

CULTURAS DIGITALES DE LA MEMORIA EN REDES SOCIALES A TRAVÉS DE LA FOTOGRAFÍA

Adolfo Baltar-Moreno

Universidad Tecnológica de Bolívar (Cartagena de Indias, Colombia)

RESUMEN

Entre sus múltiples usos culturales y ciudadanos, las redes sociales digitales del siglo XXI han sido empleadas como “lieux de mémoire”, término creado por el historiador Pierre Nora para designar aquellos espacios materiales y/o simbólicos donde se encuentra y se expresa la memoria colectiva y la identidad cultural de una colectividad. Mediante la comparación de tres plataformas diferentes (Twitter, Instagram y Facebook) que ofrecen diversas experiencias de uso de las redes como lugares de memoria en diversos países de América Latina (México, Brasil y Colombia), el trabajo explora cómo estas plataformas son utilizadas en el continente por diversas comunidades y grupos humanos como espacio de encuentro virtual en donde se desarrollan procesos de diálogo y discusión en torno a la memoria y a la identidad. Se observa cómo las fotografías del pasado, procedentes de diversas fuentes y transformadas en imágenes digitales, adquieren en estas redes un protagonismo esencial al ser compartidas y comentadas entre los usuarios. La investigación evidencia también cómo la discusión sobre la memoria traspasa en este ámbito virtual el rol tradicional de los espacios académicos e institucionales a partir de un ejercicio de participación colectiva.

PALABRAS CLAVE

Redes sociales; fotografía; memoria colectiva; identidad cultural;

1. INTRODUCCIÓN

El interés actual por los procesos de memoria cultural y colectiva en la cultura de masas contemporánea no puede entenderse sin el desarrollo de la ciudadanía digital y la influencia que en ella tienen los social media. Diversas ciencias sociales como la sociología, la comunicación social, la ciencia política o la psicología han incorporado este interés a sus disciplinas de manera natural, y se han multiplicado los estudios y reflexiones teóricas de toda índole. La antropología, disciplina que tradicionalmente ha tenido en el análisis de la estructura de las relaciones comunitarias uno de sus principales objetos de estudio (Liu et al., 2017), ha prestado especial atención a cómo las nuevas formas de interacción virtual y de producción y consumo digital de los productos culturales están transformando esas relaciones (Pink et al., 2012).

Con el advenimiento de Internet, las redes sociales digitales se han desarrollado de manera extraordinaria durante las dos primeras décadas del siglo XXI. Lo han hecho a través de plataformas como Facebook, YouTube, TikTok, Twitter, WhatsApp o Instagram (entre otras) que contribuyen a configurar y a dar sentido a la denominada sociedad red (Castells, 2006). En ellas, los actores participantes (los usuarios) son tanto consumidores como productores y pueden acceder a los contenidos y también producirlos desde diversos medios y dispositivos.

Entre sus múltiples usos, estas plataformas son empleadas en diversas latitudes como un espacio virtual para debatir cuestiones en torno a la memoria y la identidad, utilizándose de hecho como lugares de la memoria, haciendo referencia al concepto de *lieux de mémoire* acuñado por el historiador Pierre Nora (1992). Según este autor -citado en de Figuereido & de Lima (2018, p. 12)-, un lugar de memoria es un espacio de encuentro material, simbólico y funcional respectivamente, como ejemplifican los monumentos, los archivos o los rituales.

Este trabajo reflexiona sobre el uso de los social media como lugares de memoria virtual a través de la comparación de tres estudios realizados en torno a tres plataformas diferentes: Twitter, Facebook e Instagram.

El interés por desarrollar esta indagación surge a partir de la publicación en Lima, por parte del Instituto de Estudios Peruanos, de la obra titulada *Fotografía en América Latina. Imágenes e identidades a través del tiempo y el espacio*, una propuesta coordinada por las antropólogas Cánepa-Koch & Kummels (2018). Esta recopilación de estudios realizados en diversos países del continente (concretamente México, Colombia, Perú y Brasil), indagaba sobre los nuevos usos y significaciones que se les ha ido atribuyendo en nuestros días, a lo largo y ancho de América Latina, a las fotografías del pasado, centrándose en dos aspectos: la reflexión sobre los procesos de memoria colectiva e identidad cultural que tienen lugar en las redes sociales digitales, y la transformación de las relaciones entre las instituciones que habitualmente las custodiaban y la ciudadanía contemporánea.

1.1. FACEBOOK, TWITTER E INSTAGRAM

Las diversas redes sociales digitales existentes hacen parte hoy de la cotidianidad de millones de personas, quienes las emplean para múltiples fines. Un informe realizado en conjunto por We Are Social y Hootsuite estimaba, a fecha de julio de

2022, en 4,7 billones el número de sus usuarios activos, cifra que equivale a casi un 60% de la población mundial (Digital 2022. Informe Global Sobre El Entorno Digital (Actualización de Julio), 2022). Según este mismo informe, entre las 17 plataformas con más usuarios a nivel global destacaban entonces -en este orden, incluyendo a las redes de mensajería instantánea, y las poseedoras de más de mil millones de usuarios- las siguientes: (1) Facebook, (2) YouTube, (3) WhatsApp, (4) Instagram, (5) WeChat y (6) TikTok. En España, y excluyendo a las redes de mensajería instantánea, Facebook y YouTube lideran esta lista, seguidos de Instagram y Twitter (Martín, 2022).

