teenager-criticised-smiling-selfie-Auschwitz-excitement-going-viral.html> (21/07/2014).

## Caso 2: El *selfie* como firma de poder o el poder del *selfie*



3-<http://www.express.co.uk/news/world/447906/David-Cameron-and-Barack-Obama-take-selfie-with-Danish-PM-at-Nelson-Mandela-memorial>

ángulo donde puede verse no sólo la marca del teléfono (lo cual sirvió de publicidad) sino también a David Cameron con el tríptico en memoria del difunto Nelson Mandela al que los políticos homenajeaban. Este caso es un buen ejemplo de *contrafirma*. La firma la dan todas las fotografías generadas alrededor del *selfie* para testimoniar la lectura que no puede extraerse del *selfie* en sí. Es decir, todas aquellas fotografías que capturan la ejecución de un *selfie* se convierten en paratextos del texto que es un *selfie*. En este caso dan testimonio y fe de que lo que sucedió fue real y no una invención, y de nuevo subrayan ese «Es Él y no otro, Él» sin importar de dónde salen esas fotos-espejo que se convierten en producto y parte del propio *selfie*. Estos testimonios reflejan el poder de los protagonistas de la fotografía. Ante la indudable presencia de la muerte, ante la solemnidad del encuentro, ellxs podían hacerse un *selfie*. Y no es porque la intención fuera hacer privado lo público, sino, justamente, porque el poder les permitía en lo público hacer algo del ámbito privado.

Un ejemplo similar se dio en la Gala de los Óscar 2014, donde la popular presentadora, Ellen Degeneres, en riguroso directo, decidió hacerse un *selfie* con algunos de los presentes en la gala y subirlo a la red, y por lo concurrido del *selfie* bien les hubiera ido contar con el accesorio *monopie o stick* que existe ya para tal efecto a modo de *gadgetobrazo* y que ha sido un éxito de ventas según la firma Amazon.

Probablemente la mayoría conocen la historia de este *selfie*. Sus actantes son David Cameron, Helle Thorning-Schmidt y Barack Obama; todos ellxs reunidxs en el funeral de Nelson Mandela. La curiosidad del *selfie* dio la vuelta al mundo, así como toda la narrativa que se creó en su *making off* a propósito de la primera dama de la Casablanca. Sin embargo, lo que me interesa de esta imagen es que lo que llegamos a conocer no es un *selfie*, sino el espejo del *selfie*, la espectacularización de un *selfie*, el eco que ya he anunciado anteriormente. Aquí tienen otro desde un



4-<http://news.softpedia.com/news/Photo-of-the-Day-President-Obama-s-Selfies-at-Nelson-Mandela-s-Memorial-408290.shtml>





5.[http://www.telecinco.es/blogs/pasabaporalli/s-elfie-millones-retuits\\_6\\_1758315002.html](http://www.telecinco.es/blogs/pasabaporalli/s-elfie-millones-retuits_6_1758315002.html)



6.<http://www.independent.co.uk/news/people/news/ellen-degeneres-takes-oscars-selfie-with-every-alister-in-existence-9164456.html>

La cosa acabó ni más ni menos que con el récord a la fotografía más *retuiteada* y reproducida hasta la fecha: más de tres millones en pocas horas, por lo que la firma del *smartphone* con el que se hizo donó tres millones de dólares a la causa que la presentadora eligió (dos hospitales infantiles). Pero entre el admirado elenco de bonitas caras se necesitaba también ese eco que diera fe al más puro estilo *hic sunt* de los pintores retratistas y no tardaron en salir, por supuesto. Hasta el punto que, si se observa, la otra fotografía-satélite completa el *selfie* de modo que, sumados, son casi una fotografía panorámica de 360 grados.



