

## Circulación de la imagen y cultura visual digital. El caso de Mex I can

# CIRCULATION OF THE DIGITAL IMAGE AND VISUAL CULTURE: IN CASE OF “MEX I CAN”

Flores-Márquez, Dorismilda; Saucedo López, Jesús Abrham

 **Dorismilda Flores-Márquez**  
dfloresm@delasalle.edu.mx  
Facultad de Comunicación y Mercadotecnia de la  
Universidad De La Salle Bajío, México

 **Jesús Abrham Saucedo López**  
RiotThunder@outlook.com  
XXV Verano de la Investigación Científica y  
Tecnológica del Pacífico, México

**Intersecciones en Comunicación**  
Universidad Nacional del Centro de la Provincia de Buenos Aires,  
Argentina  
ISSN: 1515-2332  
ISSN-e: 2250-4184  
Periodicidad: Semestral  
vol. 1, núm. 16, 2022  
intercom@soc.unicen.edu.ar

Recepción: 15 Marzo 2022  
Aprobación: 29 Abril 2022

URL: <http://portal.amelica.org/amei/journal/216/2162506007/>

DOI: <https://doi.org/10.51385/ic.v1i16.143>

Esta obra está bajo una licencia Licencia Creative Commons  
Atribución-No Comercial Compartir Igual 4.0 Internacional



Esta obra está bajo una Licencia Creative Commons Atribución-  
NoComercial-CompartirIgual 4.0 Internacional.

**Resumen:** Este artículo explora la circulación de una imagen en medios digitales, como un fenómeno propio de la cultura visual digital. El marco teórico conecta las líneas de cultura visual y cultura digital, para comprender la circulación como parte del proceso de comunicación, así como el vínculo entre materialidad, prácticas y contextos. Se aborda el caso de la imagen “Mex I can”, mediante el seguimiento de su rastro en medios digitales. Con estos datos se realizó un análisis de contenido cualitativo, para identificar los temas y contextos sociales que se vinculan a las modificaciones técnicas y la circulación de la imagen en internet. Como resultado, se identificaron diferentes momentos y cambios en la fotografía, desde su publicación en 2017 hasta 2020. La imagen se toma, modifica y recomparte en torno a acontecimientos sociopolíticos específicos. Si bien todos expresan el orgullo mexicano, se evidencian algunos acuerdos y desacuerdos políticos sobre esta idea.

**Palabras clave:** Cultura visual digital, estudios de internet, fotografía, México.

**Abstract:** Este artículo explora la circulación de una imagen en medios digitales, como un fenómeno propio de la cultura visual digital. El marco teórico conecta las líneas de cultura visual y cultura digital, para comprender la circulación como parte del proceso de comunicación, así como el vínculo entre materialidad, prácticas y contextos. Se aborda el caso de la imagen “Mex I can”, mediante el seguimiento de su rastro en medios digitales. Con estos datos se realizó un análisis de contenido cualitativo, para identificar los temas y contextos sociales que se vinculan a las modificaciones técnicas y la circulación de la imagen en internet. Como resultado, se identificaron diferentes momentos y cambios en la fotografía, desde su publicación en 2017 hasta 2020. La imagen se toma, modifica y recomparte en torno a acontecimientos sociopolíticos específicos. Si bien todos expresan el orgullo mexicano, se evidencian algunos acuerdos y desacuerdos políticos sobre esta idea

**IN CASE OF “MEX I CAN”  
CIRCULATION OF THE DIGITAL IMAGE AND VISUAL  
CULTURE:  
IN CASE OF “MEX I CAN”**

This article explores the circulation of an image in socio-digital networks, as a phenomenon of digital visual culture. The theoretical framework connects studies on visual culture and digital culture, to understand circulation as part of the communication process, as well as the link among materiality, practices, and contexts. We approached the case of the image “Mex I can”, by following its traces in digital media. With these data we conducted a qualitative content analysis, oriented towards the identification of themes and social contexts that are linked to technical modifications and the circulation of the image in internet. As a result, we identified different moments and changes in the picture, since its publication in 2017 until 2020. The image is taken, modified and reshared around specific socio-political events. Although all these uses express the Mexican pride, some political agreements and disagreements about this idea become evident.

