

# Documentalismo conversacional en Instagram

Jacob Bañuelos, Tecnológico de Monterrey, México

**Resumen:** ¿Cuáles son las características de articulación semióticas de la interface de Instagram y cómo contribuye a la construcción de discursos fotográficos documentales conversacionales con fines sociales? El análisis semiótico de la interface de Instagram como plataforma interactiva conversacional para la creación de nuevas estrategias de documentalismo fotográfico con fines sociales, se realiza aplicando el modelo de conversación textual planteado por Betteini (1984) y desde el concepto de interactividad multidimensional propuesto por Sally McMillan (2006). De esta forma, se analiza la obra de Pachi Tamer (@cachafaz) en Instagram y específicamente el caso "Jim - Oktoberfest", el sitio One-dollar-dreams y el caso de "Sebastián" del mismo autor, desde una perspectiva semiótica. Palabras clave: Instagram, Interface, conversacional textual, interactividad, documentalismo fotográfico conversacional, Pachi Tamer (@cachafaz).

**Palabras clave:** documentalismo fotográfico, modelo conversacional, interactividad multidimensional, Instagram, Pachi Tamer

**Abstract:** What are the semiotic characteristics of Instagram interface and how it contributes to the construction of documentary photographic conversational speech for social purposes? The semiotic analysis of conversational interface for Instagram as interactive platform for creating new strategies for documentary photography for social purposes, was made using the model proposed by Betteini text conversation (1984) and from the multidimensional concept of interactivity proposed by Sally McMillan (2006). Thus, the work of Pachi Tamer (cachafaz) on Instagram and specifically the case "Jim - Oktoberfest" is analyzed, the site One-dollar-dreams and the case of "Sebastian" by the same author, from a semiotic perspective.

**Keywords:** Instagram, Interface, Textual Conversational, Interactive, Conversational Documentary Photography, Pachi Tamer

## Introducción

El presente estudio tiene como objetivo describir la interface de la red visual Instagram, desde el modelo conversacional textual propuesto por Betteini (1984), como una plataforma interactiva que permite realizar una nueva forma de documentalismo fotográfico con fines humanitarios, extendiendo los límites sociales del documentalismo tradicional fotográfico practicado en el siglo XX.

El modelo conversacional textual de Betteini (1984) se aplica al caso específico de la obra del fotógrafo Pachi Tamer, quien a través de su perfil en Instagram (@cachafaz), construye una nueva forma de documentalismo interactivo, participativo, hipermediático, transmedia y conversacional, dedicado a la recuperación e integración social de personas indigentes en situación de calle en diversas ciudades del mundo.

El perfil de Pachi Tamer en Instagram es ampliado mediante el proyecto y sitio *One dollar dreams*<sup>1</sup>, creado por el mismo autor, el cual brinda nuevas posibilidades de interacción y participación hipermediática para incidir en la transformación y mejora de las condiciones de vida de los indigentes.

De esta forma, el presente trabajo pretende describir teóricamente una práctica emergente del documentalismo fotográfico hipermedia, desde la perspectiva del modelo conversacional textual interactivo, para comprender cómo una red social-visual como Instagram puede ser utilizada para ampliar los límites tradicionales del documentalismo fotográfico con fines humanitarios y establecer una dinámica interactiva, participativa y colaborativa en la transformación y solución de problemáticas de inequidad social, como la indigencia en situación de calle.

---

<sup>1</sup> One dollar dreams. <http://www.one-dollar-dreams.com/>



## Marco Teórico

### *Instagram*

Instagram es una red social-visual para móviles creada por Kevin Systrom y Mike Krieger en octubre de 2006, ambos graduados de la Stanford University, con el fin de combinar los atributos de una interface interactiva y colaborativa con la cual la gente pudiera comunicarse fácilmente mediante fotografías y textos. En junio 20 de 2013 Instagram incluye también la posibilidad de subir y compartir videos de entre 3 y 15 segundos, lo cual de las prestaciones audiovisuales y de imagen fija.

El 9 de abril de 2012, Instagram con 13 empleados, es adquirida por Mark Zuckerberg por 1,000 millones de dólares en efectivo y acciones, manteniendo a Kevin Systrom su fundador como director de la red. En 2010 Instagram contaba con un millón de usuarios, y en 2011 alojaba 250 millones de fotos cada día; en 2013 cuenta ya con 150 millones de usuarios, 16 billones de fotos, 1,2 billones de *likes* y 55 millones de fotos compartidas diarias en promedio. Es una red global, en la que el 60% de los usuarios proceden de fuera de los Estados Unidos, su país de origen (Instagram press, 2014).

Instagram propone un uso lúdico de su plataforma para compartir imágenes en línea, en una red social interactiva con posibilidades colaborativas, en la que un usuario crea un perfil y sigue otros usuarios mientras es seguido por otros, para generar un *time line*, al igual que en Twitter y Facebook, en donde se pueden agregar comentarios de texto y etiquetas (hashtags), pero con la originalidad de que la plataforma está dedicada a compartir imágenes fotográficas y de video, y diseñada como aplicación para ser usada en el entorno de teléfono móviles.

Instagram propone un uso lúdico de la plataforma, puede observarse en sus promocionales para la implementación de algunas de sus aplicaciones como Instagram Direct, una opción que permite enviar una imagen del perfil a un usuario único elegido (<http://instagram.com/press/#>).

Como observamos en el caso del perfil de Pachi Tamer (@cachafaz), las posibilidades colaborativas de Instagram no se inscriben en el planteamiento exclusivamente "lúdico"<sup>2</sup> como propone la plataforma, sino que propone un uso social y solidario, mediante un intercambio conversacional con los usuarios del perfil, para llamarlos a la acción en ayuda de indigentes en situación de calle. El planteamiento "original" de los creadores de la plataforma es trastocado, potenciado y ampliado con fines sociales y humanitarios.

