

**Paisaje a la deriva,
una mirada en la cartografía virtual**

—
Gabriela Álvarez y Ninel Valderrama

La mirada recorre las calles como páginas escritas: la ciudad dice todo lo que debes pensar, te hace repetir su discurso, y mientras crees que visitas Tamara, no haces sino registrar los nombres con los cuales se define a sí misma y a todas sus partes.

Cómo es verdaderamente la ciudad bajo esta apretada envoltura de signos, qué contiene o esconde, el hombre sale de Tamara sin haberlo sabido. Fuera se extiende la tierra vacía hasta el horizonte, se abre el cielo donde corren las nubes. En la forma que el azar y el viento dan a las nubes el hombre se empeña en reconocer figuras: un velero, una mano, un elefante...

— ITALO CALVINO, *Las ciudades invisibles*

En 1998 la película *Enemigo público* (*Enemy of the State*) del director Tony Scott, protagonizada por Will Smith y Gene Hackman, mostró un impresionante panorama en el que los ciudadanos eran vigilados, por las entonces, novedosas capacidades de los satélites del Departamento de Defensa de los Estados Unidos. A través de complicadas operaciones y sofisticados dispositivos, el gobierno instalaba en los objetos cotidianos (ropa, zapatos, reloj e incluso en una pluma) del protagonista, Will Smith, una serie de localizadores GPS, los cuales le permitían ubicar su posición en todo momento. En el *thriller* los protagonistas luchan incesantemente contra la invisible fuerza del Estado que en todo momento los vigila. Si bien, en su momento resultaba exagerado y un espectáculo de ciencia ficción, como es de esperar, la realidad supera la imaginación. En la actualidad permitimos una mirada permanente sobre nosotros por medio del dispositivo GPS de nuestro teléfono, uno de los objetos más cotidianos de nuestra realidad.

Después del estreno de la película *Enemigo público*, en escasos años ha habido una abrumadora creación de tecnología enfocada en la localización e identificación de lugares en el globo terráqueo. En este ensayo se buscará plantear la idea de un nuevo paisaje virtual, compuesto colectivamente a través de las diversas plataformas de las redes sociales; es decir, la construcción de un paisaje global, con una estética estandarizada, pero aún más importante, ubicado geográficamente por medio de Sistemas de Información Geográfica (SIG)¹ y el Sistema de Posicionamiento Global (GPS).² Sin embargo, no se desdeñará otra parte del proceso de identificación de la sobreinformación del sistema. Por ello, también se buscará comprender algunos usos de esta tecnología de la geoposición, sobre todo los de carácter “tergiversado”, pues su influencia ha mermado en diversos

ámbitos de la vida cotidiana y del arte contemporáneo, modificando la forma de ver y representar al mundo.

EL PAISAJE EN LA ERA DE FOTOGRAFÍA 2.0

Históricamente el paisaje se registraba en expresiones artísticas como la pintura, la gráfica o en imágenes como la fotografía aérea y los mapas. La idea de la ventana que abre la vista a la ciudad surge de la teoría del arte renacentista, el cuadro como una ventana hacia un mundo virtual que se conecta con el mundo representado. Hasta la fecha, esa mirada desde la ventana es el modo más directo y consistente para generar conocimiento de ciudad y paisaje. Aunque las estructuras de representación han cambiado y la ventana se ha transformado en la pantalla de la computadora, de los *smartphones* u otros dispositivos móviles como el iPad.³

A través de la imagen y el imaginario de los paisajes urbanos se estimulan los medios de identificación territorial, generando relaciones sensibles entre los habitantes y su entorno. “Disposiciones mentales, costumbres sociales, ideas filosóficas, educación estética, hasta ideologías políticas determinan el paisaje, pero siempre su apariencia visual funge como medio de reflexión”.⁴ Se construye un paisaje que no es exclusivamente visual, también un paisaje sonoro, táctil, olfativo, vívido y empático gracias a la experiencia sujeto-espacio y evocado a través de la memoria y los recuerdos.

