

Perfiles anhelados. Correspondencia de lenguajes y estéticas entre el Cementerio Museo San Pedro y la red social Facebook*

Eloisa Lamilla Guerrero**

Fundación Erigaie, Colombia

DOI: <http://dx.doi.org/10.7440/antipoda26.2016.05>

Artículo recibido: 31 de marzo de 2016; aceptado: 08 de junio de 2016; modificado: 15 de julio de 2016

Resumen: El presente artículo busca analizar desde la observación etnográfica del Cementerio Museo San Pedro de Medellín (Colombia) la tendencia reciente de organizar, ornar y presentar las lápidas de los difuntos de manera similar a la estructura y estética características de la red social Facebook. Esta correspondencia entre el lenguaje virtual y el ritual rebasa la mera casualidad, por lo que se propone una lectura comparativa de estos dos universos de representación para el encuentro y la comunicación. Ambos son espacios rebosantes de color, fotografías, imágenes, relatos y numerosos mensajes que develan la incesante búsqueda de los sujetos por perpetuar su presencia, por contar sus vidas y muertes, por eternizar sus expresiones de afecto, amor y devoción, por continuar sus relaciones sociales a pesar de la distancia física o virtual que los separa de seres queridos y conocidos. Son espacios distintos, pero con orígenes e intencionalidades comunes y en los cuales vale más parecer que ser.

Actualmente, los “muros” tanto del cementerio como de Facebook hacen las veces de escenarios comunicativos en los que se comparten, de manera pública y sin pudores, detalles íntimos: se anuncian relaciones familiares, se exhiben fotografías en fondos paradisiacos, se dejan mensajes y se actualizan perfiles, todo ello con la férrea necesidad de alcanzar la tan anhelada trascendencia.

Palabras clave: Tecnologías de la Información y la Comunicación (TIC), redes sociales, etnografía (Thesaurus); cementerio, ritualidad funeraria (palabras clave del autor).

* Este artículo es resultado de los proyectos “Formulación del Guión Curatorial del Cementerio Museo San Pedro de Medellín” y “Plan Museológico del Cementerio Museo San Pedro de Medellín”, financiados por la Gobernación de Antioquia, la Fundación Erigaie y la Fundación para la Conservación y Restauración del Patrimonio Cultural Colombiano del Banco de la República.

** Magister en Antropología Social, Universidad de los Andes. Investigadora Fundación Erigaie, Colombia. Entre sus últimas publicaciones están: “Memoria del conflicto y la guerra en el Cementerio Central de Neiva (Huila): entre lo heroico y lo silenciado”. En *Colombia. Violencia, memoria y sociedad: debates y agendas en la Colombia actual*, editado por Alejandro Castillejo y Freddy Leonardo Reyes Albarracín, 295-312. Bogotá: Ediciones USTA, 2013. “El Cementerio Central de Neiva (Huila): escenario de activación, reinterpretación y disputa de múltiples memorias”. *Universitas Humanistica* 72: 189-210, 2011. ✉elolamg@gmail.com

Desired profiles. Languages and aesthetic correspondence between the San Pedro Cemetery Museum and Facebook social network

Abstract: This article aims to analyze, through ethnographic observation of the Cemetery San Pedro in Medellín (Colombia), the recent trend of tombstones decoration in confluence with the proposal of structure and aesthetics of the social network Facebook. This correlation between the virtual language of Facebook and the ritual language of the tombs, is much more complex than a mere coincidence so we propose a thorough comparative reading of these two universes of representation for the meeting and communication, is needed to provide a better understanding of the two phenomena. Both are plethoric spaces that reveal the relentless pursuit of the subject to perpetuate their presence, to tell about their lives and deaths, to eternalize their expressions of affection, love and devotion, and to continue their social relationships despite physical or virtual distance, as scenarios with common origins and intentions, where appearing is more important than being. Currently, the “walls” of both the Cemetery and Facebook, serve as communicational sceneries that share publicly and shamelessly intimate details; where family relationships are announced; idyllic havens are displayed as photographic backgrounds; messages are left and profiles with the strong necessity to achieve the long-awaited update transcendence.

Keywords: Information and communication technology (ICT), social networks, ethnography (Thesaurus); cemetery, funeral ritualism (author’s keywords).

116

Perfis anelados. Correspondência de linguagens e estéticas entre o Cemitério San Pedro e a rede social Facebook

Resumo: este artigo busca analisar, desde a observação etnográfica do Cemitério Museu San Pedro, de Medellín (Colômbia), a tendência recente de organizar, decorar e apresentar as lápidas dos defuntos de maneira semelhante à estrutura e à estética características da rede social Facebook. Essa correspondência entre a linguagem virtual e o ritual transcende a mera casualidade, razão pela qual se propõe uma leitura comparativa desses dois universos de representação para o encontro e a comunicação. Ambos são espaços transbordantes de cor, fotografias, imagens, relatos e numerosas mensagens que revelam a incessante busca dos sujeitos por perpetuarem sua presença, por contarem suas vidas e mortes, por eternizarem suas expressões de afeto, amor e devoção, por continuarem suas relações sociais apesar da distância física ou virtual que os separa de seres queridos e conhecidos. São espaços diferentes, mas com origens e intencionalidades comuns e nos quais vale mais parecer do que ser. Atualmente, os “murais” tanto do cemitério quanto do Facebook desempenham a função de cenários comunicativos nos quais se compartilham, de maneira pública e sem pudores, detalhes íntimos; anunciam-se relações familiares; exibem-se fotografias com fundos paradisíacos; deixam-se mensagens e atualizam-se perfis; tudo com a férrea necessidade de atingir a tão anelada transcendência.

Palavras-chave: tecnologias da informação e da comunicação (TIC), redes sociais, etnografia (Thesaurus); cemitério, rituais funerários (palavras-chave do autor).

*La muerte no es una simple destrucción, sino una transición
que prepara el renacimiento, a medida que se consume.*

Robert Hertz (1990, 45)

Desde que murió Edgar¹ hace más de un año, Doña Myriam conserva siempre una maleta bajo su brazo. A simple vista se ve abultada y pesada, al indagar por ella me cuenta que es un neceser gigante donde guarda y transporta fósforos, tijeras, papel, silicona, fotos, estampitas y hasta flores de plástico que necesita cada vez que decide emprender un arreglo o dejarse llevar por su imaginación para decorar la tumba de su hijo. No hay lugar ni momento en que no cargue su bolso, pues cuando tiene tiempo libre va al Cementerio San Pedro —ubicado en Medellín, Colombia— y le gusta tener todo a la mano.

