



UNIVERSIDAD FINIS TERRAE
FACULTAD DE ARTES
ESCUELA DE ARTES VISUALES

LA *SELFIE*: EL RETRATO CONTEMPORÁNEO

CATALINA BADINELLA CRUZAT

Ensayo Crítico presentado a la Facultad de Arte de la Universidad Finis Terrae, para
optar a Licenciada de Artes Visuales mención Pintura

Profesores guía:
Marcela de la Torre
Raimundo Edwards

Santiago, Chile
2019

ÍNDICE

INTRODUCCIÓN.....	1
LA <i>SELFIE</i>	2
El exhibicionismo a través de la <i>selfie</i>	6
MI OBRA.....	8
¿Cómo? de mi obra... ..	8
La materialidad de mi obra... ..	11
Antecedentes Personales... ..	13
Referentes... ..	16
EL AUTORETRATO A PARTIR DE LA <i>SELFIE</i>	18
CONCEPTOS RELACIONADOS.....	19
CONCLUSIONES	22
BIBLIOGRAFÍA... ..	24
ANEXOS.....	27
Índice de ilustraciones... ..	27

INTRODUCCIÓN

En este ensayo voy a desarrollar en profundidad temas referentes a la *selfie* y su publicación. Explorar cómo en ella se esconde la intención de ser notado y distinguirse, incluso de una manera que puede no ser plenamente consciente. Esto, sin embargo, tiene justo el efecto contrario, ya que la red virtual rebosa de autofotos, anulando la individualidad de la fotografía. Si el fin es hacerse notar, es difícil lograrlo llevando a cabo una acción que la mayoría de la población hace de igual forma. Esto es justamente lo que intento mostrar a través de mi obra.

En la época actual la *selfie* ha arrasado con las redes sociales. Según la BBC de Londres (2015), son aproximadamente 1 millón de *selfies* las que se publican diariamente en las redes sociales.

“Los autorretratos con cámaras digitales no son nuevos, pero el aumento en el uso de celulares inteligentes —equipados con cámaras cada vez mejores— y la expansión planetaria de las redes sociales ha ayudado a convertir el *selfies* en un fenómeno. El universo de los *selfies* no ha parado de crecer, al punto que el término fue elegido "palabra del año 2013" en la lista que anualmente compila el Diccionario de Oxford. La palabra pasó de ser un término específico de las redes sociales a convertirse en un fenómeno popular, dijeron entonces los editores de Oxford. Y un informe recientemente publicado por Ofcom, el Regulador de Comunicaciones del Reino Unido, reveló que hubo 1,2 mil millones de *selfies* tomadas tan sólo en el Reino Unido durante el año 2014” (“La locura de los *selfies*, en números”, 2015).

LA SELFIE

La *selfie* es una fotografía que se toma una persona a sí misma, ya sea con la cámara frontal de un teléfono, con un *selfie stick* o invirtiendo la cámara hacia sí mismo. En términos más concreto: “La palabra *autofoto* es una alternativa adecuada en español al término inglés *selfie*, con el que se alude a las fotografías que uno toma de sí mismo, solo o en compañía de otros, en general con teléfonos móviles, tabletas o cámaras web, y luego sube a redes sociales” (FundéuBBVA, 2013). Lo que se ajusta bastante bien al concepto.

Una de las características particulares en el resultado de la fotografía es una inevitable deformación debido a la forma del lente o la cercanía a él. Esto se produce debido a la distancia a la que se toma la foto, y en el caso de la *selfie*, esto depende mucho del largo del brazo del sujeto. A mayor cercanía se produce una mayor deformación de la cara. Sin embargo, a pesar de este fenómeno, se pueden observar una gran cantidad de *selfies* en donde el rostro se muestra ocupando (llenando) gran parte del encuadre de la imagen. Es interesante cuestionarse el por qué de este tipo de conductas, ya que a raíz de esto se puede interpretar que se ha llegado a un estado en el que el deseo de mostrarse, o de exhibirse, se sobrepone a este contratiempo.

En la actualidad la autofoto es ocupada como encuadre para todo, ya sea para mostrar un lugar, un momento, o cualquier situación que le parezca oportuna a quien la toma. Es muy común que una persona al querer mostrar un lugar, decida publicar una *selfie* en vez de fotografiar el espacio mismo, y ahí comienza mi pregunta, ¿Por qué? ¿Por qué si alguien quiere mostrar un lugar o suceso, siempre parecen recurrir a una fotografía con sus caras en primer plano, en lugar de fotografiar directamente lo que quieren mostrar? ¿O es que acaso simplemente quieren mostrarse a sí mismos?