Para mí las fotografías de paisajes deben ser habitables, y no visitables. Este deseo de habitación, si lo observo a fondo en mí mismo, no es ni onírico (no sueño con un

1. Un Sistema de Información Geográfica (GIS, acrónimo en inglés de *Geographic Information System*) es una plataforma para capturar, almacenar, manipular, analizar y desplegar información geográficamente referenciada (latitud, longitud y altitud).

2. El Sistema de Posicionamiento Global (GPS) es un sistema que permite determinar la posición de un objeto a través de un sistema de navegación por satélite, creado por el Departamento de Defensa de los Estados Unidos, desarrollado desde 1978 y puesto en operación total desde 1995.

3. Peter Krieger, *Transformaciones del paisaje urbano en México. Representación y registro visual*. México, INBA, 2012, p. 35.

4. *Ibid.*, p. 37.

lugar extravagante) ni empírico (no intento comprar una casa a partir de las vistas de un prospecto de agencia inmobiliaria); es fantasmático, deriva de una especie de videncia que parece impulsarme hacia delante, hacia un tiempo utópico, o volverme hacia atrás, no sé a donde de mí mismo [...] Ante esos paisajes predilectos, todo sucede como si yo estuviese seguro de haber estado en ellos o de tener que ir.⁵

Las capacidades del medio fotográfico en conjunto con el desarrollo de una geografía humana y cultural,⁶ que le da importancia a la percepción y su papel decisivo en la formación de imágenes del medio real, permiten generar la idea de una plataforma virtual en la que el territorio y su representación se convierte en un centro de identificación personal y un punto de vinculación emocional. De esta forma, la expresión de nuestro entorno y cotidianidad en las redes sociales es una manera de desarrollar la identidad del territorio que habitamos, una forma de ver, percibir y habitar la ciudad.

Esta nueva concepción de paisaje ligada al cambio de la fotografía análoga a la digital, sugiere un original universo de imágenes, en las que las fotografías digitales van acompañadas desde su creación de información exacta sobre el dispositivo, ajustes, hora y lugar en que se han realizado. Cuando se realiza una fotografía conectado

5. Roland Barthes, *La cámara lúcida. Nota sobre la fotografía*. Barcelona, Paidós, 2009, p. 74.

6. Desde 1961 David Lowenthal abrió el camino para la posterior exploración de las geografías personales por parte de la corriente geográfica de la *behavioral geography*. Al considerar que la percepción humana desarrolla un papel decisivo en el proceso de formación de imágenes del medio real (lo que acabará re-percutiendo sobre las bases del comportamiento individual y grupal), se da un paso hacia delante importantísimo, que dará lugar a multitud de líneas de investigación, también en el ámbito francófono, están los trabajos de Frémont [1976] y de Bailly [1977] y en el español e italiano con Horacio Capel [1989]. A partir de 1970, la geografía humanística resalta de nuevo el papel del sujeto como centro de la construcción geográfica, pero ahora yendo más allá de la pura percepción. (Cf. Joan Nogué, "Paisaje y comunicación: el resurgir de las geografías emocionales", en Toni Luna e Isabel Valverde, comps., *Teoría y paisaje, reflexiones desde miradas interdisciplinarias*. Barcelona, Observatorio del Paisaje de Cataluña/Universidad Pompeu Fabra, 2010, p. 30).

al Wi-Fi o a una red 3G, el dispositivo registra las coordenadas del lugar en que se ha hecho, conocido con el nombre de *geoetiqueta*. Esto quiere decir que la imagen guarda en un metadato la latitud, longitud y altitud de la fotografía a través del dispositivo GPS.

En la actualidad, el imaginario de la ciudad se consolida en las redes sociales a través de plataformas de bases de datos *georreferenciadas*, en las que los mapas virtuales se cargan velozmente de información, texto, imágenes, localizaciones e incluso el estatus actual del tráfico de automóviles. Esta construcción visual es sustentada en la tecnología y responde a una cultura urbana de lo móvil, dinámico y las capacidades de los diversos dispositivos tecnológicos de la vida cotidiana. Las *geoetiquetas* se han convertido en uno de los emblemas que inundan la estética de las plataformas. Los indicadores, en forma de gota o tachuela, que se utilizan en diversos programas han marcado un modo de identificar lugares, hitos y ciudades.

