



Puesta en escena del gobierno virtual de sí: Juego de autenticidad e idealización entre posibles subjetividades empresariales en Facebook

Juan Lisandro Soto Flechas

Universidad Nacional de Colombia

Facultad de Ciencias Humanas

Bogotá, D.C., Colombia

2020

Puesta en escena del gobierno virtual de sí: Juego de autenticidad e idealización entre posibles subjetividades empresariales en Facebook

Juan Lisandro Soto Flechas

Tesis presentada como requisito parcial para optar al título de:
Doctor en Ciencias Humanas y Sociales

Director:

Ph.D. Fabio López de la Roche

Línea de Investigación:

Narrativas, prácticas y expresiones estéticas

Universidad Nacional de Colombia

Facultad de Ciencias Humanas

Bogotá D.C., Colombia

2020

Dedicatoria.

A mi querida esposa y compañera, por el continuo apoyo y paciencia que me ha tenido a lo largo de este proceso, a mis hijos esperando que de alguna manera pueda servir algún día como ejemplo de motivación en sus metas en la vida. A mis padres que, por fin, van a tener un “doctor” en la familia.

Lo importante es que la intimidad corporal no haya sido únicamente una cuestión de sensación y de placer, de ley o de interdicción, sino también de verdad y de falsedad, que la verdad de la unión entre los cuerpos haya llegado a ser algo esencial, útil o peligroso, precioso o temible; en suma, que la intimidad corporal haya sido constituido como una apuesta en el juego de la verdad.

Foucault

Agradecimientos

Quiero agradecer a mi director de tesis el profesor Fabio López, por su orientación y valiosos aportes a lo largo de estos años de elaboración de la presente tesis. A los diferentes evaluadores en el transcurso de este proceso investigativo han ayudado a cualificación y por supuesto, evaluación de esta tesis. Quiero igualmente, reconocer a colegas que me han aconsejado y orientado sobre diferentes aspectos de este trabajo y que me han servido para darle solides al contenido que hoy tiene. Nuevamente sea el espacio para agradecer a mi Compañera de la vida Carolina, que nunca me abandonó en este proceso y de cuyo apoyo estoy altamente complacido

Resumen

Se tuvo como objetivo comprender cómo la edición de sí en Facebook entre jóvenes universitarios de Bogotá logra, mediante la puesta en escena de sí mismo, generar la consolidación de una versión pretendida de autenticidad, enmarcada dentro de la lógica del gobierno de sí y de cuidado de sí mismo. Fue una investigación cualitativa que tuvo como lugar de estudio a Facebook, y como población a jóvenes universitarios de Bogotá de estratos medios y altos. Metodológicamente, se realizó una etnografía multisituada, se llevó a cabo observación de la plataforma de manera sistemática para analizar las formas en que las personas construían su perfil, enfatizando en las imágenes. Así mismo, se realizaron entrevistas a profundidad y una encuesta en línea. Se escogieron treinta usuarios fundamentados a partir de la técnica bola de nieve para el análisis de perfil y a cinco personas se les entrevistó. La encuesta en línea la contestaron cien personas. Establecimos los componentes básicos de la puesta en escena desarrollada en el marco de la teoría del *performance* de Goffman y en ella la importancia de la pretensión de autenticidad como elemento constitutivo de la misma. Así mismo se pudo comprobar que la puesta en escena constituye, junto con el trabajo que las personas hacen de su perfil, una práctica y técnica de sí enmarcada en el poder neoliberal, que se desplaza al interior del sujeto que se autogobierna gracias a su libertad. El aporte al conocimiento se generó gracias al diálogo entre dos paradigmas (Goffman y Foucault), diálogo que permitió moverse analíticamente entre lo micro y lo macro simultáneamente.

Palabras claves: cuerpo, subjetividad, redes sociales virtuales, puesta en escena, cuidados de sí y gobierno de sí

Abstract

The objective was to understand how the edition of Facebook itself among young university students in Bogotá, achieves through the staging of itself, generating the consolidation of a supposed version of authenticity, framed within the logic of the entrepreneur of himself. It was a qualitative research that had as a place of study to Facebook, and as a population to young university students of Bogota of medium and high strata. A multi-site ethnography was developed, platform observation was carried out in a systematic way, to analyze the ways in which people built their profile, emphasizing the images. Likewise, in-depth interviews and an online survey were conducted. We chose 30 users with the snowball technique for profile analysis and 5 people were interviewed. The online survey was answered by 100 people. We established the basic components of the staging developed within the framework of Goffman's theory of performance and in it the importance of the claim to authenticity as a constituent element of it. Likewise it was possible to verify that the staging is, together with the work that people make of their profile, in a practice and technique of itself framed in neoliberal power, which moves to the interior of the self-governing subject thanks to their freedom. The contribution to knowledge was generated thanks to the dialogue between two paradigms (Goffman-Foucault), allowing to move analytically between the micro and macro simultaneously.

Key words: Body, subjectivity, virtual social networks, staging, self-care, self-government.

Contenido

Resumen	I
Abstract.....	II
Lista de gráficas	V
Lista de imágenes	VI
Lista de fotografías	VII
Lista de abreviaturas	VIII
Introducción.....	1
1. Problematizando, construyendo, rastreando: cuerpos y sujetos en Facebook	7
1.1. De la puesta en escena de sí mismo en Facebook al gobierno de sí mismo	7
1.2. Cuerpos nómadas virtuales, práctica de sí y escenificaciones de sí mismos.....	9
1.2.1. El cuerpo en Foucault.....	14
1.2.2. Cuerpos escenificados.....	22
1.2.3. Cuerpos construidos en los entornos virtuales.....	25
1.3. Facebook en tanto dispositivo de mediación de la subjetivación	30
1.3.1. Mediación.....	34
1.3.2. Las imágenes del cuerpo y la subjetividad en Facebook	40
1.4. Estado del arte: cuerpos, subjetividades y redes.....	43
1.4.1. El cuerpo como construcción social y de sentido	44
1.4.2. Redes sociales, cuerpo y subjetividad.....	54
1.5. Algunas precisiones sobre el método	69
2. Cartografiando Facebook: dispositivo mediático, territorio, habitantes y relaciones	83
2.1. Tecnicidades.....	83
2.1.1 El Muro.....	88
2.1.2 Fotos.....	95
2.1.3 Chats, actualizaciones interconexión.....	97

2.2	Dispositivo Facebook y edición de sí.....	100
2.2.1	Trabajo del perfil.....	100
2.2.2	Imágenes de sí y exhibición de sí.....	103
2.2.2	Manejo de la privacidad.....	106
2.3	Mediación.....	110
3.	De puestas en escenas, exhibición pública y procesos de idealización de sí mismos en Facebook.....	118
3.1	Escenarios y fachadas.....	122
3.1.1	Escenario.....	124
3.1.2	Fachadas.....	132
3.2	Actuaciones, roles y personajes.....	144
3.2.1	Roles y personajes.....	148
3.2.2	Actuaciones.....	158
4.	Idealizaciones, mistificaciones y tergiversaciones.....	161
4.1	Impresiones.....	165
4.2	Idealizaciones.....	166
4.3	Construcción de sí mismo: una apuesta por la autenticidad en línea.....	182
4.4	Para cerrar, efecto de autenticidad en Facebook.....	192
5.	El gobierno virtual de sí: tensiones dinámicas en Facebook; entre la pretensión de ser empresario de sí mismo, el exhibicionismo y la autopublicidad.....	196
5.1	El gobierno de sí y cuidado de sí. A modo de introducción.....	198
5.2	Dispositivo Facebook. Condiciones, controles e intimidad.....	203
5.3	203
5.4	Ediciones y narraciones de sí. Gestionando y contribuyendo a la administración el empresario de sí.....	215
5.5	Cuidados de sí y formas de auto gobierno.....	229
5.6	Entonces concluyendo; buscando forjar el empresario de sí, encarnándolo virtualmente en Facebook.....	5-240
6.	Cuando las encarnaciones virtuales atraviesan el espejo: conclusiones en tono de incertidumbre (conclusiones).....	246
7.	Bibliografía.....	270

Lista de gráficas

	Pág.
Gráfica 1. Escenarios y fachadas	124
Gráfica 2. ¿En qué lugares prefiere salir en sus fotos de perfil?	125
Gráfica 3. Control expresivo	134
Gráfica 4. ¿Qué quiere expresar usted por medio de sus fotos de Facebook?	135
Gráfica 5. ¿Qué actitud en la foto de perfil prefiere publicar de sí mismo?	137
Gráfica 6. Roles	150
Gráfica 7. Personajes	152
Gráfica 8. ¿Qué actitud prefiere en la foto de perfil Facebook?	156
Gráfica 9. Actuaciones	159
Gráfica 10. Idealizaciones	166
Gráfica 11. Uso de edición de imágenes	177
Gráfica 12. Razones por las que los sujetos modifican sus fotos de perfil	181
Gráfica 13. Concordancia entre las versiones <i>on-line</i> y <i>off-line</i>	182
Gráfica 14. ¿Ha cambiado su información de perfil en Facebook, con respecto a su realidad material?	183

Lista de imágenes

	Pág.
Imagen pantalla de inicio 1	85
Imagen datos de registro 2	86
Imagen información de perfil 3	88
Imagen datos de biografía 4	101
Imagen ejemplo de imágenes de sí 5	104
Imagen escenarios 6	126

Lista de fotografías

	Pág.
Fotografía 1 Fachadas	136
Fotografía 2 Personajes	137
Fotografía 3 Roles sociales	150
Fotografía 4 Personajes	153
Fotografía 5 Idealizaciones	169
Fotografía 6 Edición de imágenes	178