Según algunos profesionales del área de la psicología, el exceso de fotografías de tipo *selfie* es un indicador de narcisismo, mientras que en otros representa baja autoestima. Incluso se han analizado distintas tendencias psicológicas que se ven reflejadas por la forma en que se toma la *selfie* (la cámara frontalmente, desde arriba o desde abajo). Por medio de las *selfies*

y su publicación en las redes sociales los sujetos son capaces de experimentar con un sinnúmero de fragmentos que forman parte de su identidad, seleccionando aquellos que consideran preferibles de mostrar, reconstruyendo la imagen de sí mismos que proyectan al exterior.

Personalmente me veo más inclinada a creer que tiene más relación con el narcisismo y la necesidad de notoriedad o de aceptación social a tal punto que se exhibe a desconocidos para recibir aprobación. Esto ha evolucionado a un nivel en el que, en numerosas ocasiones, el pensamiento predominante que precede a este tipo de fotografías no es el cómo capturar el momento o experiencia que se tiene delante, sino que cuál es la forma más atractiva a los ojos de la sociedad, específicamente de aquellos que se encuentran tras sus teléfonos u ordenadores, para recibir una mejor apreciación.

El psicólogo clínico Juan Cruz González (2014) explica: “Hay que plantear qué está pasando con la autoestima de las personas y qué le ocurre a la sociedad. Hoy en día se nos invita a potenciar una imagen muy superficial en la que todo vale. En vez de alimentar el «yo», el interior, las personas alimentan su «ego», que es una instancia psíquica en la que se busca la satisfacción inmediata y externa. Cuando somos pequeños, el ser valorados nos refuerza la autoestima y la confianza. Pero a medida que maduramos, se empieza a alimentar más el interior. Sin embargo, hay adultos que siguen buscando la satisfacción externa. Es un síntoma de inmadurez, de falta de fortalecimiento de la personalidad y bajo ese fondo puede haber un trastorno de personalidad como es el narcisismo” (Exhibicionismo extremo en internet, 2014).

Por supuesto no se puede encasillar a todos dentro de una misma teoría, también es necesario aclarar que quienes presentan tales conductas suelen ser las personas que se toman un alto número de *selfies*, y aún así, más que el hecho de tomarlas, es el hecho de publicarlas en grandes cantidades o compartirlas de cualquier manera posible con el exterior.

Por supuesto, existen también casos en los que el fenómeno podría darse debido a una baja autoestima, entre otros trastornos psicológicos. Por ejemplo en palabras del psicólogo

Enrique González Huete (2014): “(...) También están los inseguros, que quieren dar una mejor versión de sí mismos y obtener una respuesta del entorno que les dé seguridad.” (“Exhibicionismo extremo en internet”, 2014).

A partir de esto, se podría decir que aquellas personas con inseguridades o de baja autoestima pueden interactuar con la *selfie* de una forma diferente. Para ellos, esta podría ser una forma de presentar una imagen más íntegra de sí mismos y una ruta de escape distinta a la angustia que sienten al intentar participar y sentirse incluidos en la sociedad.

Por supuesto existe también la opción de compartir ese autoretrato con seres queridos o personas de confianza por medio de redes sociales menos públicas como lo son aquellas de mensajería instantánea. Este podría ser uno de los casos en los que el uso de la *selfie* no pareciese estar directamente relacionado a algún nivel de exhibicionismo o egocentrismo, sino más bien, como una forma cómoda de "comunicación con cercanos". Es por esto que la cuestión radica directamente con la publicación de la *selfie* y que tan masiva es, y no tanto con la foto en sí. “(...) no es tan significativo hacerse autofotos en sí como el uso posterior de exposición en redes y difusión”, algo que, según el propio Cortés, “sí que refleja un claro egocentrismo y/o exhibicionismo” (Domènech, 2015).

A pesar de todas las teorías, también hay profesionales que creen que esta “moda” o tendencia es muy reciente como para analizar la psicología detrás de ella. “La psicóloga de PSIGMA Anna Perelló, cree que hay que darle un poco más de tiempo al fenómeno para hacer una valoración psicológica de esta moda(...)” (Domènech, 2015). Se debe tomar en consideración desde cuando se pueden considerar las *selfies*, como el fenómeno objetivo de este documento, porque claro que en la antigüedad, desde la invención de la fotografía existieron personas que se fotografiaron a sí mismas, pero no fue sino hasta el boom de las redes sociales y el acople definitivo de las cámaras en los celulares, más bien, de las cámaras frontales, que realmente se comienza a apreciar como las *selfies* se transforman en un asunto mundial.

Al final, ninguna teoría se podría dar por descartada, de hecho, todas podrían estar en lo cierto, ya que hay tantas razones para hacer algo como gente que lo hace.