Facebook, propiedad del conglomerado Meta, es actualmente la plataforma con mayor número de usuarios a nivel global. Durante el periodo de confinamiento obligatorio que se impuso en el año 2020 en múltiples países debido a la pandemia de COVID-19, esta plataforma fue la de mayor consumo en América Latina (Vega, 2021). Desde su creación en 2004, además de ser utilizada en el ámbito personal para fines relacionados con el ocio y el tiempo libre en el espacio virtual, Facebook ha venido desarrollando variados usos para los que no estaba concebida originalmente (educativos, comerciales, informativos, culturales...) siendo empleada -además de por los propios usuarios a nivel individual- por diversos actores como empresas, instituciones públicas y privadas, medios de comunicación o colectivos ciudadanos.

Twitter fue lanzada en el año 2006. Alrededor del año 2010 se convirtió en el principal social media asociado a la comunicación política puesto que “ha ido adquiriendo una importancia creciente en las campañas electorales y ha sido aplicado a una amplia gama de contextos políticos” (Campos-Domínguez, 2017, p. 785). Probablemente su momento de mayor influencia tuvo lugar en 2016, cuando la plataforma fue decisiva en diversas elecciones en Europa y América Latina, tales como las elecciones presidenciales de Estados Unidos, la salida del Reino Unido de la Unión Europea o el plebiscito sobre los acuerdos de paz en Colombia (Baltar-Moreno et al., 2019). Sin embargo, desde la situación de pandemia de COVID-19 se ha venido hablando de un notorio declive en cuanto a la participación de usuarios en la plataforma. En el año 2022 Twitter fue adquirida por el magnate Elon Musk.

Instagram (en la actualidad también propiedad de Meta), fue fundada en el año 2010. Hoy es utilizada diariamente por cerca de 500 millones de usuarios (Martín, 2022), siendo junto con Tik Tok una de las preferidas de las generaciones más jóvenes. Ha sido la red social que más rápidamente ha crecido en número de usuarios. En sus primeras versiones comenzó siendo una aplicación para compartir exclusivamente fotografías instantáneas (su icono hace referencia a las cámaras Polaroid).

1.2. EL IMPACTO DE LA TECNOLOGÍA DIGITAL EN LA FOTOGRAFÍA

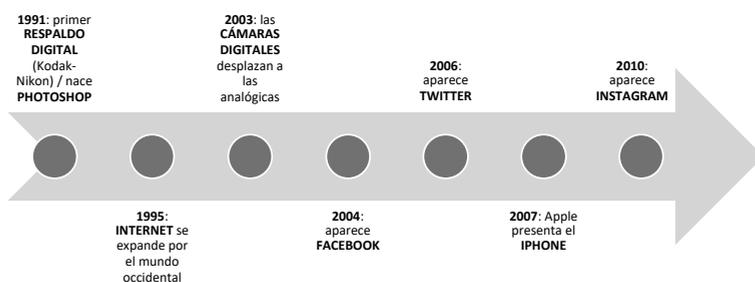
El tránsito entre el siglo XX y el siglo XXI, además de ser el momento de la irrupción de Internet, fue también el del tránsito entre la fotografía analógica y la digital. Las cámaras digitales, (que en principio eran muy caras, producían imágenes de escasa calidad y estaban reservadas a los profesionales), sustituyeron en un brevísimo periodo de tiempo a las analógicas en el favor del público mayoritario y del propio mercado profesional. Entre los años 2000 y 2006 hubo una gran transición en el mundo de la fotografía profesional, cuando un gran número de fotógrafos y fotógrafas de prensa y de moda cambiaron sus modelos analógicos por los nuevos

modelos digitales de Canon, Nikon, Fuji, Pentax o Sony, entre otras marcas. Esto transformó radicalmente toda la industria de la fotografía, hundiendo a algunas marcas históricas que basaban el grueso de su negocio en la fotografía analógica (el caso más significativo es el de Kodak, que quebró en 2012). El objeto material “fotografía” pasó a transformarse en imagen digital.

Esparza (2021) hace referencia a este hecho (el nacimiento de la fotografía digital) como una de “las dos muertes de la fotografía”, siendo la segunda de dichas muertes la presentación al mercado de consumo por parte de la compañía Apple (en el año 2007), de la gama de teléfonos inteligentes denominada iPhone, que suponía la incorporación de cámaras digitales a los teléfonos móviles. Esta incorporación revolucionaría los usos de la fotografía, puesto que suponía de facto la facilidad en la captación de imágenes digitales y la posibilidad de poder compartirlas a través de los servicios de Internet

De esta forma, y cuando a final de siglo parecía que nos abocábamos sin remedio al final de la era de la fotografía, esta vivió un resurgimiento inesperado. En primer lugar porque la imagen fotográfica había alcanzado un estatus cultural y económico que hasta entonces no había tenido. Algo que sucedió gracias a la confluencia en el tiempo de dos importantes factores como lo son, por un lado, la expansión de los festivales de fotografía -bien documentada por Barrena-Delgado (2015), y que se refleja en el éxito de PhotoEspaña o de los Rencontres d’Arles transformadas en dinámicas industrias culturales y creativas (Baltar-Moreno, 2022a) -, y por el otro, el florecer de la industria del fotolibro en Europa y su creciente reputación (Gil-Segovia, 2019). En segundo lugar, y principalmente, por el uso que la ciudadanía comenzó a otorgarle al medio de manera cotidiana a través de Internet y el correo electrónico (primero) y de las redes sociales (después).

Figura 1. Evolución conjunta entre la fotografía digital, Internet y los social media (1991-2010)



Nota. Elaboración propia.

1.3. FOTOGRAFÍA, MEMORIA COLECTIVA, MEMORIA CULTURAL

Una última consideración tiene que ver con la relación entre fotografía y memoria colectiva, que ha sido analizada con profusión por las diversas ciencias sociales. Como afirma Gortázar (2021) “la fotografía, en su función más esencial, no es otra cosa que un archivo visual” (p. 29). Samain (2012) va más allá y sostiene que la fotografía es un archivo vivo del tiempo, pero también un lugar de memoria.