### **Pachi Tamer (@cachafaz)**

Pachi Tamer es publicista, fotógrafo y trabajador social argentino, quien tras perder a su familia por causa de un divorcio y a su padre por motivo de un accidente automovilístico, comienza a dialogar con indigentes en la ciudad de Austin, Texas, y descubre que ante los problemas de la indigencia sus problemas se minimizan.

Comienza a tomar fotos con un smartphone a los indigentes a cambio de un dólar y a contar sus historias a través de su perfil en Instagram. Un día un indigente le cuenta un sueño que le gustaría realizar antes de morir, viajar al Oktoberfest en Alemania. Pachi Tamer con 5 mil seguidores en Instagram concibe la idea de que si cada uno de sus seguidores donara un dólar para hacer realidad el sueño de un indigente, la realidad de sus personajes cambiaría. De esta forma crea el sitio *One Dollar Dreams*<sup>3</sup> y abre una cuenta de Paypal asociada al sitio para recaudar dinero para cada una de las causas de sus personajes.

Más abajo se describe la estrategia y articulación semiótica que el autor establece para generar una participación colaborativa conversacional de la comunidad de seguidores en su perfil en Instagram para contribuir con las diversas causas de ayuda a la indigencia que propone.

Pachi Tamer participa con una conferencia sobre su proyecto *One dollar dreams* en el Desachate 2012, un encuentro uruguayo de publicistas que proponen comenzar de cero como forma de re-

<sup>2</sup> Video Instagram Direct, en Instagram press blog: <http://blog.instagram.com/post/69789416311/instagram-direct>

<sup>3</sup> One dollar dreams. <http://www.one-dollar-dreams.com/>

flexionar y actuar sobre una realidad saturada de estereotipos, para afrontar los retos de la publicidad con una mentalidad fresca y establecer un punto cero de partida para hacer preguntas sobre una realidad cambiante<sup>4</sup>. En el marco de este encuentro conoce a Sebastián, a quien ayuda a través de su perfil, caso que analizaremos más adelante.

En noviembre de 2013 Pachi Tamer da una charla en TEDx Rosario<sup>5</sup> en la que expone las motivaciones y desarrollo de su proyecto mediante Instagram y *One dollar dreams*, obteniendo así mayor notoriedad y difusión global.

Pachi Tamer ha realizado fotografías de indigentes para este proyecto en ciudades como Los Angeles, Medellín (Colombia), México, Uruguay, Madrid, Barcelona, El Salvador, Londres, Las Vegas, San Francisco, Denver, Saint Louis, Detroit, New York, Washington, Atlanta, Miami, Key West y New Orleans.

Actualmente tiene 21,520 seguidores en Instagram, 810 fotografías, de las cuales más de 650 están relacionadas con el proyecto y ha generado 3,245 post (cifras al 20/05/2014), en donde también aparecen fotos de su hija y algunos otros aspectos de su vida cotidiana.

## Modelo de conversación textual

Las redes visuales-sociales, como Instagram se erigen como plataformas interactivas que posibilitan la existencia de una imagen conversacional. La interface de Instagram puede ser descrita desde el modelo de conversación textual propuesto por Bettetini (1984). El modelo de conversación textual de este autor se construye desde una perspectiva semiótico-pragmática, que permite describir la dinámica de una imagen en una interface interactiva como Instagram (Scolari, 2004: 58 y 155). El modelo de Bettetini va más allá de los valores semánticos presentes en un texto, se centra en los valores de interacción.

Bettetini plantea que un texto propone un intercambio comunicativo simbólico, en este caso la imagen compartida en un perfil de Instagram. Imagen entendida como texto (“como estructura textual”), como interfaz interactiva, que propone la creación de sentido y lectura al usuario.

El texto imagen cumple un acto de puesta en escena suplementario respecto a su espesor semántico: el texto introduce también en escena un intercambio comunicativo simbólico, una “conversación” simbólica. La representación de sus valores semánticos es a su vez enmarcada en la representación de su traslación entre dos sujetos que el aparato textual constituye como imágenes de quien transmite y de quien recibe. Un texto, en síntesis, incluye también la representación de sus normas de uso, de sus modalidades de acceso a su sentido a través de su articulación semiótica (Bettetini, 1984: 101/citado por Scolari, 2004: 54).

El modelo de “conversación” textual presupone la existencia de un sujeto enunciador y un sujeto enunciatario. Todo texto o foto digital incluye un “proyecto de relación comunicativa” apunta Bettetini (1984), “un programa de desenvolvimiento de interacción con el público”. El espectador, usuario de la red, por su parte recibe el texto con un “proyecto de interacción con las articulaciones semióticas que el discurso textual le propone” (Bettetini, 1984: Ibid.: 110/ citado por Scolari, 2004: 55)

“Desde una perspectiva semiótica, la comunicación es una acción que un sujeto ejercita sobre otro, un intercambio simbólico que remite a las ideas de conflicto, estipulación y conquista” (Scolari, 2004: 156). Tales “actos” de conflicto, estipulación y conquista se realizan mediante la intervención dinámica en la *actualización interactiva* de la imagen en entornos y redes digitales.

La fotografía adquiere así, en el contexto de la interface interactiva y colaborativa de Instagram, características conversacionales desarrolladas en la red social-visual. Siguiendo a Scolari (2004), y aplicando el modelo de conversación textual a la red social-visual Instagram, esta red permite:

- La interacción mantiene el carácter virtual y simbólico de la conversación textual (imagen - video ó foto-, texto, hashtags, emoticons).