Existen cientos, miles de formas de tomar una *selfie*, y tal como he mencionado anteriormente, también existen incontables formas de hacerlas públicas. sería incluso difícil intentar categorizar los medios por los que se comparten, ya que aquí se entraría a hilar más fino en cuanto a la masividad que los medios permiten y cuan intencional es la difusión de parte del usuario que publica la *selfie*. Incluso el número de “seguidores” o cuentas que puede alcanzar una persona al momento de publicar es determinante en cuanto al análisis de la razón que se encuentra detrás de esa conducta.

El exhibicionismo a través de la *selfie*

Como se mencionó con anterioridad en este documento, una cosa es tomarse una *selfie*, y otra es publicarla y dar acceso al mundo a ella.

Hay múltiples estudios sobre la “psicología de la *selfie*” y el por qué de la necesidad de tomárselas. Uno de ellos fue llevado a cabo por la Universidad SUNY de Buffalo (2011), en el que se investigó por medio de encuestas y seguimiento *online* a una muestra de jóvenes y al uso que le daban a distintas redes sociales. Dentro de los principales factores, se encontraban el tiempo que estas personas le dedicaban a las redes sociales y el tipo e intensidad de fotografías publicadas. Finalmente se concluye que existe una relación directa entre la autoestima de los sujetos estudiados y las publicaciones de fotos, específicamente en las del tipo *selfie* pues estas últimas se asocian a personas que basan su autoestima mayormente en opiniones ajenas.

Otros estudios también apuntan al narcisismo como un predictor, este podría marcar la probabilidad de que una persona publique un alto número de *selfies*. Este es el caso de otro estudio publicado en la revista “Computers in Human Behavior”(2016) : (...) El narcisismo predice significativamente las intenciones del individuo de postear *selfies* en sus sitios de redes sociales”. En este, se investigó a 85 sujetos con el “13-item narcissism personality inventory”, un test que determina el nivel de narcisismo y se concluyó que aquellos con mayores tendencias narcisitas tendían también a mostrar un mayor número de *selfies* publicadas (Kim et al., 2016).

Cuando nos tomamos *selfies*, se está alimentando nuestro deseo de entendernos mejor de una manera visual. Se ve a la gente buscando una identidad diferente intentando distintas maneras de mirarse a si mismos, tratando de entender como otras personas los ven y tratando de ver como su ser aspiracional es visto. (citado en Tucker, 2017)

Relaciono esta búsqueda de identidad con el resultado visual de mi trabajo, al mirarlo se ve reflejado el hecho de que somos todos humanos e indudablemente similares unos a otros,

somos pertenecientes a una misma raza y formamos parte de una unidad. Por lo que me parece absurdo el constante intento de demostrar que se es diferente al resto, cuando en realidad, no lo somos. Aquí entra el narcisismo, en donde el sujeto es incapaz de ver esta realidad, y en donde se cree superior a los otros. Me parece irónico que el medio utilizado para demostrar que se es mejor, superior o diferente, sea el mismo medio que todos utilizan, por lo que esto tiene el efecto contrario, mostrando no solo el parecido físico que caracteriza a los seres humanos, sino que también, el mismo tipo de mentalidad colectiva que la humanidad puede desarrollar, desmintiendo esta creencia de ser diferentes.

MI OBRA

¿Cómo? de mi obra

Los pasos de producción comienzan por la recolección de las fotografías (*selfies*) desde distintas redes sociales (Instagram, Facebook, Google) de personas entre los 17 y 32 años, luego de seleccionar hago un recorte, encuadrando los rostros en el formato que necesito o deseo para mi pintura. Al terminar creo una plantilla con la herramienta *Photoshop*, que contiene los 48 retratos en cada lienzo.



Figura 1: plantilla digital

De estas plantillas creo 2 versiones, una en blanco y negro y otra a color, para ocupar de referencia en las dos etapas de pintura. Después de esto viene la impresión para hacer el traspaso al lienzo con papel calco. Por último, pinto estas fotos comenzando por veladuras que reservo para crear las sombras y pasta para las zonas de luz y color.

Cada retrato mide 3 cm x 4 cm, dentro de un bastidor de 25 cm x 25 cm. Esto resulta en una pintura que muestra un conglomerado de caras que simulan la multitud y la masa, haciendo que se vean como un mar de rostros en donde dejas de distinguir entre uno y otro, reflejando la realidad de la *selfie* en las redes sociales.



Figura 2: 25 x 25 cm, lápiz grafito y acrílico sobre tela.



Figura 3: detalle proceso 1



Figura 4: detalle proceso 2

La obra en sí no tiene un tamaño definido, ya que se compone de un conjunto de lienzos, haciéndolo versátil para el montaje.