Por ser el mes de octubre, Myriam está colgando sobre la lápida de mármol beige telarañas de color naranja con murciélagos y arañas de plástico. Además de los arreglos asociados a la fiesta de brujas, sobre la lápida se encuentra un *collage* permanente, a modo de álbum fotográfico, de imágenes que immortalizan algunos momentos significativos de la vida de Edgar: cuando era niño y sonreía sin los dientes de adelante o rodeado de sus compañeros luego de un partido de fútbol; cuando era adolescente con sus diferentes estilos —pelo corto, con trenzas, con gorra—; cuando era un poco mayor y escuchaba música con su grabadora al hombro, bailando, con expresiones de alegría o posando frente a grafitis. En el recuadro central hay una imagen de mayor tamaño que muestra su rostro en primer plano, su madre recuerda que así le gustaba llevar el pelo antes de morir, largo y crespo.

La característica principal de todas sus fotos es la amplia y desbordada sonrisa que en la mayoría muestra Edgar y concuerda con la descripción de su madre, quien asegura que su hijo era un joven alegre y radiante que contagiaba de felicidad a quienes lo rodeaban. El mensaje inscrito en la placa de metal que acompaña las imágenes refuerza ese recuerdo: *Gracias alma mía. Ser maravilloso que vivirás entre nosotros a través de tus lindos recuerdos. Hoy recordamos con gratitud y amor tu buen humor en situaciones difíciles, fuiste el mejor hijo, sobrino, primo y amigo.* Además de su nombre completo y las fechas de nacimiento y partida en letras vino tinto, se encuentra la inscripción de su firma en la parte inferior de una jardinera con claveles, girasoles y una rosa roja. Sobre el costado opuesto aparece tallado el logo de una calavera sonriendo al estilo *Jack Skellington*², rodeado por la frase *Muertos de risa*, insignia creada por Edgar quien incursionó en el diseño y estampado de camisetas.

Pero su madre no es la única que dedica sus horas al cuidado y embellecimiento de la bóveda ubicada en el sector Los Dolores³, pues los vecinos del barrio se toman su tiempo para visitarlo y ataviar la tumba de su amigo con calcomanías de la Selección Colombiana de fútbol y del equipo Independiente Medellín o con cartas hechas

1 Los nombres de las personas fueron modificados para mantener la privacidad y anonimato de sus historias.

2 Personaje animado que representa un muerto o espíritu viviente en una de las películas más reconocidas del director Tim Burton, *El extraño mundo de Jack* (1993).

3 Una de las zonas de enterramiento más bulliciosa, colorida, transitada y saturada del Cementerio San Pedro.

a mano, entre otros detalles. Hace poco pegaron un ícono gestual muy conocido y usado que se conoce como el botón *Me Gusta*, propio de la popular red social Facebook, puesto con el clásico pulgar hacia arriba. El adhesivo que también se observa en otras lápidas de esta misma galería y mantiene identificados y adscritos a los difuntos a esa comunidad virtual de potente significado social entre los jóvenes, nació con el objetivo de transmitir empatía o agrado hacia alguien sin tener que usar palabras. De modo que visitar e interactuar con los muertos es una práctica similar a lo que ocurre en las redes sociales, cuyos escenarios se disponen para crear *perfiles anhelados* que dinamicen sus visitas.

Las lápidas, así cubiertas de cantidad de flores y símbolos que combinan figuras religiosas con otras que podríamos llamar ‘profanas’, aunque no dejen ver el nombre inscrito en ellas, no hacen a los muertos seres anónimos, por el contrario, expresan que esa persona muerta aún es parte de una familia, de un equipo deportivo o de una universidad, por ejemplo. Es decir, que aún pertenece a un grupo particular de personas que lo identifican y reconocen como tal (Blair 2004, 135).

Enfoque metodológico entre lo virtual y lo real

Desde el 2013 hasta el 2015 participé en una investigación en el Cementerio Museo San Pedro, la cual me permitió caminar entre los pasillos y recintos de la muerte y familiarizarme con los difuntos, sus historias, deudos y la materialidad de sus tumbas. Durante dicho tiempo presencié, registre y analicé mediante una aproximación cualitativa, el uso de una nueva estética funeraria en las bóvedas de alquiler donde a diario salen y entran nuevos inquilinos. Estas lápidas se caracterizan porque tienen los rostros impresos de los difuntos y elaborados fotomontajes, que advierten sobre la implementación de tecnologías más sofisticadas que la mano de un artesano para la elaboración de las tumbas, así como también el desarrollo de nuevos contenidos y tendencias estéticas en el campo funerario que provienen de las redes sociales, concretamente de la más conocida y popular de los últimos tiempos: Facebook (Figura 1).

Sin embargo, al pensar en un espacio ritual como el Cementerio Museo San Pedro y querer equiparlo con la red social Facebook, pareciera surgir un problema conceptual de diferencias abismales y sin puentes o enlaces aparentes. No obstante, la presente propuesta busca cuestionar dicha dicotomía que subyace entre lo real y lo virtual, para plantear que entre ambas nociones existe una intersección más compleja que la de un simple antagonismo (Aguilar y Said 2010, 198), al igual que ocurre con los conceptos de vida y muerte (Ariés 1999; Eliade 1955; Thomas 1983).

Lo virtual, en un sentido estricto, tiene poca afinidad con lo falso, lo ilusorio o lo imaginario. Lo virtual no es, en modo alguno, lo opuesto a lo real, sino una forma de ser fecunda y potente que favorece los procesos de creación, abre horizontes, cava pozos llenos de sentido, bajo la superficialidad de la presencia física inmediata (Lévy 1999, 8).

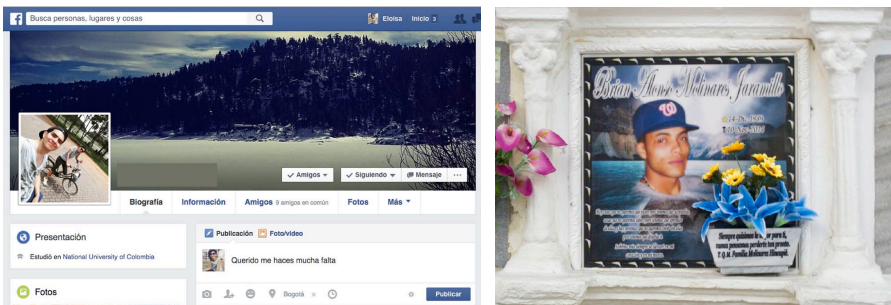
Para ello, se implementaron estrategias metodológicas etnográficas y biográficas tanto en el Cementerio San Pedro como en el sitio web Facebook que permitieron establecer registros sistemáticos sobre las rutinas, testimonios y experiencias de los

usuarios en ambos contextos (Mayz 2009). Durante dos años se llevaron a cabo de manera intermitente una serie de actividades que hacían parte del proyecto investigativo macro⁴ en el cementerio y que sirvieron adicionalmente como *corpus interpretativo* para la investigación que soporta este artículo. Fue vital la revisión de fuentes primarias como las actas de defunción y los contratos de arrendamiento de las bóvedas, así mismo de literatura secundaria como prensa y estudios históricos y antropológicos sobre el cementerio.