EL ERROR Y EL DETOUR

No obstante, queremos destacar en este ensayo que por esta sujeción que presenta la extrema geolocalización del paisaje virtual contemporáneo, el error y el *detour* se convierten en prácticas trascendentales en el empleo de programas cartográficos digitales como el Google Earth, una base de datos georreferenciada (*sig*) que se nutre de la colaboración de diversos usuarios.

Ante el Google Earth, a diferencia de los recorridos físicos, planeados y programas debido a las limitantes de transporte u otros factores, tenemos una posibilidad casi infinita de transitar por nuestros propios intereses. De ahí que las supuestas equivocaciones de usuarios son esenciales para reconfigurar la idea de la cartografía y la utilización de las redes sociales en ellas. Resulta más interesante

una localización mal colocada porque esto habla de la intervención de la red social y abre las posibilidades a derivas nada contempladas. Por ejemplo, en una búsqueda de un edificio icónico de Hong Kong como es el Museo de Arte, ocurre una deriva cuando un usuario pone, por medio de la red social del Google Earth Community que ahí es el Hong Kong Fruit-Stop Restaurant, e invita por medio de fotos en Flickr a degustar los platillos deliciosos. En lugar de estar viendo obras de arte, un usuario puede optar por tomar este desvío y terminar cenando comida fusión. Por lo tanto, el mapa desplegado en la pantalla de la computadora se convierte en un álbum de imágenes de una travesía imaginaria, donde las rutas convencionales desaparecen para dar lugar a dislocaciones que rompen, muchas veces sin aspirarlo, la idea original de la pesquisa.

Esta noción de travesía fantástica, por lo menos, en tiempo también ocurre dentro del programa de Google Maps. En las indicaciones para llegar algún destino de dicho software, te ofrecen la posibilidad de escoger entre ir a pie, en autobús o en automóvil. Se descubren las rutas ilusorias que te sugieren cuando es más conveniente, por ejemplo, andar cinco kilómetros en 20 minutos.

Otro ejemplo lo encontramos en el proyecto Map del artista holandés Aram Bartholl, quien busca cuestionar el concepto de la geolocalización y los marcadores rojos de Google Maps diseñados para mostrar la ubicación de los lugares en su plataforma. Transferido al espacio físico, el marcador busca generar una reflexión sobre la relación de la información digital y su relación con el espacio público real. Poniendo de manifiesto la relación en la percepción de la ciudad a través de los servicios de localización de las diversas interfaces virtuales.⁷

Aquí da cabida el concepto definido por Guy Debord en 1959 como el *detour* o *détournement*, en su potencialidad para reorganizar elementos artísticos previos en un nuevo arreglo.⁸ El mapa carto-

gráfico con las malas posiciones y las fotografías de aquellos sitios que suben los usuarios, reconfigura la imagen de mundo virtual y la convierte en un amplio panorama de espacios paralelos mucho más atrayentes, en los cuales, el usuario puede optar entre continuar por un recorrido sin interrupciones o internarse entre las invitaciones de varios usuarios.