Lista de abreviaturas

Abreviatura Término

NNPS

Introducción

Black Mirror, es una serie de Netflix (2017), en la que aborda una visión distópica de las tecnologías inteligentes en un futuro cercano, en el capítulo “Caída libre”, muestra una sociedad sumergida en las redes sociales, en las que los individuos tienen una puntuación de 0 a 5 de acuerdo con su nivel de aceptación social producto de lo que publican en la red. Las personas están permanentemente conectadas a través de sus dispositivos móviles (teléfono y *chip* en el ojo) y relacionarse con personas prestigiosas las hacen a ellas también importantes. Deben mostrar tanto en el mundo off-línea como on-línea una actuación que resalte la belleza, el éxito, una vida de felicidad y haciendo lo que socialmente es aceptado. Si esto es así, su puntuación sube y la vida les sonríe, pudiendo tener consumos distinguidos y privilegios sociales. Sí, por el contrario, no se comportan y se muestran, según lo esperado, de manera idealizada, su puntuación cae generando exclusión y rechazo, haciéndoles perder los privilegios otorgados por la sociedad. Así las cosas, se presenta ante nosotros una sociedad enteramente estructurada en torno a la virtualidad, materializada (sí se me permite la expresión) en las redes sociales. No es ya un divertimento, no es ya un pasatiempo, sino que es un aglutinador y generador de la vida social y económica, en la medida en que la gente debe existir a través de las redes sociales, la sociedad, por tanto, se reproduce en sentido literal en las redes sociales. Es indudable que mucho de lo presentado en este episodio no está alejado de la realidad actual, algunos de los elementos allí presentados fueron identificados en el desarrollo de la investigación. Este estudio pretende generar un acercamiento conceptual que indague por el sentido que algunos jóvenes en el contexto actual de la ciudad de Bogotá les imprimen a prácticas generalizadas referidas a la apropiación de las redes sociales (principalmente Facebook) como mecanismo de interrelación social que les permite generar imágenes de sí desde una perspectiva ideal. Por ejemplo, se identificó cómo la búsqueda de aceptación, la idealización de sí mismos, la necesidad de ser aceptado, son aspectos centrales para las personas que comparten esta red social. Seguramente esta

situación se ve potenciada por los intereses de los jóvenes estudiados de Facebook, que apuntan a enfatizar en resaltar esos procesos de idealización de los sujetos a través de la interacción con otros, que igualmente buscan esa idealización de sí mismos como se mostrará a lo largo de la tesis. Este trabajo de investigación pretende abordar las relaciones sociales que se gestan, mediadas por los avances tecnológicos que actualmente se dan en las redes sociales.

En los últimos años se ha evidenciado un incremento en las investigaciones que indagan acerca de los procesos socioculturales que se están desarrollando en los diferentes espacios virtuales que han emergido de la mano de los desarrollos de las tecnologías digitales e interactivas. En ese marco, estos trabajos han resaltado la importancia que para diferentes actores sociales han tenido las interacciones en el ciberespacio, en tanto dichas interacciones adquieren significativa relevancia para muchos individuos. Es así como se han desarrollado algunas investigaciones que abordan los temas referidos al ciberespacio y sus diversas manifestaciones culturales, los diferentes procesos en educación, las nuevas configuraciones políticas y de participación, las disímiles formas de relaciones sociales, y los desarrollos económicos de la mano de los procesos de globalización. De forma tal que esta investigación no solo se nutre de este contexto investigativo, sino que se sirve del mismo para legitimar la realización de la misma, toda vez que se abordan las técnicas de subjetivación que hoy ocupan un lugar privilegiado en la reflexión en las ciencias sociales; de allí que se haya elegido a Facebook por ser una de las más importantes redes sociales virtuales actuales, si no la más importante.

Esta investigación se mueve en una serie de preocupaciones académicas que emanan de las transformaciones, a veces sutiles, que se están dando actualmente en las relaciones sociales gracias a las redes sociales, lo que obliga a abordar –desde diferentes perspectivas e intensidades– disímiles temáticas en la relación entre la sociedad y la tecnología, más concretamente con las nuevas tecnologías de la información y la comunicación, y más explícitamente aún, entre el individuo, su construcción subjetiva y su cuerpo, en relación con el espacio virtual de las redes sociales. De allí que se introduzca en reflexiones sobre la construcción del cuerpo en el mundo virtual, la relación del mismo el marco de la hibridación con las máquinas digitales y, consecuentemente con ello, sobre temas de gran envergadura y controversia en las sociedades de hoy, como el

poshumanismo en sus diferentes variables, entrando en campos de la ética, la medicina, la ingeniería, la biología y, por supuesto, la política, entendida esta como el ejercicio del poder, en categorías tales como la “tecnobiopolítica”.

La génesis de esta investigación la encontramos, en la indagación general sobre el cuerpo y la teología adelantada por el autor y que posteriormente se complementa con los temas referidos al cuerpo sumergido en Internet; ahora bien, la relación cuerpo e internet es demasiado amplia lo que obligó a delimitar el estudio, acotando el problema de investigación, hacia la relación existente entre redes sociales virtuales y la construcción de cuerpo, centrándolo en la red social de Facebook, y de esta manera delimitarlo funcionalmente.

En concordancia con lo anterior se decidió establecer como lugar a Facebook y como tema la construcción del cuerpo y la subjetividad, lo que implicó un desafío apremiante: cimentar un problema-hipótesis que permitiera hacer un análisis de la forma en que se llevaban a cabo los procesos de construcción de sí. Para lo cual la primera decisión interpretativa fue concebir a Facebook, no solo como tecnología y medio de comunicación, sino ante todo como un territorio social. Pero sin desconocer que, como todo territorio en donde se dan procesos sociales, el problema del poder era una parte constitutiva de la misma. Por lo que se determinó conveniente utilizar una categoría compuesta denominada *dispositivo mediático*, que, como su nombre lo indica, busca sintetizar el concepto de mediación para entender los procesos contradictorios culturales que se dan en el marco de este territorio y del dispositivo para comprender la mecánica de las relaciones de poder. Paso seguido, y de la mano del rastreo de información sobre el tema, se tenía que concebir la manera concreta como el individuo construía su cuerpo y su subjetividad en Facebook; había una fuerte reflexión sobre sí el perfil de Facebook era verdadero o falso, es decir, si la gente se muestra como “lo que es” en Facebook, por lo que la pregunta sobre la autenticidad de la construcción corporal y subjetiva fue algo que ocupó por mucho tiempo la búsqueda de información y de indagación teórica. Esto desembocó, finalmente, en la *puesta en escena*, como modelo interpretativo para poder dar cuenta de la manera de dicha construcción subjetiva y como se daba en ella la búsqueda por la autenticidad.

Desde el inicio, había un convencimiento interpretativo que no podía ser abandonado, pero que por mucho tiempo no tenía cabida y era saltar de la puesta en escena, en un contexto inmediato, a un modelo de mayor envergadura, que no fuera una investigación, meramente descriptiva- exploratoria, y buscara aportar a un nivel mayor de abstracción en donde poder interpretar las redes sociales, la construcción subjetiva y corporal ligadas a la sociedad actual. Y ese punto de articulación desde el inicio fue tomado desde la propuesta teórica de Michael Foucault y su forma de pensar las dinámicas cambiantes del ejercicio del poder. Pero en principio se apeló a nociones como sociedad de control, estructura poder deseseducción y medios de comunicación, macro conceptos, que, si bien no estaban desligados del problema, sí era indudable que eran poco operativos, ya que daban cuenta de una serie de fenómenos globales, pero poco ayudaban a entender la particularidad del problema propuesto para esta investigación. Finalmente, de la mano de dos seminarios cursados en el doctorado sobre Foucault, surgió el concepto de *prácticas de sí, y gobierno de sí*, que permitieron hacer la conexión que se requería. Posteriormente, en la revisión bibliográfica, y los hallazgos de campo, se precisó más que en el marco de las redes virtuales y de la sociedad contemporánea, que los cuidados de sí se configuran en la creación de una subjetividad y corporalidad empresarial, un empresario de sí, en marcado en un nuevo ejercicio del poder neoliberal en la sociedad actual. Lo que finalmente admitió sintetizar el modelo de Goffman (micro), con el de Foucault (macro) para entender las construcciones y corporalidades subjetivas en Facebook.

El enfoque de investigación desplegado en esta tesis fue el cualitativo, lo que permitió ir decantando no solo los conceptos y el modelo interpretativo, sino que a la luz de los datos de campo y su posterior análisis, la necesidad de reformular la pregunta de investigación, de forma tal que finalmente la pregunta y la hipótesis interpretativa que responde esta investigación se enmarcó en el objetivo de *comprender cómo la edición de sí en Facebook entre jóvenes universitarios de Bogotá logra, mediante la puesta en escena de sí mismo, generar la consolidación de una versión pretendida de autenticidad, enmarcada dentro de cierta lógica del empresario de sí mismo*. Para dar respuesta a esta pregunta se procedió a dar respuesta a tres objetivos: primero, entender el Facebook como dispositivo mediático; segundo, se analizó *cómo se logra el efecto de autenticidad de la puesta en escena de la subjetividad y el cuerpo en Facebook de los individuos analizados en correspondencia con la versión fuera de línea de los mismos*, y como tercer objetivo se buscó finalmente

comprender cómo la construcción del perfil en Facebook se constituye en un gobierno de sí mismo con la cual los sujetos contribuyen a construir un sí mismo empresarial.

Para lograr estos objetivos, no solo se mantuvo una revisión constante de la bibliografía académica, sino que en términos de trabajo de campo se extendió a una serie de estrategias de recolección y análisis de la información. Se realizó triangulación metodológica con el fin tener datos empíricos que dieran una visión lo más completa del fenómeno. El tipo de investigación fue etnografía, bajo la versión de etnografía multisituada, centrando en el análisis de la conformación del perfil, realizando una observación no participativa. Se procedió con la observación de fotografías como elemento constitutivo de las puestas en escena, aunque sin descartar los lenguajes escritos como parte importante del perfil. Se realizaron entrevistas no estructuradas a profundidad, escogiendo a los sujetos para la misma a través de la técnica de bola de nieve. Se complementaron los métodos cualitativos con una encuesta en línea de tipo descriptiva a sujetos no conocidos, ni a quienes no se examinó su perfil del Facebook, con el fin de contrastar los hallazgos cualitativos, sin llegar a decir que con ello se pretende que la investigación sea representativa estadísticamente.

Nuestro argumento central es que los jóvenes construyen su perfil en Facebook, por medio de una puesta en escena en cierto grado pensada y racionalizada, que pretende ser auténtica, y que a la vez constituye una forma, junto con otras, que contribuyen a administrar a de gobernarse a sí mismos. No procuramos de ninguna manera decir que todos los individuos, ni siquiera todos los jóvenes en Bogotá, se construyan subjetivamente de esta manera en Facebook, como se deja claro en la metodología; este modelo interpretativo rinde sus frutos cuando se refiere a ciertos jóvenes de clase media y alta que están cursando su ciclo de profesionalización, por lo que este tipo de cimentación subjetiva es más evidente. No es conveniente extrapolar estos análisis, aunque pueda haber elementos en común, a otros grupos poblacionales con otras características definitorias, que merecerían otro tratamiento.