Posteriormente, se desarrollaron talleres con los visitantes y los trabajadores de servicios del área administrativa y académica para trazar un circuito estético y simbólico que tuviera algún vínculo o referencia a las Tecnologías de la Información y la Comunicación (TIC), ya fuera en su producción o diseño, en contraposición con las representaciones clásicas de la muerte⁵. Además, se efectuaron recorridos y entrevistas a los deudos, así como un reconocimiento detallado de análisis iconográfico de las lápidas que fue organizado en una matriz de documentación y el cual hace parte de los productos metodológicos pensados para mejorar la capacidad de registro, búsqueda y archivo de la colección funeraria que custodia el Cementerio Museo San Pedro.

Finalizado este proceso se inició el trabajo de campo en la red social Facebook mediante el método del participante como observador (Valles 1999), en el cual la propia inmersión del investigador como usuario sumado al desarrollo de encuestas y conversaciones por chat con ocho usuarios que navegan a diario en la plataforma, permitió la descripción de la interfaz gráfica de usuario que presenta la red en cuanto al diseño, las aplicaciones y las modificaciones producidas durante diez meses. Adicionalmente, la recolección de información y la posterior interpretación comparativa de todos estos fenómenos de interacción virtual asociados a los usos, experiencias y efectos entre los miembros de esta red, se produjo mediante la apuesta metodológica de llevar los principios de la etnografía al campo de los estudios de las TIC, nombrada por Hine (2000) como etnografía virtual. Una perspectiva que considera al internet un artefacto cultural en el que tanto investigadores como sujetos de estudio expanden sus variables espaciales y temporales, al hacer de la interconexión simultánea el pilar de dicho encuentro.

Figura 1. Estética funeraria del Cementerio Museo San Pedro y estética del perfil de Facebook



Fuente: La autora.

- 4 Proyecto para la elaboración del Plan Museológico y Museográfico del Cementerio Museo San Pedro.
- 5 Aquellas que utilizaban como referente estético exclusivamente las culturas egipcias, griegas, romanas y posteriormente elementos asociados a la religión católica.

Las reflexiones que se plantean a continuación esperan ampliar la discusión y las temáticas susceptibles de análisis entre la disciplina antropológica y los estudios de las TIC, así como también entre los estudios sobre muerte/ritualidad y comunicación/cultura, puesto que —en términos de Barbero— “las invenciones tecnológicas en el campo de la comunicación hallan en [la cultura] su *forma*: el sentido que va a tener su *mediación*, la mutación de la materialidad técnica en potencialidad socialmente comunicativa” (1998, 190). Con lo cual, contrario a lo que podría suponerse, la participación en el mundo de lo virtual no necesariamente estaría significando un distanciamiento de la realidad, sino una nueva manera de concebirla, capturarla y hasta modificarla, que permite ingeniosos sistemas de representación y el estímulo de una comunicación sin límites.

Publico luego existo

Para comenzar, se propone una mirada comparativa entre los contextos históricos y sociales que explican el surgimiento del Cementerio Museo San Pedro y de Facebook, como universos de significación y reflejo del tipo de sociedad en el que se inscriben, con sus transformaciones, imaginarios y proyecciones.

El origen y construcción tanto del Cementerio Museo San Pedro como de la red Facebook obedeció a la intención de un visionario capaz de promover un lugar —físico o virtual— en el que fuera posible prolongar la comunicación y encuentro con otros, al romper las barreras que la muerte o la distancia podrían imponer. Reflexión sobre la que más adelante se espera ahondar. Siguiendo con el contexto, la oferta y uso de sus servicios fue en primera instancia exclusivo y restringido para un grupo de élite con alto poder económico y político, aunque guardadas las proporciones históricas y espaciales. A su vez, tanto el escenario ritual como el virtual fueron constituidos como cualquier otra empresa, que recibió aportes de inversionistas y nombró a un director y a una junta entre sus fundadores.

El Cementerio Museo San Pedro, erigido en 1842 y nombrado en primera instancia San Vicente de Paúl, fue un recinto funerario de carácter privado imaginado por el señor Pedro Uribe Restrepo para albergar a los miembros de las familias prominentes de la sociedad antioqueña, por lo que se conoció durante años como el *cementerio de los ricos* (Lamilla, Ferro y Cohen 2015). Por su parte, el sitio web creado en 2004 por Mark Zuckerberg y conocido inicialmente como *The Facebook* tuvo un acceso limitado para estudiantes de Harvard y luego extendido hacia otros universitarios de campus prestigiosos en los Estados Unidos, su alcance fue en primera estancia la educación superior y posteriormente las preparatorias norteamericanas (Kirkpatrick 2011, 33).

Con el paso del tiempo, ambas empresas decidieron transformar su razón social para expandir su cobertura hacia otros grupos poblacionales, aunque por razones completamente opuestas. En el caso del cementerio, debido a su declive por el abandono de la burguesía, quienes fueran sus principales beneficiarios y financiadores, sumado a la creciente demanda de los sectores populares como consecuencia de la intensificación del conflicto urbano en Medellín, que hizo de los jóvenes de los estratos marginales los principales residentes y visitantes asiduos del

lugar de la muerte (Blair 2004; Riaño 2006). De modo que el momento de mayor crecimiento para la empresa funeraria fue resultado de uno de los episodios más sangrientos de Medellín, he aquí la gran paradoja.

Inversamente, la evolución e innovación constante del proyecto virtual y su éxito rotundo entre los universitarios y alumnos de bachillerato estadounidenses estimuló la apertura a una escala mayor de la red social Facebook, que tenía como grupo objetivo inicial el público juvenil. Un fenómeno viral del que aún hoy se discierne sobre sus impactos globales en el campo de las telecomunicaciones y en la vida diaria de millones de personas. *El efecto Facebook*, tal como lo narra el periodista David Kirkpatrick en el prólogo de su libro, tuvo una inestimable promoción y notoriedad en Latinoamérica a raíz de la marcha contra las FARC⁶ en 2008, por sorprendente que parezca. La cual fue convocada y organizada a través de un grupo creado en Facebook, que obtuvo una asistencia multitudinaria y una gran atención mediática en diferentes ciudades y regiones del país, así como en otras latitudes del mundo, donde se acentuó el surgimiento y éxito de esta iniciativa en su origen virtual⁷. Una vez más, el crecimiento empresarial estuvo asociado de manera indirecta a hechos del conflicto nacional.