3.<http://ocio.diarioinformacion.com/tv/series/los-simpson-recrean-selfie-mas-retuiteado-oscars-nws278500.html>

La celebridad y celeridad de este *selfie* fue tan sonada que muy poco después la famosa serie *The Simpson* hizo su particular rescritura irónica del acontecimiento añadiendo, como no podía ser de otra manera, a Homer Simpson que pasó a ser una presencia más, aunque en los márgenes, en el presunto marco invisible. Ahora Homer también está en ese *selfie* (y quizás Bart si, sobre la figura de Degeneres, no leemos una corona sino el característico pelo del personaje), también participa de él y curiosamente el testimonio de ello nos lo vuelve a dar una imagen-satélite.

Es tanto el poder que puede ostentarse con los *selfies* en ese vaivén público/privado que una manera de mostrar este rechazo es subrayar la vulnerabilidad de la frontera entre lo visible y lo invisible.

Este es el caso que tuvo lugar el pasado verano de 2014 a raíz de un acto de piratería donde alguien – aún sin determinar e investigándose– fue capaz de entrar en las cuentas privadas de famosas mujeres (a excepción de un solo hombre) y robarles fotografías comprometidas. El robo se dio en las llamadas «nubes» formas de almacenamiento digital. Pero claro, ¿qué forma tiene una nube? Pues en lo digital tiene forma de intimidad y las fotos robadas eran fotografías comprometidas que durante un tiempo

fueron accesibles mediante buscadores hasta que una de las afectadas, Jennifer Lawrence (sí, la misma que sale vestida de rojo en el *selfie* de los Oscar), demandó a Google por no retirarlas de la Red, lo cual dio más fuerza a la creciente discusión sobre el llamado «derecho al olvido» en el estado de Big Data en el que vivimos inmersos, ya que ese derecho acaba dependiendo de una estructura ajena y funesta como el personaje borgiano, sólo que mucho más inquietante.

### Caso 3: El *selfie* como galería de arte

El filósofo Byung-Chul Han en su estudio *En el enjambre* señala la siguiente diferencia: «El medio digital carece de edad, destino y muerte. En él se ha congelado el *tiempo mismo*. Es un medio atemporal. En cambio, el medio analógico *padece por el tiempo*» (Han, 2014: 52).

En su trabajo el autor hace hincapié que el medio analógico utiliza principalmente papel, material sensible al tiempo; mientras que en lo digital la imagen está proyectada sobre lo intangible, variable que modifica y anula su temporalidad. ¿Cómo puede afectar esta variable en los individuos? ¿Alguien recuerda cuánto tiempo hace que no almacena fotografías en papel, cuánto que no va a recoger un sobre lleno de papeles de 10 x 15 que guardará en algún cajón a excepción, con suerte, de dos o tres que enmarcarán? ¿Qué sucede cuando deconstruimos de temporalidad nuestras imágenes?

En el caso de personas famosas el juego de la inmortalidad digital trae consigo otros discursos. Un ejemplo sería el del futbolista Piqué y la cantante Shakira. Que los figurantes posen –lo cual ya se ha visto que marca la naturaleza artística de los cuerpos ante el objetivo– en un museo junto a una obra de arte permite que ellos sean leídos como arte en sí mismos. La frase de Twitter «mi Gioconda» no hace sino reafirmar esta idea de estar al mismo nivel del arte canónico y reconocido y de su inmortalidad entre individuos que los perciben como obra y los leen como tal.



4. <https://twitter.com/3gerardpique/status/417289433818230785>

### Caso 4: El *selfie* como sentencia de muerte



5. <http://www.elmundo.es/cronica/2014/08/17/53ef1204e2704e16428b456c.html>

El ejemplo para este cuarto caso es un suceso trágico ocurrido el verano de 2014 en Costa da Pena, Portugal. La fotografía que acompaña estas líneas es la de la familia Mackowiak minutos antes de la tragedia. El matrimonio quiso hacerse un *selfie* con el paisaje rocoso y costero de fondo pero resbalaron, cayeron al precipicio y murieron. Sus hijos pequeños presenciaron el terrible espectáculo de ver a sus padres despeñarse y morir. ¿Dónde estaba el límite de captura del *selfie*? Porque no es el primer accidente que alguien sufre –aunque sí de estas magnitudes– por