Los estudios sobre la memoria colectiva habían dado inicio en los años 1950 a partir de la conceptualización del término propuesta por desde la sociología por Maurice Halbwachs. Lifschitz & Arenas Grisales (2012) narran cómo en los años 1980 y 1990 se va extendiendo el uso de este concepto, y cómo a partir de él emanan otros como el de los lugares de la memoria (1984) del historiador Pierre Nora, o el de comunidades imaginadas (1993) del politólogo Benedict Anderson. Figueroa (2020) remarca como algunas corrientes historiográficas como la llamada Nueva Historia (de la que el propio Nora hacía parte) comenzaron en los años 1970 a recalcar la importancia de las fuentes orales y de la amplitud de los puntos de vista en los procesos de construcción de historia.

Lo que nos interesa observar aquí es cómo, a la par que la tecnología digital transformaba la industria fotográfica, aumentaba en las sociedades occidentales un interés creciente por los procesos de memoria colectiva. A este respecto Burke -citado en Acuña Rodríguez (2020)- define este interés como una “explosión de la memoria” (p. 11). Este autor plantea la diferencia entre memoria social y memoria cultural:

Con respecto a la primera [Burke] se refiere a los actores sociales, sus recuerdos y a la forma como han construido esos recuerdos [...] en cuanto a la memoria cultural alude a ciertas conmemoraciones, lugares y procesos que dan cuenta de un archivo o repertorio de símbolos, imágenes y estereotipos que han sido utilizados y apropiados por un determinado grupo (Acuña Rodríguez, 2020, p. 11).

De esta perspectiva, y como vamos a presentar a continuación, las redes sociales han pasado a convertirse en archivos virtuales de otro tipo de archivos vivos, las imágenes. Y en ellas se desarrollan procesos de memoria cultural.

2. DISEÑO Y MÉTODO

¿Cómo se virtualizan los lugares de memoria en las redes sociales? Aunque cada una de estas plataformas funciona de manera particular, las tres tienen en común el hecho de que permiten a sus usuarios compartir en la red diversos tipos de archivos (tales como imágenes digitales fijas y en movimiento, audios, documentos, etc.), contextualizarlos y abrirlos al diálogo y a la discusión con otros usuarios. Queremos fijarnos aquí en cómo el uso de la fotografía, en tanto que objeto disparador de la memoria, ha posibilitado que las redes sociales se estén empleando como lugares virtuales de la memoria.

Se presenta así una reflexión teórica realizada desde un enfoque cualitativo a partir de un análisis del contenido de tres casos de uso de las plataformas digitales en tanto que lugares virtuales de memoria. Para desarrollarla se ha realizado una búsqueda de artículos académicos en el motor especializado Google Scholar referida a investigaciones realizadas en América Latina que vinculasen los conceptos de “lugar de memoria” y “redes sociales digitales”. La búsqueda se ha acotado a casos relacionados con las plataformas Facebook, Twitter e Instagram.

A partir de esta búsqueda se han seleccionado tres estudios recientes -uno de ellos elaborado por el autor de este texto- realizados sobre estas plataformas (Baltar-Moreno, 2022b; Figueroa, 2020; Santos, 2021) y que muestran diversas

experiencias de uso de las redes como lugares de memoria en tres países latinoamericanos: Colombia, México y Brasil.

3. TRABAJO DE CAMPO Y ANÁLISIS DE DATOS

La búsqueda documental, la selección de los trabajos y su posterior análisis han tenido lugar entre los meses de noviembre de 2022 y enero de 2023. El análisis del contenido de los tres textos seleccionados ha consistido en realizar una lectura comparativa atendiendo a sus objetivos, su metodología, su muestra de análisis, sus principales resultados y sus conclusiones.

4. RESULTADOS

4.1. TWITTER Y LOS DISCURSOS SOBRE LOS SUCESOS DEL PASADO

La primera investigación que analizamos se titula “Pensar los lugares de memoria: el uso del hashtag en Twitter” (Figuroa, 2020), publicada en la Revista Pueblos y Fronteras Digital (México). Este trabajo presenta (p.3) tres grandes objetivos: (1) indagar sobre el papel de los hashtag de Twitter como espacio de construcción de memoria y lugar de la misma; (2) considerar las oportunidades que ofrecen las redes para elaborar de manera colectiva un discurso de memoria; (3) reflexionar sobre si estos espacios de comunicación abren la puerta a fuentes de datos para la Historia enunciadas desde “voces no oficiales”.

La metodología empleada se basa en el análisis de diversos hashtags relacionados con dos conmemoraciones efectuadas en México en el año 2018: el primer aniversario del sismo de acaecido en Puebla y Chiapas en septiembre de 2017 y el cuarto aniversario del asesinato de 43 jóvenes de Ayotzinapa en 2014.

Figuroa se apoya en los postulados de Ranahit Guha (1999) sobre cómo en la historiografía se combinan tres tipos de discurso: un discurso primario (el que emerge del poder y las fuentes oficiales), un discurso secundario (más distante en el tiempo y procedente de las fuentes de información independientes de las oficiales, como las agencias noticias), y un discurso terciario (elaborado por individuos o grupos que no representan al poder, y que representaría posiciones alternativas a las oficiales, y en cuya construcción participarían los historiadores en calidad de actores “neutrales”).