**Keywords:** Digital visual culture, internet studies, photography, Mexico.

## PRESENTACIÓN

La imagen es un elemento clave en la comunicación digital de nuestros tiempos. En principio, hay una circulación cada vez más intensa de imágenes en las redes sociodigitales, que tiene su correlato en la popularización y el crecimiento de aquellas que están dedicadas a la imagen fija o en movimiento tales como Instagram, TikTok y otras; la incorporación de “historias” en distintas aplicaciones como Facebook, WhatsApp y Twitter, emulando una característica de SnapChat; así como el uso de imágenes “bajadas de internet” para variados propósitos y en diferentes contextos. En ello están implicadas distintas dimensiones, desde las condiciones de producción y la puesta en circulación de materiales visuales, la disposición de estos en plataformas y aplicaciones, así como los modos de apropiación, que incluyen tanto el compartir imágenes propias o ajenas como la modificación y la actualización de ellas para volverlas a poner en circulación.

En esta línea, el presente artículo explora la circulación de una imagen en medios digitales, como una práctica propia de la cultura visual digital, con el propósito de identificar las lógicas de circulación y resignificación de la imagen, a lo largo del tiempo y a través de distintas plataformas. De manera particular, la exploración se centra en el caso de la imagen “Mex I can”, de David Muñoz (@edavidm), que se difundió en redes sociodigitales tras el sismo que afectó al centro y sur de México el 19 de septiembre de 2017. Durante varios años, la fotografía ha sido reproducida, modificada y circulada, más allá del contexto inicial y de los propósitos del fotógrafo. En este caso, el foco de interés se colocó sobre la imagen, no en sí misma, sino en términos de prácticas fotográficas y, más específicamente, de una fase de ellas, que consiste en el uso y socialización de una imagen, a partir de la reproducción y/o transformación de la misma, así como de su extendida circulación.

El artículo consta de seis secciones. En primer lugar, se presenta una revisión de estudios previos sobre cultura visual digital, que permiten situar la

presente exploración en relación con las tendencias de estudio y los vacíos de conocimiento. En segundo lugar, se aportan algunos elementos sobre la cultura visual digital, a partir de la articulación entre cultura visual —principalmente en torno a la fotografía— y la cultura digital. La tercera sección del texto describe la metodología que se siguió para realizar esta exploración, la cual articuló elementos de búsqueda inversa de imágenes mediante recursos digitales, con la contextualización y el análisis de contenido cualitativo. La siguiente sección está dedicada a los resultados de la exploración, en torno a cuatro ejes: el tema, las modificaciones técnicas a la imagen, el contexto de publicación y las vías de circulación. Esto da lugar a las conclusiones sobre las lógicas de producción y remezcla de elementos en la circulación de la imagen digital, la relevancia del contexto, así como los desafíos metodológicos que implican los estudios en torno a la cultura visual digital.

## **ESTUDIOS PREVIOS SOBRE CULTURA VISUAL DIGITAL**

Con la finalidad de identificar tendencias de estudio sobre cultura visual digital, se realizó una revisión de publicaciones que presentaran resultados de investigación, o bien reflexiones sobre la visualidad y lo digital, publicadas entre los años 2010 y 2020. Para ello, se hizo una búsqueda de textos en bases de datos académicas, tales como Ebsco[1], Érudit[2], Persée[3], Redalyc[4], SAGE[5] y SciELO[6]. Los textos fueron revisados y clasificados en líneas: innovación digital y enseñanza artística, producción digital y gestión cultural, representación visual en el arte y el activismo, así como elementos visuales en la cultura digital, la fotografía digital y la alfabetización visual digital. En los siguientes párrafos se presentan los hallazgos de esta revisión.

Un primer cuerpo de estudios se enfoca en la innovación que lo digital representa en el arte y la enseñanza artística, así como las posibilidades de experimentación que se abren. Ejemplos de esto son la enseñanza colaborativa, la producción de documentales interactivos, o bien la reanimación digital de actores de cine que ya han muerto como condición post-humana de la cultura visual digital (Chung, 2015; Favero, 2014; Jacobs, 2016; Sweeny, 2013).

La segunda línea que pone el acento en la gestión del arte y las producciones digitales, en tanto elementos que vinculan apuestas artísticas, científicas, tecnológicas y económicas, donde la gestión de archivos digitales abre una serie de desafíos prácticos, en términos de operación, acceso, usuarios, relaciones institucionales, así como desarrollos tecnológicos futuros (Côté-Lapointe, 2019; Fourmentraux, 2011; Ibrus & Ojamaa, 2019).