<sup>4</sup> Desachate 2014. <http://www.desachate.com/manifiesto.html>

<sup>5</sup> TEDx Rosario. Pachi Tamer (12/11/2013). <http://www.tedxrosario.com.ar/charlas/inner/?charlaID=42>

- La interacción permite una intervención directa del usuario mediante la interfaz, en la producción de sentido.
- El sujeto enunciador se identifica con *un saber parcialmente estructurado*, debido a que está regido por *estrategias potenciales* que deben ser actualizadas por el usuario.
- El sujeto enunciatario/usuario es construido de una manera diversa, de acuerdo a las herramientas de interacción que ofrece y regula el sitio, básicamente mediante la creación de un perfil, datos de usuario, todo el contenido que sube el usuario y toda la interacción que realiza con otros usuarios.
- La interacción presupone un “saber-ser”, un “saber-hacer” y además un “actuar” en forma de competencias de *diseño y uso*.
- El intercambio comunicativo no se realiza entre dos sujetos empíricos, sino entre *estructuras simbólicas* (texto, sujeto, enunciador, enunciatario/receptor/usuarios).
- La interfaz actúa como principio ordenador de los procesos simbólicos de los textos virtuales que contiene.
- La fotografía se presenta como un *simulacro del emisor*, y este simulacro es “*un aparato ausente, productor y producto del texto, que deja las huellas de su paso ordenador sobre los materiales significantes*”. (Bettetini citado por Scolari, 2004: 155).
- El sujeto, el usuario, es un destinatario implícito de la enunciación, presente en todo texto, con potenciales instrumentos de intervención interactiva en el texto que debe actualizar.

Bettetini (1984) plantea que un texto propone un intercambio comunicativo simbólico, en este caso, cada foto que aparece en la interface de Instagram como texto (y “como estructura textual”) e interfaz interactiva, como interespacio, que propone la creación de sentido y lectura al usuario:

El texto cumple un acto de puesta en escena suplementario respecto a su espesor semántico: el texto introduce también en escena un intercambio comunicativo simbólico, una “conversación” simbólica. La representación de sus valores semánticos es a su vez enmarcada en la representación de su traslación entre dos sujetos que al aparato textual constituye como imágenes fantasmales de quien transmite y de quien recibe. Un texto, en síntesis, incluye también la representación de sus normas de uso, de sus modalidades de acceso a su sentido a través de su articulación semiótica. (Bettetini, 1984: 101/citado por Scolari, 2004: 54)

El cuadro explica la realización dinámica de la interface de Instagram desde el modelo de conversación textual interactivo propuesto por Bettetini (1984):

Figura 1: Modelo de la conversación textual de Bettetini (1994)

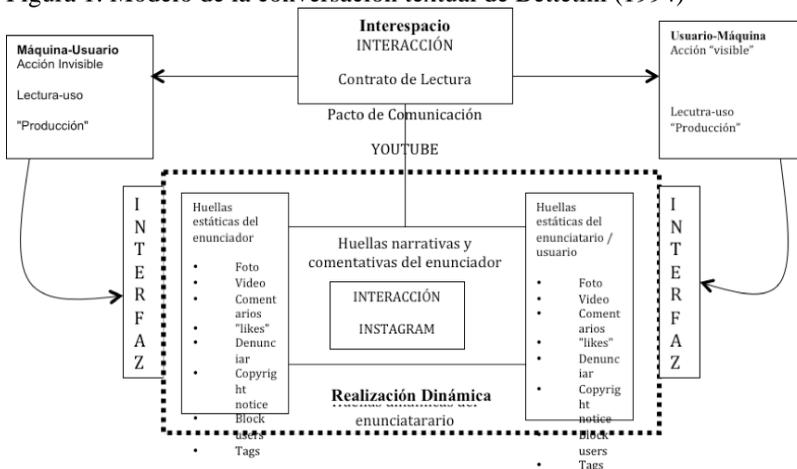


Fig. 1. Modelo de la conversación textual de Bettetini (1994), en Scolari (2004: 58), aplicado a la interacción en Instagram, modificado del modelo original.

Fuente: Scolari (2004: 58), aplicado a la interacción en Instagram, modificado del modelo original.

La interacción presupone un “contrato de lectura”, un “pacto de comunicación”, un “contrato de interacción” conversacional. Tanto el sujeto enunciador como el enunciatario, dejan huellas estáticas y después de su intervención, así como huellas dinámicas (narrativas y comentativas) durante su interacción dinámica en el campo de la interface actualizada. Tales “huellas” son indicios de acciones que se revelan en la dinámica del consumo (Bettetini citado por Scolari. 2004: 56). Ambos sujetos construyen huellas, “señales” e indicios del comportamiento de un interlocutor simbólico, “que adquiere gradualmente forma durante el progresivo encuentro de la interacción comunicativa de ‘lectura’” (Ibid: 56).

El sujeto enunciador y el sujeto enunciatario en Instagram tienen el mismo estatuto como usuarios-productores. El autor de un texto es también lector de su propio texto en la trama del sitio y el usuario receptor tiene las mismas posibilidades de producción que el emisor. Esta capacidad interactiva del sitio convierte al emisor en lector y al lector en emisor indistintamente, en términos de sus posibilidades interactivas.

En Instagram, un “autor modelo” envía un texto a un “lector modelo” (Eco. 1979). Tanto autor como lector “modelo” deben moverse para construir el texto, el autor generativamente y el lector interpretativamente. Sin embargo, no basta esperar que el lector modelo “coopere en la actualización textual”, el autor modelo deberá “mover el texto para construirlo”.

Por su parte, el lector empírico debe delinear “una hipótesis de autor, deducida de los datos de la estrategia textual. Tanto el autor modelo, como el lector modelo, se construyen como “estrategias textuales”, por lo que la cooperación textual en Instagram “es un fenómeno que se realiza entre dos estrategias discursivas, no entre dos sujetos individuales” (Eco, citado por Scolari. 2004:157). La “comunicación” se realiza cuando ambos instituyen un contrato que regulará el intercambio, un “contrato de interacción” *mediado* por las reglas de interacción de Instagram.