Ahora bien, indudablemente esta tesis contribuye a desarrollar un modelo interpretativo que combina niveles de análisis macro y micro en la construcción subjetiva de ciertos individuos, puede servir de guía para investigaciones similares en otras latitudes y en el

marco de otras redes sociales, como se presenta en las conclusiones de la presente tesis. Superando explicaciones que, si bien son muy interesantes, se quedan en su mayoría en exámenes pragmáticos de la construcción subjetiva o que por el contrario se enfrascan en apuestas teóricas de gran envergadura, pero sin una evidencia empírica minuciosa que dé ejemplos de las formas como las edificaciones subjetivas en las redes sociales concretizan ciertos ideales y valores de gubernamentalidad neoliberal.

El lector encontrará en el primer capítulo, el problema de investigación, la forma como ha sido diseñado y las preguntas que lo guían, así como la importancia y las situaciones problemáticas que esta indagación asumió. Por otro lado, presenta el modelo interpretativo desarrollado con el cual se analizó la construcción empresarial de los sujetos, para lo cual se sintetiza varios legados teóricos, lo que supone una apuesta multidisciplinar al abordar este fenómeno. Así mismo, en este capítulo, se encontrará con el estado del arte, centrado en los trabajos previos de las redes sociales y en ellas temáticas de cuerpo, subjetividad y puesta en escena. Terminando con la propuesta metodológica para llevar a cabo esta investigación.

En el segundo capítulo, se argumentará a partir de la descripción etnográfica la condición de dispositivo mediático de Facebook, es decir, analizar las tecnicidades y las formas de poder presentes, ello atravesado por la cimentación de corporalidad y subjetividad.

En el tercer y cuarto capítulo se expondrá de manera pormenorizada a partir de un análisis en profundidad, los elementos constitutivos de la puesta en escena de los cuerpos y las subjetividades.

En el último capítulo se considerará cómo finalmente esta puesta en escena se constituye en una forma de cuidado de sí, una forma de gobierno de sí, que desemboca en una administración más o menos racional y guiada, que a su vez da como resultado una construcción subjetiva y corporal enmarcada con algunos elementos en la forma del empresario de sí, del individuo que hace de sí mismo una empresa. No se pretende decir que esta construcción subjetiva virtual sea suficiente y que sea la única manera que el sujeto se vuelve empresario de sí mismo, sino, que puede hacer parte de una serie de estrategias actuales con las que cuentan las personas para gobernarse a sí mismos

1. Problematizando, construyendo, rastreando: cuerpos y sujetos en Facebook

1.1. De la puesta en escena de sí mismo en Facebook al gobierno de sí mismo

Las redes sociales virtuales se han constituido en factores centrales en la construcción social de sentido y significado, y las nuevas tecnologías de la comunicación y la información sirven como mediadoras para este propósito. Un lugar privilegiado de este grupo de redes es Facebook, red que nos proponemos estudiar. Es por ello por lo que, nos preguntamos sobre el papel que tienen las redes virtuales en la construcción y relación de significados sobre los individuos y sus cuerpos. La inquietud que orienta la presente disertación académica está dirigida a dar respuesta a la forma como los jóvenes universitarios de Bogotá realizan ediciones de sí mismos en Facebook. La edición de sí es interpretada como puesta en escena de sí, siguiendo los postulados de Goffman en tanto que busca presentar una versión de sí mismo que pretende ser auténtica y verosímil, a pesar de las potencialidades y posibilidades que ofrecen los escenarios de las redes

sociales virtuales, para crear versiones de sí mismo que tengan menos puntos de encuentro o relación directa con la versión de sí mismo en el “mundo material”.

Pero estas ediciones de sí mismos que hacen los sujetos en Facebook no son solo en respuesta a una serie de elementos del contexto inmediato y con unos fines pragmáticos, como sugiere Goffman, sino que están atravesadas por dos elementos constitutivos. El primero son los repertorios culturales con los que cuentan los sujetos para construirse a sí mismos, que están más allá de los escenarios pragmáticos de Facebook, pero que entran en juego en la creación de las versiones de sí mismos; para pensar este elemento, se recurrirá a la pertinencia del concepto de cuidados de sí, desarrollados por Foucault con el fin de comprender cómo estos contextos culturales están presentes en las construcciones de las ediciones de sí mismo.

El segundo elemento constitutivo son las condiciones tecnológicas y virtuales en las que se presenta la edición de sí mismo, es decir, la edición de sí como producto de una mediación; para comprender este segundo elemento, se deben contrastar los componentes fundamentales de la puesta en escena de sí en el marco de la interacción cara a cara y después contrastarla en relación con esos elementos que hacen de esta edición de sí particular en el marco de Facebook, o sea, comprender que esta construcción está mediada por la realidad virtual y las redes sociales virtuales.

En el marco anterior, la pregunta que orientará esta tesis doctoral es: ¿Cómo la edición de sí en Facebook entre jóvenes universitarios de Bogotá logra, mediante la puesta en escena de sí mismo, generar la consolidación de una versión pretendida de autenticidad de sí, enmarcada dentro de cierta lógica del empresario de sí mismo? De esta pregunta macro se desprende algunas preguntas fundamentales tales como: ¿Cómo es el funcionamiento de Facebook, en tanto dispositivo mediático que condiciona la construcción de la subjetividad? ¿Cómo se logra el efecto de autenticidad de la puesta en escena de la subjetividad y el cuerpo en Facebook de los individuos analizados en correspondencia con la versión fuera de línea de los mismos? Finalmente, la última pregunta de esta

investigación es: ¿Cómo la construcción del perfil en Facebook se constituye en una forma de cuidado y edición de sí?

1.2. Cuerpos nómadas virtuales, cuidados de sí y escenificaciones de sí mismos

Nuestros cuerpos no son solo el lugar desde el cual experimentamos el mundo, sino que a través de ellos llegamos a ser identificados, reconocidos, percibidos en él. El cuerpo es una entidad de sentido construida social y culturalmente. En su materialidad, en su carne, en su piel o en su hibridación y transformación a partir de las tecnologías, por lo que se puede indagar no solo su significación, sino el contexto que lo produjo. De allí que cuando queremos dar cuenta de los procesos de construcción de los cuerpos que se sumergen en la virtualidad de las redes sociales (Facebook), estamos presentes en una construcción que se debe entender en una serie de condicionamientos entre lo tecnológico, lo mediático y las nuevas formas de narrarse, derivados de las tecnicidades de mediaciones de las redes.

Para comenzar a entender el concepto de cuerpo en el marco de esta tesis, vale la pena hacer un breve recorrido por los modelos interpretativos que han trazado la relación entre cuerpos, sociedad y cultura, para así entender por qué relacionamos el cuerpo con las prácticas de la puesta en escena de Goffman (cuerpos escenificados) en tanto cuidados de de sí que no solo construyen cuerpos autogobernados, sino subjetividades, también bajo la forma del autocuidado, en el marco de Facebook.

En el concepto del cuerpo se puede evidenciar cómo las explicaciones de carácter sociológico y antropológico han dado cuenta de la producción del organismo humano en su articulación y su estructuración en los contextos socioculturales. Marcel Mauss (1971), con la noción de técnicas corporales, nos muestra cómo los gestos y movimientos del cuerpo son vistos a la luz de símbolos que la cultura pliega en la materialidad del cuerpo; es decir, son gestos codificados inscritos por la cultura: el cuerpo es un instrumento, producto de la técnica, que busca la consecución de fines específicos; la cultura da forma al cuerpo y describe con detalle lo que él denomina las «técnicas del cuerpo»: «El modo en que de sociedad en sociedad los seres humanos saben cómo usar sus cuerpos»

(Mauss, 1971: 70); a través de ellas y de su cuerpo, un individuo llega a conocer una cultura y a vivir en ella. En las obras de Mary Douglas (1988), el cuerpo es visto como un sistema de clasificación primario en el interior de las culturas, medio a través del cual se representa y se manejan los conceptos de orden y desorden. Por su parte, Le Breton (1995, 2002) recuerda que, en Occidente, el cuerpo ha sido concebido como el lugar que se debe censurar; es el recinto del pecado, de la naturaleza, lo que se debe dominar para alcanzar los máximos logros de la cultura; es la ruptura con la comunidad, el recinto del ego y la individualidad; es la separación entre el yo y el cuerpo, el recinto de la racionalidad, ya no es el lugar donde la cultura y sociedad se simbolizan, sino el lugar del desarraigo de la individualidad (Le Breton, 1995: 2002). Como también nos lo recuerda Freud, en su artículo magistral *El malestar en la cultura*. Le Breton (1995) sostiene que el cuerpo encarna lo simbólico, es decir, que el cuerpo es una construcción simbólica, no una realidad en sí mismo; no hay un cuerpo en estado natural, siempre está inmerso en tramas de sentido (Le Breton, 2002). La representación del cuerpo es o hace parte a su vez de la representación de la persona: ambos integran una visión de mundo (Le Breton, 2002); la imagen del cuerpo es la imagen de uno mismo y por ende no hay un cuerpo, sino múltiples cuerpos que se construyen son metáforas de la realidad social, cultural e histórica, principio fundamental al que se pliega esta tesis para entender las formas de construcción de cuerpo en el Facebook.

Por otro lado, desde la fenomenología y particularmente con Merleau-Ponty (1984), para entender la noción de cuerpo se parte de la experiencia vivida, de la separación entre el sujeto y su experiencia que se concreta en el cuerpo. El cuerpo es una experiencia: yo no tengo un cuerpo, soy un cuerpo o estoy en mi cuerpo, en una experiencia que lo atraviesa, lo constituye; no se trata de pensar el cuerpo sino de vivirlo, sentirlo, gozarlo, sufrirlo, que para el caso es palpable en Facebook. El cuerpo, desde la fenomenología, parte del ser en el mundo: no es una representación, es una presencia, es el vehículo del ser en el mundo y tener un cuerpo es conectarse con el medio vivido. El cuerpo no solo lo siento como una presencia o experiencia instantánea sino como una generalidad y como un ser impersonal. Para Merleau-Ponty (1984), el cuerpo no está completamente constituido, sino que depende en buena medida de la experiencia, y la percepción de mi cuerpo es la que permite la existencia de los objetos en la medida en que los percibo y los siento. El cuerpo no vive solamente en el espacio: es el espacio; el cuerpo no es un objeto para el yo pienso, es un conjunto de significaciones vividas. En Facebook se evidenció cómo -al ser el cuerpo

producto de una mayor libertad de agencia en el marco de una experiencia nueva, que parte de cero haciéndola más consciente (por ende, más programable y controlable)- el individuo es más consciente de la condición corporal del medio en el que lo produce.