A partir de estos tres discursos la autora analiza en primer lugar la actividad desplegada en Twitter alrededor del sismo. Observa cómo la inmediatez del suceso hace que la mayoría de los hashtags en la red procedan en un primer momento de las fuentes oficiales y de las agencias de noticias, mientras que las publicaciones que responderían al discurso terciario no cuestionan en esta etapa la posición oficial. “el factor inmediatez diluye la utilización de estos espacios para la producción y difusión de discursos alternativos a los oficiales” (p. 9).

La autora observa además como en este caso, a lo largo del tiempo, el discurso primario y el secundario se apoyan para desvirtuar las posibles voces discrepantes que pueden aparecer en el discurso terciario. Algo que sin embargo sucede dos años después del suceso, cuando se empieza a cuestionar en diversos tuits la

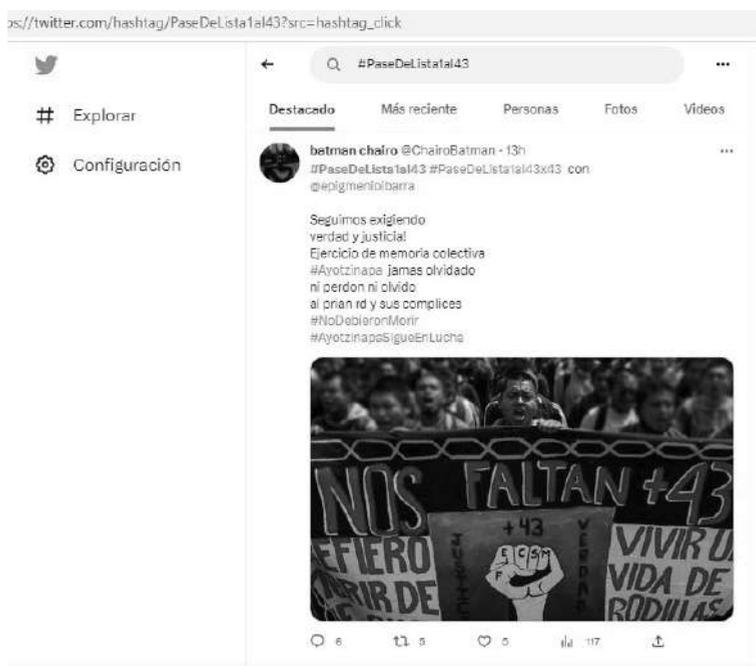
colusión de intereses entre el Estado y los medios de comunicación para elaborar un relato sobre lo sucedido.

Ante este hecho, Figueroa considera que es en este discurso terciario en el que se alojan recuerdos que emergen de su silencio en forma de reivindicación. “Es sobre este tipo de memoria que emerge a la distancia y desde un lugar de enunciación no oficial que el hashtag podría considerarse un lugar de memoria” (p. 12).

En segundo lugar, la investigadora analiza diversos hashtags relacionados con la desaparición forzada de 43 jóvenes estudiantes en la localidad de Iguala. Afirma que la naturaleza de los hashtags permite conocer la perspectiva de los sucesos que tienen múltiples usuarios desconocidos y alejados en el espacio, para poder conectarlos virtualmente entre sí, “construyendo una narrativa digital y a distancia del evento en cuestión” (p. 17).

Figura 2

Publicación de 2023 en Twitter sobre la masacre de Ayotzinapa con los hashtags #PaseDeLista1a143, #Ayotzinapa, #NoDebieronMorir y #AyotzinapaSigueEnLucha



Nota. Captura de pantalla procedente de una publicación de un usuario en enero de 2023 (Twitter, s. f.).

En muchos casos esa conexión no es solamente virtual en el espacio de Twitter, sino que la propia red social sirve para convocar en torno a las conmemoraciones del pasado a estos usuarios presencialmente.

En este segundo análisis Figueroa afirma la utilidad de Twitter para servir como archivo fotográfico de la memoria, dada la facilidad que ofrece para compartir y conservar imágenes (así como otro tipo de archivos digitales), generando un potencial lugar de consulta en el futuro. Pero señala al mismo tiempo la fragilidad de esos archivos fotográficos dada la “permanencia impredecible” que tiene cualquier contenido que se suba a Internet (p. 19).

La autora señala además que en el uso de Twitter como lugar de memoria un aspecto fundamental es la presencia de las emociones del público lector de las publicaciones, “mediada por la experiencia del lector(a) en relación a lo que lee y con el evento que se rememora” (p. 22)

En conclusión, el trabajo de Figueroa señala a Twitter como una red social que ofrece -entre sus diversas utilidades- la de poder recabar diversas voces, imágenes, relatos y emociones sobre la memoria colectiva, que de otro modo no podrían darse. Twitter ofrece también un espacio de debate y discusión, que es siempre necesario cuando de elaborar relatos compartidos sobre el pasado común se trata.

Cuestión aparte es la ingente cantidad de información que se acumula en la red social y que, dada su enormidad, necesita de estrategias para poder recuperarse que no suelen ser sencillas de aplicar. La autora señala también como una debilidad aquello que denomina como la “naturaleza efímera del hashtag”: “todo aquello que se construye en ellas [las redes sociales] tiene el riesgo permanente de desaparecer” (p. 24). Lo que al mismo tiempo relaciona con la naturaleza propia de la memoria, inestable e intermitente.

4.2. INSTAGRAM Y LOS PERFILES CONMEMORATIVOS

El segundo artículo de nuestro análisis se llama “Instagram como lugar de memoria” (Santos, 2021), y fue publicado en la Revista Scientarium Historia (Brasil). Este trabajo presenta una reflexión teórica sobre la relación de la red social Instagram con la memoria a partir del uso que hace de la fotografía, a partir del planteamiento de Sontag (1977) según el cual con el advenimiento de la fotografía comenzó un proceso de democratización de todas las experiencias humanas a través de su traducción en imágenes.

