XV Jornadas de Sociología. Facultad de Ciencias Sociales, Universidad de Buenos Aires, Buenos Aires, 2023.

Instagram como educador de los sentidos humanos en el capitalismo.

Yoel Pablo Cruz, estudiante de sociología en UBA FSOC.

Cita:

Yoel Pablo Cruz, estudiante de sociología en UBA FSOC (2023). *Instagram como educador de los sentidos humanos en el capitalismo. XV Jornadas de Sociología. Facultad de Ciencias Sociales, Universidad de Buenos Aires, Buenos Aires.*

Dirección estable: https://www.aacademica.org/000-025/277

Esta obra está bajo una licencia de Creative Commons.
Para ver una copia de esta licencia, visite
https://creativecommons.org/licenses/by-nc-nd/4.0/deed.es.

Acta Académica es un proyecto académico sin fines de lucro enmarcado en la iniciativa de acceso abierto*. Acta Académica fue creado para facilitar a investigadores de todo el mundo el compartir su producción académica. Para crear un perfil gratuitamente o acceder a otros trabajos visite: https://www.aacademica.org*.

Alumno: Yoel Pablo Cruz

Correo: Yoelpablocruz12@gmail.com

Título: El arte clásico y las emociones en Instagram

Introducción

El propósito del trabajo es explorar la relación de los sentidos humanos en el sentido integral que los concibió Marx- en sus escritos de juventud- en la nueva materialidad que inauguraron las plataformas digitales, en particular Instagram, a través de la temática del arte.

Siguiendo la lectura que hace Scribano (2012) de Marx "el hombre comienza su conexión con el mundo en y a traves de sus sentidos configurando sus percepciones de las formas sociales" (p.31). La noción de sentido de Marx da cuenta del nivel de humanidad social y colectivamente alcanzada que se expresa en todas las relaciones posibles que se pueden tener con los objetos mundo (Marx, 2015, 146). Estos sentidos en el capitalismo se alienan cuando impera meramente el sentido de la utilidad y del tener, es decir, cuando la propiedad privada impera sobre lo humano cuya riqueza es "tan múltiple como las determinaciones del ser y actividades humanas" (idem) entre las cuales incluye la pasión, que es el auto disfrute del hombre. El ejercicio de la pasión para Marx implica realización humana, disfrute del ser-histórico. En los peores escenarios del capitalismo moderno, las condiciones inhumanas de trabajo en las fabricas alienaban los sentidos humanos al exponerlo a la explotación.

Los sentidos humanos incluyen a los sentidos físicos (vista, tacto, oído, gusto, olfato), y a los sentidos espirituales entre los que incluye el amor, la acción, la intuición, el deseo y el sentimiento. Ambos responden a la historia humana, al continuom de la praxis (deleuzce).

Desde este planteo el arte se puede pensar como una esfera de la vida que pone en juego a los sentidos humanos en su expresión máxima. En particular me voy a centrar en los sentimientos y emociones que suscitan obras de arte clásicas digitalizadas mediante Instagram. Voy a analizar desde la sociología de las emociones a una cuenta llamada que sube imágenes digitales de pinturas y esculturas clásicas. Esta cuenta no es única bajo ningún criterio. De hecho, hay una multitud de cuentas que suben un contenido muy similar. Lo cual es beneficioso porque si bien el análisis es exploratorio puede habilitar comparaciones futuras. Esta cuenta tiene más de 100.000 seguidores y es manejada por un joven europeo de Portugal que la maneja en el idioma inglés. Esta elección probablemente la haya hecho para poder tener el mayor número de seguidores posibles. De hecho, entre los comentarios explorados se encuentran una multiplicidad de idiomas desplegados, aunque el idioma ponderado es el inglés. Estas cuestiones dan cuenta de una serie de problemáticas metodológicas a la hora de identificar quienes son los usuarios que interactúan con las páginas de Instagram. Los parámetros tradicionales con los que se maneja la sociología tradicional no son fácilmente accesibles mediante un método etnográfico de observación.