La materialidad de mi obra

Elegí la pintura para realizar mi obra por la relación que se entabla con el material al realizar una obra que requiere de un tiempo de producción muy largo, hay una necesidad de observar el modelo y analizarlo para luego reproducirlo. Este proceso de creación es mi tributo a los retratos que represento, volviéndose una acción de gran dedicación y atención, siendo esta la contemplación que entrego al rostro que pinto. Esto no se ve reflejado en la pintura y se anula debido a la aglomeración de rostros, así que el proceso de creación es desde la multitud e infinitud de *selfies* que se encuentran en la web, a individualizar la fotografía durante la creación de la pintura, para luego volver a ser parte de un mar de gente sin una identidad clara ni individualidad. También utilizo lápiz de tinta, para remarcar ciertos rostros dándoles énfasis, simulando la atención que varía al observar las distintas fotografías.

A pesar de que suceda esto, la pintura le entrega un valor material, temporal que la imagen digital antes no poseía, que se pierde en la cantidad.



Figura 5: detalle proceso 3



Figura 6: detalle proceso 4



Figura 7: Detalle de obra 1

Antecedentes personales

Los primeros trabajos que podría relacionar con mi trabajo actual, es una serie de retratos que hice a partir de fotografías que tomaba a personas pidiéndoles que hicieran una mueca cualquiera. En total hice 25 retratos que luego monté de forma similar a la que estoy utilizando en mis pinturas actuales, formatos rectangulares que componen en total un cuadrado. Algunos de estos trabajos:



Figura 8: lápiz grafito sobre papel 1, 25 x 30 cm.



Figura 9: lápiz grafito sobre papel 2, 25 x 30 cm.



Figura 10: lápiz grafito sobre papel 3, 25 x 30 cm.



Figura 11 : lápiz grafito sobre papel 4, 25 x 30 cm.



Figura 12: lápiz grafito sobre papel 5, 25 x 30 cm.

Incluso años después de presentar estos trabajos, nunca pude pasar de ellos, siendo una de las entregas que más disfruté como proceso y resultado, así que después de experimentar con variados temas, sin que me produjeran un real interés, me pareció que lo mas lógico sería retomar este pasado trabajo y adaptarlo a algún tema que me produjese algún conflicto.

El primer acercamiento que tuve a las obras que realizo actualmente, fue desde el dibujo, manteniendo la línea técnica del trabajo de las muecas. Este consistía en dibujos desarrollados con distintas técnicas, con el fin de encontrar una que me pareciera la adecuada. Algunos con planos de color y fuertes contrastes, otros mas lineales, achurados, diferentes formatos, papeles, pero luego de insistir por un tiempo, decidí que el dibujo no era la técnica adecuada. Me limité al blanco y negro en la etapa de dibujo.

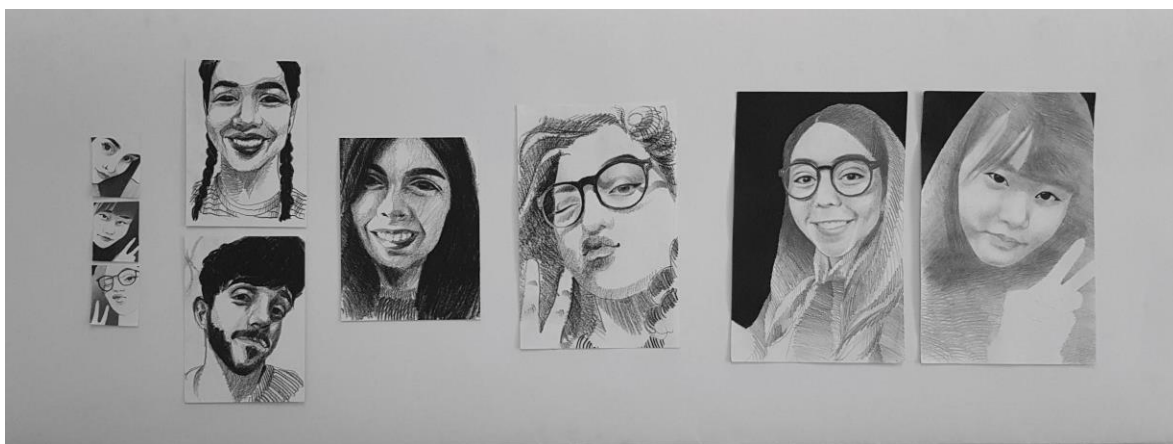


Figura 13: Lápiz grafito sobre papel 6, de izquierda a derecha, 3x4cm, 8x10cm, 10x12cm, 11x18cm, 15x23cm

Referentes

Mi principal referente visual es Chuck Close y sus múltiples retratos.