Para realizarla se lleva a cabo un análisis documental sobre trabajos que indagan en torno al mantenimiento del recuerdo de las personas fallecidas que ofrece una de las funciones de la plataforma, y los perfiles que les realizan homenajes póstumos.

En la fecha de realización del trabajo de campo (2020) Instagram se había convertido en la segunda red más utilizada en Brasil. Según la autora, había una relación innegable entre el éxito de la plataforma, basada principalmente en el uso de la imagen a través de fotografías y videos, y la expansión entre la ciudadanía de Internet y de los teléfonos celulares que llevan incorporados cámaras digitales y se encuentran permanentemente conectados a las redes sociales digitales.

Instagram se ha configurado como una herramienta para la memoria individual que se vuelve colectiva dentro de una realidad que presupone la red social [...] Una página web con fotos de momentos clave de tu vida, previamente seleccionadas con la intención de generar likes y comentarios, representa una

especie de exposición autobiográfica donde el comisario es el propio individuo. (Santos, 2021, p. 5).

Desde 2018 la plataforma permitía que los parientes o amigos de una persona fallecida pudieran solicitar a través de un formulario que el perfil ya existente del fallecido pudiera ser “memorializado”, esto es, conmemorado mantenido sin alteraciones para sus seguidores y amigos (el perfil ya no se muestra en la herramienta de Explorar), blindando el acceso al mismo y manteniendo sus publicaciones, sus likes, sus etiquetas, sus publicaciones, y sus comentarios.

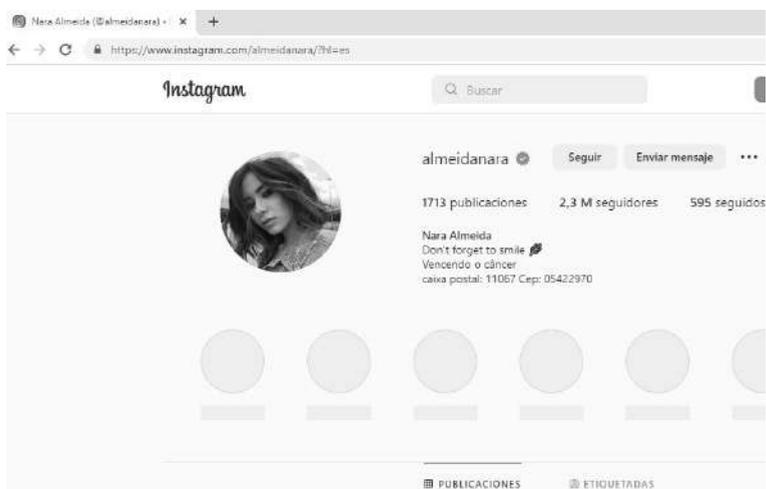
Pero la plataforma fue más allá y en el año 2020 crea una función llamada Memorial, cuyo objetivo es el de mantener las cuentas de perfil de los usuarios ya fallecidos, añadiéndoles un pie de foto que mostrase que dicho perfil pertenece a una persona fallecida. De esta forma se crean los llamados perfiles conmemorativos, los cuales “muestran la información de la cuenta como hasta ahora, pero añadiendo el mensaje ‘Recordando a’ antes del nombre del usuario para señalar que se trata de una persona fallecida” (Otero, 2020)

Además de estos perfiles conmemorativos individuales, Santos analiza un perfil de Instagram llamado Innumeráveis dedicado a las víctimas del COVID-19 en Brasil, que funciona como una conmemoración general. El éxito de este tipo de perfil de conmemoración es notable: durante el trabajo de campo el perfil tenía más de 100.000 seguidores y 630 publicaciones de historias sobre dichas víctimas. Iniciado originalmente como un sitio web, este perfil partía de una sencilla premisa: “a nadie le gusta ser un número, las personas merecen existir en prosa” (p. 7). Para ello las publicaciones con retratos de las personas se utilizan como epitafios públicos en los que se escribía el nombre completo de la persona fallecida, su edad y la ciudad en la que vivía.

Por último, Santos observa en su trabajo la funcionalidad de Instagram llamada Stories, a través de la cual se pueden compartir imágenes que caducan a las 24h, y que permite varias formas de manipulación de las mismas. A este respecto trae el ejemplo de una influencer de 24 años, la modelo brasileña Nara Almeida, que batalló contra un cáncer raro y falleció en 2018. Esta joven se hizo mundialmente famosa gracias a su perfil en Instagram en donde narraba a través de esas stories su lucha contra la enfermedad. Ese perfil se convirtió en un perfil conmemorativo (almeidanara), que en el momento del análisis contaba con 2,3 millones de seguidores y 1.713 publicaciones.

Figura 3

Perfil conmemorativo de Nara Almeida en Instagram



Nota. Captura de pantalla procedente del perfil conmemorativo de Nara Almeida (Instagram, s. f.).

Instagram es, por tanto, una nueva forma de compartir y almacenar recuerdos, mucho más que una simple red social de fotografías: la red social se ha convertido en una herramienta para salvaguardar los recuerdos personales, recuerdos que tienen un carácter único, ya que se publican intencionadamente (Santos, 2021) (p. 8).

De esta manera, la autora concluye que en la actualidad la fotografía sigue cumpliendo la función de revivir recuerdos, pudiendo acudir a ella cuando se necesite. Lo que sucede ahora es que las redes sociales como Instagram funcionan como repositorios fotográficos en donde se comparten virtualmente esos recuerdos. Además, Santos reflexiona sobre cómo la noción del tiempo asociada a las imágenes del pasado se ha transformado a partir de las interacciones que tienen lugar en el presente en la plataforma, creándose un nuevo tipo de preservación del patrimonio digital a través del acceso a las fotografías, y aumentando el poder de agencia de la ciudadanía (p. 9).