La reproductibilidad técnica en Instagram

Por su parte las plataformas digitales se presentan como un nuevo medio de reproductibilidad técnica (Benjamín 2017) que altera la relación que tienen los individuos con el arte. La reproductibilidad lleva el arte a las masas que devienen supervisores de la producción del artista. Cuando Benjamín analizaba estas cuestiones pensaba en los museos

o teatros donde se desplegaban obras que se separaban de sus productores (p. 85). Pero las redes sociales plantean la posibilidad de que el productor pueda interactuar con la masa y ver mediante registros objetivos y asincrónicos como esta interactúa con su obra. Sin embargo, el objeto que elegí no condiciona la producción ya que la cuenta es un trasmisor como en su momento lo fueron y aun lo son: las revistas, los museos, la televisión, en suma, aquellos que hacen al mercado cultural (Harvey, 1998, p. 321). Pero el soporte de este trasmisor es una plataforma de medios sociales que le permite alterar las obras. Instagram junto a otras aplicaciones es considerado una plataforma para la socialidad, es un medio social que permite la creación y el intercambio entre contenido generado por los usuarios (Van Dijck, 2016**).** La obra se puede manipular mediante las disposiciones técnicas que pueden operar sobre la imagen digital. La capacidad de edición altera la manera en que los usuarios interactúan con las obras. Es a través de estas alteraciones que proponga indagar sobre las emociones y sentimientos que evocan las obras en los usuarios.

La noción de obra de arte que manejo sigue los lineamientos de P. Bourdieu (2018) que elude la pregunta por la esencia del arte. No me interesa definir lo que es el arte sino más bien ver como el público interactúa con aquello que concibe como arte. Instagram se integra al campo del arte donde lo que está en juego es la definición del arte y del artista. Una cuenta de arte de Instagram oficia como un museo en el sentido de que es un signo de complicidad objetivo (p. 27) para aquellos que posean ciertos criterios de percepción sobre que es el arte. Para Bourdieu el campo del arte es una cuestión de creencia y el objeto que me atañe en particular no pone en crisis la idea de arte. En las cuentas de arte clásico y como sucede con este tipo de arte no suele cuestionarse esta condición.

Si bien el objeto artístico puede suscitar una multiplicidad de relaciones humanas me voy a centrar en las afectivas.

Sociología de las emociones: emociones primarias y secundarias

Las emociones son estados corporales o sensaciones que ponen en juego un conjunto de operaciones perceptivas (Scribano 2012) que vinculan a los organismos individuales con su entorno. La mayor parte de ellas emergen y cobran sentido en un contexto social, en determinadas situaciones de interacción, Por ello "comprender una emoción equivale a comprender la situación y la relación social que la produce" (Bericat, 2012). Su conocimiento es valioso para comprender la dinámica de las redes sociales y como estas se conectan con el mundo, y un contexto social. Ver el arte a través de la sociología de la emoción permite pensar cual es la relación que se tiene hoy con estas producciones del pasado. O mejor dicho que nos dice del hoy la relación que entablan los usuarios con las obras.

La complejidad de las emociones radica en su doble función: expresiva emocional y socio comunicativa (Marinetti et al., 2011, p. 32). Estos se derivan de la dialéctica entre experiencia y expresión emocional (Bericat, p. 3), entre la vivencia que impacta internamente y la expresión que se dirige a otro. La relación que hay entre la vivencia interna y la expresión comunicativa no es lineal, y es algo que hay que tener en cuenta a la hora del análisis.