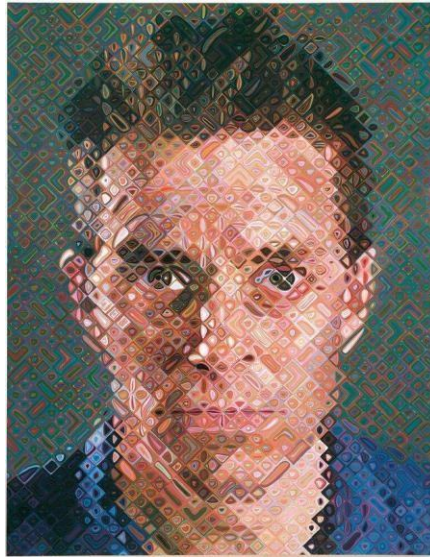


Figura 14: Chuck Close, Imagen 1, James, C. Close, 276.23 cmx213.36cm. Adaptada de: USEUM. Recuperada de: <https://useum.org/artwork/James-Chuck-Close-2002>

Siento que mi obra se relaciona visualmente con trabajo de Chuck Close en cuanto a retratos se refiere, en la fragmentación de la obra y la división en múltiples y pequeños módulos que al final conforman un total de gran tamaño. En el caso de Close, son formas abstractas que resultan en un rostro en particular, en cambio en mi obra sería al contrario. Múltiples rostros y retratos que completan una imagen abstracta de gran escala.

"Me gusta la idea de tener un cierto número de pasos a seguir para pasar de lo general a lo específico, y me gusta la idea de construir una pintura en lugar de pintarla" (Close, 1987).

Esta cita se relaciona en particular con el proceso que he elegido para construir mi obra, puesto que se compone de pequeñas partes que son cada uno de los rostros presentes en las *selfies* y de la construcción de ella a partir de la fragmentación de los bastidores, como un puzle.

Close (1987) también menciona como en su obra extiende uno al lado del otro los "bloques" que conforman el todo, de manera de que estos sean parte de lo que es la pieza

final. Siento que esto, por muy contradictorio que suene, se ajusta bastante bien a otro aspecto fundamental de mi obra, ya que por mucho que el mensaje final es cómo la individualidad se pierde en la cantidad, son las personas en su singularidad, las que conforman cada una por si mismas, lo que es la visión final de mi trabajo.

Además, Close habla sobre el proceso en el que crea sus obras: “(...) Todo mi trabajo ha sido incremental desde el principio. Las diversas unidades eran necesarias para que yo pudiera aislar ciertas cosas con las que tratar. No importa cómo haya trabajado, siempre he terminado prácticamente un área entera, antes de seguir adelante. Toma las decisiones, trata de averiguar cómo decirlo, hazlo (...) En cierto modo, quizás la forma en que lo haría un escritor: debes tener en cuenta todo lo que vas a contar, pero terminas cada oración a medida que avanzas. Construyes una unidad sobre otra hasta que eventualmente tienes un capítulo. Puedes reorganizarlos más tarde, pero esencialmente es esa la forma de trabajar en lugar de llevar todo el cuadro a la vez. (...) ”

Al comparar esta cita con el método que utilizo para crear los cuadros, se pueden observar similitudes, ya que, como enuncié anteriormente, mis cuadros también fueron creados por secciones, finalizando casi por completo un área, antes de dar inicio a la siguiente. Mientras tanto, nunca dejo de lado la idea general.

EL AUTORRETRATO A PARTIR DE LA SELFIE

“Cuando el artista decide ser su propio modelo de estudio, el retrato se convierte en autorretrato. Por lo tanto, es un retrato hecho de la misma persona que lo pinta” (Ruiz, 2015).

Ruiz (2015) también señala: “En un autorretrato no sólo se pinta una apariencia física o se busca un parecido sino que interviene la subjetividad del artista, ya que el pintor se representa a través de su propia mirada, interviniendo su estado anímico, gestos y colores. Así entre sus funciones están la auto -examinación y auto-representación, recordar el pasado, construir la propia identidad o indagar sobre ella, como publicidad de sus habilidades o incluso aprovechar para experimentar alguna técnica o forma de expresión.”

Así, el autorretrato pintado tiene un valor inherente al objeto, por ejemplo: Rembrandt llegó a pintar 50 autorretratos, siendo este hecho considerado como un número altísimo de autorretratos producido por un artista. Esto versus la *selfie*, que en promedio serán unas 50 *selfie* mensuales por persona.