autorretratarse. ¿Qué impone u ofrece el *selfie* que lleva a asumir riesgos como sobrepasar la barrera de seguridad o a perder la conciencia de las cosas? No creo que sea la necesidad del recuerdo fotográfico, hay algo más allá porque nadie piensa que la imagen va a quedarse en un íntimo álbum familiar; al contrario, se hace con el propósito de que sea vista por los otros, y no sé si tanto con el fin de compartirla. Pero a algo debe responder esa necesidad de ubicación, de delatar las coordenadas de forma constante, de dar testimonio sin tan siquiera ser llamados como testigos. Y no se debe pensar, o no sólo, que lo que mueve a todo eso es un pulgar hacia arriba, sino más bien lo que representa ese dedo, a lo simbólico de buscar el beneplácito de nuestros actos, la admiración y el reconocimiento a nuestra cotidianeidad, una vida ordinaria que hasta la llegada de Internet pasaba desapercibida pero que ahora se ha convertido en un espectáculo de aplauso o abucheo sin derecho a réplica. Como señala Meredith Haaf en su estudio *Dejad de lloriquear. Sobre una generación y sus problemas superfluos*: «En el ámbito digital de nuestra vida cotidiana no hay nada que parezca tan triste y desamparado como un estado de Facebook que no ha sido comentado ni ha generado ningún “Me gusta”» (Haaf, 2012: 160-161).

### Caso 5: ¿Firma de autoría?

Considero las anteriores cuestiones porque los *selfies* han dado situaciones hasta ahora impensables<sup>3</sup>. El último ejemplo es el caso del fotógrafo británico David Slater quien, en un viaje a la isla Sulawesi (Indonesia) en 2011, regresó con el *selfie* que ven a continuación.

Tras el éxito viral que consiguió la imagen por las redes sociales, Slater reclamó derechos de autor. El debate que generó esta cuestión tuvo que ser finalmente resuelto apelando a la legislación estadounidense, según la cual el derecho de autor no puede estar en manos de algo no humano y dado



6. [http://commons.wikimedia.org/wiki/File:Macaca\\_nigra\\_self-portrait\\_%28rotated\\_and\\_cropped%29.jpg?use-lang=ca](http://commons.wikimedia.org/wiki/File:Macaca_nigra_self-portrait_%28rotated_and_cropped%29.jpg?use-lang=ca)

que en este caso quien pulsó el botón fue el macaco, no existían derechos de autor, por lo que la fotografía está legalmente disponible en *Wikimedia Commons*, mediateca que ofrece materiales libres de derecho de autor y con sede, lógicamente, en EEUU.

Parándonos un poco más en este último caso me surge una primera pregunta: ¿la figura del autor depende de su correlación con unos derechos de autor?<sup>4</sup> Afirmemos que en este caso no hay autor porque no es humano; ¿le negaríamos al selfie la *función autor* propuesta por Michel Foucault? ¿Podríamos cuestionarnos si este animal puede funcionar en este texto con una función de autor del tipo «*instaurador de discursividad*»? Foucault a este grupo los definió de la siguiente manera:

<sup>3</sup> Como por ejemplo, que un profesor de la facultad de derecho de la UMA evalúe a sus alumnos en función del número de selfies con un cocodrilo que consigan (léase <http://www.elmundo.es/enredados/2014/12/10/548862b4e2704e6d778b4572.html>, 10/12/2014).

Lo particular de estos autores es que no son solamente los autores de sus obras, de sus libros. Produjeron algo más: la posibilidad y la regla de formación de otros textos. (Foucault, 1969: 67)

¿No es acaso lo que este animal es y ha hecho de su fotografía? No sería este texto y este espacio un producto de esa discursividad que citaba Foucault? En mi opinión, brinda más posibilidades de reflexión este *no humano* que todos los otros casos a los que se les puede malpensar desde campañas publicitarias a deseos de notoriedad. Porque en esos otros casos siempre podemos buscar una razón más, un motivo más de desconfianza precisamente por el factor humano; mientras que al animal, a pesar de que no le otorgamos humanidad, sí hay algo que no podemos negarle después de Derrida y es rostro.