A esto se suman las discusiones sobre el patrimonio cultural. Los medios digitales emergen como recursos útiles para la conservación del patrimonio y, a la vez, como elementos que amplían el espectro del mismo al incorporar a este producciones digitales como los videojuegos (Burkey, 2019; Eklund, Sjöblom, & Prax, 2019; Gimello-Mesplomb & Amalou, 2014; Heuberger, Leone, & Evers, 2015; Mindel, 2016; Zahar & Roberge, 2014).

La representación visual configura otra línea de trabajo, que incluye estudios sobre la producción artística digital y el artivismo digital, en relación con su dimensión política (Escobar & Aguilar, 2019; Zebracki & Luger, 2018). Otros trabajos abordan también la representación, aunque con un mayor énfasis en

la dimensión cultural, en la comunicación visual de las identidades en medios digitales (Johnson & Carneiro, 2014; Villa-Nicholas, 2019).

Otra línea de trabajo se configura en torno a las formas específicas de los elementos visuales propios de la cultura digital, tales como los memes y GIF, en relación con sus usos, significaciones e implicaciones culturales, educativas y políticas (Ballesteros Doncel, 2016; Boa Sorte, 2019; Mielczarek, 2018; Miltner & Highfield, 2017; Sanina, 2018).

La fotografía digital concentra el interés de otro cuerpo de estudios. Las interrogantes van en torno a la irrupción de lo digital y las transformaciones en la fotografía, desde la lógica de los usos y las prácticas que ponen en juego los usuarios (Hémon, 2010; Keightley & Pickering, 2014; Vivienne & Burgess, 2013; Zappavigna, 2016).

Esta creciente presencia de las imágenes digitales en la vida cotidiana, así como en las prácticas de comunicación y de aprendizaje, tiene su correlato en la necesidad de alfabetización visual que algunos investigadores sostienen. En esta línea se identificaron tanto reflexiones como registros de experiencias prácticas (Lebrun, 2015; Martel et al, 2017; Meyer, 2014; Zuiker, 2014).

En suma, la revisión de estudios previos permitió identificar líneas de estudio en torno a la innovación y la gestión de imágenes digitales, la representación visual, las lógicas específicas de la fotografía y otros elementos visuales, así como la alfabetización visual digital. Estas investigaciones enfatizan las posibilidades creativas, documentales y de aprendizaje, a partir de las características técnicas y comunicativas de la imagen digital. La presente exploración se vincula con estas líneas, pero reorienta la reflexión hacia las posibilidades de uso, reproducción y transformación, en contextos específicos.

## **ELEMENTOS TEÓRICOS PARA EL ESTUDIO DE LA CULTURA VISUAL DIGITAL**

Lo visual es un aspecto clave de la comunicación desde el principio de los tiempos. De las pinturas rupestres de Altamira a las “historias” en redes sociodigitales hay un largo trecho y una serie de transformaciones en las materialidades, las intencionalidades, el alcance y un largo etcétera. Sin embargo, hay un elemento central: la presencia de las imágenes en la vida social.

La dimensión visual es cada vez más importante en la contemporaneidad, sobre todo a partir de su expansión en la comunicación digital (Bezerra de Meneses, 2003). Hace más de dos décadas, Andrew Darley (2000) advertía cambios de lógica entre la cultura visual masiva y la cultura visual digital, a partir de la incorporación del microprocesamiento digital y la programación computacional, que alteraron los modos de producir y recibir las imágenes. Más allá de la dimensión técnica, este autor sostenía la relevancia de abordar la estética de la imagen digital, así como la experiencia de los espectadores.

La cultura visual de nuestros tiempos no puede entenderse sin la fotografía. Durante el siglo XX, la imagen ganó relevancia en la vida cotidiana de los actores sociales, sobre todo a partir de la incorporación de la fotografía como práctica común (Ferro, 2005).

La irrupción de la técnica fotográfica en 1839 y las innovaciones posteriores que de ahí se han surgido, engendraron una multiplicidad de prácticas que poco a poco

han conformado una verdadera cultura fotográfica, basada en la creación de ‘objetos’ fotográficos no restringidos a la categoría de imagen —lo cual distingue a la fotografía del resto de las creaciones icónicas—. En efecto, conforman su tejido cultural un sinfín de fotógrafos, de productores de imágenes, divulgadores, propietarios de fotografías y también de observadores así como la enorme cantidad de imágenes fotográficas. (Frizot, 2009, pág. 29)

En la fotografía se reconoce esta articulación entre elementos técnicos y socioculturales, que implican un abanico de recursos y posibilidades, necesidades de expresión de los actores sociales, que involucran valores estéticos y éticos (Bourdieu, 2003; Darley, 2000; Ferro, 2005; Frizot, 2009). De ahí que sea tan relevante, más allá de la fotografía como producto, la práctica fotográfica.