La fotografía, incluso en el entorno de las redes sociales, aún conserva su carácter simbólico, creando en ocasiones identificación tanto con el objeto retratado como con la representación de un momento, una experiencia o un pasado, pero se inserta, hoy, en el contexto de lo efímero, de la circulación en red y de la facilidad de fotografiar (Santos, 2021, p.9)

4.3. FACEBOOK Y LAS IDENTIDADES COLECTIVAS

El último texto a analizar es una investigación propia, el estudio titulado “Redes sociales digitales como lugares de memoria: diálogos ciudadanos a través de la fotografía en Facebook” (Baltar-Moreno, 2022b), publicado en la Revista Icono14 (España). El objetivo de este trabajo era el de indagar sobre cómo tienen lugar

las interacciones en torno a la memoria y la identidad colectiva en los grupos de Facebook. Para realizarla se realizó un análisis de contenido sobre las publicaciones de los usuarios de dos grupos sobre fotografía antigua de la ciudad de Cartagena de Indias (Colombia). Adicionalmente se entrevistó a una historiadora de la ciudad y a dos de los administradores de ambos grupos (uno de ellos también historiador).

En este caso se partía teóricamente de la relación entre la memoria y la identidad, partiendo de los postulados de la identidad colectiva de Castells (1998) y de la memoria cultural de Correa (2013). Así mismo se traían a colación diversas investigaciones sobre el uso de la plataforma Facebook como espacio virtual de la memoria y de la identidad (Almeida & Cardoso, 2016; Caci et al., 2019; Cánepa-Koch, 2018).

La primera observación que emerge de la comparación de los grupos (uno nacido en 2008 y otro en 2012) evidencia el éxito de ambas iniciativas virtuales: en el momento del análisis ambos grupos sumaban cerca de 150.000 seguidores, disponiéndose la información en la plataforma de manera pública y visible.

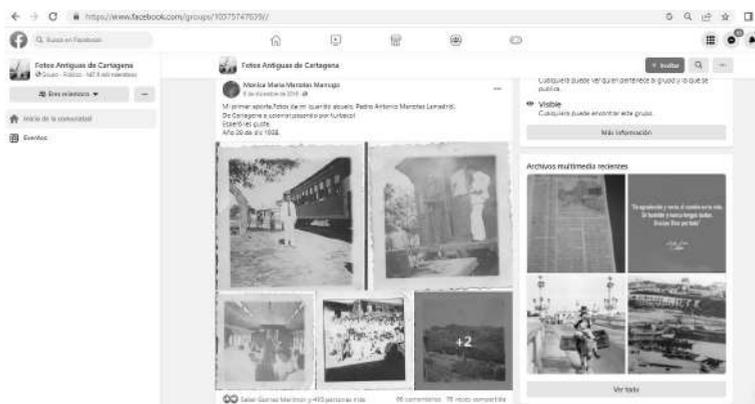
Los expertos entrevistados destacaban varios aspectos. En primer lugar, la función que han pasado a asumir simbólicamente estos grupos de servir como una especie de fototeca popular, sustituyendo una función que anteriormente estaba reservada a los museos y las instituciones académicas. Una fototeca en la que la ciudadanía puede aportar sus propias imágenes, contextualizarlas y dialogar sobre las imágenes publicadas por otros usuarios. Precisamente en la ciudad de Cartagena de Indias existe una fototeca institucional que ha sido señalada por reflejar una visión elitista y excluyente del pasado del territorio (Puello-Sarabia, 2008). En esta línea, se apunta también a cómo este tipo de iniciativas puede acercar el interés de la ciudadanía por lo que sucede en el territorio, así como conectarlo con otras iniciativas de carácter académico que, a priori, pueden no despertar tanto interés.

En segundo lugar, la importancia que desempeñan estos grupos virtuales para la elaboración colectiva de memoria e identidad cultural. En el diálogo virtual que se produce en ellos entre los usuarios se desarrollan relatos alternativos sobre el pasado común, siendo “iniciativas que valoran y reconocen la existencia de múltiples memorias e identidades” (p. 13). Las imágenes compartidas tienen que ver con los aspectos que conforman la identidad cultural de una colectividad, tales como la forma de vestir, la celebración de las tradiciones, la arquitectura o la gastronomía autóctona. También el lenguaje empleado en la plataforma por los usuarios de los grupos analizados es un reflejo de la identidad cultural.

Un tercer aspecto tiene que ver con la contribución que suponen los aportes de los usuarios (tanto las imágenes que comparten como su contextualización, y los debates generados por las respuestas de otros usuarios) al conocimiento histórico del territorio, logrando además que en la elaboración de ese conocimiento se de entrada a voces diferentes, logrando una construcción memorística plural.

Figura 4

Captura de pantalla procedente del grupo Fotos Antiguas de Cartagena



Nota. Captura de pantalla extraída del grupo de Facebook Fotos Antiguas de Cartagena, referida a una publicación de (Manotas, 2016).

En este trabajo se resalta cómo, al igual que se señalaba en el trabajo de Figueroa sobre Twitter, los dos grupos analizados de Facebook han servido en ocasiones para convocar de manera presencial a los usuarios. Usuarios que sin la existencia de este tipo de plataformas probablemente nunca se hubieran encontrado. Como sucedía también en aquella investigación, se señala como debilidad el carácter efímero y vulnerable de estos datos (las imágenes, los contextos y los diálogos e interacciones publicados en los grupos), los cuales pueden desaparecer en cualquier momento. Y, frente a la fiabilidad de los mismos, una de las entrevistadas afirma que tal vez esa sea una exigencia del mundo académico que “no es una prioridad en la sociedad red” (p. 18).