Metodología:

Para llevar a cabo esta exploración voy emplear una observación etnográfica de la cuenta daily_art_treasures, específicamente la sección de los comentarios donde las personas

comparten sus opiniones con los demás acerca de la publicación. El objetivo es lograr una descripción de como el público experimenta las obras, que siente y como comparte sus emociones en ese ámbito. Para ello tomé las ultimas 100 publicaciones de la cuenta con la condición de que tuvieran un mínimo de 10 comentarios e hice una clasificación de las emociones ponderantes de cada sección de comentarios. Si bien hay cada sección puede tener una multiplicidad de emociones expresadas tome en consideración las más importantes valiéndome de dos criterios objetivos. En primer lugar, la cantidad de me gustas de los comentarios que es la forma en que las redes sociales muestran la concordancia con lo expresado. En segundo lugar, tome en consideración la iteración de los comentarios. En este punto también tome en consideración los emojis que muchas veces usan las personas para expresarse, cuya codificación voy dar cuenta luego desarrollar las categorías utilizadas. Cabe aclarar que algunas personas expresan sus emociones directamente, y en otros casos hay que interpretarlas, o re codificar sus expresiones.

Las emociones son relaciones complejas que involucran una codificación sociocultural con procesos neurofisiológicos y bioquímicos (Bericat). De acuerdo a su cercanía con estos polos se pueden establecer dos tipos de emociones, básicas-que a veces son llamadas primarias, y complejas- que también suelen denominarse secundarias (Zamora, 2015). Según Kemper (1987) hay cuatro emociones básicas: ira, depresión, satisfacción y miedo. Estas pueden ir por otros nombres que expresan diferentes gradaciones por ejemplo satisfacción con felicidad o alegría, o depresión con tristeza. Por su parte las complejas, pueden resultar de combinaciones de las básicas, pero en general tienen que ver con procesos de socialización que habilitan su posibilidad: el amor, la envidia, la nostalgia, la indignación, entre otras.

Antes de compartir el análisis tengo que aclarar que lo que registro son los emociones que suscitan las obras y no como los usuarios interpretan o leen las emociones. Por ejemplo un usuario dice sobre una escultura “Strange that men made of marble are more tender than men made of flesh”. Acá el estado corporal, la emocion de la personas tiene que ver con la ternura, pero no es lo que voy a registrar. El hecho de que capte la ternura puede tomarse como un dato que nos indica que las esculturas vuelcan a los usuarios a cavilaciones sobre la ternura, pero en este caso es la falta de ternura la que denuncia, es decepción sobre sus experiencias amorosas con hombres.

Análisis y resultados:

Antes de presentar los resultados tengo que dar algunas claves sobre la codificación empleada. En primer lugar, cambie el termino depresión por tristeza ya que la primera remite a cuestiones psicológicas. La satisfacción engloba toda la recepción positiva, desde los emojis (😍🔥 ❤️‍🔥 👏), hasta las apreciaciones de belleza. Además, incluí el sobresalto como emoción primaria para distinguirla de la mera satisfacción o apreciación. El sobresalto es expresado con la interjección “*wow*”, o en repreguntas retoricas que preguntaban sobre el “*how?*”. También incluí este el siguiente emoji 😮.