Hablemos de la individualización del cuerpo, que se transforma en un espejo de sí mismo (Le Breton, 1995; Lipovetsky, 2000): en el mundo contemporáneo, el sujeto administra su cuerpo como una propiedad personal que pasa por su posición social, de clase, de género, de etnia, de raza, que debe arreglárselas con un arsenal de signos consumibles para su configuración que circulan en los medios de comunicación. En la modernidad, el cuerpo es atravesado por una intención de eliminarlo, de acabar con su lastre constituido en la carne, ilusión que no es nueva, pero por otro lado hay una reivindicación del mismo y de búsqueda de una serie de experiencias y problematizaciones sobre su funcionamiento, belleza, condición, etc. (Le Breton, 2002). Una de las nociones o metáforas para entender el cuerpo en el marco de la modernidad es la máquina, el cuerpo en tanto máquina, y ahora el cuerpo recurre a otras metáforas para su representación en el marco de la sociedad contemporánea. El cuerpo en tanto espacio de construcción e inscripción a la cultura ha pasado por diferentes procesos de modificación, idealización, de prácticas de saberes. Se va a demostrar cómo el cuerpo construido en Facebook, lejos de ser ajeno a estos procesos de inscripción de la cultura, es objeto no solo de la misma, sino que, como ya dijimos, es una inscripción selectiva, editada, de los símbolos que el sujeto quiere plegar en sí mismo en el escenario virtual.

El sujeto en el mundo contemporáneo raramente tiene una visión coherente de sí mismo; es un cuerpo hecho de pedazos, es en alguna medida esquizofrénico, fluido, diverso; la persona tiene la posibilidad de escoger entre una multiplicidad de prácticas, saberes y técnicas para conformar permanentemente el cuerpo. Es un cuerpo rompecabezas de elementos disponibles y permutables. El cuerpo es un bosquejo, un proyecto que es susceptible de mejorar, controlar, intercambiar, rearmar. En la misma línea, Lipovetsky, cuando habla del cuerpo del sujeto contemporáneo, lo inscribe en la lógica del Narciso, para quien no hay una imagen fija de sí mismo; para este personaje se trata de una búsqueda interminable de sí mismo. El yo es una especie de espacio flotante sin fijación ni referencia, es una indefinición pura, que se adapta a la fluidez y la aceleración cada vez

mayor. Es un cuerpo anclado a la lógica del consumo, del reciclaje, de la obsesión por la belleza y la juventud, cuerpo que apela a una serie de prácticas y procedimientos para estar permanentemente en constitución (Lipovetsky, 2000). Una forma clara de entender el cuerpo en Facebook es divisarlo a la luz de estas características que nombramos con Lipovetsky, como lo veremos de manera empírica en los capítulos siguientes.

Por otro lado, para Goffman (1959 y 1979?), el cuerpo se debe entender en el marco de la puesta en escena (etnometodología), de la escenificación de sí mismo que más adelante se desarrollará de una manera más pormenorizada a continuación de esta introducción teórica, pero que sigue la línea interpretativa aquí privilegiada de ver el cuerpo como una construcción de sentido, que incorpora simbólicamente la cultura en la que se desarrolla, de forma tal que se aleja de las visiones naturalistas o esencialistas de la noción de cuerpo.

Foucault (1994; 1986) y Goffman (1959; 1979) pertenecen a esta línea interpretativa. Ambos entienden el cuerpo como espacio de construcción de significado. De allí partimos para reunir a los dos autores y sus postulados teóricos de manera general y particularmente lo realizamos desde la construcción que los sujetos hacen de sus cuerpos en el Facebook. Con Goffman, el cuerpo y la subjetividad son escenificados, puesto en escena, presentado y representado para otros, expuesto a la mirada de los otros, es una lógica de la apariencia, es un ejercicio riguroso de autocontrol; la puesta en escena debe ser profundamente pensada, dirigida y controlada.

Este control se logra en gran parte influyendo en la definición de la situación que los otros vienen a formular, y él puede influir en esta definición expresándose de modo de darles la clase de impresión que habrá de llevarlos a actuar voluntariamente de acuerdo con su propio plan. De esta manera, cuando un individuo comparece ante otros, habrá por lo general alguna razón para que movilice su actividad de modo que esta transmita a los otros una impresión que a él le interesa transmitir. (Goffman, 1997, pág. 15)

De allí, que la puesta en escena debe ser considerada en dos direcciones: por un lado, analizar los elementos que hacen exitosa la puesta en escena en el marco de las condiciones que establece Facebook, indagando en la misma, la forma en que el individuo se esfuerza para convencer al auditorio que la juzga, utilizando para ello todos los elementos propios de la actuación, tanto los que él controla como los que son preestablecidos por el contexto significativo.

Ya he dicho que cuando un individuo aparece ante otros sus acciones influirán en la definición de la situación que ellos llegarán a tener. A veces el individuo actuará con un criterio totalmente calculador expresándose de determinada manera con el único fin de dar a los otros la clase de impresión que, sin duda, evocará en ellos la respuesta específica que a él le interesa obtener. (Goffman, 1997, pág. 16)

Y, por otro lado, creemos que es posible ver en esta puesta en escena, en tanto que es una práctica en cierto grado razonada y planeada, componentes constitutivos de formas de cuidado de sí y de auto gobierno.

De otra parte, con Foucault proponemos complementar el análisis en tanto que el cuerpo y la subjetividad se entienden en el marco de procesos más amplios, no solamente pragmáticos (puesta en escena exitosa). Siendo así, podemos plantear, que, en la construcción de cuerpos y subjetividades, operan condicionamientos enmarcados en las diferentes formas de gubernamentalidad o en palabras de Foucault técnicas de gobierno¹. Para el caso que nos convoca, una gubernamentalidad neoliberal, en la que se presentan relaciones de poder, de saberes, y formas de circulación de los deseos que se inscriben en los cuerpos y las subjetividades. Juzgamos que estas formas de poder y consecuentemente de relaciones de poder que constituirían los cuerpos podrían estar enmarcadas en proceso de autogobierno, de cuidados de sí y de una edición de sí mismo (Foucault 1986; 1994) producidos en dispositivos, estilo Facebook. Finalmente, expondremos que esta puesta en escena forjada mediante el cuidado de sí, puede contener ciertos elementos que la hacen pensar que estaríamos ante la presencia de una subjetividad de cierto modo empresarial, es decir, contribuiría de alguna manera a forjar el

¹ Para Mayor precisión es conveniente citar al autor "Con la palabra «gubernamentalidad» quiero decir tres cosas. Por «gubernamentalidad» entiendo el conjunto constituido por las instituciones, los procedimientos, análisis y reflexiones, los cálculos y las tácticas que permiten ejercer esta forma tan específica, tan compleja, de poder; que tiene como meta principal la población, como forma primordial de saber; la economía política, como instrumento técnico esencial, los dispositivos de seguridad. En segundo lugar; por «gubernamentalidad» entiendo la tendencia, la línea de fuerza que, en todo Occidente, no ha dejado de conducir; desde hace muchísimo tiempo, hacia la preeminencia de ese tipo de poder que se puede llamar el «gobierno» sobre todos los demás: soberanía, disciplina; lo que ha comportado, por una parte, el desarrollo de toda una serie de aparatos específicos de gobierno, y por otra, el desarrollo de toda una serie de saberes. Por último, creo que por «gubernamentalidad» habría que entender el proceso o, más bien, el resultado del proceso por el que el Estado de justicia de la Edad Media, convertido en los siglos XV y XVI en Estado administrativo, se vio poco a poco «gubernamentalizado» (Foucault 1978, p. 167-168)

empresario de sí (Foucault 2007), en la medida en que el individuo se capitaliza a sí mismo por medio de la adquisición del capital social, simbólico, y de manera indirecta, capital económico

1.2.1. El cuerpo en Foucault

En Foucault, subjetividad y cuerpo están íntimamente ligados, así como en esta tesis. Seguimos al autor al considerar que cuando hablamos de sujeto no nos referimos a una cosa acabada, sino a un proceso en continuo cambio de acuerdo con fuerzas y realidades históricamente situadas (Foucault 1978, 1980); el sujeto está atravesado y se constituye por medio de prácticas, discursos, saberes, poderes, relaciones de poder, juegos de verdad y dispositivos. De forma tal que para el autor no hay una definición fija de sujeto; este se ha construido a lo largo de los diferentes momentos históricos, que él identifica con una etapa arqueológica, una genealógica y una ética. Esta última nos interesa sobremanera, ya que insta una construcción subjetiva que recurre a las prácticas de sí, al cuidado y formas de autogobierno desplegadas por el sujeto (Foucault, 1984) como demostraremos para el caso de Facebook. Es decir, aquí el sujeto que se virtualiza hace una práctica de sí, despliega una serie de mecanismos de autogobierno.

Ahora bien, el cuerpo es la incorporación de los procesos de subjetividad en el espesor de la piel, la carne, en la materialidad (en nuestro caso virtual) de este; no solo la subjetividad es una especie de construcción ideológica, sino ante todo material, práctica y discursiva; en definitiva, corporal. Pero vamos por partes. Para comprender la noción de cuerpo, Foucault propone que es preciso analizarlo en el marco del poder, ya que en medio de las relaciones de poder y de su ejercicio se construyen los sujetos y consecuentemente sus cuerpos. El poder produce la realidad y, particularmente, el poder penetra en el cuerpo, se interioriza, se materializa. Para este autor, el poder se desliga en algunos aspectos de las formas tradicionales de entenderlo, comenzando porque no está necesaria o únicamente “ubicado” en el Estado, en una clase social determinada o en una institución; antes que una cosa que se posee es un tipo de relación que se halla en las sociedades, que siempre está en disputa por los diferentes sujetos de la acción social (Foucault: 1989, p. 112-113) Si se pregunta cuál es la naturaleza del poder, se dirá, en ese marco, que es un tipo de acción encaminado a producir, modificar, conducir, no las conductas de otros, sino las acciones de los otros. En ese sello, el poder está en la acción que se realiza, no en una

materialidad que se tenga; de allí la insistencia de hablar de relaciones de poder; por ello, el poder está entroncado en el gobierno, que será una forma de poder que tiene como objeto conducir, ordenar, dirigir, producir en los sujetos de cierto territorio ciertas orientaciones sobre sus acciones.