### Actualizando su ubicación

Roland Barthes afirmaba que «La fotografía es el advenimiento de yo mismo como otro» (Barthes, 1980: 33) y estas palabras me recuerdan al *sí mismo como otro* del que hablaba el filósofo Paul Ricoeur. Sin duda, a pesar de la aparente diferencia temática no consigo ver dónde está el matiz de lo que me parece el mismo tema: el yo, la identidad. Sea desde lo fotográfico, sea desde lo filosófico hay una cuestión clave y es el individuo en su necesidad de ser divisible por muy contradictorio que parezca con el término. ¿Individuo es alguien indivisible? A la luz de la red estamos viendo que no, que no existe la pieza «individuo» estable y continua. Nos proyectamos en los otros y es deshonesto pensar que no les pedimos cosas; para empezar, que nos sacien, en parte, nuestra necesidad de ser, el sentimiento de habitar el gerundio, la única forma —aparentemente no personal— vivible y experimentable. En el caso de la fotografía me parece clave el hecho de que posamos ante el objetivo y con los *selfies* la inocencia aparente es una falsedad consensuada: nadie cuelga un *selfie* si no refleja con más o menos gusto la forma en que queremos ser vistos y el hecho de posar nos salvaguarda como señalaba Barthes al decir: «[...] cuando sé que poso no corro tanto riesgo». (Barthes, 1980: 31)

El *selfie* que invitaba a imaginar al principio de este estudio no tendría razón de ser obviando lo conjunto, lo múltiple. Si existen los satélites fotográficos que reproducen la ejecución de un *selfie* y le otorgan veracidad, si una fotografía puede generar un alud de respuestas encontradas, si —en definitiva— aprendo a mirar al objetivo sin desafiarlo es porque sé que detrás de eso hay miles de pupilas dispuestas a leerme, interpretarme y darme sentido.

### Referencias bibliográficas

- ABC (2014a): «Las hipótesis de las causas del robo de las fotos desnudas a las celebrities», en <http://www.abc.es/tecnologia/redes/20140903/abci-hipotesis-robo-fotos-famosas-desnudas-jennifer-lawrence-icloud-apple-hackeo-201409031233.html> (última consulta, 03-09-2014).
- ABC (2014b): «Se hace un selfie en Auschwitz e indigna a los usuarios de Twitter», en <http://www.abc.es/internacional/20140722/abci-selfie-auschwitz-foto-polemica-201407220844.html> (última consulta, 22-07-2014).