Si vamos más allá, un estudio realizado por el Now sourcing y Frames direct (2017) reveló que en promedio los jóvenes invierten una hora a la semana únicamente en tomarse selfies, esto incluye la selección del total de fotos capturadas y su posterior edición. En números mayores, este estudio llegó a determinar que las nuevas generaciones se encuentran encaminadas a un total de 25700 selfies capturadas a lo largo de sus vidas.

Estos hechos vuelven a la *selfie* un producto en masa, sobretodo si se toma en cuenta también el proceso de producción de las *selfies* vs los autorretratos pintados, y como todo producto en masa, se ve desvalorizado.

Con las pinturas que hago de las *selfie*, intento entregarle otro valor a las imágenes, no a los individuos, ya que es inevitable que en conjunto se perciban y valoren individualmente, sino que como un conjunto y una masa, representando la realidad de la *selfie* en la web.

CONCEPTOS RELACIONADOS

Apropiacionismo

Este concepto está íntimamente relacionado con mi trabajo ya que yo me “apropio” de imágenes ajenas que recopilo en la red, para utilizarlas en mi propia obra. “Apropiación es el proceso y el resultado de apropiarse o apropiar. Este verbo alude a hacer que algo sea propio” (Perez y Merino, 2017).

“El término “apropiación” en el arte, define el uso o la utilización de objetos o imágenes de otros artistas, haciéndoles o no cambios, para crear un nuevo trabajo” (Ochoa, 2014) .

“El apropiacionismo aparece, no para representar la realidad mediante una imagen, sino para re-contextualizar trabajos anteriores(...)”(Altamirano, 2012).

Este término fue acuñado por el crítico de arte Douglas Crimp, quien organizó la exposición “Pictures“. Los invitados a esta exposición se caracterizan por ser artistas que no trabajaban con imágenes originales, sino que se apropiaban de trabajos de otros autores de forma de crear una nueva historia. Entre los invitados destacan Jack Goldstein, Sherrie Levine, Robert Longo, Troy Brauntuch y Philip Smith. Todos ellos usaban elementos de medios de comunicación de masas, publicidad y clásicos del arte para crear algo nuevo, con un significado distinto. Crimp, consciente de que esos artistas no tenían cabida en el marco artístico del momento, encontró necesaria la búsqueda de un nuevo término que caracterizara a este grupo, este término vendría siendo “Apropiacionismo” (Heimendinger, 1979-2014).

“Nadie discutiría hoy, en nuestra sociedad de la comunicación, que la imagen es un instrumento de poder que opera tanto sobre los cuerpos como sobre los espíritus. Un poder que se traduce en la caracterización misma de nuestra época, en lo que ha dado en llamarse “la cultura, la era y hasta la civilización de la imagen”, donde parecemos vivir, pensar y actuar a través de las pantallas -de todas ellas- y de sus refracciones en los distintos espacios significantes. En efecto, el poder del “ver”, como sentido que ha triunfado sobre todos los

demás, se ha extendido a tal punto que las cosas del mundo –ésas que preceden a nuestro nacimiento- se nos revelan casi sin sorpresa, bajo una forma de mirar modelada desde la más tierna infancia por el video, la televisión, los celulares, la Internet, los video-juegos; ordenadas en espacios estéticos cada vez más distantes de una plena experiencia sensorial” (Arfuch, 2016).

Exhibicionismo

El exhibicionismo en mi obra se presenta como una parte inherente a la publicación en la web de imágenes de origen personal.

Este concepto puede definirse como la manía de exhibirse (Oroz, 2005). Lo que proviene directamente de la exhibición que hace referencia a la acción del verbo exhibir: (...)hace referencia a la muestra o exposición en público de algo. Cualquier cosa puede ser exhibida, incluso, una persona puede “exhibirse” ante un público. Tiene como finalidad el entretenimiento de un grupo de individuos” (“Conceptos y definiciones”, 2014).

“El placer que obtiene el exhibicionista se basa en la satisfacción de ser observado por los demás” (Navarro, 2015). Siendo este el en foque con el que se presenta el término en mi obra.

La doctora Margarita Mendoza (2015) hace referencia al exhibicionismo como uno de los usos de las redes sociales: “(...)Otro demasiado común es el exhibicionismo, la exposición exagerada e irracional de uno mismo (...).”

“Esta tendencia al exhibicionismo es más común entre los jóvenes, quienes valoran enormemente tener una vida activa, atrevida e intensa; y el exhibirla es una forma de mostrar que realmente se tiene, mientras que piensan que si no se muestra es porque no se tiene” (Mendoza, 2015).