Se concluye que el uso de las redes sociales digitales como lugares de memoria es un producto de una época y fruto de un diálogo entre un medio tradicional -como es la fotografía- con un medio digital, dándose como resultado lo que Bolter & Grusin (2000) denominan una “remediación”, que transforma el uso original que tuvo el medio tradicional y le dota de nuevos sentidos y significaciones.

5. CONCLUSIONES Y DISCUSIÓN

La lectura y comparación de los tres casos corroboran como la combinación entre la fotografía y las redes sociales digitales ha producido nuevas utilidades de dichas plataformas que, en ningún caso parecían estar declaradas entre las intenciones iniciales de sus fundadores, otorgando además nuevos significados a las imágenes que se comparten en ellas, que también adquieren nuevos usos.

En este trabajo se evidencia que entre esos nuevos usos se encuentran aquellos relacionados con la memoria cultural y la memoria colectiva. Los tres casos analizados muestran como en plataformas diferentes (Twitter, Instagram y Facebook), la ciudadanía desarrolla lo que probablemente es una necesidad sociocultural: la

constatación de la existencia de una memoria colectiva en torno a un pasado común. Las redes sociales se emplean para desarrollar virtualmente esa necesidad.

Como sostenía Nora (citado en Figueroa, 2020), “la memoria no es un singular con mayúscula, sino un plural (las memorias) pues al poseer una naturaleza colectiva existen tantas memorias como grupos sociales” (p. 6). Es por ello que la propia naturaleza participativa y abierta de las redes sociales las hace propicias para ser utilizadas como lieux de mémoire.

En las tres redes sociales se lleva a cabo la práctica social del diálogo y la discusión en torno a los procesos de memoria cultural, memoria colectiva e identidad. Liu et al. (2017) afirman que la emergencia de estos social media han traído consigo un incremento de vínculos débiles que se materializan online. Pero son vínculos que no habrían podido darse de no existir estas plataformas ni el desarrollo tecnológico que posibilitó su existencia. De esta manera, esta “explosión de la memoria” de nuestra época a la que aludía Burke (2011) no es ajena a las posibilidades que han abierto tanto la fotografía digital como las redes sociales e Internet para poner en diálogo a la ciudadanía en torno al pasado común.

La imagen fotográfica juega aquí un papel esencial. En primer lugar, por su función natural de archivo y su potencial para conservar gráficamente eventos y personas del pasado a partir de su poderosa capacidad de representación de la realidad. En segundo lugar, por el fácil acceso que en la actualidad tienen millones de personas al acto fotográfico gracias a la expansión de las cámaras digitales. Nunca desde su invención en la primera mitad del siglo XIX este acto fotográfico había estado al alcance de tantos seres humanos.

Se puede concluir así que uno de los principales aportes de las redes sociales digitales en sus primeras décadas de existencia ha sido el de la constitución de múltiples lugares virtuales de memoria de carácter democrático plural y participativo, gracias a la universalización de la fotografía y su conexión fácil y permanente con la tecnología digital.

6. REFERENCIAS

- Acuña Rodríguez, O. Y. (2020). Memorias sociales y culturales. Un debate en construcción. *Historia y Memoria*, 20, 11-20. <https://doi.org/10.19053/20275137.n20.2020.10311>
- Almeida, P. de, & Cardoso, S. (2016). Las comunidades locales en Facebook: la memoria en comunicación. *Conference of Association of History, Literature, Science and Technology*, November. <https://doi.org/10.13140/RG.2.2.23515.57125>
- Baltar-Moreno, A. (2022a). Una aproximación a los Rencontres d'Arles como industria cultural y creativa en torno a un festival de fotografía. En S. Rodríguez-Malo de la Cruz & R. Rubial Villamarían (Eds.), *Desafíos audiovisuales de la tecnología y los contenidos en la cultura digital* (pp. 75-95). Editorial Icono 14 - McGraw Hill.
- Baltar-Moreno, A. (2022b). Redes sociales digitales como lugares de memoria: diálogos ciudadanos a través de la fotografía en Facebook. *Revista ICONO 14*.