Con el viraje del Cementerio Museo San Pedro surgieron nuevas improntas y expresiones funerarias, que retrataban las experiencias cotidianas y sagradas de miles de devotos anónimos, principalmente jóvenes, para dar testimonios del recuerdo, el dolor, la tragedia, el amor, la resignación y la solidaridad. Con el paso del tiempo, el cementerio se fue afianzando como escenario para vivir y expresarse, para hacerse visible y encontrarse de múltiples maneras. De tal modo que se configuró como una extensión de la ciudad de los vivos que venció la frontera entre lo privado, lo público y lo sagrado: allí se llora y se bebe, se llevan a cabo recorridos culturales, se encuentran parejas, se reza con fervor y se descansa recostado sobre las tumbas como en un parque. Un paisaje funerario conmovedor y dramático en el cual se enuncia la vida tanto como la muerte.

La zona de las galerías en especial es donde más emana la vida, pues es el área mayor frecuentada en tanto los difuntos yacen en sus pequeñas residencias con lápidas que hacen las veces de pantallas, profusamente ataviadas de dinámicas y seductoras imágenes, objetos religiosos, flores y cintas de colores, cartas, estampitas, corazones y fotografías con rostros por doquier expuestos a modo de perfiles sociales; en montajes imaginados por los deudos y visitantes y diseñados con ayuda de los nuevos artesanos de la muerte, que utilizan los medios de reproducción digital como el *plotter* de corte para la inscripción de las lápidas (Figura 2). Técnica que se logra al fijar una plantilla de estos perfiles y paraísos anhelados en la superficie de mármol para luego revelarla con ácido muriático y pintura (Acosta *et al.* 2015, 119).

6 Organización guerrillera, involucrada durante más de cincuenta años en el conflicto armado colombiano.

7 “La marcha del 4 de febrero contra las Farc nació como un foro en Internet y ya está en 163 ciudades. Sus organizadores son seis jóvenes que oscilan entre los 22 y los 34 años que no se imaginaron que su idea se iba a convertir en una movilización sin antecedentes en el país”. Tomado el 15 de marzo de 2016 de: <http://www.eltiempo.com/archivo/documento/CMS-3941050>

Una reinención de las técnicas de grabado que transforma a su vez las prácticas de cuidado de la tumba y las relaciones mismas con el difunto, en cuanto la lápida no se concibe ya como algo definitivo e inalterable y por ello *lapidario*, sino como un vehículo y vínculo que introduce la posibilidad de mantener viva la comunicación en otro plano; ello, al profesar la creencia que si bien el cuerpo se desvanece el alma permanece, lo que vuelve la lápida evidencia de este acontecimiento (Figura 2). De modo que “en esta dualidad entre cuerpo y alma, la tumba adquiere un importante valor como mediador simbólico de esta tensión” (Arboleda e Hinestrosa 2006, 179).

Figura 2. Conversando con los difuntos del Cementerio Museo San Pedro



Fuente: La autora.

Por su parte, Facebook se creó como un servicio de red social basado en el deseo siempre permanente de poner en contacto a las personas y adicionalmente ofrecer un acceso inmediato a la información al brindar la posibilidad de compartirla de forma gratuita e ilimitada.

Es una plataforma para que las personas obtengan más de sus vidas; es un nuevo medio de comunicación, exactamente igual como lo fueron en su momento la mensajería instantánea, el correo electrónico, el teléfono y el telégrafo (Kirkpatrick 2011, 27).

El sitio web pone a disposición y en contacto con otros usuarios un panorama infinito de utilidades como noticias, experiencias, imágenes, amigos, grupos, causas, eventos o problemas en común. Sin embargo, la novedad de esta herramienta radica en la posibilidad que ningún otro medio tecnológico había ofrecido antes y es de darle la autoridad y potestad al individuo, sin importar su idioma, raza o religión, de convertirse en creador, editor, productor y distribuidor de contenidos al mismo tiempo y con gran facilidad. Una invención que revolucionó el espectro y

aplicación de la tecnología y que provocó efectos inusitados en las relaciones interpersonales y sociales. Por ello, la mayor amenaza que encuentran sus detractores es que

la comunicación cara-a-cara sea inevitablemente sustituida, empero, el creador de la red social Zuckerberg y sus colegas aseguran que su objetivo siempre ha sido ayudar y potenciar las relaciones con las personas alrededor y que hacen parte del mundo real (Kirkpatrick 2011, 22).

Por su parte, el Cementerio Museo San Pedro recuperó el sentido conferido a la misma palabra durante la Edad Media, según lo explica Ariès, *cimiterium* no solo es el lugar de enterramiento sino plaza pública, como *fórum* o foco que reproduce en su interior la vida social de los ciudadanos (1999, 60). Bajo este principio y a pesar de las críticas, muchos afirman que la red social Facebook es una experiencia cultural que ha revolucionado la manera como la gente se comunica y se relaciona, porque origina nuevas e insospechadas formas de interacción: “las redes virtuales cambian los modos de ver y leer, las formas de reunirse, de hablar y de escribir, de amar y saberse amados a distancia” (García Canclini 2007, 78).

En la actualidad, la organización y manejo tanto del espacio funerario como del espacio virtual se conciben bajo el argumento de ser esferas dinámicas, múltiples y que se transforman constantemente para responder a las necesidades y demandas de sus visitantes. Son canales eficaces para el encuentro, la comunicación y la manifestación colectiva, en los cuales los usuarios hallan un escenario mediador y de interacción. Son también universos de representación donde la intimidad se expone públicamente y sin pudores, pues allí se consignan los registros o datos biográficos acompañados por los más profundos sentimientos y expresiones de afecto y amistad; se anuncian relaciones familiares, se comparten fotos y se actualizan perfiles. Toda la información personal y los mensajes se *cuelgan* —se ponen— de forma consciente y con la plena intención de que sean observados, leídos y compartidos por un público más amplio al estrictamente familiar y cercano. En suma, son novedosos medios para la comunicación que inspiran insospechadas formas de establecer contacto.

Un perfil vale más que mil palabras

*Recordar es, cada vez más,
no tanto recordar una historia sino ser capaz de evocar una imagen.
Las narraciones pueden hacernos comprender.
Las fotografías hacen algo más: nos obsesionan.*
Sontag (2003, 104)

Cientos de nombres y rostros dispuestos alrededor; ventanas que se abren de par en par y colman las pantallas con incontables fechas, apellidos y mensajes; un libro de rostros en el cual niños, adolescentes y adultos aparecen fotografiados, algunos con expresiones de vida y felicidad, otros con semblante serio, de contemplación o plenitud, muchos acompañados y los demás solitarios. Allí están, enmarcados en paisajes en los que se exalta la vista idílica de mares, campos, montañas, parques y, a veces, estadios de fútbol. Se encuentran colores, mosaicos e imágenes por doquier de símbolos milenarios y recientes; alegorías populares y religiosas; figuras tridimensionales, animadas y tiernas; escudos, fotos, signos y gráficos asociados a los equipos de fútbol; oficios, devociones y otras aficiones. Así como abundantes frases, fragmentos de canciones y poemas, oraciones, anuncios y mensajes en cadena. Todos aquellos ele-

mentos recrean ingeniosas composiciones que saturan los sentidos y tienen la facultad de evocar recuerdos, biografías y hasta estados de ánimo. La anterior escena descrita puede asociarse tanto a los muros de las galerías del Cementerio Museo San Pedro como también a los muros virtuales de la red social Facebook.