LA CONSTITUCIÓN DEL NUEVO PAISAJE: LOS HITOS VIRTUALES

Otra cuestión a analizar, respecto a la geolocalización, es la forma en que ha cambiado nuestro entorno respecto a la relación del paisaje virtual y el concepto de identidad territorial. La vinculación paisaje-identidad ha estimulado su empleo como medio de publicidad turística aprovechando la capacidad comunicativa implícita en el propio paisaje. El *branding* territorial (*landscape branding*) representa en la actualidad la tendencia a la comercialización del paisaje: lugares, ciudades, destinos. La urbe ha entrado en la lógica de la industria del consumo cultural, de esta forma, se ofrece una imagen depurada y concentrada del tema de cada ciudad. Las imágenes publicitarias establecen expectativas para la experiencia turística, las urbes más importantes del mundo se han convertido en paisajes mediatizados a través de fotografías de hitos icónicos que inundan las redes sociales. “El paisaje real, para adquirir más relevancia, deber ser mediatizado; debe pasar por el poderoso filtro de la imagen, a ser posible estereotipada (y, aún mejor, arquetípica), a pesar de los riesgos de saturación y contaminación icónica inherentes a este proceso”.⁹

Un ejemplo de la mediatización de las ciudades ocurre en espacios como las “Guías Turísticas” que conforman parte del Google Earth. Dichos itinerarios son promovidos por otras redes sociales

7. Aram Bartholl, *Map* instalación pública 2006-2013, reproducción en madera pintada del signo de ubicación de Google Maps de seis metros de altura instalado en plazas públicas. Cf. <datenform.de/map.html>. [Consulta: 12 de octubre de 2013].

8. Guy Debord y J. Wolman, “Realzado de ambientes urbanos por medio de la deriva”, en *Les Lèvres Nues*, núm. 9. Bruselas, Allia, 1956.

9. J. Nogué, “Paisaje y comunicación...”, en *op. cit.*, p. 36.

como Panoramio.¹⁰ Según la propia definición de los creadores, el objetivo de este software de imágenes es aprender más del mapa-mundi con las fotografías que los usuarios han tomado. En sí, Panoramio constituye una capa (*overlay*) del Google Earth, complementando de cierta forma, la imagen satelital que ofrece el mapa virtual. Las fotos que son seleccionadas para colocarse en esta capa tienen que cumplir algunos requisitos: como ser de exteriores y tener un primer plano de edificios u objetos, de ahí, que se localicen geográficamente en la cartografía del Google Earth. Dichos elementos se coordinan con una barra en la parte inferior de la pantalla que dice “Guía Turística”, donde se reseñan los principales monumentos históricos: iglesias, museos, parques, monumentos del lugar en cuestión.

Sin embargo, lo interesante aquí son las desviaciones de la propuesta original del Panoramio: ¿qué sucede con los lugares mal ubicados? Si uno considera que una foto está erróneamente localizada, el programa ofrece la posibilidad de informar a su autor para que sea reubicada, esto no garantiza que dicho cambio se haga efectivo, ni por el autor de la fotografía, ni por los creadores de Panoramio. Por ello, existen miles de fotografías de lugares que no corresponden a la realidad. Por ejemplo, si uno decide hacer una incursión por Venezuela, uno de los tópicos de la arquitectura moderna que definió al país en los años cincuenta es el Centro Simón Bolívar. El régimen de Marcos Pérez Jiménez encomendó a Leo Matiz a fotografiar parte de la creación de la urbe moderna que estaba configurando la ciudad de Caracas. Una de las fotografías más emblemáticas es el estudio de ojo de pez en contrapicada de una de las torres del Centro Simón Bolívar. Esta imagen fue y continúa siendo muy difundida en los medios sudamericanos, razón por la cual muy probablemente, uno de los usuarios del Google Earth y Panoramio quiso imitar la imagen de Matiz. Sin objetar, la calidad

de la reproducción, lo relevante aquí, es que su *geoposición* está tan alejada de las Torres del Silencio que provoca, sin buscarlo, una transformación del hito fotográfico y su referencia geográfica.

Por ello, expresamos que el Google Earth, sin proponérselo, expone una “Guía Turística”, utilizando los propios términos del programa, mucho más original de sitios equivocados. El usuario de Google Earth puede empezar a crear e imaginar hitos fotográficos puesto que existen imágenes en Panoramio muy bien logradas y que incluso recrean otras imágenes que han sido consideradas como icónicas pero a partir de equivocaciones, falsedades y malversaciones.