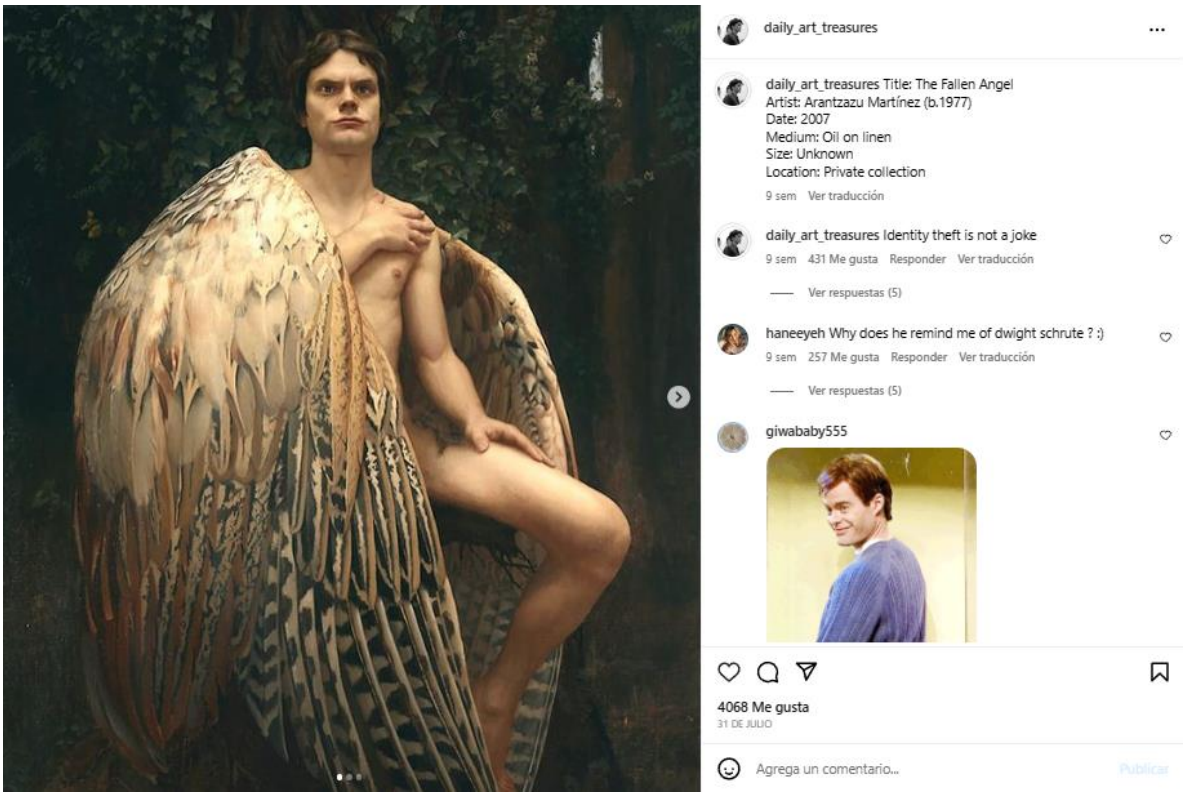
Tabla 1: Tipos de emociones

Emociones primarias	**98**
Emociones secundarias	50
total	100

Tabla de elaboración propia.