El “sentido”, en tanto que significación social sobre la fotografía en la vida cotidiana, es el resultado de un conjunto articulado de distintas prácticas. Entonces, el sentido social de la fotografía es el resultado de las prácticas mismas y no reside exclusivamente en el objeto fotográfico en sí. (Gómez Cruz & Ardèvol Piera, 2011, pág. 94)

Esto abre la puerta a la complejidad, puesto que la práctica fotográfica no se reduce a la captura de la imagen, sino que conecta otras acciones previas y posteriores, que se desarrollan en contextos específicos. De acuerdo con Edgar Gómez Cruz (2012):

Las prácticas fotográficas incluyen todas aquellas rutinas de preparación, producción, uso y socialización de las imágenes fotográficas. Así como el significado que para determinado grupo tienen, atendiendo especialmente a la forma en la que dichas prácticas se integran (y con ello dan forma también) a la vida cotidiana de las personas. (p. 72)

En el presente artículo nos enfocamos en una fase concreta de esas prácticas fotográficas, que consiste en el uso y socialización de una imagen digital, a partir de la reproducción y/o transformación de la misma, así como de su extendida circulación.

La fase de circulación se complejiza aún más en la era digital, caracterizada por la multiplicidad de plataformas y aplicaciones, la posibilidad de compartir, intervenir y alterar el sentido de la imagen, así como las transformaciones en las lógicas de producción —lo que incluye la autoría— y de consumo. En esta línea, Zahar y Roberge (2014) proponen entender la circulación en términos de los espacios en los cuales está presente la imagen, así como las transformaciones de estas lógicas a raíz de lo digital.

La fotografía digital que encontramos al realizar cualquier búsqueda por Internet es una imagen inscrita en un contexto de exhibición y uso que, en principio, es de acceso público (en el entendido que cualquier persona puede, potencialmente, ver dichas imágenes). Esto es debido a que las imágenes están indexadas, y con el uso de buscadores aparecen recombinadas, revueltas, entre muchas otras imágenes, descontextualizadas y recontextualizadas a partir del criterio de búsqueda y de las palabras claves que hayamos tecleado. Son imágenes que se despliegan ante la mirada en un espacio privado de búsqueda pero que aparecen como públicas y de libre acceso. Clicando sobre ellas aparecen en su contexto original, una página web comercial, un blog personal, un museo virtual, una exposición de arte online, etc. pero el hecho de disponer rápidamente de ellas, poderlas copiar o descargar, permite albergar esperanzas de un uso libre para el reciclaje y la remezcla, y pensar que la significación de la imagen digital responde a una cultura de Internet basada en el anonimato, la desaparición de la autoría y el compartir. (Gómez Cruz & Ardèvol Piera, 2011, pág. 95)

En otras palabras, el ciclo “normal”, que contempla la producción, circulación y consumo de la imagen fotográfica —y de cualquier imagen—, se ha alterado a partir de la incorporación de los medios digitales. En la fase de circulación es posible “reproducir” en el sentido de compartir, pero también “re-reproducir” en

el sentido de crear algo nuevo a partir de una imagen que ya existía. Esto último se volvió más fácil y común en las redes sociodigitales, pero también, hasta cierto punto, rastreable a través de recursos en línea.

## DISEÑO METODOLÓGICO

El presente trabajo aborda la imagen en tanto práctica fotográfica (Gómez Cruz, 2012). Busca experimentar empírica y metodológicamente con las condiciones y materialidades de la circulación de la imagen en la era digital. La exploración se focalizó en la fase de circulación en internet y redes sociodigitales.

Para ello se eligió una imagen que ha circulado públicamente en medios digitales durante varios años. Se trata de “Mex I can”, una imagen producida por el joven fotógrafo mexicano David Muñoz, que se viralizó después del sismo ocurrido en México el 17 de septiembre de 2017 (Gómez Lovera, 2017) y siguió circulando en las redes sociodigitales incluso varios años después.

Si bien las perspectivas metodológicas más empleadas para el abordaje de la imagen digital son la etnografía digital y los métodos digitales, en esta exploración se optó por experimentar con una lógica intermedia, basada en el rastreo en línea a través de recursos de búsqueda en reversa, así como el análisis cualitativo de contenido.