Encontrar estas equivocaciones o errores que se producen en estas plataformas también permiten una nueva forma de categorizar las imágenes. En la red existen “colecciones” formadas a base de las contribuciones voluntarias de los internautas que persiguen un determinado tipo de imágenes. Por ejemplo, hay distintos grupos que se dedican a rastrear en Google Earth instantáneas que capten el momento preciso del paso de un avión. Si Google Earth se nutre de la información gráfica de los satélites que están constantemente fotografiando la superficie terrestre, es presumible encontrar este tipo de imágenes. El encontrar estos “momentos decisivos” se convierte en un descubrimiento digno de presumir.¹¹

De igual manera, la crítica a la explotación de la imagen turística publicitaria se ha trasladado a diferentes proyectos artísticos como la propuesta de la Ciudad Genérica del arquitecto Rem Koolhaas. En la ciudad contemporánea, la identidad de las ciudades se encuentra aprisionada y se resiste a la expansión, la interpretación, la renovación y la contradicción.

La identidad se convierte en algo así como un faro:
fijo, excesivamente determinado sólo puede cambiar
su posición o la pauta que emite a costa de desestabilizar

10. Panoramio es una red social enfocada a exhibir fotografías de lugares o paisajes que los usuarios suben y georeferencian. Fue creada en 2005 por un grupo de estudiantes españoles. Los usuarios deben estar registrados para exhibir las imágenes. La particularidad de esta red es su sincronización con Google Earth, ya que la mayoría de las imágenes están direccionadas para que la experiencia en este mapa virtual sea más completo.

11. Joan Foncuberta, “Apuntes Introductorios”, en Clément Chéroux *et al.*, *From Here On. A partir de ahora la postfotografía en la era de internet y la telefonía móvil*. Barcelona, Arts Santa Monica, 2013. Cf. “Planes in flight hobby”, en *Google Earth Blog. The Amazing things about Google Earth*, <www.earthblog.com/blog/archives/2007/02/planes_in_flight_hob.html>. [Consulta: 12 de octubre de 2013].

la navegación (sólo París puede hacerse más parisiense: ya está en vías de convertirse en híper-parís, una consumada caricatura. Hay excepciones: Londres –cuya única identidad es la falta de una identidad clara– perpetuamente se vuelve incluso menos Londres, más abierto, menos estático).¹²

Otra tergiversación de la *geoposición* es la obra de la artista suiza Corinne Vionnet es también una diatriba a la fotografía turística de los sitios más emblemáticos del mundo. Vionnet toma de páginas de internet fotos de sitios turísticos que han sido fotografiados una y otra vez exactamente igual, las encuentra por medio de las etiquetas que acompañan el archivo. La superposición de estas imágenes muestra resultados extraños, casi pictóricos, que muestran parajes muy familiares convertidos en estereotipos.¹³

De esta manera, podemos considerar cómo la deriva toma un nuevo significado, cargada de imágenes visuales, se torna como una oportunidad de seguir reflexionando sobre las formas en las que transitamos a lo largo del globo virtual. Tomando en cuenta los viajes digitales de la programación y los usuarios de las redes que materializan mundos distintos de los reales, pero que con tales equivocaciones abren el panorama a diferentes espacios antes no imaginados, en donde en el error radica la posibilidad.

DEL VIAJE IMAGINARIO A LA DERIVA VIRTUAL

Debemos de tener en cuenta que a lo largo de su historia, los mapas han mantenido un estatus de objetividad del espacio representado.

12. Rem Koolhaas, *La ciudad genérica*. Barcelona, Gustavo Gili, 1997, p. 8.

13. Cf. Corinne Vionnet, *Photo Opportunities*, www.corinnevionnet.com/site/1-photo-opportunities.html. [Consulta: 2 de octubre de 2013].

La imagen tradicional de la cartografía ha estado más relacionada con las proyecciones científicas que con la creatividad artística.