La interface de Instagram permite realizar un intercambio simbólico mediante las siguientes articulaciones semióticas interactivas: seguir a un usuario o eliminarlo, subir fotos (upload), marcar o eliminar favoritos (me gusta), responder a un comentario con texto u otra foto, compartir fotos (share), etiquetar personas o temas (hashtag), enviar comentarios en texto (post comment), enviar emoticons, bloquear a un usuario, denunciar contenido inapropiado, compartir una foto en otras redes sociales, enviar la imagen por correo electrónico, copiar el la URL para compartirla, etiquetar personas (otros usuarios), enviar una imagen como mensaje directo, ver imágenes en donde el usuario del perfil aparece, geolocalizar o no las imágenes, crear un mapa de geolocalización de las fotografías (dónde fueron tomadas), eliminar una imagen propia, buscar usuarios y hashtags.

Instagram incorpora una dimensión interactiva del intercambio, constituye un simulacro de usuario(s), que funciona como propuesta de interacción en relación al usuario empírico sentado frente a la pantalla interactiva, quien decidirá si aceptar, rechazar o intervenir (Ibid:157).

El usuario empírico de Instagram acepta un contrato de interacción, para entrar a un sitio que tiene una gramática propia, un entorno en el que tendrá que interactuar con dispositivos y realizar operaciones técnicas previstas (y no podrá realizar otras, como descargar las fotos o videos a su dispositivo móvil).

La interacción e intercambio simbólico en Instagram, presupone la existencia de un sujeto enunciador (productor y producto del texto) y un sujeto enunciatario (producido por el enunciador y el texto). Sin embargo, “el simulacro dialogante del receptor será muy diferente al del enunciatario del texto y, sobre todo, el sujeto enunciador modelo producido por el destinatario difícilmente será conmesurable con el sujeto enunciador, origen programado del discurso-conversación textual” (Bettetini citado por Scolari. 2004: 56).

## **Interactividad multidimensional en Instagram**

Para complementar el modelo de Bettetini (1984) en el análisis de la interface de Instagram, instrumentamos el concepto de interactividad multidimensional propuesto por Sally McMillan (2006).

McMillan (2006) propone una visión multidimensional de la interactividad. La interactividad se mide desde la percepción del usuario, en la medida en que es consciente de las posibilidades de interac-

ción de la interface, ya que a partir de ello podrá modificar su experiencia con respecto al medio y el intercambio en la comunicación, que hace que los papeles del receptor y emisor sean intercambiables.

La interactividad, desde la perspectiva de McMillan (2006), no se mide únicamente desde la propiedades del medio o del mensaje, que contribuyen a una comunicación unidireccional, sino desde el propio usuario del medio.

La interactividad según McMillan (2006), puede clasificarse en tres tipos: usuario – usuario, usuario – documentos y usuario – sistema. Estas categorías no se excluyen unas a otras y en Instagram se presentan los tres tipos de interacción.

Tabla 1: Tipologías de interactividad

<i>Tipo de Interacción</i>	<i>Características</i>
Usuario-usuario	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Se centra en la forma en la que los usuarios interactúan entre ellos</li> <li>• La interface puede facilitar las condiciones y ofrece herramientas para que se realice el intercambio entre usuario-usuario, como comentarios, likes, textos, iconos, emoticons, etc.</li> </ul>
Usuario-documentos	<ul style="list-style-type: none"> <li>• La forma en la que las audiencias interpretan y usan los textos que presentan los medios</li> <li>• La interface de las redes sociales-visuales como Instagram, facilitan la participación activa-colaborativa, conversacional, en relación y a partir de textos (fotos y comentarios escritos)</li> <li>• Este modelo asume que todos los participantes pueden interpretar, ser emisarios y receptores a la vez.</li> </ul>
Usuario-sistema	<ul style="list-style-type: none"> <li>• La relación entre la persona e interface (o cualquier otro sistema), entre usuario, interface de Instagram, interfaces y herramientas de interacción del teléfono móvil</li> <li>• No sólo se centra en la relación con el objeto sino también en la respuesta del usuario ante la información presentada por la interface, el diseño de la misma y la percepción realizada por el mismo. (McMillan, 2006).</li> </ul>

Fuente: McMillan, 2006.

En Instagram, la interacción es multidimensional por que se puede realizar entre usuario-usuario (mediante comentarios, hashtags, emoticons, fotos, likes, envío directo), entre usuario-documentos (reenviando a través de url y otras redes sociales, mail, mensaje de texto y likes) y entre usuario-sistema (crear un perfil, tomar fotos, editarlas, agregar filtros, publicar fotos, eliminar fotos, enviar comentarios, denunciar imágenes, usar redes sociales y otras formas de envío). Estas categorías multidimensionales de la interacción realizadas desde el usuario, son dinámicas y no lineales.

La pregunta según McMillan (2006) es, ¿quién está en control, la computadora o el humano interactuando con ella? Si se asume que es la interface o sistema quien controla el proceso, entonces es el sistema el que presenta la información y el usuario responde a este estímulo. Si es el usuario quien controla al sistema, entonces estamos frente a un modelo en donde el usuario es activo, colaborativo y utiliza las articulaciones semióticas para conversar con otros mediante la interface.

## Metodología

La pregunta central de la presente investigación es ¿cuáles son las características de articulación semiótica de la interface de Instagram? Y en segundo término, ¿como contribuye esta interface colaborativa, interactiva y multidimensional a la construcción de discursos fotográficos documentales conversacionales con fines sociales?

Ambas preguntas se formulan para describir el caso del fotógrafo Pachi Tamer (@cachafaz), quien mediante un perfil en Instagram ha creado un proyecto fotográfico colaborativo, conversacional, hipermediático e interactivo para ayudar a personas indigentes en situación de calle.

Las categorías clave que permiten hacer una descripción semiótica de la interface de Instagram que hemos empleado, parten del modelo conversacional textual de Bettetini (1984) y del modelo de interacción multidimensional de McMillan (2006).

La metodología empleada reside en la aplicación del modelo conversacional textual al perfil de Pachi Tamer (@cachafaz), en Instagram, y específicamente en dos casos, el caso de “Jim”, un indigente que forma parte del proyecto de *One dollar dreams* y el caso de “Sebastián”, que también forma parte del perfil del autor en Instagram.