En principio, el concepto de poder está descentrado de su significación tradicional que lo concibe como aquello que prohíbe, que castra, que sujeta, que cohibe, que arrasa y, en fin, que domina (Foucault 1989, p. 117). Ahora bien, no es que Foucault desconozca esta perspectiva del poder, sino que le parece que el poder es más complejo, que tiene más elementos y formas de proceder, ya que considera que también crea, produce, dinamiza, organiza, etc. El poder no es solamente un aparato ideológico, sino que, ante todo, es una serie de prácticas que atraviesan todo el tejido social. Y, por supuesto, creemos que, en Facebook, en la producción de cuerpos y subjetividades, opera esta forma de poder.

La construcción de subjetividades se da por dos procesos. Uno, bajo las formas anatomopolíticas de poder, en donde este se encamina directamente a construir ciertos tipos de cuerpos o sujetos, en la medida en que interviene en sus materialidades, en sus procesos biológicos, en su organización en el espacio, en el tiempo, en sus deseos y sexualidad. Son poderes que se ubican en lo micro, en las microfísicas, en pequeños espacios, en instituciones sociales establecidas. (Foucault 1989, p. 125). El otro proceso son las formas biopolíticas, orientadas a una serie de prácticas que tienen como objeto a las poblaciones; son formas de gobierno, formas de administrar la sociedad que se sitúan en los estados, en las instituciones públicas de los países, sujetas especialmente a formas de producción. Este poder, como su nombre lo indica, busca administrar la vida, sus ciclos vitales. (Foucault 1987)

Por supuesto, el poder, sus prácticas, sus dispositivos, sus formas de gobierno tienen como objetivo crear un cierto número de cuerpos, de formas de ser, que no son solo totalizantes, sino, ante todo, individualizantes (Foucault 1978, p. 35). Este punto es fundamental en este trabajo porque, bien lo dice Foucault, una de las estrategias del poder que lo hace ser terriblemente eficaz es ese poder que, aunque no se puede confundir con el pastoral, se deriva de este, que se orienta a la salvación, que busca el sacrificio, que está dirigido al individuo y que, finalmente lo más importante, es ese el que conoce las mentes humanas, sus almas, que hace que revelen lo más íntimo de sus secretos se diría,

sus anhelos y deseos, elementos que se consideran están presentes en la constitución de cuerpos en el Facebook. Esta estrategia de poder, por supuesto, no se muestra, pero se da de formas veladas para que cada elección parezca autónoma y soberana del individuo, más todavía en el gobierno liberal, en donde se hace creer al sujeto que es él quien determina sus condiciones, que es él el empresario de sí mismo. Esta situación es acorde con una sociedad que hace más sofisticadas las formas de control. Este concepto es importante porque, a mi parecer, este es el tipo poder que se presenta en Facebook y lo que lo convierte en un dispositivo de biopoder tan eficaz (Foucault 1978).

1.2.1.2. Cuidados de sí y autogobierno de sí

Según Foucault “Las técnicas de sí que permiten a los individuos, solos o con la ayuda de otros, algunas operaciones sobre su cuerpo y su alma, sus pensamientos, sus conductas y su modo de ser, así como transformarse a fin de alcanzar cierto estado de felicidad, de fuerza, de sabiduría, de perfección o de inmortalidad” (Foucault, 1999: 445). Como mostraremos a lo largo de la presente tesis, es evidente que los cuidados de sí están presentes en la forma como los sujetos se construyen a sí mismos en este escenario indagado. ¿Cómo podemos entender estas formas “liberales” de autogobierno, en las que el sujeto busca hacerse cargo de sí mismo, gobernarse teniendo como preocupación fundamental su cuerpo? En este proceso de subjetivación, el poder y el saber se desplazan del exterior (instituciones, disciplinas, en general, los diferentes estamentos de la sociedad) a una relación que establece el sujeto, consigo mismo, una forma de cuidado y autogobierno; es decir, es posible pensar unas formas de subjetividad que se pueden desmarcar del poder disciplinar y de prohibiciones. Ahora bien, el sujeto puede ser sujetado, construido por una serie de poderes que operan sobre él desde afuera, pero también es relativamente libre entre los juegos de verdad y las normas sociales de saber y poder, para autogobernarse. Esta forma de gobierno constituye al sujeto moral que se produce a sí mismo, y que se problematiza a sí mismo. Había dicho al principio que cabría preguntarse ¿Hasta qué punto se puede hablar de técnicas de sí en el Facebook? De esta consideración se desprenden varias preguntas, entre otras: ¿Cómo serían sus técnicas, qué formas de autogobierno se desplegarían en este espacio? ¿Cuáles son las normas sociales con las que el sujeto entabla una relación en sí mismo? ¿Cuáles son o cuáles serían esos principios morales que guiarían la conducta de los integrantes de la red social Facebook?

Foucault es enfático al decir que esta inquietud por los cuidados de sí mismo no se trata de un fomento del individualismo o una forma de ascetismo y abandono de la vida social para refugiarse en sí mismo, sino de una práctica sobre sí mismo en el marco de la relación con los demás. Se puede caracterizar brevemente ese “cultivo de sí” por el hecho de que el arte de la existencia, bajo sus diferentes formas, se encuentra dominado aquí por el principio de que hay que “cuidar de uno mismo”; es el principio de la inquietud de uno mismo el que funda su necesidad, gobierna su desarrollo y organiza su práctica (Foucault, 1987: 42). El cultivo de sí designa, como su nombre lo indica, un trabajo, una preocupación una vigilancia, un estar permanentemente atento, no solo en pensamiento o en reflexión, sino en términos de tareas o labores sobre sí mismo. *Esa aplicación a uno mismo no requiere simplemente de una actitud general, de una tensión difusa* (Foucault, 1987: 49). Al cultivo de sí se le debe dedicar tiempo, pues se requiere de una serie de actividades diarias y solicita unas jornadas de trabajo sobre uno mismo (Foucault, 1987: 50).

Ocuparse de sí mismo tiene un componente que es fundamental, a saber, que no es un ejercicio en soledad, sino una verdadera práctica social en la medida que se realiza en presencia de otros y con otros; no es un ensimismamiento, depende de ciertas relaciones sociales; esto, en varios sentidos, establece relaciones tipificadas socialmente, tales como estudiante-maestro. También, a menudo, toma la forma de estructuras más o menos institucionalizadas, es decir, entidades de enseñanza, por ejemplo, la experiencia de consultar en privado. Esto quiere decir que la inquietud de sí transita por toda una serie de ejercicios de pedagogía, de enseñanza. Pero todas estas aplicaciones sobre uno mismo no solo se realizan en las instituciones educativas, los profesionales o la enseñanza, sino en toda una serie de relaciones de parentesco, de amistad y de obligaciones.

El ocuparse de sí mismo demanda de manera simultánea, con las prácticas, las reflexiones, los trabajos etc., unas formas rigurosas de verificación, de medida, que nos indiquen si vamos por el camino correcto, si la tarea de ocuparse de sí está rindiendo los frutos que esperamos de ellos (Foucault, 1987: 58). Finalmente, el cultivo de sí, el ocuparse de sí, se sirve del control como una prueba de poder y una garantía de libertad: una manera de asegurarse persistentemente que no nos sujetaremos a lo que no cae bajo nuestro dominio es velar permanentemente por nuestras representaciones.

Ahora bien, el cuidado de sí y el ocuparse de sí mismo tienen que ser trasladadas al marco del nacimiento del liberalismo y el neoliberalismo para comprender como se relacionan con la configuración del actual empresario de sí. El escenario neoliberal está compuesto por un grupo de tecnologías que operan de otra manera; en este enfoque, el poder y su ejercicio se piensan más desde la administración de un contexto, antes que comprenderlo como unos mecanismos de control y prohibiciones hacia los cuerpos de los sujetos y de las poblaciones. El mercado exige libertad del sujeto, libertad de derecho. Ya no es sobre el derecho o la economía que el arte del gobernar se debe ejercer, sino sobre una nueva especialidad: la sociedad civil como espacio de soberanía es una tecnología de gubernamentalidad (Foucault, 2007). Es decir, que no trasgrede ni las leyes de la economía, ni las leyes del derecho y no requiere una omnipresencia del gobierno o de las instituciones sociales de vigilancia para gobernar. El liberalismo planea simplemente: voy a producir para ti lo que se requiere para que seas libre. Voy a procurar que tengas la libertad de ser libre. Y al mismo tiempo, esa práctica liberal se insta una relación problemática, siempre diferente, siempre móvil entre la producción de la libertad y aquello que, al producirla, amenaza con limitarla y destruirla (Foucault, 2007: 85). Para el autor hay un principio básico en la lógica liberal "dejadnos hacer", porque allí está, a su juicio, el principio esencial que todo gobierno debe respetar y seguir en materia económica. En ese filamento plantea con claridad el principio de la autolimitación de la razón gubernamental. Pero ¿qué quiere decir "autolimitación de la razón gubernamental"? ¿Qué es ese nuevo tipo de racionalidad en el arte de gobernar, ese nuevo tipo de cálculo consistente en decir y hacer decir al gobierno (Foucault, 2007: 39)? El liberalismo debe analizarse entonces como principio y método de racionalización en el ejercicio del gobierno, es decir, cualquier racionalización del ejercicio del gobierno apunta a maximizar sus efectos con la mayor disminución posible de costos. Por su parte, el liberalismo está atravesado por este principio: "Siempre se gobierna demasiado" o, al menos, siempre es necesario suponer que se gobierna demasiado. En el neoliberalismo la racionalidad económica se complementa con la racionalidad jurídica en la medida en que no basta con no intervenir y generar condiciones de libertad, sino que por el contrario debe intervenir para garantizar el libre mercado (por ejemplo, controlar la inflación, la política social).