La tendencia a crear *perfiles anhelados* se ha impuesto en vivos y muertos y sus restricciones de visita son cada vez menores, puesto que ambos escenarios ofrecen la posibilidad de sumergirse por horas en perfiles en que los rostros son el mayor atractivo tanto para amigos, familiares y hasta desconocidos.

¿Por qué la fotografía, principalmente la foto personal, ha cobrado tanto valor en la sociedad moderna? Desde la década de los ochenta ya Barthes anunciaba que la fotografía tenía la cualidad de congelar el instante, preservar la pose, eternizar el tiempo y, con ello, mantener vivo y eterno lo fotografiado: “la fotografía además, empezó históricamente como arte de la persona: de su identidad, de su propiedad civil, de lo que podríamos llamar en todos los sentidos de la expresión, de la reserva del cuerpo” (1989, 124). Lo que explica que la fotografía personal sea protagonista en la mayoría de documentos oficiales que verifican la legitimidad identitaria del sujeto portador: tarjeta de identidad o cédula de ciudadanía, licencia de conducir, carnés estudiantiles y laborales, pasaporte, entre otros.

124 ■ El uso de la imagen fotográfica se extendió incluso a los espacios de la muerte debido a su poder para capturar esa esencia o aura de los objetos y las personas, la *imagen real* estampada para siempre, como ninguna otra técnica lo podía hacer, en una lámina que podía tener un uso portátil (Sontag 2003). La fotografía tiene algo que ver con la resurrección, alude Barthes (1989, 129), pues inmortaliza la presencia de la cosa viviente que aunque haya dejado de existir en el presente, ha sido en el pasado, de modo que su asociación nunca es metafórica sino testimonial. “La fotografía no rememora el pasado, no es la restitución de lo abolido, sino el testimonio de que lo que veo ha sido” (Barthes 1989, 128).

Si bien en muchos cementerios es posible encontrar sobre las lápidas y tumbas una pequeña foto del difunto que sirve de recordatorio y soporte simbólico para los dolientes, la omnipresencia y saturación de fotografías en el Cementerio Museo San Pedro no se reduce a sutiles portarretratos con el rostro del fallecido, sino a una publicación de gigantografías y mosaicos complejos, recargados y meticulosamente organizados. “Se trata de salvar del naufragio algunas cosas que expresen una individualidad incorruptible y en particular el rostro, secreto de la personalidad” (Ariès 1999, 219).

Por su parte, con la aparición y masificación de las TIC la imagen se convirtió asimismo en estandarte de difusión. Ahora bien, el concepto de virtualidad asociado con las TIC indica inmaterialidad más que irrealidad, es decir, aquello que está presente pero que es intangible, que no es posible tocar. Otras distinciones se refieren también a una realidad que está potencialmente presente, una realidad existente pero cambiante (Lèvy 1998). Como ejemplo de ello es la aparición de las plataformas sociales virtuales como MySpace, Hi-5, LinkedIn, Orkut, Facebook, entre otras, que se conciben como “comunidades de individuos que por medio de redes web están conectados a través de amigos, relaciones de trabajo, valores, ideas, entre muchos otros temas de interés” (Calvo y Rojas 2009, 68). La noción de virtualidad termina abarcando campos como el de la interacción simultánea y

la expansión de límites geográficos, lingüísticos y culturales; con ello, la imagen fotográfica se alza en el mundo virtual, al igual que en el real, como una *emanación del referente* (Barthes 1989).

Volviendo a las necrópolis podemos afirmar que a lo largo de la historia han sido definidas como escenarios que prolongan la existencia más allá de la muerte, pues es allí donde descansan o reposan eternamente los muertos (Thomas 1983). Los deudos que los visitan declaran que los difuntos no desaparecen, la muerte física no implica necesariamente la desaparición del ser sino una transfiguración que le permite ingresar a otra dimensión. Similar a lo que ocurre con el mundo de las redes virtuales, en el cual las personas no se ven pero existen en un sentido *metafísico*, lo que no les impide comunicarse y compartir, ser y permanecer de otras maneras mediante una recomposición del sujeto (Aguilar y Said 2010, 202). En Facebook se recuerda con frecuencia que es vital ser tu yo real, conservar tu *identidad real* (Kirkpatrick 2011, 23), no obstante, la construcción de un perfil virtual es un retrato mejorado de sí mismo, que se renueva según las intenciones particulares del usuario. Ambos escenarios a pesar de las diferencias en su materialidad: mármol/pantalla, ofrecen de igual manera extender la existencia con el fin de habitar, interactuar y trascender en espacios que sobrepasan las barreras físicas y culturales para, de cierta forma, volver a los individuos seres etéreos y perenes.

Sin embargo, en ambos existen excepciones a la regla: si un muerto no tiene quien lo visite, le decore su lápida y le haga ofrendas se confirma su rotunda desaparición social, puesto que la muerte sería el olvido (Arboleda e Hinesrosa 2006). Por su parte, la persona que no se haya *dado de alta* en Facebook, según la acepción usada para referirse a registrar una cuenta en esta plataforma, no existe —o mejor— está muerto para los usuarios de la red social más grande a nivel mundial, al igual que ocurre con los que no se mantienen activos.

Un día me quedé quince días sin venir, cuando vine ya no tenía flores. Más lloré, más triste, más nostalgia me dio, desde ese día le dije: sabe qué Carlos nunca más. Todos los domingos vengo a traerle flores, mientras esté aquí en este plano vendré todos los domingos a traerle flores y si tengo algo que hacer el domingo que no pueda venir, entonces las traigo los sábados (Fragmento de entrevista a una madre visitante del Cementerio Museo San Pedro, 18 de julio de 2014).

Uy no, no podría decirle cuántas veces entro a mi cuenta de Facebook, al día serán unas veinte o veinticinco por darle una cifra. Yo ya no llevo la cuenta... al principio eran dos o tres máximo, ahora ni sé cuándo estoy por fuera (Fragmento de un chat con un usuario de Facebook, 27 de mayo de 2014).

Subvertir las diferencias y estar actualizado

Se podría pensar que los dos sistemas de representación, cementerio y Facebook, cada uno a su manera, trascienden las fronteras entre lo ritual y lo virtual, ello los convierte en escenarios reales y sugestivos para la comunicación plena. En la medida en que los muros de ambos escenarios hacen las veces de pantallas con secciones específicas para la información y contenido de lo que se quiere dejar evidencia, se descubre una sincronía de lenguaje, estructuras e hipertextos en los que se exponen fotografías y se comparten detalles de la vida de las personas, lo que transforma a

estos espacios en tecnologías que despliegan siempre cosas nuevas para ver y consumir, por ende generan un alto grado de interés y fascinación (Tabla 1).