Narcisismo

Se relaciona con mi obra por ser una de las razones que a mi parecer es la más real y que más choca con su naturaleza en relación a los resultados de la publicación de la *selfie*, ya que es un intento de notoriedad, que no entrega ninguna notoriedad finalmente, ya que se camufla en la infinidad de registros de autofotos que se pueden encontrar en las redes sociales. El concepto del narcisismo va relacionado con la excesiva complacencia en la consideración de las propias facultades u obras. (DRAE, 2001)

Se puede asociar esta conducta a otros comportamientos humanos: “(...) Sin embargo, con frecuencia, el ser humano también puede excederse en los límites del egoísmo como muestra el narcisismo, es decir la idealización de uno mismo” (Nicuesa, 2014).

Una persona que es considerada narcisista no posee una objetividad real en cuando a analizarse a sí misma se refiere, en general estas personas potencian sus virtudes y las exageran, ignorando sus defectos y debilidades. Nicuesa afirma que “(...) El narcisismo está vinculado con defectos tan humanos como la vanidad, la prepotencia, la soberbia y el individualismo. Podría parecer que el narcisismo está vinculado con una alta autoestima cuando en realidad no es así ya que alguien que busca la perfección tiene algún tipo de inseguridad interior”.

Por último, Sigmund Freud (1909) declaró que el narcisismo era un estadio intermedio entre el autoerotismo y el amor de objeto.

CONCLUSIONES

En este trabajo abordé diversos temas tales como el exhibicionismo, narcisismo y apropiación por medio de la exposición de las personas en las redes sociales a través de las *selfies*. Hay que tener especial consideración en el origen de este fenómeno y sus precedentes: los retratos y autorretratos. Los retratos (en pintura) en tiempos pasados cumplían un rol ciertamente definido en la sociedad, ya que tenían la característica de mostrar la situación social y económica de sus modelos. Los autorretratos eran un bien aún más escaso ya que como su nombre lo indica, debían ser elaborados por el mismo artista. Con la invención de la fotografía esto se fue masificando paulatinamente hasta finalmente llegar a lo que hoy en día se conocen como *selfies* o autofotos. Con ello, el valor y el significado del autorretrato cambió completamente pasando a ser una práctica común, llevada a cabo incluso en exceso, por un porcentaje no menor de la población mundial. Sin embargo, hay algo que aún, a pesar de todos los cambios impulsados por el desarrollo tecnológico, se mantiene. Que es el deseo de exhibirse, y mostrar cierto espacio situando como centro y protagonista a la persona en sí misma.

Se pueden observar diversas conductas y estereotipos asociados a las personas que practican este tipo de autorretratos en exceso, como lo son el narcisismo y el exhibicionismo, además de que no necesariamente son las personas poseedoras de un ego excepcionalmente alto, las responsables de estas prácticas. De hecho, es muy común que este fenómeno se observe en personas que, al contrario, presentan una autoestima muy baja. Estas personas seleccionan este medio para enaltecer las virtudes que les gustaría poseer, dejando de lado aquellas características que les acomplejan.

Es a partir de esto que desarrollo mi obra, el deseo de estas personas de mostrar su individualidad y enaltecer sus características resulta, irónicamente, en una práctica altamente masiva. En consecuencia, al ser tantos los que publican o exhiben fotografías de sí mismos, esta individualidad se pierde, dando paso a una masa de autofotos que conforman el perfil común de las múltiples redes sociales disponibles en la actualidad.

Este no es un efecto que pueda observarse al mirar de cerca cada uno de los rostros por lo que podría pasar desapercibido, pero por medio del montaje que presento en mi obra, y la pintura como medio de expresión, busco poner en los ojos de los espectadores un punto de vista más alejado, como aquel que puede apreciarse al observar una cantidad no menor de personas, una multitud en otras palabras, ya que es exactamente esto lo que representan las redes sociales. Una multitud virtual que no está limitada al plano físico porque no solo se encuentran disponibles fotografías de personas que podrían estar a nuestro alcance, sino que en cualquier lugar del mundo, completos desconocidos que buscan destacar en una aglomeración de fotografías semejantes.

Siendo que mi obra refleja a las personas que utilizan las redes sociales como escenario para ser vistos por el mundo, es natural que esta no tenga un término definitivo, y que pueda prolongarse eternamente, con una infinidad de posibilidades y una infinidad de retratos.