Para comenzar con el proceso de rastreo se descargó la fotografía desde el perfil del fotógrafo esto para que se lograra obtener la fotografía original en la mayor calidad posible. A continuación, se utilizaron dos herramientas digitales, Google Image Reverse Search (lo abreviamos GIRS) y TinEye, que son motores de búsqueda de imágenes en reversa.

Al hacer la búsqueda de imágenes en reversa en GIRS se obtuvieron 489 resultados, en primera vista la gran mayoría provenían de Pinterest los cuales eran la misma fotografía repetida con el texto “Mex I Can”. A través de TinEye se obtuvieron 24 resultados que, al igual que GIRS, provenían en su mayoría de resultados repetidos de Pinterest. Luego de haber eliminado las imágenes repetidas, nos quedamos con un corpus de 22 imágenes.

Una vez que se registraron los datos rastreados se hizo un análisis cualitativo de contenido (Schreier, 2014). Se tomó como muestra la selección de imágenes recuperadas con los motores de búsqueda antes mencionados. Se estableció una matriz de categorías y subcategorías en torno a cuatro ejes: el tema, las modificaciones a la imagen, el contexto de publicación y las vías de circulación.

Con los datos registrados, organizados y analizados se creó una línea de tiempo que permitió plasmar puntos clave de la circulación de la imagen y vincularlos con el contexto social, político y económico, a partir de la información que las propias publicaciones contenían. Los resultados se presentan en la siguiente sección.

## RESULTADOS

La exploración tuvo como punto de partida la fotografía “Mex I can”, de David Muñoz. Esta imagen fue producida en un contexto concreto, el del sismo del 19 de septiembre de 2017 en México. Ese día se conmemoraba el aniversario de otro sismo ocurrido en 1985. Inesperadamente, a la 1:14 de la tarde se registró

un sismo de magnitud 7.5 en las zonas centro y sur del país, causando muertes y daños materiales de gravedad. En las horas siguientes, las y los ciudadanos tomaron el control y se organizaron para apoyar las labores de rescate y atención de damnificados, principalmente a través de las redes sociodigitales.

Durante varias semanas, en las redes circuló información ciudadana sobre reportes en tiempo real y/o peticiones de ayuda; información periodística sobre el acontecimiento; opiniones sobre la participación del gobierno, la sociedad civil y los medios en torno a la tragedia; mensajes que recuperaban elementos de la tragedia en la búsqueda de hacer sentido, principalmente a través de imágenes. “Mex I can” es una de ellas (ver figura 1). El fotógrafo declaró a un medio de comunicación que tomó esa fotografía con un doble propósito, por un lado, expresar su orgullo por ser mexicano luego de ver la solidaridad de la población en torno a la tragedia y, por otro, compartirla a la gente la idea de que todavía es posible ayudar, puesto que su imagen estaba apoyando la campaña de una fundación para reconstruir viviendas de familias afectadas por el temblor: “Desde un principio quería que la fotografía mostrará un México que llegamos a dar por desapercibido pero que en realidad es importante, es por eso que escogí el Cerro de la Estrella” (Gómez Lovera, 2017).



F1

Mex I can, México, 2017. Fotografía de David Muñiz. <https://www.instagram.com/p/BZuiHNrgm8z/>

La exploración permitió observar que desde su primera publicación en Instagram hasta agosto de 2020, la fotografía ha seguido circulando en diferentes contextos, desde diferentes cuentas de usuarios en redes y asociada con diferentes temas, como puede observarse en la línea de tiempo (ver figura 2).



F2

Línea de tiempo de la circulación de “Mex I can”. Elaboración propia, Jesús Abrahm Saucedo López.

En cuanto a los temas identificados en el análisis, que se codificaron a partir de términos explícitamente mencionados en frases y/o hashtags de las publicaciones, se encuentran el orgullo mexicano / la identidad mexicana, la promoción turística, la reactivación económica en tiempos de pandemia, así como las posiciones anti-AMLO y las posiciones pro-AMLO[7], estas últimas tres en el año 2020.

Las modificaciones a la imagen se registraron en cuanto a tamaño y encuadre, colores y filtros, así como frases y tipografía. En cuanto a tamaño y encuadre, la imagen original tiene una orientación vertical que fue conservada en varias de las imágenes producidas a partir de ella, aunque en varias se hace un recorte mayor en los laterales. Hay otra modificación hecha por el propio autor de la fotografía, que volvió a publicar la imagen en orientación horizontal. Esta fue reproducida también por otros usuarios. Otras modificaciones fueron ajustar la relación de aspecto 1:1 y compartirla como foto de perfil en Twitter, o bien para convertirla en GIF.