- Revista Científica de Comunicación y Tecnologías Emergentes, 20(2). <https://doi.org/10.7195/ri14.v20i2.1880>
- Baltar-Moreno, A., Blanco, Y., & Asprilla, B. (2019). ¿Y tú qué vas a hacer con tu voto? Una mirada audiovisual al plebiscito sobre el Acuerdo de Paz de 2016 en Colombia. *Campos En Ciencias Sociales*, 7(2), 17-44. <https://revistas.usantotomas.edu.co/index.php/campos/article/view/5285/5053>
- Barrena-Delgado, M. D. (2015). El festival como modelo contemporáneo de difusión de la fotografía. *Guía internacional de festivales de fotografía [Universidad de la Laguna]*. <https://portalciencia.ull.es/documentos/5e3170302999523690ffdfca>
- Bolter, J. D., & Grusin, R. (2000). *Remediation: Understanding New Media*. The MIT Press.
- Burke, P. (2011). Historias y memorias: Un enfoque comparativo. *Isegoria*, 45(2006), 489-499. <https://doi.org/10.3989/isegoria.2011.i45.739>
- Caci, B., Cardaci, M., & Miceli, S. (2019). Autobiographical memory, personality, and facebook mementos. *Europe's Journal of Psychology*, 15(3), 614-636. <https://doi.org/10.5964/ejop.v15i3.1713>
- Campos-Domínguez, E. (2017). Twitter y la comunicación política. *El Profesional de La Información*, 26(5), 785. <https://doi.org/10.3145/epi.2017.sep.01>
- Cánepa-Koch, G. (2018). Imágenes móviles. Circulación y nuevos usos culturales de la colección fotográfica de Heinrich Brüning. En G. Cánepa-Koch & I. Kummels (Eds.), *Fotografía en América Latina. Imágenes e identidades a través del tiempo y el espacio* (pp. 79-123). IEP Instituto de Estudios Peruanos.
- Cánepa-Koch, G., & Kummels, I. (2018). *Fotografía en América Latina. Imágenes e identidades a través del tiempo y el espacio*. IEP Instituto de Estudios Peruanos.
- Castells, M. (1998). *El poder de la identidad*. Alianza Editorial.
- Castells, M. (2006). *La sociedad red: una visión global*. Alianza Editorial.
- Correa, F. (2013). *Metodología para la investigación en memoria cultural*. Fundación Social.
- de Figueiredo, A. A., & de Lima, C. A. (2018). Os lugares da memória na obra *El lápiz del carpintero*. *Garrafa*, 16(46), 240-257. <https://revistas.ufrj.br/index.php/garrafa/article/view/23954>
- Digital 2022. Informe Global sobre el Entorno Digital (actualización de julio). (2022). Hootsuite.Com. <https://www.hootsuite.com/es/resources/digital-trends-q3-update>
- Esparza, R. (2021). Las dos muertes de la fotografía. En M. Blanco-Pérez & N. Parejo (Eds.), *Historias de la fotografía del siglo XXI* (pp. 19-27). Comunicación Social ediciones y publicaciones.
- Figuroa, A. A. (2020). Pensar los lugares de memoria: el uso del hashtag en Twitter. *Revista Pueblos y Fronteras Digital*, 15, 1-26. <https://doi.org/10.22201/cimsur.18704115e.2020.v15.444>
- Gil-Segovia, M. J. (2019). El fotolibro en España en los comienzos del siglo XXI : de la amenaza digital a la apreciación generalizada. *Fonseca, Journal of Communication*, 19, 69-86. <https://revistas.usal.es/index.php/2172-9077/article/view/fjc2019196986>

- Gortázar, P. (2021). Memorias de papel: el archivo fotográfico y sus lecturas. En M. Blanco-Pérez & N. Parejo (Eds.), *Historias de la fotografía del siglo XXI* (pp. 29-50). Comunicación Social ediciones y publicaciones.
- Guha, R. (1999). La prosa de la contrainsurgencia. En S. Dube (Ed.), *Pasados coloniales*. El Colegio de México.
- Instagram. (s. f.). Perfil conmemorativo de Nara Almeida. Recuperado 29 de enero de 2023, a partir de <https://www.instagram.com/almeidanara/?hl=es>
- Lifschitz, J. A., & Arenas Grisales, S. P. (2012). Memoria política y artefactos culturales. *Estudios Políticos*, 40, 98-119.
- Liu, W., Sidhu, A., Beacom, A., & Valente, T. (2017). Social Network Theory. En P. Rössler, C. Hoffner, & L. van Zoonen (Eds.), *The International Encyclopedia of Media Effects* (pp. 1-12). John Wiley & sons Inc. <https://doi.org/10.1002/9781118783764.wbieme0092>
- Manotas, M. (2016, diciembre 6). Captura de Pantalla. Fotos Antiguas de Cartagena. <https://www.facebook.com/groups/10375747639/>
- Martín, S. (2022, diciembre 23). Las redes sociales más utilizadas en el mundo y en España. *Mkparadise.Com*. <https://mkparadise.com/redes-sociales-mas-utilizadas>
- Nora, P. (1992). *Les lieux de la memoire*. Gallimard.
- Otero, C. (2020, abril 23). Instagram convertirá cuentas de usuarios fallecidos en perfiles conmemorativos. *Meristation*. https://as.com/meristation/2020/04/23/betech/1587667740_276377.html
- Pink, S., Horst, H., Postill, J., Hjorth, L., Lewis, T., & Tacchi, J. (2012). *Etnografía digital* (2019.a ed.). Ediciones Morata.
- Puello-Sarabia, C. P. (2008). Fotografía y exclusión social : Auto-representaciones de la élite cartagenera en el periodo 1900-1930. *Cuadernos de Literatura Del Caribe e Hispanoamérica*, 7, 9-38. http://investigaciones.uniatlantico.edu.co/revistas/index.php/cuadernos_literatura/article/view/475
- Samain, E. (2012). As peles da fotografia: fenômeno, memória/arquivo, desejo. *Visualidades*, 10(1), 151-164. <https://doi.org/10.5216/vis.v10i1.23089>
- Santos, K. (2021). Instagram como lugar de memória. *Revista Scientiarum Historia*, 1, 11. https://doi.org/10.51919/revista_sh.v1i0.259
- Sontag, S. (1977). *Sobre la fotografía* (2018.a ed.). Penguin/Random House.
- Twitter. (s. f.). Captura de pantalla de una publicación del usuario @ChairoBatman en Twitter del 30 de enero de 2023. Recuperado 29 de enero de 2023, a partir de https://twitter.com/search?q=%23ayotzinapa&src=typed_query
- Vega, F. (2021, abril 21). El mapa de los Social Media en América Latina. *Eleconomista.Com.Mx*. <https://www.eleconomista.com.mx/opinion/El-mapa-de-los-Social-Media-en-America-Latina-20210421-0088.html>