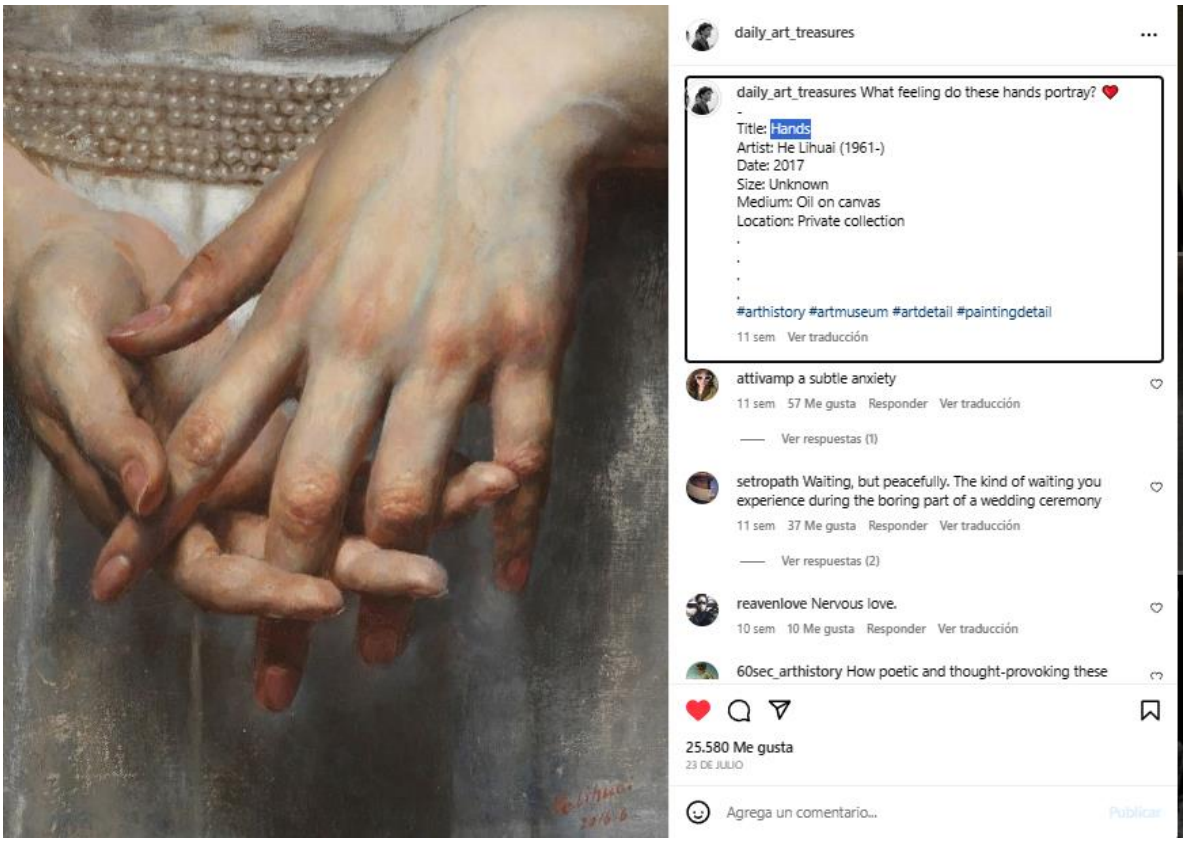
El 50% de la muestra ha evocado en los comentarios expresiones de emociones secundarias o complejas. Y solamente se encontraron 2 obras donde no se expresaba ninguna emoción primaria. La satisfacción de alguna manera esta registrada en el recuento de me gustas. Pero es importante analizar los casos donde no fue expresada.

La primera fue The Fallen Angel. Esta tiene que ver con el funcionamiento del humor en la red. Esta publicación tuvo una alta tasa de comentarios, y todos giraban en torno a los parecidos de esta pintura con algunos actores norteamericanos. Es algo recurrente, las obras que podían ser objeto de gracia eran tomadas por el humor dejándole poco lugar a otras expresiones. Este fue el caso mas paradigmático de todas maneras.



La otra publicación fue Hands. Es una obra que pone en primer plano las manos de una mujer. Sobre ellas se volcaron una plétora importante de opiniones que compartían lo que les hacía sentir o lo que buscaban expresar. Algunas emociones registradas fueron: calma,

espera, ansiedad, duda y nervios. Prácticamente no quedo lugar a expresiones de aprecio simples como es común en la mayoría de las publicaciones.



A continuación, comparto una segunda tabla donde muestro las emociones registradas y sus respectivas frecuencias.