En cuanto a los colores y filtros, en algunos casos se apreciaron modificaciones en la imagen, mediante el uso de filtros para aclarar las tonalidades de los colores, o bien para intensificar el contraste.

Las frases y la tipografía son un elemento clave. La imagen compartida originalmente por el fotógrafo en Instagram no incluye palabras y la mención de “Mex I can” tampoco se encuentra en el texto que la acompaña. Posteriormente, el mismo fotógrafo la volvió a compartir con esa frase que juega con las palabras “Mexican” —referente a la nacionalidad mexicana— y el énfasis en “I can” —referente al “yo puedo” como frase motivadora—. Hay un video que enfatiza el orgullo mexicano, donde la frase “Mex I can” es sustituida por “I’m Mexican” (Hunters, 2018), en referencia a una declaración del director mexicano Guillermo del Toro tras la ceremonia de entrega de los Golden Globes en 2018[8]. En otros casos se adiciona el nombre del usuario o del canal que comparte la imagen, lo que da lugar a abrir otras discusiones —que no son objeto de esta exploración, pero vale la pena considerar— en torno a la autoría. Finalmente, hay publicaciones donde al “Mex I can” se agrega un hashtag, tal es el caso de #consumelocal y #soymexicanoynotengopresidente.

Los contextos que se identifican explícita o implícitamente en las publicaciones son muy claros:

- 2017: El sismo del 17 de septiembre en México.
- 2018: El triunfo del director mexicano Guillermo del Toro en los Golden Globes y los Oscar, con la película *The Shape of Water*.
- 2018: Las elecciones federales (presidente, senadores y diputados federales), así como estatales y municipales, en México.
- 2019: Las fiestas patrias en septiembre.
- 2020: La pandemia de la COVID-19, la crisis económica, la oposición y/o el apoyo al presidente Andrés Manuel López Obrador.

En cuanto a las vías de circulación, la imagen “Mex I can” circuló en sitios web (el del propio fotógrafo y algunos más que se orientan al turismo y los negocios), en notas en Medium, en tuits y fotos de perfil en Twitter, en páginas en Facebook, así como en Pinterest y Giphy, por parte de distintos usuarios, que en la mayoría de los casos no dan crédito al autor de la fotografía.

## CONCLUSIONES

Esta exploración de la circulación de la imagen “Mex I can” en internet, así como su análisis en términos del tema, las modificaciones a la imagen, el contexto de publicación y las vías de circulación, aportan elementos para identificar las lógicas de producción y la remezcla de elementos en la imagen digital.

Con esta investigación damos cuenta de las posibilidades visuales que tienen las imágenes en internet, puesto que al publicar una imagen en redes sociodigitales o sitios web, estas tienen muchas posibilidades de que sean compartidas y/o intervenidas y puestas nuevamente en circulación, por diferentes usuarios.

La imagen seleccionada fue producida y se volvió viral en torno a un acontecimiento concreto, que fue el sismo de 2017 en México. La imagen siguió circulando y fue posible rastrearla mediante la búsqueda inversa. Hasta cierto punto, el sentido que quiso transmitir el fotógrafo en cuanto al orgullo mexicano se sostuvo en distintas publicaciones, pero la orientación no. Muchas de las publicaciones coinciden con acontecimientos de diferentes índoles ya sean políticos, económicos o de salud. Llama la atención que en dos publicaciones la misma idea del orgullo mexicano haya sido empleada para manifestarse a favor (“Por amor a México”) o en contra (#soymexicanooynotengopresidente) de Andrés Manuel López Obrador, presidente de México para el período 2018-2024. En otros casos, la fotografía es utilizada como imagen de perfil en Twitter, o bien compartida en Pinterest.

Como fue señalado anteriormente, en la mayoría de los casos, los usuarios que comparten y, en ocasiones, intervienen la imagen no dan crédito al autor de la fotografía, lo cual se entiende como una característica de la cultura visual digital, en términos de desaparición de la autoría (Gómez Cruz & Ardèvol Piera, 2011). Sin embargo, algunos incluso llegan a superponer el nombre de sus cuentas o canales, lo cual puede abrir otras discusiones sobre la autoría en la era digital, en tanto que no necesariamente desaparece, sino que se reconfigura, muy posiblemente en torno a estrategias de branding y posicionamiento en redes sociodigitales.

La circulación de la imagen digital abre desafíos metodológicos que apelan a la creatividad en torno a los cambios en las plataformas y aplicaciones, así como en las lógicas de las y los usuarios.

## REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

- Ballesteros Doncel, E. (2016). Circulación de memes en WhatsApp: ambivalencias del humor desde la perspectiva de género. *EMPIRIA. Revista de Metodología de Ciencias Sociales*(35), 21-45. doi:empiria.35.2016.17167
- Boa Sorte, P. (2019). Internet memes: classroom perspectives in the context of digital cultures. *Educação & Formação*, 4(12), 51-66. doi:10.25053/redufor.v4i12.1385
- Bourdieu, P. (2003). Introducción. En P. Bourdieu, *Un arte medio. Ensayo sobre los usos sociales de la fotografía* (págs. 37-48). Gustavo Gili.
- Burkey, B. (2019). Total recall: How cultural heritage communities use digital initiatives and platforms for collective remembering. *Journal of Creative Communication*, 14(3), 232-253. doi:10.1177/0973258619868045
- Chung, H. (2015). The reanimation of the digital (un)dead, or how to regenerate bodies in digital cinema. *Visual Studies*, 30(1), 54-67. doi:10.1080/1472586X.2015.996397
- Côté-Lapointe, S. (2019). Les documents audiovisuels numériques d'archives. *Documentation et Bibliothèques*, 65(3), 39-57. doi:10.7202/1064748ar
- Darley, A. (2000). *Visual digital culture. Surface play and spectacle in new media genres*. Routledge.
- Eklund, L., Sjöblom, B., & Prax, P. (2019). Lost in translation: Video games becoming cultural heritage? *Cultural Sociology*, 13(4), 444-460. doi:10.1177/1749975519852501
- Escobar, S., & Aguilar, M. (2019). Artivismo en la cultura digital. Dos casos en México: #IlustradoresconAyotzinapa y #NoEstamosTodas. *Revista Index*(8), 142-150. doi:10.26807/cav.v0i08.273
- Favero, P. (2014). Learning to look beyond the frame: reflections on the changing meaning of images in the age of digital media practices. *Visual Studies*, 29(2), 166-179. doi:10.1080/1472586X.2014.887269
- Ferro, L. (2005). Ao encontro da sociologia visual. *Sociologia: Revista da Faculdade de Letras da Universidade do Porto*, XXV, 373-398.
- Fourmentraux, J.-P. (2011). « Oeuvres frontières » de l'art numérique. *Anthropologie et Sociétés*, 35(1-2), 187-207. doi:10.7202/1006386ar
- Frizot, M. (2009). *El imaginario fotográfico*. Almadía / CONACULTA / UNAM / Fundación Televisa.
- Gimello-Mesplomb, F., & Amalou, Q. (2014). Réinvestir le passé du cinéma par le numérique : La photographie de ciné-concert. *Culture & Musées*(24), 43-61. doi:10.3406/pumus.2014.1786
- Gómez-Cruz, E. (2012). De la cultura Kodak a la imagen en red. Una etnografía sobre fotografía digital. Editorial UOC.
- Gómez Cruz, E., & Ardèvol Piera, E. (2011). Imágenes revueltas: los contextos de la fotografía digital. *QuAderns-e*, 16(1-2), 89-102.
- Gómez Lovera, M. (11 de octubre de 2017). Esta foto se ha convertido en símbolo de esperanza y orgullo tras el 19S. *Dinero en imagen*. Obtenido