El empresario de sí mismo está en el marco de la definición del *homo economicus* y del capital humano: "El *homo economicus* es empresario y un empresario de sí mismo. Y esto

es tan cierto que, en la práctica, va a ser el objetivo de todos los análisis que hacen todos los neoliberales. Sustituir en todo momento el *homo economicus* socio del intercambio por un *homo económico* empresario de sí mismo, que es su propio capital, su propio productor, la fuente de sus ingresos” (Foucault, 2007: 264-265). El empresario de sí mismo tiene que ver con la teoría del capital humano, en cómo el individuo se capitaliza a sí mismo, es decir, debe invertir en sí mismo, con el fin de adquirir ciertas capacidades; en otras palabras, se trata de los diferentes tipos de capitales (económico, social, cultural, simbólico, etc.) que lo hagan más productivo y le permitan el consumo en una economía donde los recursos son escasos. Cada uno de los individuos tiene la responsabilidad de su propio bienestar: el logro del enriquecimiento personal y la conquista de una adecuada situación afectiva y laboral pasan por una correcta comprensión de la propia existencia según el modelo de la inversión o, en palabras de Rose, “la entronización de los poderes del cliente en tanto que consumidor –consumidor de servicios de salud, de educación, de formación, de transportes– define a los sujetos de gobierno de una nueva forma: como individuos activos que buscan “realizarse a sí mismos”, maximizar su calidad de vida mediante actos de elección, confiriendo a sus vidas un sentido y un valor en la medida en que pueden ser racionalizadas” (Rose, 2014: 87-88). Lo que más le interesa en las tecnologías neoliberales no es tanto que los sujetos trabajen para satisfacer necesidades básicas y adquirir mercancías materiales, sino que se capitalicen a sí mismos, es decir, que inviertan en recurso inmateriales como la belleza, el amor, la sexualidad, el conocimiento, las buenas maneras, etc. (Castro Gómez 2012)

Como lo desarrollaremos en los capítulos posteriores, se pueden identificar varias técnicas de sí en el Facebook, en la construcción de cuerpos y de subjetividades; ello debido a que en esta red los internautas tienen que crear una versión de sí mismos, una forma de autorrepresentación, una presencia virtual, una práctica “de creación total de sí mismo y de su cuerpo”, lo que supone formas de edificación y, por supuesto, de autogobierno; entre ellas podemos nombrar la observación, la exposición pública, la inmersión y la presencia.

También se ha identificado una suerte de práctica “confesional”, para lo cual recordemos que Michel Foucault, en la *Historia de la sexualidad* (1978), muestra cómo el poder de las disciplinas y la regulación de la sexualidad se ejercía sobre el mecanismo de la confesión, que hace que la sociedad moderna sea una sociedad confesional que proviene del poder monástico. Ahora bien, uno podría pensar que en Facebook se puede presentar una forma

de confesión de la vida privada pero volcada hacia el público, hacia lo público; es confesarse a los otros, lo que se convierte en una forma de verdad, un discurso de verdad sobre sí mismo. Prohibir no permite decir ni pensar, por eso el Facebook es una confesión pública que puede ser liberadora: no se confiesa sin la presencia del otro, y el otro en el Facebook es evidente. La confesión fue y sigue siendo la matriz que rige los discursos de la verdad. Al contrario de la Edad Media, cuando era una forma de poder, en la Edad Moderna la confesión pasa a ser una forma de liberación, de liberarse de poder, es la liberación de una carga. Una tesis similar a esta la sigue Sibilia (2008), cuando nos muestra cómo las redes sociales se han posicionado principalmente como espacios en donde los individuos escenifican su intimidad en público, una suerte de espectacularización de su yo, contrario a lo que sucedía en la modernidad, donde la intimidad era una construcción en soledad, para sí mismo, “huyendo” del espacio público. En el contexto contemporáneo, las prácticas de sí pueden rastrearse en las interacciones sociales, en la comunicación y en las fuerzas del mercado, de fabricación de intereses y deseos (Javier Sáenz, 2014). Los cuidados de sí de la cibercultura se presentan como fuga y “libertad”, son individualizadoras, no colectivas, desarticuladoras; no son dirigidas necesariamente por la razón ni la autocrítica, sino referidas al deseo, el placer y el consumo; no son institucionalizadas, ni reflexivas, aunque sí relativamente autónomas. Los medios interactivos, no tanto los masivos, se han convertido en instancias de autogobierno por ser más seductores. Y por estar menos concentrados en los saberes y los discursos de verdad, son autorregulados, de autodomínio, de automonitoreo y de autodescubrimiento.

Ahora bien, en consonancia con las formas “posmodernas” de construcción del cuerpo y la subjetividad, se puede ir perfilando que las prácticas de sí que estarían presentes en Facebook responden a una nueva estrategia o tecnología del poder, que ya no es pastoral, que no es el poder saber, sino que puede ser entendido como poder deseo. En estas tecnologías, el poder seduce, convence, tienta a las subjetividades, no impone disciplinas ni prohibiciones, sino que organiza el deseo, lo hace circular, lo gestiona. Poder que, por supuesto, no se muestra como tal, sino que debe ser entendido como una elección autónoma y soberana del individuo. Tales son los principios de estos espacios virtuales que están acordes con una sociedad que hace más sofisticadas las formas de control; en ella se encuentra una nueva inversión que no se presenta ya bajo la forma de control-represión, sino bajo la de control-estimulación. Es así que poder y placer no se anulan, no se vuelven el uno contra el otro; por el contrario, se persiguen, se encabalgan y reactivan.

Se encadenan según mecanismos complejos y positivos de excitación y de incitación (Foucault, 1986: 63). Este tipo de poder no tiene como objeto reproducir ciertas realidades, sino proliferar, innovar, anexar, crear, penetrar los cuerpos (Foucault, 1986: 130). Esta forma o técnica de poder consiste en crear unas condiciones para la acción (ambientes virtuales, ciberespacios). El capitalismo es una tecnología en la que no se gobiernan los cuerpos sino el medioambiente. El poder en estos ambientes virtuales (Facebook) no es una cuestión de prohibición o represión, si no, ante todo, seda en un marco de un ambiente controlado, un poder sobre las condiciones de producción de la subjetividad, en una relación consigo mismo, un cuidado de sí mismo, es un poder que no viene de afuera, ya sea a nivel micro o macro, sino que el sujeto lo considera útil para sí mismo.

Para finalizar, se debe recalcar la utilidad que se espera se haya evidenciado a lo largo de este escrito sobre los conceptos que nos presenta Foucault para el fenómeno que se está analizando. Pero no solo eso, sino que también me interesa insistir en los elementos metodológicos que están de manera implícita en estos argumentos. El primero de ellos es que, en las prácticas de sí, uno no se puede quedar en la noción abstracta, y menos esperar encontrar las mismas prácticas de sí que se hallaban en Grecia y Roma, sino que en este caso hay que “encontrar, identificar, describir, descubrir” esas prácticas de sí en la realidad social que uno está identificando o investigando. Igualmente, de manera paralela, hemos mostrado como las prácticas de sí se producen dentro de contextos sociales y culturales, en donde lo que se construye en los sujetos no es solo una cuestión de prácticas o de procedimientos, sino que se persiguen unos ideales socialmente cimentados. Pero también es necesario identificar esos regímenes de verdad que son el ambiente en el que se nutren y producen las subjetividades, para el caso en Facebook. Y para finalizar, es importante entender que, para dar cuenta de los procesos de construcción de las subjetividades, uno no puede olvidarse de las condiciones socio históricas de emergencia, es decir, no podría en este caso hacer un análisis asilado de Facebook en tanto dispositivo de construcción de ciertas subjetividades, sin enmarcarlo dentro de una nueva analítica del poder, una nueva constitución y mecánica del poder, que se enmarca a su vez en estas nuevas formas de capitalismo globalizado y de sociedad.

1.2.2. Cuerpos escenificados

Como se había anunciado, pensar la construcción de los cuerpos de los sujetos en Facebook supone concebirlos en el marco de la lógica de la metáfora social de la escenificación de la realidad social y, en relación con ella, la escenificación del cuerpo. El autor que desarrolla esta noción y que analizaremos aquí es Erving Goffman. Este pensador nos explica cómo las sociedades establecen medios para categorizar a las personas, y conferirles atributos a las personas que se consideran como corrientes; el medio social brinda las categorías en las que las personas se pueden identificar, de forma tal que cuando algún sujeto se encuentra con un extraño, sin mucha reflexión intenta ubicarlo en las categorías preestablecidas dentro de su contexto social y cultural, lo que Goffman llamaría identidad social o estatus social. Las demandas o expectativas que esperamos encontrar en el otro serían algo así como una esencia, en palabras del autor, o identidad virtual (Goffman, 2006) que se convertiría en la identidad social real. Entre estas dos formas o tipos de identidad hay una discrepancia, una constante negación que se manifiesta cuando las personas interactúan entre sí. Si hay una discrepancia muy grande entre la identidad virtual y la real, se presenta una especie de daño en la identidad social, lo que Goffman denomina estigma. Por supuesto, las formas de presentación de sí no escapan a esta dialéctica en el Facebook, en donde hay, por supuesto, una suerte de busca de autenticidad que se refleja en la puesta en escena del yo virtual creada por el individuo.

Para Goffman, la expresividad del sujeto (su capacidad para producir impresiones) implica dos tipos distintos de acción: la expresión que *da* y la expresión que *emana* de él. La primera incluye los símbolos verbales que confiesa usar y usa con el único propósito de transmitir la información que él y los otros atribuyen a estos símbolos. Esta es la comunicación en el sentido tradicional y limitado del término. La segunda comprende una amplia gama de acciones que los otros pueden tratar como sintomáticas del actor, considerando probable que hayan sido realizadas por razones ajenas a la información transmitida en esta forma (Goffman, 1979: 14). Dentro de estas otras amplias gamas de acciones están los signos no verbales relacionados con el cuerpo y la corporalidad, la presentación de nosotros mismos mediante señales no verbales. Lo que Goffman llama «glosario del cuerpo» es una de las señales no verbales que más influye en las percepciones, tanto en las reacciones de todos los individuos en general como en las de

cada uno en particular. Así, es necesario invertir en el cuerpo volviendo al gimnasio, ya que el cuerpo, junto a su envoltorio, es el primer signo mediador en la nueva relación social, pues es aquello con lo que nos presentamos. El cuerpo habla por sí solo y la palabra enmudece (Barreiro, 2004, cita a Goffman, 1981).

Ahora bien, lo anterior se refiere a lo que podríamos llamar el contexto general en el que se llevan a cabo las puestas en escena de sí mismo, pero tendríamos que pasar al nivel más pragmático, es decir, qué elementos de manera concreta identifica el autor en la llamada puesta en escena. Para responder a la pregunta anterior, se presentará una breve exposición de los argumentos centrales de Goffman (1959) sobre lo que denomina la actuación, encontrando diferencias y similitudes con la puesta en escena del cara a cara con el mundo de Facebook. Según el autor, en la puesta en escena de sí mismo hay elementos centrales que se deben tener en cuenta, tales como: la propia estructura del sí mismo puede concebirse en función de la forma en que disponemos esas actuaciones, es decir, que no hay una esencia del individuo, sino que este es el resultado de una puesta en escena, y que en la escenificación el individuo asume dos papeles: *actuante*, el que pone en escena una actuación, y *personaje*, una figura (por lo general agradable) cuyo espíritu, fortaleza y otras cualidades son memoradas por la actuación. El personaje que uno representa y el sí mismo propio son en muchas ocasiones iguales, y este sí mismo es generalmente materializado o alojado en el cuerpo de su poseedor.