BIBLIOGRAFÍA

Altamirano,S. (2012). Apropiacionismo, el arte de apropiarse del arte. octubre, 16, 2018, de Moove magazine Sitio web: <https://moovemag.com/2012/11/apropiacionismo-el-arte-de-apropiarse-del-arte/>

Arfuch,L. (2016). La apropiación visual como experiencia educativa. octubre 18, 2018, de dibam Sitio web: http://www.mnba.cl/617/articles-83635_archivo_01.pdf

BBC News. (2015). La locura de los *selfies*, en números. octubre 14, 2018, de BBC Sitio web: https://www.bbc.com/mundo/noticias/2015/08/150807_finde_selfies_estadisticas_lb

Domènech,A. (2015). La moda 'selfie', ¿comodidad, egocentrismo o exhibicionismo?. octubre 4, 2018, de La Vanguardia Sitio web: <https://www.lavanguardia.com/vida/20150126/54423907343/moda-selfie-comodidad-egocentrismo-exhibicionismo.html>

Downs, R. (2016). Study: Millennials on pace to take 25,700 selfies EACH in their lifetime. octubre 14, 2018, de Frames Direct Sitio web: <http://redalertpolitics.com/2016/02/23/study-millennials-pace-take-25700-selfies-lifetime/>

Estefanone, M.,Lackaff,D.,& Rosen, D.. (2011). Contingencies of Self-Worth and Social-Networking-Site Behavior. noviembre 2, 2018, de University at Buffalo Sitio web: https://www.buffalo.edu/content/dam/cas/communication/files/Stefanone/Stefanone_cyberpsych.2011.pdf

Freud,S. (1914). Nota introductoria. En Introducción del narcisismo(p.67). Argentina, Buenos Aires: Amorrortu.

Fundéu BBVA. (2013). Buscador urgente de dudas. octubre 10, 2018, de Fundéu BBVA Sitio web: <https://www.fundeu.es/recomendacion/autofoto-alternativa-en-espanol-a-selfie/>

Heimendinger, N. (2017). Douglas Crimp, Pictures. S'approprier la photographie. octubre 14, 2018. de Le point du Jour Sitio web: <http://journals.openedition.org/marges/1280#quotation>

J.G.stegmann. (2014). Exhibicionismo extremo en internet. octubre 13, 2018, de ABCtecnología Sitio web: <https://www.abc.es/tecnologia/20140916/abci-exhibicionismo-redes-sociales-201409142016.html>

Kim, et al.. (2017, septiembre). Predicting selfie-posting behavior on social networking sites: An extension of theory of planned behavior. *Computers in human behaviour*, 62, 116-123. octubre 20, 2018, De ELSEVIER Base de datos.

Mendoza, M. (2015). Exhibicionismo en las redes sociales. octubre 15, 2018, de Psicología y psiquiatría Sitio web: <https://dramendozaburgos.com/blog/exhibicionismo-en-las-redes-sociales/>

Navarro,J. (2015). Narcisismo. noviembre 3, 2018, de Definición ABC Sitio web: <https://www.definicionabc.com/social/exhibicionismo.php>

Ochoa,M. (2017). Apropiación en el Arte. octubre 15, 2018, de Adventure Graphics Sitio web: <https://adventurgraphics.blogspot.com/2014/02/apropiacion-en-el-arte-o-el-arte-de-la.html>

Oroz, R. (2005). Diccionario de la lengua castellana. Santiago de Chile: Editorial universitaria, S.A. p.310

Perez,J. & Merino,M. (2015). Definición de Apropiación. octubre, 15, 2018, de Definicion.de Sitio web: <https://definicion.de/apropiacion/>

Real Academia Española. (2001). *Diccionario de la lengua española* (22.aed.). Consultado en <http://www.rae.es/rae.html>

Ruiz, A. (2015). El autorretrato en la pintura. octubre, 14, 2018, de The lightning mind Sitio web: <http://www.thelightingmind.com/el-autorretrato-en-la-pintura/>

Tully, J. (1987). A (Very Long) Interview with Chuck Close (1987). octubre 14,2018, de Americansuburbx Sitio web: <https://www.americansuburbx.com/2011/04/interview-interview-with-chuck-close-1987.html>

Tucker, A.. (2017). The Psychological Reasons Why We Post Selfies. octubre 20, 2018, de Bustle Sitio web: <https://www.bustle.com/p/the-psychological-reasons-why-we-post-selfies-49562>

ANEXO

Índice de ilustraciones

Figura 1: plantilla digital	8
Figura 2: lápiz grafito y acrílico sobre tela.....	9
Figura 3: detalle proceso 1.....	10
Figura 4: detalle proceso 2.....	10
Figura 5: detalle proceso 3.....	11
Figura 6: detalle proceso 4.....	12
Figura 7: detalle de obra 1	12
Figura 8: lápiz grafito sobre papel 1.....	13
Figura 9: lápiz grafito sobre papel 2.....	13
Figura 10: lápiz grafito sobre papel 3.....	14
Figura 11: lápiz grafito sobre papel 4.....	14
Figura 12: lápiz grafito sobre papel 5.....	14
Figura 13: lápiz grafito sobre papel 6.....	15
Figura 14: Chuck Close, imagen 1	16