A mediados del siglo XVIII inició la práctica de las expediciones científicas europeas enviadas a diversos lugares del mundo. Como resultado de estos viajes, comenzó una producción paralela a la cartografía, que daba cuenta de los descubrimientos en un formato de álbum de imágenes y descripciones.¹⁴ El género de las travesías fue muy fructífero en el siglo XIX, no obstante, queremos destacar un particular grupo de complicaciones de viajeros, cuya singularidad consiste en que dicho viaje que relatan y dibujan, nunca aconteció.

Así, el libro del viaje científico e imaginario podía cumplir la ansiedad de conocer mundos nuevos sin que el espectador se moviera de su casa por una modesta suma de dinero. En este sentido, el propósito de estas obras era suministrar un recorrido coherente y planeado de los lugares excéntricos para el ojo europeo. Sin embargo, como todo este material fue inventado, se prestaba a un sinfín de errores, generalizaciones, exageraciones y confusiones. Por estas razones, sucedía un proceso totalmente opuesto, más que resultar una guía de viaje, se acabó formulando como una manera singular de perderse en el espacio “exótico” americano con respecto a los referentes europeos necesarios, pero tampoco localizando correctamente los hitos pertenecientes al nuevo continente. En otras palabras, este tipo de travesías inventadas, sin pretenderlo, provocaban extrañarse por los sitios propuestos en relación a los otros y también a uno mismo, y de este modo, encontrarse con nuevas situaciones, personajes extraños, paisajes y vivencias sintiendo diferentes emociones al recrear un recorrido por lugares conocidos por otros viajeros.

A pesar de resultarnos un poco ajena esta afición, el ímpetu de tener imágenes de otros lugares en un formato de viaje ficticio si-

14. Entre otros autores estaban las obras: *Voyage Towards the South Pole and Around the World* de James Cook editado entre 1770 y 1772; *Journal du voyage fait par ordre du Roi à l'équateur*, París, 1751, de Charles-Marie de la Condamine; *Atlas du voyage de La Pérouse* de Jean-François de Galaup, capitán de la Perouse de 1797 y *Vistas de las cordilleras y monumentos de los pueblos indígenas de América* de Alejandro von Humboldt editado entre 1810 y 1813, etcétera. Sobre los autores de viajes imaginarios podemos destacar a Alcide D'Orbigny, *Voyage pittoresque deux Amériques y D'Urberville* en su recorrido por todo el mundo de 1836 y 1838.

gue presente y abre la posibilidad a que un software contemporáneo ofrezca esta misma satisfacción. En su vasta mayoría, el uso del Google Earth invita a esta misma panorámica, en lugar de ser un instrumento de navegación, también lo es de itinerarios fantásticos por el globo terráqueo y el espacio exterior. Sin embargo, aquí queremos destacar ciertas particularidades que la alejan de un mapa digital tradicional, y es ahí donde la interface del usuario tiene cabida.

Los elementos del empleo del Google Earth provocan que las derivas sean parte del tipo de búsqueda en la cartografía, puesto que el *zoom in* del programa es tan rápido que parece ineludible esta característica. Generalmente, los usuarios para encontrar un lugar o calle en específico, no recurren a Google Earth, sino a su contraparte, Google Maps, puesto que éste sí opera como un mapa tradicional. En cambio, estas derivas virtuales, herederas de los conceptos situacionistas de Debord, permiten navegar y andar en la psicogeografía en una red social como Google Earth encontrándose y, muchas veces perdiéndose, con situaciones propuestas por los demás usuarios.¹⁵

Por medio de la agencia del usuario que tiene en las redes sociales se genera una plataforma global en donde las fotografías forman parte de una psicogeografía virtual. A esto debe sumarse todas las demás publicaciones en redes sociales que se realizan con un dispositivo con un sistema de GPS integrado. Las fotografías se acompañan de comentarios escritos en Facebook, de los 140 caracteres de Twitter, de música y videos compartidos de plataformas como Youtube o Soundcloud, visitas en Foursquare acompañadas de reseñas y comentarios realizados por otros visitantes, en el caso de restaurantes evocando comidas, olores y sabores. Cada una de las redes sociales y nuestra actividad en ellas configuran un nutrido paisaje e itinerario que se relaciona entre las diferentes plataformas. Es decir una fotografía de Instagram (*geoetiquetada*) se puede