Se presume que la puesta en escena parte de la búsqueda de convencer a un auditorio de que la actuación y personificación son o pretenden ser auténticas, que se corresponden con el verdadero yo, con la verdadera alma o el verdadero sí mismo. La interacción cara a cara es la forma típica en la que se da la actuación, definida como la influencia recíproca de un individuo sobre las acciones del otro. Estos individuos a quienes se dirige el actuante son definidos como la audiencia de la puesta en escena. La pauta de acción que se desarrolla durante una actuación puede denominarse «papel» o «rutina». Para llevar a cabo la puesta en escena de sí mismo hay una serie de técnicas. Lo primero es el control de la expresividad del individuo, es decir, su capacidad para producir impresiones, controlando los signos que trasmite y comunica. Segunda, la fachada, que es la parte de la actuación que funciona de un modo general y prefijado, es el medio de expresividad intencional o inconsciente del individuo durante su actuación, e incluye, a su vez, el escenario. En tercer lugar, la realización dramática que hace alusión a cómo en la

actuación se pone una máscara, se personifica una serie de valores que se suponen son encarnados en sí mismo. En cuarto lugar, la idealización de la situación es el mismo impulso para mostrar al mundo un aspecto mejor o idealizado de nosotros; la actuación incorpora y ejemplifica los valores oficialmente acreditados de la sociedad. El quinto es el mantenimiento del control expresivo, que es entendido como un cerramiento del significado por medio del control de los signos que comunican, por ejemplo, el rigor en los modales y las formas estilizadas de presentación. Y, finalmente, en la mistificación, las actuaciones son “actuadas” en el sentido de que el actuante sabe lo que va a hacer y el efecto probable.

Como se argumentará en la tesis, lo que en realidad puede estar ocurriendo es que algunos de los elementos presentados por Goffman en la presentación de sí mismo son llevados al mundo de Facebook mediante las prácticas a las que recurren sus usuarios, en tanto que lo que allí se exhibe es una puesta en escena de sí mismo que pretende ser auténtica, o mejor, verosímil: primero, se pretende comunicar y dejar impresiones; segundo, hay presentes fachadas y escenarios para llevar a cabo la puesta en escena; tercero, hay indudablemente proceso de personificación; cuarto, y esto es muy importante, se ofrece una versión muy idealizada de sí mismo, de ciertos ocultamientos, de resalta miento, de unos rasgos particulares, es decir, es una puesta en escena con fuertes procesos de edición permitidos por los elementos técnicos de esta plataforma; quinto, hay un rigor en las formas estilizadas de presentación y, por último, es evidente, que la puesta en escena tiene claros los efectos que pretende producir.

No queremos decir, ni mucho menos, con estas similitudes, que no hay diferencia en la puesta en escena cara a cara y la que se produce en el Facebook. Por el contrario, hay marcadas diferencias que paso a continuación a puntualizar: primero, no se debe hablar de auténtico sino de verosímil; el personaje construido por el usuario no sería necesariamente más verdadero, sino que corresponde más al deseo de sí que tiene el personaje; es decir, el proceso de idealización de sí mismo es más marcado, ya que responde al deseo de sí mismo, a la imagen deseada de sí mismo, en tanto se habita en un mundo que brinda esas posibilidades. Por otro lado, es una puesta en escena que no es pensada para una sola interacción en particular; en otras palabras, no hay interrupciones en la puesta en escena, esta es “permanente”, tampoco es una puesta en escena que sea pensada para un auditorio particular, se presenta una especie de

identificación efímera con el interlocutor. Dicho de otra manera, no es seguro que se vea la puesta en escena por alguien en particular, tampoco es una puesta en escena de sí mismo que se dé en un momento específico, ya que se da en un tiempo diferido; es decir, la puesta en escena no es observada necesariamente en el mismo momento de su producción. No es una puesta en escena en tiempo real, pues hay la posibilidad de “reeditar” la escena; por otro lado, puede ser que haya distintos escenarios en un mismo tiempo y distintos tiempos para un mismo escenario. Es una puesta en escena relativamente estable, en la medida en que no está sujeta a los cambios contingentes de la realidad material. También es una escenificación, casi sin movimientos, sin lenguaje hablado que denote entonaciones y ese tipo de adecuaciones del lenguaje hablado, aunque sí hay lenguaje escrito. Pero una cosa es clara: los usuarios de esta red social saben que esta puesta en escena de sí mismo es una presentación pública de sí, que van a ser juzgados, que van a ser mirados, que van a ser detallados y que su “vida”, sus cuerpos y sus yos serán permanentemente evaluados, de allí el rigor con el que los sujetos editan sus perfiles en esta red social.

1.2.3. Cuerpos contruidos en los entornos virtuales

Como habíamos visto al comienzo de este capítulo, el cuerpo es una entidad construida social y culturalmente; no hay un cuerpo natural ni mucho menos esencial. Ahora bien, en esta relación del cuerpo y la cultura, se puede determinar o indagar cómo se ha “visto, tratado, modificado” el cuerpo, o cómo se ha “vivido, construido o se ha representado” el cuerpo. La idea es responder a estas mismas inquietudes, pero en el escenario del mundo virtual del Facebook.

Desde las diferentes disciplinas y teorías, así como desde los diversos estudios empíricos, se han privilegiado, por obvias razones, los territorios físicos o geográficos como escenarios “naturales” en los que habitan los cuerpos, pero ahora también los territorios comunicativos se posicionan como escenarios privilegiados en la constitución de los cuerpos que están emergiendo en el mundo contemporáneo, donde estos territorios comunicativos son centrales en la sociedad contemporánea.

De allí que sea necesario describir ese “espacio” investigativo, su naturaleza y sus características, toda vez que, al concebirlo como un territorio cultural, este impregna y

materializa el cuerpo que en él habita. En principio, se debe decir que el Facebook, en tanto que red social virtual, hace parte de esas nuevas tecnologías de la comunicación de conexión, a través de redes electrónicas ancladas a una pantalla de cualquier dispositivo con conexión a internet. Pero Facebook no se agota en las redes tecnológicas o en la comunicación; no es propiamente una máquina o una red inanimada, se sumerge en otra realidad, en otra especialidad, en otra lógica de tiempo (Piscitelli, 2002: 106). La realidad virtual de las redes sociales cala en el mundo de lo digital, de lo no necesariamente material, biológico y duro, pero supuesto real, en el sentido social y cultural.

Con base en lo anterior, Facebook, ese espacio virtual, abre la necesidad de conocimiento a un ambiente que se muestra como emergente de las redes electrónicas que sintetiza de manera más clara la cultura, entendida como construcción de significado, por cuanto es más claro en este lugar, cómo, en realidad, todo lo cultural es virtual en el sentido que es representación; es decir, una proyección no exacta de la facticidad.

Así como los cuerpos son entendidos por la cultura como territorios de apropiación y de significación en el mundo “real”, los cuerpos en este espacio virtual son mimetizados recíprocamente por el territorio. Hoy proliferan otros modos de ser. Alejados de la lógica mecánica e insertos en el nuevo régimen digital, los cuerpos contemporáneos se presentan como sistemas de procesamientos de datos, códigos, perfiles cifrados, bancos de información: en la esfera digital se vuelven permeables, proyectables, programables (Sibila, 2005: 14). A medida que interactúo con la red, me reconfiguro a mí mismo; mi extensión-red me define exactamente como mi cuerpo material me definía en la vieja cultura biológica; no tengo peso ni dimensión en cualquier sentido exacto, solo me mido en función de mi conectividad (Sibila, 2005: 63).

Con respecto a la comprensión del cuerpo en los espacios virtuales, se presentan tensiones teóricas en torno a diversas formas de poshumanismo que se disputan el modelo interpretativo de esta realidad. Sin llegar a ser rigurosos en un tema muy profundo identificamos algunas corrientes generales. La primera es la corriente poshumanista de cuño “posmoderno”, que habla de cómo el cuerpo, en el marco de su hibridación con las máquinas, se presenta como una nueva etapa de la evolución, en la que la tecnología comienza la transformación de fondo de la biología humana. En esa medida, el futuro de la

humanidad y su cuerpo se halla en el abandono de esa envoltura, esa bolsa de carne, huesos, fluidos, etc., que es el cuerpo; es decir, se trataría simplemente de desechar el envase de los hombres, su cuerpo. Es por ello que los límites o las fronteras de los sujetos y sus cuerpos no se deben encontrar en las demarcaciones impuestas por la biología, sino en las dadas por los horizontes culturales. (Molinuevo, 2006; Sibilia, 2005; Yehya, 2001; Derek, 1996;). Por otro lado, está lo que Molinuevo (2005) llama las distopías poshumanistas, es decir, la versión “pesimista” de esta relación entre el cuerpo y las máquinas, las tecnologías de final de siglo y comienzos del presente, en las que se llega al final del hombre, en donde las máquinas, las tecnologías, desarraigan cualquier residuo de humanidad y nos sumergen en un mundo artificial; es el final del hombre. Estas posiciones no son nuevas y se anclan en viejas formas de concebir la relación general entre la tecnología, el hombre y la cultura; estos enfoques están presentes a su vez en lo referido a las tecnologías de la comunicación y la cultura, y derivan en una dicotomía ejemplificada por Eco en su clásico texto *Apocalípticos e integrados*. Como argumentaré, esta tesis no seguirá ninguno de estos dos modelos paradigmáticos.

En Facebook los cuerpos están constituidos esencialmente de imágenes; a su vez, son por excelencia imágenes; tanto de sí mismos, como imágenes de sí mismos, es decir, la persona es como aparece en el cuerpo, en su cuerpo (Belting, 2012: 112). Por otro lado, el cuerpo es el portador y productor de imágenes, y en su exterioridad está plagado de imágenes. Cabe recordar que, en el sentido más estricto, las imágenes solo son mentales, puesto que una imagen carece de cuerpo, es decir, de materialidad; esta necesita un medio para materializarse; cuando se plasma en cualquier soporte adquiere materialidad, por ejemplo, una foto. En ese sentido, los cuerpos, su materialidad, son una imagen de sí mismos. Por eso, el cuerpo en Facebook es por excelencia un cuerpo de imágenes (Belting, 2012), es decir que la “descorporización” que algunos atribuyen a los cuerpos virtuales no es más que una nueva forma o experiencia corporal; la imagen es el medio del cuerpo en Facebook, es decir, su materialización digital.