- de <https://www.dineroenimagen.com/blogs/econ-101/esta-foto-se-ha-convertido-en-simbolo-de-esperanza-y-orgullo-tras-el-19s/91846>
- Hémon, J. (2010). Les réseaux sociaux et le marché de la photographie. *Cahier Louis-Lumière*(7), 18-26. doi:10.3406/cllum.2010.927
- Heuberger, R., Leone, L., & Evers, R. (2015). The challenges of reconstructing cultural heritage: An international digital collaboration. *IFLA Journal*, 41(3), 223-229. doi:10.1177/0340035215597235
- Hunters. (4 de marzo de 2018). Obtenido de I'm Mexican | Hunters [vídeo en YouTube]: [https://www.youtube.com/watch?v=Nvt4JKYHe\\_E&t=5s](https://www.youtube.com/watch?v=Nvt4JKYHe_E&t=5s)
- Ibrus, I., & Ojamaa, M. (2019). The creativity of digital (audiovisual) archives: A dialogue between media archaeology and cultural semiotics. *Theory, Culture & Society*, 37(3), 49-70. doi:10.1177/0263276419871646
- Jacobs, H. (2016). Collaborative teaching and digital visualization in an art history classroom. *VRA Bulletin*, 43(2), 1-11. Obtenido de <http://online.vraweb.org/vrab/vol43/iss2/4>
- Johnson, M., & Carneiro, L. (2014). Communicating visual identities on ethnic museum websites. *Visual Communication*, 13(3), 357-372. doi:10.1177/1470357214530066
- Keightley, E., & Pickering, M. (2014). Technologies of memory: Practices of remembering in analogue and digital photography. *New Media & Society*, 16(4), 576-593. doi:10.1177/1461444814532062
- Lebrun, M. (2015). La littératie visuelle : genèse, défense et illustration. *Revue de Recherches en Littératie Médiatique Multimodale*, 2, 1-31. doi:10.7202/1047307ar
- Martel, V., Boutin, J.-F., Lemieux, N., Beaudoin, I., Boudreau, M., Mélançon, J., . . . Nach, H. (2017). La littératie visuelle à l'université : étude sur les pratiques d'apprentissages formels et informels d'étudiants au baccalauréat. *Revue de Recherches en Littératie Médiatique Multimodale*(6), 1-45. doi:10.7202/1043756ar
- Meyer, J.-P. (2014). Pour une littéracie visuelle. *Spirale. Revue de Recherches en Éducation*(53), 133-144. doi:10.3406/spira.2014.1055
- Mielczarek, N. (2018). The dead Syrian refugee boy goes viral: funerary Aylan Kurdi memes as tools of mourning and visual reparation in remix culture. *Visual Communication*, 19(4), 506-530. doi:10.1177/1470357218797366
- Miltner, K., & Highfield, T. (2017). Never gonna GIF you up: Analyzing the cultural significance of the animated GIF. *Social Media + Society*, 3(3). doi:10.1177/2056305117725223
- Mindel, D. (2016). Approaches and considerations regarding image manipulation in digital collections. *IFLA Journal*, 42(3). doi:10.1177/0340035216659300
- Sanina, A. (2018). "Who are you kidding?": Visual political irony in contemporary Russia. *Qualitative Inquiry*, 25(4), 432-444. doi:10.1177/1077800418790292
- Schreier, M. (2014). Qualitative content analysis. En U. Flick, *The SAGE handbook of qualitative data analysis* (págs. 170-183). SAGE.
- Sweeny, R. (2013). Complex digital visual systems. *Studies in Art Education*, 54(3), 216-231.
- Villa-Nicholas, M. (2019). Latinx digital memory: Identity making in real time. *Social Media + Society*, 5(4), 1-11. doi:10.1177/2056305119862643

- Vivienne, S., & Burgess, J. (2013). The remediation of the personal photograph and the politics of self-representation in digital storytelling. *Journal of Material Culture*, 18(3), 279-298. doi:10.1177/1359183513492080
- Zahar, H., & Roberge, J. (2014). La scène comme nouvelle culture visuelle : entre effervescence urbaine, visibilité et circulation des images numériques. *Cahiers de Recherche Sociologique*(57), 115-131. doi:10.7202/1035278ar
- Zappavigna, M. (2016). Social media photography: construing subjectivity in Instagram images. *Visual Communication*, 15(3), 271-292. doi:10.1177/1470357216643220
- Zebracki, M., & Luger, J. (2018). Digital geographies of public art: New global politics. *Progress in Human Geography*, 43(5), 890-909. doi:10.1177/0309132518791734
- Zuiker, S. (2014). Visual communication in transition: designing for new media literacies and visual culture art education across activities and settings. *E-Learning and Digital Media*, 11(6), 654-666. doi:10.2304/elea.2014.11.6.654

## Notas

- [1] Disponible en <https://www.ebsco.com/>
- [2] Disponible en <https://www.erudit.org/>
- [3] Disponible en <https://www.persee.fr/>
- [4] Disponible en <https://www.redalyc.org/>
- [5] Disponible en <https://journals.sagepub.com/>
- [6] Disponible en <https://scielo.org/es/>
- [7] AMLO, Andrés Manuel López Obrador, es el presidente constitucional de México para el período 2018-2024.
- [8] El video está disponible en [https://www.youtube.com/watch?v=Nvt4JKYHe\\_E&t=5s](https://www.youtube.com/watch?v=Nvt4JKYHe_E&t=5s). La imagen mencionada es utilizada como miniatura en YouTube. La frase de Guillermo del Toro aparece en el minuto 3:06 del vídeo.