Tabla 2: Emociones primarias expresadas

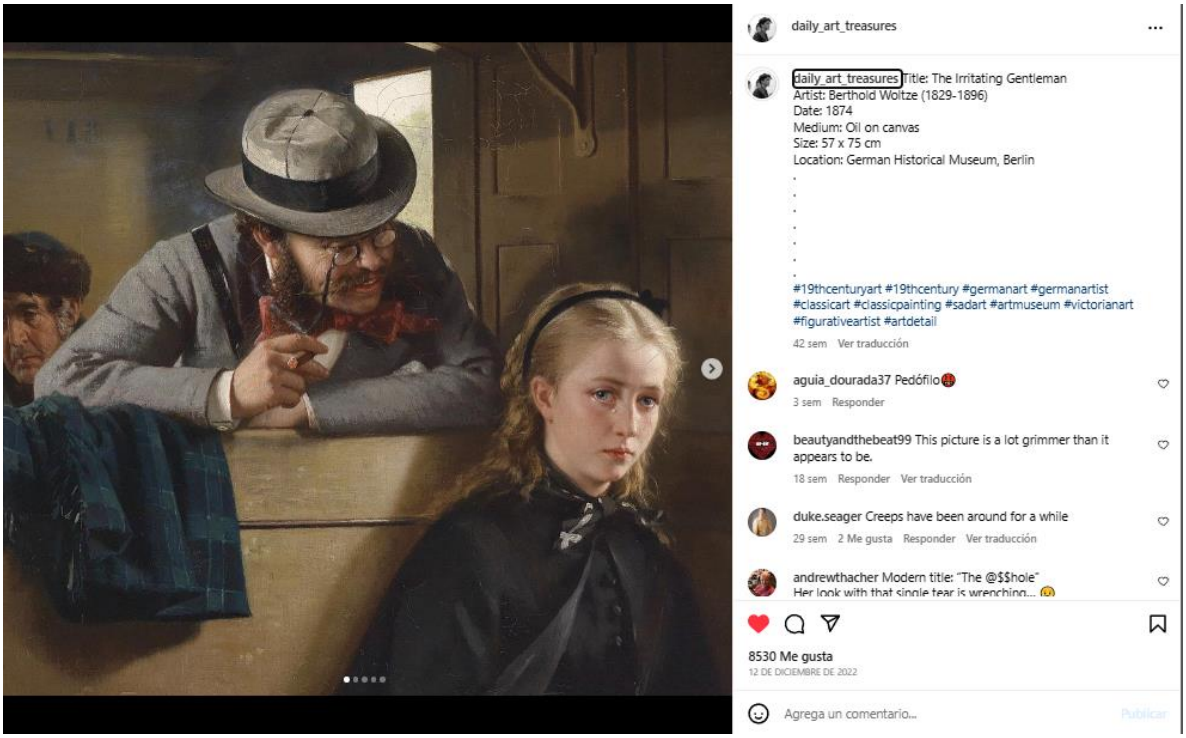
Satisfacción	**97**	**64%**
Sobresalto	27	18%
Tristeza	18	12%
Ira	5	3%
Miedo	3	2%

Total	149	100%

Tabla de elaboración propia

La satisfacción es la marca registrada de la cuenta. Como era de esperarse es la emoción que esta siempre presente y acompaña a las demás. Por ello es interesante recuperar los casos donde esta era opacada por otras expresiones. Por otro lado, como no medí intensidad, los números por si mismos no pueden dar cuenta de los casos donde la satisfacción se presentaba, pero con una intensidad o importancia muy acotada.

Los casos donde no apareció en absoluto fueron tres. Dos ya fueron mencionados previamente. El otro es un caso que tiene que ver con la tristeza y la ira. La obra en cuestión se llama The Irritating Gentleman:



Solo hubo cinco casos de ira, y tres de ellos fueron acompañados de indignación. Este es uno de los casos. Lo que esta en el centro de la escena es el acoso, fuertemente sancionado

en los comentarios. Las lagrimamos de la nena conmueven a los usuarios porque la problemática esta vigente. El protagonista por su parte recibe una serie de agravios importantes.

El sobresalto y la satisfacción son las emociones mas comunes de la cuenta. El hecho de ver bajos porcentajes de miedo e ira da cuenta de que no es una cuenta que busque provocar a sus usuarios, o que sus usuarios no buscan ser provocados en ese ámbito. Es la predilección de un consumo que suele ser agradable casi en su totalidad.

Tabla 3: Emociones secundarias expresadas

Humor	**25**	**23%**
Admiración	7	6%
Indignación	7	6%
curiosidad	4	4%
Asco	4	4%
Erótico	3	3%
Quiero eso	3	3%
Calma	3	3%
Ternura	2	2%
Aversión	1	1%
Adorable	1	1%
Ambivalencia	1	1%
Total	109	95%

Tabla de elaboración propia.