La metodología contempla el seguimiento del perfil de Pachi Tamer (@cachafaz), desde su apertura hasta la fecha de terminación del presente trabajo (febrero-marzo 2014), así como en la observación de comentarios, estrategias textuales conversacionales desde la creación del perfil del autor en Instagram, así como la creación de la plataforma *One dollar dreams*, y la observación de la misma, en los casos que el autor promueve, tanto en Instagram como en este sitio web.

## Análisis de caso

### Caso 1. Jim-Oktoberfest

Pachi Tamer (@cachafaz) en Instagram, crea un perfil como cualquier otro usuario y sube su primer fotografía el 22 de noviembre de en 2010, para subir fotos de su vida cotidiana. En medio de una crisis personal, en la que Tamer se divorcia, pierde a su padre por un accidente automovilístico y su madre herida, comienza a tomar fotos de indigentes que pedían dinero y les ofrece un dólar a cambio de que pueda fotografiarlos.

El proyecto de Tamer nace desde la necesidad de encontrar sentido a su propia vida a través de ayudar a indigentes, con los cuales conversa, fotografía y comparte sus historias en su perfil @cachafaz de Instagram.

El proyecto *One dollar dreams* nace a partir de esta experiencia en Instagram, cuando el autor conversa con un indigente llamado Jim, quien le cuenta que tiene el sueño de visitar el Oktoberfest en Alemania antes de morir. Decide entonces crear el sitio *One dollar dreams* para invitar a sus entonces 5 mil seguidores a donar un dólar para hacer realidad los sueños de este hombre y ayudar a mejorar la vida de otros indigentes.

Tamer subió la foto de Jim a Instagram con un titular, contó su historia y comenzó a recibir donaciones de un dólar y de mayores cantidades (Funes y Asociados, 2013), a través del sitio *One dollar dreams*, abierto por el autor para recaudar fondos para las causas de sus personajes mediante una cuenta de Paypal. Actualmente todavía se pueden hacer donaciones para la causa de “Jim”.

En seguida observamos la serie de fotografías que Tamer subió a Instagram de Jim. Como estrategia conversacional, el autor incluye un texto sobre algunas imágenes para explicar y motivar la acción que solicita. En el caso de Jim, la primera fotografía aparece sin texto, únicamente va acompañada de una descripción del autor, y por los comentarios que se fueron sumando de sus seguidores en la red.

En las fotos subsecuentes de Jim, Tamer incluye textos y reitera el llamado a la acción para ayudar a este personaje a cumplir sus sueño.

En este caso, el modelo de conversación textual mediante el perfil de Instagram, opera punto a punto de acuerdo con el modelo de Bettetini (1984) mediante las fotos, los textos y los comentarios de Tamer y los usuarios, y es ampliado, potenciado, mediante la creación del sitio *One dollar dreams* y la cuenta de Paypal, como una estrategia transmediática sumada a las posibilidades conversacionales de Instagram.

En seguida las fotografías relacionadas con el caso “Jim”, en orden cronológico de la primera a la última, que aparecen en el perfil de Tamer @cachafaz de Instagram, acompañadas con el texto escrito por el autor como contexto de cada imagen.

Estrategias conversacionales textuales:

- Tomar una foto a cambio de un dólar y subirla al perfil de Instagram
- Apelar a la ayuda para los indigentes mediante una idea sencilla expresada por escrito: “Si cada uno de nosotros dona 1 dólar, haríamos realidad un sueño”

- Escribir la historia y la causa del personaje debajo de cada foto
- Escribir un texto encima de las fotografías apelando a la ayuda por una causa
- Abrir el sitio *One dollar dreams* para recaudar fondos mediante una cuenta en Paypal
- Incluir hashtags y etiquetar a otros usuarios implicados en la causa

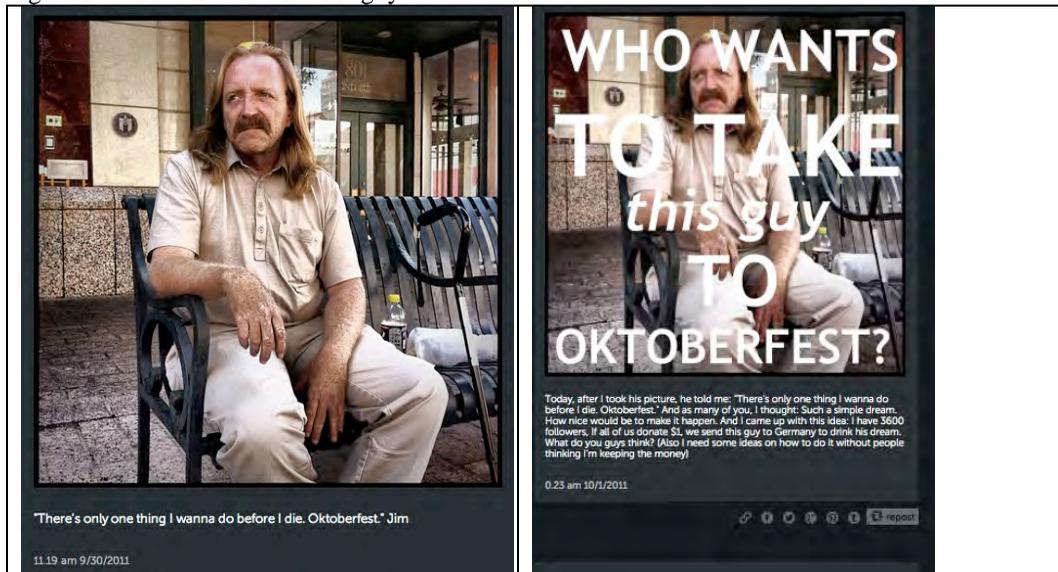
En Instagram, la interacción es multidimensional por que se puede realizar entre usuario-usuario (mediante comentarios, hashtags, emoticons, fotos, likes, envío directo), entre usuario-documentos (reenviando a través de url y otras redes sociales, mail, mensaje de texto y likes) y entre usuario-sistema (crear un perfil, tomar fotos, editarlas, agregar filtros, publicar fotos, eliminar fotos, enviar comentarios, denunciar imágenes, usar redes sociales y otras formas de envío). Estas categorías multidimensionales de la interacción realizadas desde el usuario, son dinámicas y no lineales.