Tabla 1. Esquema comparativo entre el espacio virtual y el ritual

Cementerio Museo San Pedro	Red Social Facebook	Usos
Lápida-muro	Muro-perfil	Fomato pantalla para crear el contenido del que se quiere dejar evidencia
Foto difunto	Foto portada	Retratos o selfies de los usuarios, generalmente retocados
Imagen de fondo	Portada	Fotografías de paisajes o panorámicas de viajes o lugares de ensueño
Información personal	Biografía	Datos básicos del usuario: nombres completos, apodos, fechas
Epitafio	Estado ¿Qué estás pensando?	Frases breves y expresivas. Mensajes testimoniales
Mensajes y oraciones	Notificaciones de mensajes	Escritos de parientes y amigos que reiteran el afecto y la proximidad
Familiares y amigos	Amigos	Información sobre las relaciones sociales y familiares
Aniversarios y conmemoraciones	Celebraciones y eventos	Recordatorios y homenajes en las fechas especiales
Imágenes y ofrendas (flores, iconografía popular y religiosa)	Emoticones, imágenes y memes	Registro visual de las visitas
Mensajes en cadena, avisos	Mensajes en cadena, avisos	Reproducción de escritos de todo tipo que insisten en la obligatoriedad de su difusión
Otros	Otros	Canciones, plegarias, invitaciones, otras notificaciones

Fuente: la autora.

Tanto en la lápida-muro como en el muro virtual el elemento más visible y predominante es la fotografía del usuario, la cual se caracteriza por un retrato del rostro o de medio cuerpo en primer plano. En esta área denominada el *perfil* de Facebook priman también las *selfies* o autorretratos, el nuevo fenómeno de voyerismo global.

Un rasgo notorio en el cementerio es que las imágenes expuestas no transmiten en sí mismas sentimientos negativos como dolor, tristeza o sufrimiento, por el contrario los perfiles exhiben rostros alegres, amorosos, serenos y hasta complacidos. El interés de dicha práctica parece más evocar los momentos de felicidad que se experimentaron a lo largo de la vida —al igual que ocurre en Facebook— para estimular un diálogo alegre con el difunto, que pretende regocijar y no acongojar al doliente o visitante.

De igual modo se escogen retratos que muestran a la persona desarrollando alguna actividad cotidiana, que comprende desde el trabajo hasta la fiesta, siendo una imaginaria de la memoria que aspira a la inmortalidad (Lamilla, Ferro y Cohen 2015). La mayoría de veces la pose del individuo se direcciona hacia la cámara directamente, es decir, se crea la sensación de que el observador de la imagen está siendo a su vez observado. Sería entonces lo que se designa como una presencia en guardia, que está en acecho y vigilancia de sí misma al tiempo que acecha al otro, suspendido en la intimidad de ese otro que lo mira desde un afuera indeterminado (Nancy 2006, 75).

En ocasiones en el perfil de Facebook se publican fotografías del usuario con algún amigo o familiar, que reafirma ese vínculo de afecto mutuo. Por su parte, en los perfiles del cementerio se suele acompañar a los difuntos con personajes de la iconografía religiosa católica como Jesucristo, la Virgen del Carmen, el Arcángel San Miguel, la Virgen María Auxiliadora, el Sagrado Corazón, entre otras representaciones divinas, quienes posan junto a los muertos con una gran familiaridad y camaradería. Allí parecieran estar conversando o abrazándose e incluso los santos les abren las puertas del cielo, mientras que en otras fotografías se muestra un mayor nivel de confianza e intimidad en tanto el fallecido aparece cargado en brazos por estas entidades, lo que revalida esa asociación de que se está entre amigos.

En la aplicación virtual el perfil es recurrentemente actualizado y ello responde a intenciones claras de advertir algún suceso destacable en la vida del usuario, por ejemplo viajes, logros u otras noticias que merezcan llamar la atención. Por su parte y aunque parece más complejo en el cementerio, el trabajo de campo reveló que es también posible presenciar renovaciones totales de las lápidas, aunque son más frecuentes los pequeños cambios de objetos y escritos que no estén fijados a ellas.

Durante más de un año, la gigantografía del perfil funerario de un joven de 26 años era renovada cada tanto por su madre y amigos, quienes al visitarlo aprovechaban para cambiar el look del difunto y rendirle un homenaje a su oficio. Tony era asistente en una empresa de diseño e impresión gráfica, por lo que ingeniaron una forma de invocar su presencia actualizando cada tres meses su tumba mediante el uso sobre la lápida de hojas de vinilo autoadhesivo, plastificado y cortado a medida (Fragmento del diario de campo del día 24 de marzo de 2015).

Hecho inspirador que podría invitar a otros a imitarlo y que coincide con lo que ocurre constantemente en Facebook. Perfil sobre el cual se establece, como también sucede con otras lápidas, una notoria relación de contacto y cercanía. Los deudos acarician a sus fallecidos, consienten sus rostros y les dan besos a sus imágenes, golpean la lápida y los nombran en voz alta como invitándolos a salir, como llamando su atención para decirles que ahí están enfrente suyo, que han ido a verlos. La tumba y la pantalla son pues un medio para lograr la tan anhelada comunicación, un recurso que posibilita el diálogo y la interacción, una herramienta capaz de propiciar el encuentro inmediato.

Otro componente que sobresale en el muro de Facebook, justo detrás del perfil, es una imagen que se ubica de fondo y que se conoce como foto de *portada*. En ella por lo general se reproducen fotografías de paisajes y panorámicas. En el caso específico del cementerio se recrean también escenas del cielo, con infinidad de

nubes y ángeles y otras de un verdor sobresaliente con las delimitaciones de una cancha de fútbol, alegorías que en ambos escenarios se asocian con esos paraísos anhelados de evocaciones a viajes realizados y lugares de ensueño. “Lo importante, en estas imágenes de la ‘nostalgia del paraíso’, es que siempre dicen más de lo que podría decir con las palabras el sujeto que las ha experimentado” (Eliade 1955, 17).

Otro elemento destacado es la enunciación de los nombres y apellidos completos y muchas veces de los sobrenombres o apodos con los que son o eran conocidos los individuos. Adicionalmente, se encuentran las fechas de nacimiento y, para el caso del cementerio, las de fallecimiento. Esta área es conocida en Facebook como la *biografía* y puede variar de información según cada usuario. Algunos, por ejemplo, muestran en la red virtual un listado de sus hobbies y de los libros, canciones, películas y otros entretenimientos favoritos, mientras que en las lápidas se plasman los oficios, aficiones y devociones de los difuntos por medio de símbolos y estampitas. Las insignias más populares en ambos escenarios son los escudos, colores y referentes deportivos, principalmente de fútbol. Sumado a otro arsenal de signos que llenan de expresividad los espacios y permiten las más variadas interpretaciones sin tener que usar palabras: caritas con diferentes expresiones conocidas en Facebook como emoticones y gestos de aprobación conocidos como *me gusta*, entre muchos más símbolos de uso masivo.