La emoción secundaria más importante fue el humor que apareció 1/4 de la muestra analizada. El humor es una parte importante de las redes sociales, y de la sociabilidad en la actualidad. Como se vio en el primer posteo analizado es una emoción cuya expresión toma prioridad sobre otras cuando es pertinente. Hacer reír en un valor que puede ser cuantificado en *likes*.

La admiración por su parte tuvo como correlato a las esculturas. Hay algo de esta obra que genera una apreciación particular. Este comentario se encuentra en uno de los posteos de esculturas: “Next time someone says that throwing paint randomly on a canvas and giving it a pretentious name it’s art, show them this and walk away” (@mooteejanoo_30). La admiración tiene que ver con la apreciación de altos niveles técnicos en contraposición con otras formas de arte que no los requieren.

Lo erótico no es la especialidad de la cuenta, solamente aparece en tres oportunidades. Lo interesante es que en las tres ocasiones esta acompañado de humor. El tema solo emerge en dinámicas humorísticas casi por accidente.

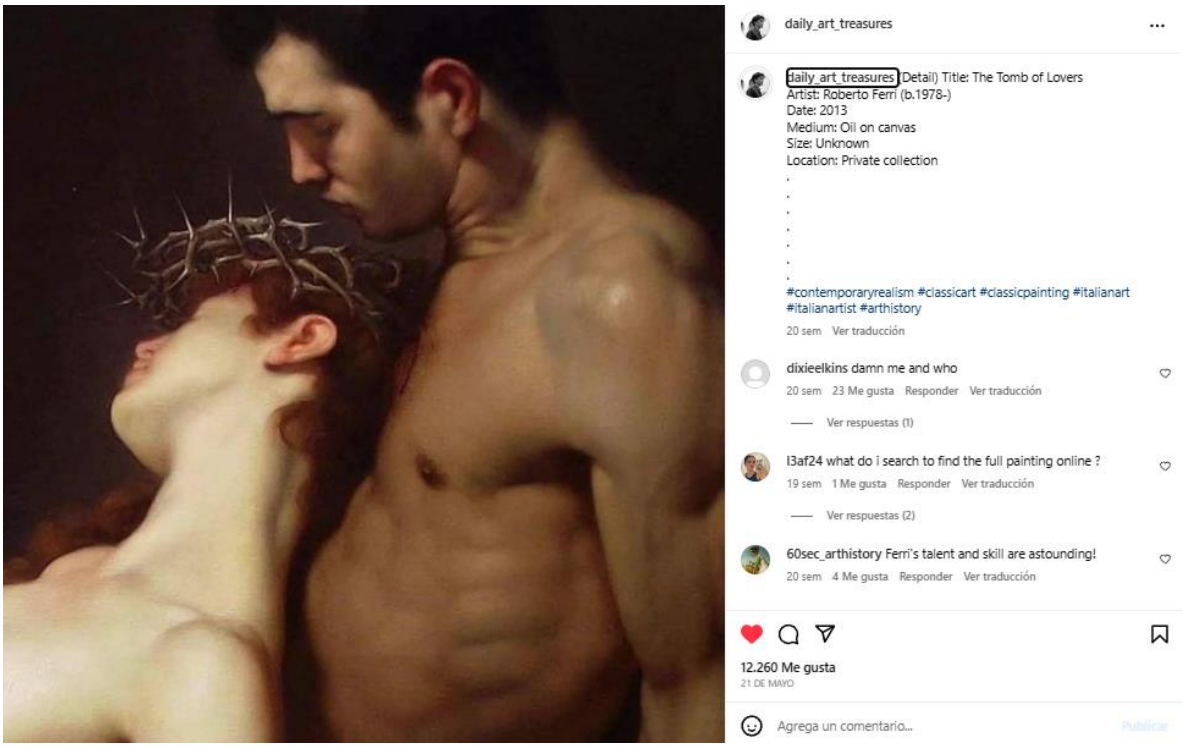


La obra Germanic Warrior with Helmel tiene mas de cien comentarios, lo cual es considerado alto en el promedio de la muestra. No es claro si lo erótico es de interés o el hecho de que sea inesperado. Un usuario pregunta: “Was this ment to feel sexual😂” (@_resting.witch.face). Es desconocido y por lo tanto inesperado que se toque el erotismo en obras clásicas para los usuarios de esta cuenta.

Como tratamos con la expresión comunicativa de las emociones no me atrevería a decir que lo erótico no es suscitado por el arte sino que su acción comunicativa, en esta cuenta particular, solo emergió con el humor. Esto tiene que ver con el tipo de publico que sigue a la cuenta o a las expectativas que tienen sobre la misma.

Una categoría que emergió como intento de nombrar una emoción secundaria fue: Quiero eso. Esta emerge en tres oportunidades donde se retratan situaciones de amor romántico

heterosexual.



La expresión que se usa es "Dang me and who??" (@dixieelkins). En español: “yo y quien?”, y en el vocablo emocional que le di es: quiero eso. Es una expresión de deseo. Pero Tambien de frustraciones: “I'm so mad my life ain't like this” (@cyndrixx).