La pregunta según McMillan (2006) es, ¿quién está en control, la computadora o el humano interactuando con ella? Si se asume que es la interface o sistema quien controla el proceso, entonces es el sistema el que presenta la información y el usuario responde a este estímulo. Si es el usuario quien controla al sistema, entonces estamos frente a un modelo en donde el usuario es activo, colaborativo y utiliza las articulaciones semióticas para conversar con otros mediante la interface.

Finalmente Jim admite, como se observa en el texto que acompaña a la imagen del 5 de octubre de 2011, titulada Found Him, que no irá al Oktoberfest porque no tiene pasaporte y porque también necesitaría dinero para su regreso.

En seguida, la serie de fotografías y la imagen de Jim en *One dollar dreams*, en orden cronológico. Como se observa, el autor incluye comentarios narrando el historia de su personaje debajo de la foto y un texto apelando a sus seguidores para promover la ayuda. Más adelante recuerda el caso con otra foto y arma el sitio con la cuenta.

Figura 2: Who wants to take this guy to Oktoberfest



Fuente: Tamer, 2011.

Figura 3: Found Him, Jim en One Dollar Dreams



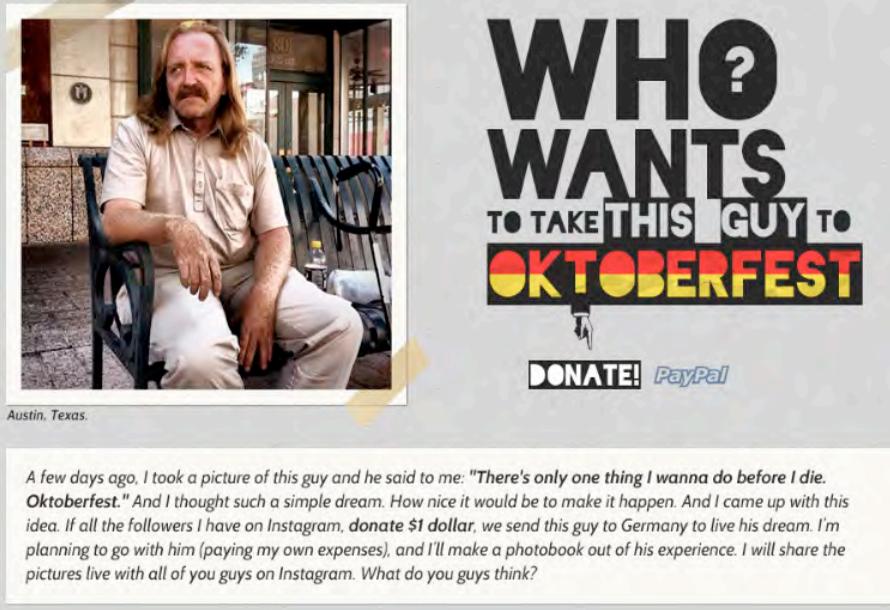
**FOUND HIM**

Today I found Jim. I was walking back to my work and I run into him. I told him that I've uploaded his picture to a social network with his quote, where I have a bunch of good people as followers, and I came up with this simple idea: If everyone donates \$1, we can take him to Germany for Oktoberfest next year. I show him the picture with all your likes and supporting messages. The guy just couldn't believe it. He looked at me with tears in his eyes and didn't say a word. I ask him if he has a passport and he said no. I asked him if he's homeless and he said yes. He's staying at The Arch, the homeless shelter, where he has a bed every night. "I'll take you to Germany, I promise. How that's sound?" I said. And he replied: "Well, the problem is not getting there". "The problem is coming back". Then he smiled at me, and added: "Don't worry it's too cold over there."

4:19 am 10/05/2011

Fuente: Tamer, 2011.

Figura 4: Jim en One Dollar Dreams



**WHO?**  
**WANTS**  
**TO TAKE THIS GUY TO**  
**OKTOBERFEST**

**DONATE!** PayPal

Austin, Texas.

A few days ago, I took a picture of this guy and he said to me: "There's only one thing I wanna do before I die. Oktoberfest." And I thought such a simple dream. How nice it would be to make it happen. And I came up with this idea. If all the followers I have on Instagram, donate \$1 dollar, we send this guy to Germany to live his dream. I'm planning to go with him (paying my own expenses), and I'll make a photobook out of his experience. I will share the pictures live with all of you guys on Instagram. What do you guys think?

Fuente: Tamer, 2011.

**Caso 2. Sebastián**

El caso de Sebastián comienza cuando Tamer visita Uruguay en 2012 y lo conoce en la calle. Lo invita a un encuentro de publicistas llamado Desachate y lo viste de traje para hacerlo pasar por un asistente más, con el fin de demostrar que la gente juzga por las apariencias.

En el marco de este encuentro, Tamer inicia una campaña mediante su perfil de Instagram para sacar a Sebastián de su condición de calle, pagarle un hostel, ayudarlo a superar el alcoholismo y conseguir que encuentre trabajo. Junto con una voluntaria seguidora de Instagram, Florencia Cao (@flocaco), consigue que se le done un teléfono celular a Sebastián.

Tamer publica encima de una foto de Sebastián el número de teléfono para que los seguidores que quieran lo llamen y si quieren ofrezcan su ayuda. En otra imagen pide que se le apoye para comprarle unos zapatos nuevos. En otra imagen publica una foto del pasado donde se observa a Sebastián con su madre, en mejores condiciones de vida.