128 ■ De otro lado, puesto que los vínculos familiares y sociales siguen teniendo una fuerte impronta y significado cultural, es posible encontrar un listado —más breve en el caso del cementerio y uno más extenso en el de Facebook— con los nombres y las referencias de parentesco y amistad de las personas en sus lápidas y perfiles. De igual manera, los recordatorios de celebraciones como cumpleaños, días de la madre o el padre, visitas de los amigos, festividades religiosas y otros acontecimientos anuales de carácter individual o colectivo son también anunciados en los *muros* de ambos escenarios de manera visiblemente colorida y reiterada.

Sin duda, el uso más llamativo y conmovedor en estos escenarios es la posibilidad de escribir mensajes o *notificaciones* que refuerzan el vínculo y el diálogo social, dejados por amigos, familiares y allegados en las lápidas del cementerio o en los perfiles de Facebook que pueden o no ser leídos y correspondidos, pero que siguen evocando la potencia comunicativa de la palabra para contrarrestar el silencio, que es sinónimo de abandono y olvido.

Existe a su vez un campo para las declaraciones personales, conocido como el *estado* en Facebook y es utilizado por el usuario para expresar lo que está pensando, que equivaldría a los epitafios escritos en primera persona y que encarnan la *voz* del difunto. La característica principal es la de plasmar anuncios breves y expresivos con un gran despliegue de creatividad: textos de agradecimiento, motivación, opinión, reflexiones propias o copiadas de poemas, canciones o escritores célebres; textos que en ambos escenarios son a veces escritos en tercera persona y tienen la clara intención de ser testimoniales. Son meditaciones o enseñanzas para que otros las tomen en cuenta, aunque muchos obedecen a mensajes estándares con pequeñas modificaciones. Algunos están escritos en otros idiomas y con errores de ortografía o de digitación, que aunque en la virtualidad tienen la posibilidad de ser editados es común que perduren con equivocaciones como una muestra irrefutable de su

reproducción instantánea. Textos que paralelamente prolongan ese resplandor de inspiración sublime y eternidad efímera que se van ocultando con el paso del tiempo y con la llegada de nuevos mensajes.

Queremos que los muertos reparen en nosotros, queremos que sepan que seguimos leyéndolos, porque ellos siguen hablándonos. Cuando nos hallamos al lado de sus tumbas, sus palabras nos envuelven. La persona ya no existe, pero las palabras y pensamientos permanecen (Nooteboom 2009, 24).

Figura 3. *Me gusta* en el Cementerio Museo San Pedro y en Facebook



Fuente: La autora.

Las tumbas del Cementerio Museo San Pedro y los perfiles de Facebook son entonces tecnologías que cumplen la finalidad de mediar la prolongación y comunicación. Lugares comunes para entrar en contacto con el ausente, escenarios comunicativos que se potencian a través de la visita, pero a los que también se puede entrar y no dejar rastro o registro de ello. Sistemas de representación que prolongan el intercambio simbólico con otros mundos metafísicos, en los cuales transitan con fluidez lenguajes y estéticas de fuerte referencia iconográfica y recursos mediáticos. Así como tecnologías aplicadas para crear relatos, integrados a manera de mosaicos, bricolaje o fotomontajes, historias en movimiento y de realismo amplificado. “Narrativas del aquí y el más allá, expresadas en imaginarios de idílicos paraísos entre la vida que fue y la que se sueña, una vez se pasa el umbral” (Lamilla, Ferro y Cohen 2015, 130). Espacios que tienen la intención de dejar huella y evocación de nuestro paso por el mundo, pero a su vez a los que se acude para perpetuar el encuentro y los sentimientos.

Reflexiones complementarias

Las fronteras entre las prácticas, expresiones y divergencias del mundo real y el mundo virtual son cada vez más difusas e ilusorias y no pueden ser reducidas a la simple oposición. La adaptación de nuevas tecnologías para las comunicaciones responden a las necesidades e inquietudes diarias de proporcionar y reinventar los espacios sociales y así potenciar su eficacia como lugares para el encuentro, intercambio y consumo simbólico de experiencias, manifestación de los afectos y desahogo del acontecer diario, sea alimentado por sentimientos de alegría, desasosiego o tristeza. El éxito en el uso y transformación de espacios comunicativos, como el Cementerio Museo San Pedro y la red social Facebook, no es resultado de la proyección de un único individuo sino de la capacidad colectiva para conquistar y configurar la convergencia o flujo de

contenidos entre espacios paralelos y lograr apropiarse de ellos masivamente. Puesto que, como lo señala García Canclini: “Los textos y las imágenes van existiendo a medida que el lector o el espectador los usan y reinterpretan” (2007, 73).

Empero, no es fortuito que el escenario en el cual se recrea con tanta efervescencia dicha confluencia entre lo ritual y lo virtual sea el Cementerio Museo San Pedro de la ciudad de Medellín, un cementerio que ha dado sepultura a innumerables jóvenes muchos de ellos muertos por causas violentas, accidentes fatales o víctimas de violencia generada por la guerra, el fútbol, las drogas o la intolerancia urbana. Una ciudad donde los habitantes han naturalizado la presencia de la muerte y han aprendido a vivir con ella, al punto en el que la muerte es el rostro conocido del padre, el *parcero*⁸, el hermano, el hijo, el tío o el sobrino.

Visitar el cementerio se concebiría como una práctica similar o equivalente a visitar el Facebook, espacios experienciales propios para el contacto y comunicación, puesto que allí se encuentran sin falta los seres queridos y amigos con los que se restablecen los vínculos afectivos a partir de una relación que pareciera unidireccional pero que es locuaz y recíproca. Realidad social que ha influenciado directamente estas nuevas formas de representar la muerte y en las cuales el culto a la apariencia —a su vez— ha cobrado gran importancia y significado entre los deudos y sus difuntos, que además se incrementa con la entrada de los medios tecnológicos.

El Cementerio Museo San Pedro es el retrato-reflejo de las actitudes, hábitos, valores, imaginarios y creencias que distinguen y han configurado una sociedad a lo largo del tiempo. En el presente, es un espacio colmado por semblantes retocados en *Photoshop*, con fotografías idealizadas que recuerdan el célebre proverbio popular “no hay muerto malo”, aplicable también para Facebook: “ni perfil engañoso”. Así, son lugares en los cuales la intimidad se conjuga con una exhibición constante, que refleja el desenfado con la solemnidad y en que las experiencias se reviven a través de las imágenes. Ambos permiten el retoque y mejoramiento de la realidad tanto en el escenario ritual como en el virtual, dado que ellos importa más la imagen que lo que fue real. No obstante, es de enfatizar una diferencia substancial entre ambos espacios, pues mientras que en uno la idealización la hacen terceros —es decir, los dolientes— en el otro la hacen —en general— los mismos dueños de los perfiles sociales.