La última emoción que quiero ilustrar, que solo apareció una vez es la de la ambivalencia que aparece en la obra que se llama The Rape of Cassandra by Ajax:



Esta emoción se ve en los siguientes comentarios: “Wish it wasnt a rape titled art. Because the painting itself is stunning”, y “This is uncomfortable once you realize it’s a rape scene” (@ravenfeather777, @chicfila_ceo). Entran en conflicto las categorías estéticas y las categorías morales. Es incomodo dice uno de los usuarios para expresar esta tensión. Hay una dificultad para disfrutar la obra, pero esta no deja de ser apreciada. La forma de la pintura clásica esconde la violencia. No se ve la expresión de sufrimiento de la mujer, la cara de un hombre ruin y feo. La forma en la que la carga es irreal. El hombre es bello, la mujer es bella y la pintura es majestuosa. La violación y su horror no están en la imagen, solo en el título. Sin embargo, con esto basta para incomodar a quienes se tomaron la molestia de leer el título.

Bibliografía:

- Bourdieu P. (2018). El gusto social. Siglo XXI
- Marx K. (2015). Manuscritos económicos-filosóficos de 1844. Colihue
- Harvey, D. (1998). Capítulo 17 “Compresión espacio-temporal y condición posmoderna”. En La condición de la posmodernidad. Buenos Aires: Amorrortu.
- Kemper TD (1987) How many emotions are there? Wedding the social and autonomic components. American Journal of Sociology 93: 263–289.
- Marinetti C, Moore P, Lucas P and Parkinson B (2011) Emotions in social interactions: Unfolding emotional experience. In: Petta P et al. (eds) Emotion-Oriented Systems, Cognitive Technologies. Berlin: Springer-Verlag, pp. 31–46.
- Snircek, N. (2018) Capítulo 2: “Capitalismo de plataformas” en Capitalismo de Plataformas. Buenos Aires: Caja Negra.
- Tremblay, G. (2011). Industrias culturales, Economía creativa y Sociedad de la Información. En Luis A. Albornoz (Org.) Poder, medios, cultura. Una mirada crítica desde la economía política de la comunicación. Buenos Aires: Paidós.
- Van Dijck, J. (2016) Capítulo 1 La producción de la sociabilidad en el marco de una cultura de la conectividad. En La cultura de la conectividad: una historia crítica de las redes sociales. Buenos Aires: Siglo XXI.

Referencias:

@daily_art_treasures Joe Chadwick (@daily_art_treasures) • Fotos y videos de Instagram