Tamer también inicia un proyecto llamado Termo, basado en una tradición uruguaya, que consiste en que la gente porta un termo a donde vaya. Tamer invita a los uruguayos a subir a Instagram fotos de ellos mismo con un termo mediante una foto de Sebastián portando uno. La finalidad, recolectar suficientes autorretratos reunidos en la cuenta proyectotermo@gmail.com enviadas por los seguidores con un termo en la mano, hacer un libro y venderlo para recaudar fondos para ayudar a Sebastián.

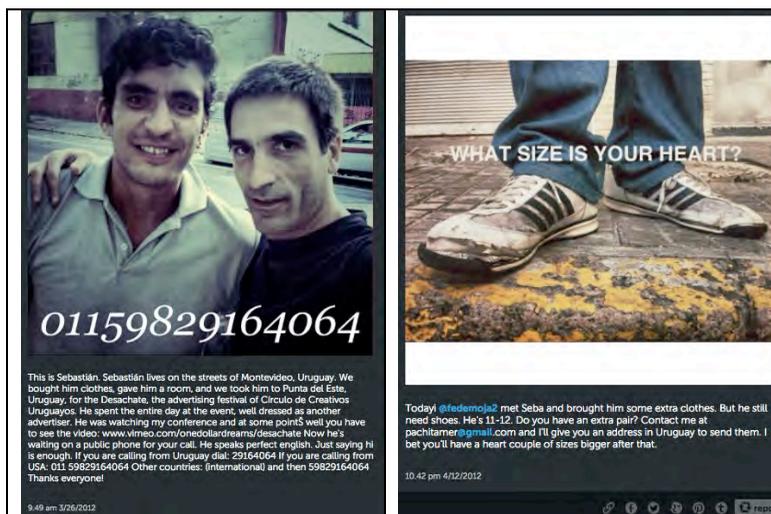
El autor consigue donaciones de dinero, el celular y ropa. Finalmente no consigue sacar a Sebastián del alcoholismo por decisión del propio personaje.

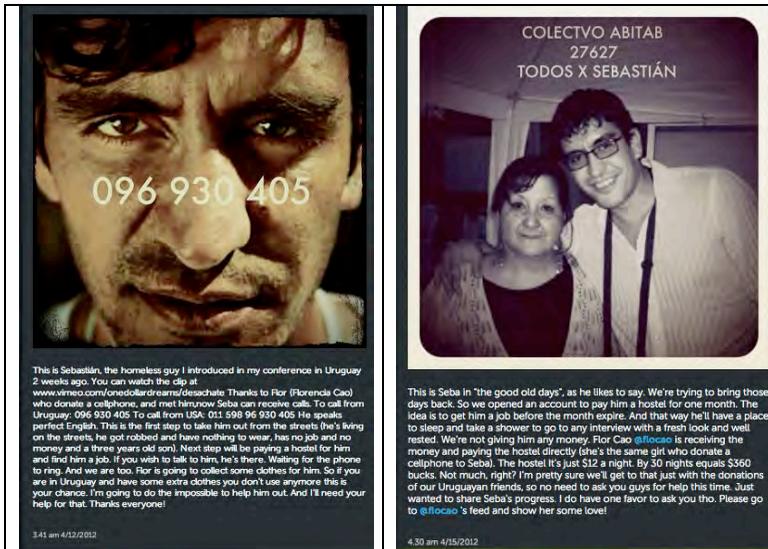
Las estrategias conversacionales textuales que Tamer implementa en este caso son:

- Subir fotos de Sebastián a su perfil de Instagram y escribir la historia y la causa del personaje debajo de cada foto
- Conseguir un celular y publicar una foto de su personaje con el teléfono encima de la imagen
- Apelar a los usuarios a llamar a su personaje
- Escribir un texto encima de las fotografías apelando a la ayuda por una causa
- Incluir hashtags y etiquetar a otros usuarios implicados en la causa
- Iniciar un proyecto fotográfico colectivo para recaudar fondos

En seguida la serie fotográfica sobre Sebastián subida por Tamer en Instagram, en orden cronológico:

Figura 5: Sebas en One Dollar Dreams





Fuente: @Cachafaz. Pachi Tamer, 2014.

Figura 6: Sebas en Proyecto Termo



Fuente: @Cachafaz. Pachi Tamer, 2014.

## Análisis de resultados

Como podemos observar en el análisis de los dos casos anteriores, Tamer utiliza las herramientas conversacionales que brinda Instagram para promover la ayuda sobre las causas de sus personajes y del proyecto *One dollar dreams*, fotos, textos, tipografía, hashtags, etiquetas, comentarios de los usuarios, links a otros sitios.

En los dos casos implementa estrategias textuales de conversación que llaman a la acción de los seguidores del perfil, y estas estrategias siempre tienen como base la participación activa, colectiva e interactiva de los seguidores, convertidos también en actores a favor de una causa.

El autor logra convertir a Instagram en una plataforma participativa y conversacional a favor de una causa solidaria, mediante el uso de fotografías, textos y otras instancias mediáticas como la del sitio web *One dollar dreams*, el uso de un celular para activar y facilitar la interacción entre su perso-

naje y los seguidores del perfil. Igualmente instrumenta un proyecto fotográfico colectivo para apelar a la participación como ingrediente fundamental en la causa de su personaje y del proyecto general.

Logra establecer una “comunicación”

que se realiza cuando los seguidores instituyen un contrato que regulará el intercambio, un “contrato de interacción” *mediado* por las reglas de interacción de Instagram, constatando que la cooperación textual en Instagram “es un fenómeno que se realiza entre varias estrategias discursivas, las de los seguidores (activos y autores), personajes y autor, personaje-autor-seguidores y no solamente entre dos sujetos individuales” (Eco, citado por Scolari. 2004:157).