15. Guy Debord, "Teoría de la deriva", en *Revista Anthropos*, 2010, p. 197.

publicar en Facebook, Twitter o incluso añadir a una localización de Foursquare; las publicaciones se interrelacionan entre redes, en ocasiones, indiferentemente. Sin ser conscientes de ello las redes sociales se han convertido en el espacio que nos permite crear una cartografía interactiva, dinámica y multisensorial:

Lo que en otros tiempos los artistas buscaban en la naturaleza, deambulando por las ciudades, ojeando revistas o hurgando en las cajas de cartón de los estantes, hoy lo hallan en las redes. Internet es una nueva fuente de lo vernáculo, un pozo sin fondo de ideas y de maravillas.¹⁶

Con cada una de las acciones que realizamos en las diversas redes sociales creamos una suerte de psicogeografía, virtual e individual. Son mapas que registran las variaciones de la percepción al recorrer el ambiente urbano, el comprender las pulsiones que la ciudad provoca en los afectos de las personas. En las redes sociales dibujamos mapas en los que marcamos los lugares que nos gusta frecuentar, ilustramos con fotografías los detalles o ambientes que han llamado nuestra atención, resaltando las zonas de atracción en la ciudad. La ciudad pasa por el examen de la experiencia subjetiva, y confronta los afectos y las pasiones que surgen cuando se frecuentan ciertos lugares prestando atención a las propias pulsiones,¹⁷ una cartografía estrechamente relacionada a las pulsiones y los recuerdos.

Para Joan Fontcuberta la posibilidad de la fotografía contemporánea, digital e inmersa en redes, es el acto de prescripción, del giro duchampiano, el acto intelectual de los valores que pueda contener o acoger esa imagen. Una segunda mirada que pone de manifiesto valores que pasarían desapercibidos de otra manera. Así, cada una las interacciones en las redes sociales se convierten en una

16. C. Chéroux, "El oro del tiempo", en *op. cit.*, p. 102.

17. Francesco Careri, *Walkscapes, Land & Scape Series*. Barcelona, Gustavo Gili, 2007, p. 104.

suerte de *objet-trouvé* de los surrealistas, en un nuevo contexto es transformada y recreada.

A partir de lo individual construimos un nuevo imaginario del territorio basado en las capacidades de la tecnología actual. Nuestra participación cotidiana en las redes sociales crea un tipo de deriva virtual en donde “Lo racional y lo irracional, lo consciente y lo inconsciente han hallado en la palabra *dérive* un territorio de encuentro. El errabundeó construido crea nuevos territorios para explorarse, nuevos espacios para habitar, nuevas rutas para recorrer”.¹⁸ De manera inconsciente vamos registrando nuestros actos y creando un nuevo territorio para explorar y habitar. Nuestras relaciones sociales se permean de esta noción e, incluso, la forma de socialización parte de mapas para saber nuestra localización y el compartir mapas para saber que tan conveniente es recurrir a la otra persona o seguir tratando de trazar nuestras rutas fuera de su alcance.

La curiosidad del hombre del siglo XVIII y XIX sobre las exóticas tierras lejanas y la producción de álbumes de imágenes, cartografías y descripciones, se traduce en la actualidad con las posibilidades de la fotografía 2.0 y las redes sociales en una cartografía global e interactiva con ilimitadas posibilidades de travesías. Los lugares lejanos y desconocidos se recorren en un sencillo *zoom* en la pantalla de computadoras u otros dispositivos móviles. A pesar de la sensación de la conectividad y de conocimiento, al igual que en el pasado, esta sobre explotación del paisaje virtual a veces conduce a una realidad incomprensible cargada de interpretaciones y errores que construyen un panorama imaginario, en ocasiones, completamente alejado de la realidad.

18. *Ibid.*, p. 106.