- ABC (2014c): «“Selfi” palabra del año para la Fundéu BBVA», en <http://www.abc.es/cultura/20141230/abci-selfie-palabra-anio-fundeu-201412301044.html> (última consulta 30-12-2014).
- ABELLÁN, Lucía, y ELOLA, Joseba (2014): «Omnigoogole», *El País* (08/10/2014), pp. 2 y 4.
- AVENDAÑO, Tom C. (2014): «Por qué un selfie puede eclipsar los Oscar», en [http://elpais.com/elpais/2014/03/03/icon/1393865970\\_278961.html](http://elpais.com/elpais/2014/03/03/icon/1393865970_278961.html) (última consulta, 03-03-2014).
- BARTHES, Roland (1980): *La cámara lúcida. Nota sobre la fotografía*. Trad. de Joaquim Sala-Sanahuja. Mallorca, Lleonard Muntaner Editor, 2007.
- EL MUNDO (2014a): «“Selfi”, palabra del año», en <http://www.elmundo.es/cultura/2014/12/30/54a2754b268e3e3e278b4572.html> (última consulta, 30-12-2014).
- EL MUNDO (2014b): «Samsung donará un dólar por cada retuit del selfie de los Oscar», en <http://www.elmundo.es/tecnologia/2014/03/04/531635b1268e3ef31a8b4577.html> (última consulta, 04-03-2014).
- EL UNIVERSAL (2013): «Obama toma “selfie” en ceremonia de Nelson Mandela», en <http://archivo.eluniversal.com.mx/computacion-tecno/2013/obama-selfie-funeral-81986.html> (última consulta, 10/12/2013).
- FOUCAULT, Michel (1969): «¿Qué es un autor?». Traducción de Corinna Yturbe. *Litoral*, 9 (1983), pp. 51-82.
- HAAF, Meredith (2012): *Dejad de lloriquear. Sobre una generación y sus problemas superfluos*. Trad. de Patricio Pron. Barcelona, Alpha Decay.
- HAN, Byung-Chul (2014): *En el enjambre*. Trad. de Raúl Gabás. Barcelona, Herder Editorial.
- IZAGUIRRE, Boris (2014): «Mi reino por un selfie», en [http://elpais.com/elpais/2013/12/13/gente/1386950097\\_089523.html](http://elpais.com/elpais/2013/12/13/gente/1386950097_089523.html) (última consulta, 14-12-2013).
- JIMÉNEZ DE LUIS, Ángel (2014): «Tenemos que hablar del palo para selfies», en <http://www.elmundo.es/blogs/elmundo/el-gadgetoblog/2014/12/26/tenemos-que-hablar-del-palo-para.html> (última consulta, 26-12-2014).
- LA REPUBLICA.PE (2014): «Celebgate: Todas las famosas que sufrieron el filtro de sus fotos íntimas», en <http://www.larepublica.pe/10-10-2014/celebgate-lista-de-actrices-que-sufrieron-el-filtro-de-sus-fotos-intimas> (última consulta, 13-10-2014).
- LA VOZ DE GALICIA (2014): «Polémica por los derechos de autor del “selfie” de un modo», en <http://www.lavozdegalicia.es/noticia/vidadigital/2014/08/07/polemica-derechos-autor-selfie-mono/00031407429726298667692.htm> (última consulta, 07-08-2014).
- MARCO, Ana (2014): «El regalo estrella de las navidades es un palo para hacerse “selfies”», en [http://verne.elpais.com/verne/2014/12/23/articulo/1419345843\\_701492.html](http://verne.elpais.com/verne/2014/12/23/articulo/1419345843_701492.html) (última consulta, 26/12/2014).
- , y GONZÁLEZ, Lucía (2014): «¿Cómo ha conseguido selfie (sin e) ser la palabra del año en español?», en [http://verne.elpais.com/verne/2014/12/30/articulo/1419933587\\_512388.html](http://verne.elpais.com/verne/2014/12/30/articulo/1419933587_512388.html) (última consulta, 30-12-2014).

MENGUAL, Elena (2014): «Un profesor de la Universidad de Málaga aprobará a sus alumnos si logran 5.000 “selfies con un cocodrilo”», en <http://www.elmundo.es/enredados/2014/12/10/548862b4e2704e6d778b4572.html> (última consulta, 10-12-2014).

ROBINSON, Wills (2014): «‘I’m famous yall’: Teenager is criticised for smiling selfie at Auschwitz and her excitement at it then going viral», en <http://www.dailymail.co.uk/news/article-2699755/I-m-famous-yall-Teenager-criticised-smiling-selfie-Auschwitz-excitement-going-viral.html> (última consulta, 21-07-2014).

SARDÁ FROUCHTMANN, Juan (2014): «El selfie mató a esta familia», en <http://www.elmundo.es/cronica/2014/08/17/53ef1204e2704e16428b456c.html> (última consulta, 17-08-2014).

SONTAG, Susan (1973): *Sobre la fotografía*. Trad. de Carlos Gardini. Madrid, Alfaguara, 2007.

TROPELÍAS