Los casos analizados demuestran que las fotos y los textos, en conjunto con la estructura interactiva y participativa que facilita Instagram, permiten establecer un intercambio comunicativo simbólico, una conversación simbólica que es llevada al plano de la acción, expresada en una mayor producción textual (fotos, comentarios, hashtags) y expresada en donaciones, intervenciones directas y otras acciones participativas de los usuarios, convertidos también en actores de una causa.

El proyecto de Tamer tiene una vocación social y tiene como factores clave el uso de la fotografía móvil, la instrumentación de una red visual-social (Instagram), la expansión de posibilidades participativas mediante otros medios como celulares y páginas web, para otorgar una nueva dimensión mediática y social al documentalismo fotográfico tradicional practicado durante el siglo XIX y XX.

A esta nueva dimensión mediática del documentalismo fotográfico, la podemos denominar documentalismo conversacional, y afirmar que esta dimensión mediática adquiere una mayor dimensión social dadas las posibilidades participativas e interactivas que promueve la combinación tecno-cultural ofrecida por la amalgama cámara + celular + Internet + apps + gps + realidad aumentada + redes sociales (Bañuelos, 2014, p. 87)

Para los dos casos analizados anteriormente, las características de la interactividad multidimensional con base en el concepto de MacMillan (2006) son:

- Interacción usuario-usuario (mediante comentarios, hashtags, emoticons, likes, etiquetar a otros usuarios, cita a sitios web)
- Interacción entre usuario-documentos (los usuarios interpretan los textos-documentos subidos por el autor y responden a la narrativa que él propone mediante comentarios, *likes*, etc.), esta interacción facilita la participación
- Interacción entre usuario-sistema (mediante la participación en la interface, comentarios, donaciones y otro tipo de acciones como llamar a un móvil). Esta interacción multidimensional es dinámica, no lineal, y se expresa en la participación activa-colaborativa, conversacional mediante la interface de Instagram y mediante las herramientas interactivas y comunicativas del sistema *móvil-interface-cámara-red social-sitios web-Internet*.

## Conclusiones

El modelo semiótico de conversación textual propuesto por Bettetini (1984) permite describir el comportamiento conversacional de Instagram, como plataforma para promover un proyecto social que tiene como base la fotografía móvil para promover una causa social.

Pachi Tamer expande las posibilidades conversacionales de Instagram para llevar a la acción e intervención de los seguidores de su perfil al momento de participar activamente por una causa social, dotando al documentalismo fotográfico tradicional de herramientas y estrategias textuales interactivas, participativas, conversacionales y transmedia.

La expansión de posibilidades participativas que permite la amalgama tecno-cultural compuesta por cámara + celular + Internet + apps + gps + realidad aumentada + redes sociales, permite establecer el concepto de documentalismo conversacional con fines sociales, como una expansión social, cultural y tecnológica de un nuevo documentalismo fotográfico participativo.

El proyecto social y mediático digital de Tamer, el cual inicia a partir de la interacción entre estructuras simbólicas, trasciende la trama digital y se sirve de las reglas de interacción de Instagram, para ir más lejos de ésta y facilitar la acción participativa directa en las causas sociales que propone.

En el documentalismo conversacional propuesto por Tamer, intervienen, conversan, todos los actores al mismo nivel (personajes, autor, seguidores), articulando diversas estrategias textuales participativas en una suerte de cooperación textual colectiva, marcando así una nueva dimensión en la fotografía documental y en la comunicación con fines sociales, mediante el uso de la fotografía, el texto y una red social.

## REFERENCIAS

- @Cachafaz. Pachi Tamer. (2014). *Instagram*. <http://instagram.com/cachafaz>
- Bañuelos, J. (2014). *Fotografía y dispositivos móviles. Escenarios de un nuevo paradigma visual*. México: Tecnológico de Monterrey, Porrúa Print.
- Bettetini, G. (1984). *La conversación audiovisual*. Madrid: Cátedra.
- Desachate (2014). <http://www.desachate.com/manifiesto.html>
- Funes y Asociados. (2013). *Pachi Tamer - One Dollar Dreams*. Recuperado el 28 de enero de 2014 de <http://www.funesyasociados.com/article/2>
- Instagram Press. (2014). <http://instagram.com/press/#>
- Instagram Direct. *Instagram press blog*: <http://blog.instagram.com/post/69789416311/instagram-direct>
- Oneto, Q. (2013). Pachi Tammer. De publicidad y otras anécdotas. #Tengounaida. Recuperado el 3 de marzo de 2014 de <http://blogs.infobae.com/publicidad/2013/09/30/pachi-tamer-de-publicidad-y-otras-anecdotas/>
- McMillan, S. (2006). Exploring Models of Interactivity from Multiple Research Traditions: Users, Documents and Systems. En L. Lievrouw, & S. Livingstone, *The Handbook of New Media* (pp. 205-229). Londres: SAGE.
- Scolari, C. (2004). *Hacer clic. Hacia una sociosemiótica de las interacciones digitales*. Madrid: Gedisa.
- (2008). *Hipermediaciones*. Barcelona: Gedisa.
- Tamer, P. (2011). *One dollar dreams*. [http://www.one-dollar-dreams.com/onedollar\\_mod.html](http://www.one-dollar-dreams.com/onedollar_mod.html)
- (2012). *Proyecto termo*. <http://www.teoylamaquinadeideas.com/2012/04/10/una-idea-para-uruguayos-hecha-por-un-argentino-pachi-tamer-y-su-proyecto-termo/>
- (12/11/2013). *TEDx Rosario. Pachi Tamer*. <http://www.tedxrosario.com.ar/charlas/inner/?charlaID=42>
- (2014). *One dollar dreams*. Vimeo <https://vimeo.com/39169596>

## SOBRE EL AUTOR

**Jacob Bañuelos:** Doctor por la Universidad Complutense de Madrid. Actualmente es profesor investigador del Tecnológico de Monterrey-Campus Ciudad de México y Director de la Maestría en Comunicación.