De otro lado, el afán permanente y obsesivo de los seres humanos por prolongar la existencia y dejar vestigio y legado de lo que somos y hemos sido, ha propiciado la invención de mecanismos para ser recordados y evocados insistentemente. Por ello, escenarios como el Cementerio Museo San Pedro y la red Facebook son tan valorados en su posibilidad de ofrecer esta doble función, al estar dotados de una aparente autonomía que le permite al individuo expresarse y reconfigurar nuevos procesos de encuentro, vínculo y expresión de sus emociones en momentos que así se requiera: una de manera física (visitando, modificando y recorriendo las tumbas de nuestros muertos) y otra de manera virtual (visitando, actualizando y navegando por nuestro perfil y el de los demás).

8 Término habitual entre los jóvenes colombianos, principalmente en los centros urbanos como Medellín, su acepción recurrente es sinónimo de amigo, aliado, compañero, colega o socio con el que se tiene un fuerte vínculo de confianza y estima.

Además, ambos ofrecen la incomparable posibilidad de dejar memoria y conjurar el olvido, a través de la evocación e invocación de la foto personal o *selfie*. En la que la práctica de darle un rostro al difunto habla de nuestra manera de relacionarnos con el otro y con nosotros mismos, pues un nombre en la lápida ya no es suficiente para potenciar las prácticas de contacto y comunicación con el fallecido. Lápidas-muro y perfiles de Facebook guardan retratos que permiten complementarse con contenidos muy variados y que los convierte en archivos o documentos testimoniales. “El retrato es la presencia del ausente, una presencia *in absentia* que está encargada no solo de reproducir los rasgos, sino de presentar la presencia en cuanto ausente” (Nancy 2006, 53). Saturación de rostros, mensajes, colores, paisajes, devociones, vínculos afectivos y datos de seres queridos que se comparten y exhiben como un intento de alcanzar la tan anhelada trascendencia.

Siendo así, el crecimiento y expansión del desarrollo tecnológico ha impactado profundamente las relaciones y experiencias sociales, originando cambios drásticos en nuestros modos de pensar, producir y comunicar, así como en nuestra formas de vivir y morir (Castells 2000, 25). Al igual que se están transformando las prácticas culturales a partir de la inmersión de las TIC, como lo demuestra el espacio funerario de Medellín, es posible vislumbrar también el camino de vuelta, en el que se adaptan las tecnologías a las transformaciones culturales; como ya sucede en Facebook, en el que se ha popularizado un servicio que permite que los usuarios fallecidos conservar un perfil conmemorativo para que sus contactos sigan dejando mensajes e imágenes. Lo que también convierte a esta red social en un cementerio virtual, es decir, en un escenario de la interacción y comunicación con los difuntos que se asemeja a lo que ocurre con los ritos funerarios.

Figura 4. Lápidas-muro en el Cementerio Museo San Pedro



Fuente: La autora.

Referencias

1. Acosta, Olga, Alejandra Jaramillo y Juan David Restrepo. 2015. "La huella gráfica: rúbricas, caligrafías y fuentes tipográficas". En *Libro de Relatos Funerarios*, 111-122. Medellín: Fundación Cementerio San Pedro.
2. Aguilar, Daniel y Elías Said Hung. 2010. "Identidad y subjetividad en las redes sociales virtuales: caso de Facebook". *Revista del Instituto de Estudios en Educación Universidad del Norte* 12: 190-270.
3. Arboleda, Catherine y Paula Hinestroza. 2006. "La muerte violenta y el simbolismo en las tumbas de los cementerios del Valle de Aburrá". *Boletín de Antropología Universidad de Antioquia* 20 (37): 169-183.
4. Ariès, Philippe. 1999. *El hombre ante la muerte*. Madrid: Taurus.
5. Barbero, Jesús Martín. 1998. *De los medios a las mediaciones: comunicación, cultura y hegemonía*. Bogotá: Convenio Andrés Bello.
6. Barthes, Ronald. 1989. *La cámara lúcida. Notas sobre la fotografía*. Barcelona: Paidós.
7. Blair, Elsa. 2004. *Muertes violentas. La teatralización del exceso*. Medellín: Editorial Universidad de Antioquia.
8. García Canclini, Néstor. 2007. *Lectores, espectadores e internautas*. Barcelona: Gedisa.
9. Castells, Manuel. 2000. *La era de la información. Economía, sociedad y cultura*, volumen III. Madrid: Alianza.
10. Calvo, Montse y Carolina Rojas. 2009. *Networking. Uso práctico de las redes sociales*. Madrid: ESIC.
11. Eliade, Mircea. 1955. *Imágenes y símbolos*. Madrid: Taurus.
12. Hine, Christine. 2004. *Etnografía virtual*. Barcelona: UOC.
13. Hertz, Robert. 1990. *La muerte y la mano derecha*. Madrid: Alianza.
14. Kirkpatrick, David. 2011. *El efecto Facebook*. Barcelona: Planeta.
15. Lamilla, Eloisa, Germán Ferro y David Cohen. 2014. "Plan Museológico y Museográfico para el Cementerio Museo San Pedro". Documento inédito: Informe final.
16. Lamilla, Eloisa, Germán Ferro y David Cohen. 2015. *Libro de Relatos Funerarios*. Medellín: Fundación Cementerio San Pedro.
17. Lévy, Pierre. 1998. *¿Qué es lo virtual?* Barcelona: Paidós.
18. Mayz Díaz, Cruz. 2009. "¿Cómo desarrollar, de una manera comprensiva, el análisis cualitativo de los datos?" *Educere* 13 (44): 56-66.
19. Nancy, Jean-Luc. 2006. *La mirada del retrato*. Buenos Aires: Amorrortu.
20. Nootenboom, Cees. 2009. *Tumbas de poetas y escritores*. Barcelona: Siruela.
21. Riaño-Alcalá, Pilar. 2006. *Jóvenes, memoria y violencia en Medellín: una antropología del recuerdo y el olvido*. Medellín: Editorial Universidad de Antioquia.
22. Sontag, Susan. 2003. *Ante el dolor de los demás*. Bogotá: Alfaguara.
23. Thomas, Louis-Vincent. 1983. *Antropología de la muerte*. México: Fondo de Cultura Económica.
24. Valles, Miguel. 1999. *Técnicas cualitativas de investigación social. Reflexión metodológica y práctica profesional*. España: Síntesis.