Recalquemos algo que es sumamente importante para entender los cuerpos en el Facebook: cuando hablamos de subjetividad, en términos sencillos, esta puede ser entendida como la forma de ser y estar en el mundo, pero esta forma de ser y estar en el mundo apela o, mejor, necesita de una “encarnación”, de una incorporación en el cuerpo. Ahora bien, como estamos ante el fenómeno de un territorio, de una cultura, de unas

relaciones virtuales, así mismo la subjetividad y el cuerpo están sujetos a este lugar de emergencia. Los mundos virtuales permiten formas de “ser” que tienen consecuencias en la experiencia de la persona *embodied* en estos espacios y sobre en la forma cómo pensamos nuestra vida cotidiana en relación con estas tecnologías y las experiencias vividas específicamente dentro de los espacios virtuales, es decir, cómo nos percibimos a nosotros mismos en los mundos virtuales (Heredia, 2011: 99). Por lo tanto, cuando nos referimos al cuerpo en el Facebook, en tanto espacio virtual, no solo estamos hablando de cómo las narraciones de sí mismo que hacen las personas obedece a una manera de representarse, sino que este escenario, en tanto realidad social y cultural, está en el marco de una “vida social”, de la sociabilidad y, por ende, se requiere de un soporte (cuerpo) con el cual las personas entablan relaciones con otros, relaciones de varias naturalezas, relaciones que en muchos casos ocurre solo en este mundo artificial.

A raíz de lo anterior, para llevar a cabo esta vida social en el Facebook, los sujetos, acorde con esta realidad de las redes sociales o los diferentes escenarios virtuales, construyen presencias digitales por medio de la descripción textual o apelando a representaciones gráficas, fotográficas, videográficas y, en fin, a acciones y procedimientos semejantes. Por lo tanto, no son solo una autorrepresentación de sí mismos, en ningún caso amorfa en el espacio, sino un cuerpo impregnado de ciertas características y propiedades (Heredia, 2010: 125).

Muchas veces se ha recurrido en la literatura académica a la categoría de avatares para describir o nombrar la presencia de los cuerpos en los entornos virtuales; esta categoría hace parte de otra más amplia, que intenta dar cuenta de la relación cuerpo-tecnología: la del *ciborg*, que hace alusión a la mezcla o hibridación de los hombres, su cuerpo y su subjetividad, con los diferentes tipos de máquinas (Nishat, 2013; Yehya en Muñiz, 2010; Rueda, 2004). El *ciborg* no es un fenómeno nuevo, sino que ha existido desde hace mucho tiempo en la historia de la humanidad (Yehya, 2001; Derek, 1996; Sibilía, 2005). Particularmente, cuando hablamos de avatares, hacemos alusión a esos sujetos *ciborg* referidos especialmente a los espacios virtuales, a presencias virtuales o representaciones virtuales o, como los denomina Machado (2005), encarnaciones virtuales, en las que los pobladores crean sus avatares en relación con sus contextos cotidianos en el mundo actual, lo que muestra un tráfico entre estos dos espacios. Los avatares son el centro del encadenamiento de representaciones, formas de socialización e identificación que se

producen en los mundos virtuales: (1) *las culturas en los mundos virtuales elaboran sus valores y representaciones de sus cuerpos virtuales a partir de los valores y representaciones de los diseñadores de los mundos*, (2) *se apropian de sus cuerpos digitales a través de los valores y representaciones del cuerpo que tienen en el mundo actual transformando y adaptando las herramientas tecnológicas que tienen a su disposición* (Heredia, 2011: 125). Es decir, estas representaciones virtuales creadas por los usuarios usan una serie de repertorios culturales del mundo actual, léase mundo material, para construir y diseñar estos avatares con los cuales relacionarse, socializar, en los espacios virtuales. Como se verá en esta tesis, estas construcciones son sumamente elaboradas en el caso del Facebook, regido, como ya se ha explicado, por las técnicas de sí y las formas de escenificación como elementos paradigmáticos para llevar a cabo esta elaboración.

No se puede hablar solo y exclusivamente de representaciones de cuerpos en Facebook, como si fuera una sola imagen encarnada digitalmente. Estas formas de ser y existir en el Facebook hablan, actúan, se relacionan, interactúan, socializan con otros, y en algunos casos no dependen de su creador en el mundo actual o material; muchas veces cobran vida propia, se liberan de su “yo” material, se mantienen en el tiempo y en diversos espacios en los que el sujeto, fuera de las múltiples pantallas en las que habita, no tiene control ni conocimiento del mismo.

Los cuerpos en Facebook se construyen hacia afuera, hacia la mirada del otro. En esto hay cierta distancia con las formas de constitución de los sujetos modernos y sus cuerpos, que estaban guiados por una mirada interior (Sibilia, 2009) que los edificaba, a través de la higiene, la erótica, la sexualidad y las disciplinas, como lo muestra Foucault en sus diferentes escritos. Esas materialidades del cuerpo, que se derivan de las formas de constitución de los sujetos, se llevan a cabo por medio de las prácticas, los discursos y las tecnologías; las tecnologías son formas de encarnación de los cuerpos, de contextos socioculturales específicos, tal y como sucede en las redes sociales virtuales.

Indudablemente, concebir el cuerpo es entenderlo en tanto materialidad, pero hay que abrir las concepciones a nuevas maneras de “materialidad”, ya que no hay una sola forma de materialidad del cuerpo. Por ejemplo, estarían la materialidad biológica, la materialidad

iconográfica y la que estamos analizando, la materialidad virtual, propia de los territorios virtuales, comunicativos.

Finalmente, producto de estas nuevas corporalidades derivadas de los territorios comunicativos y virtuales, los cuerpos pasan a tener una serie de características que son aplicables en términos descriptivos generales a varios escenarios de Internet. Son, como antes se anotó, de “naturaleza” informacional, digitales, programables, diseñables, manipulables, reciclables, efímeros, adaptables a una serie de repertorios culturales y de deseo de sus constructores, no poseen metabolismo, no producen olor, no tienen sabor, no envejecen, no se enferman, no están atados al aquí y al ahora, no están limitados físicamente (Viñolas, 2009).

1.3. Facebook en tanto dispositivo de mediación de la subjetivación

El internet, y dentro de él, Facebook, no debe ser pensado como un dispositivo tecnológico aislado, sino dentro de un sistema que no solo permite comprenderlo mejor en un contexto, sino que reconoce las formas concretas de emergencia en el marco de las relaciones sociales, científicas y de conocimiento. Por otro lado, un cambio tecnológico también tiene que ver mucho con los beneficios de tipo económico, una mayor utilidad, eficiencia, etc. Concretamente, en relación con el cuerpo de Facebook, interesa leer este proceso dentro de las nuevas formas de ejercicio del poder (que se presenta como más libre, menos rígido, más fluido, menos pesado, más seductor, menos impositivo, etc.) en el escenario de la sociedad actual, que hace ver al internet como un nuevo dispositivo, en tanto que tiene nuevas características técnicas que, por supuesto, condicionan la emergencia del cuerpo en este. A su vez, también se ha argumentado que estamos entrando en una época de varias tendencias enmarcadas en pos-evolucionismos a partir del desarrollo de una serie de conocimientos científicos y tecnológicos, de varias disciplinas y campos del saber, en donde el internet sería un teatro en el que estas realidades se estarían llevando a cabo. Dentro de esa perspectiva, pero de manera más macro, la relación cuerpo-internet debe ser pensada al interior de la sociedad de control que apela más a los dispositivos del tipo internet, para crear o propiciar la creación de nuevas formas de subjetividad y, por

supuesto, de cuerpo, que deben estar más acordes con las necesidades de consumos compulsivos y con mayores sensaciones de libertad.

En este apartado queremos unir dos conceptos, el de dispositivo de Foucault y el de mediación de Barbero, ya que son fundamentales para la comprensión de la construcción de subjetividades, del sí mismo en tanto puesta en escena de sí en tanto estrategia privilegiada entre los usuarios de Facebook. El de dispositivo proporciona herramientas útiles para analizar las formas de poder, saber, gobierno y autogobierno que se pueden evidenciar en Facebook. La ventaja del concepto de mediación está dada por la "naturaleza" mediática del lugar de investigación, pero no de la manera académicamente tradicional de hacer énfasis en el componente tecnológico; en la mediación nos interesa ver como esta va más allá del componente técnico y privilegia un análisis de tipo cultural y, ante todo, del papel activo del individuo en dicho escenario, es decir, de las formas en que el individuo apropia, decepciona, transforma el medio o, más exactamente, la mediación que está usando.

Para comenzar, el concepto de dispositivo en Foucault se desprende de su analítica del poder-saber y, particularmente, de su preocupación por la llamada gubernamentalidad. Lo usa, sobre todo a partir de los años setenta, cuando empieza a ocuparse de lo que llamó la "gubernamentalidad" o el "gobierno" de los hombres (Agamben, 2006). Según Agamben, para entender la noción de dispositivo se debe concebir que dicho concepto reúne por lo menos tres sentidos: el primero hace alusión a un conjunto heterogéneo, que incluye virtualmente cualquier cosa, lo lingüístico y lo no lingüístico, discursos, instituciones, edificios, leyes, medidas de policía, proposiciones filosóficas, etc. En el segundo sentido, el dispositivo se relaciona con una función estratégica concreta y siempre se inscribe en una relación de poder. En el tercero, el dispositivo es algo general, que incluye en sí la episteme, que es, para Foucault, aquello que en determinada sociedad permite distinguir lo que es aceptado de lo que no (Agamben, 2006). Ahora bien, no se trata de un término particular, es decir, no se refiere solamente a tal o a cuál tecnología de poder sino a una red compleja que suma varios elementos en una sociedad y que, por supuesto, está relacionado con la administración, el control, la dirección, el orden de los sujetos.

Por otro lado, Agamben muestra la importancia de los dispositivos con relación a la producción de subjetividades que es lo que nos importa aquí. "Tenemos así dos grandes

clases, los seres vivientes o las sustancias y los dispositivos. Y, entre los dos, como un tercero, los sujetos. Llamo sujeto a lo que resulta de la relación o, por así decir, del cuerpo a cuerpo entre los vivientes y los aparatos” (Agamben, 2006). Es decir, no existen los aparatos por un lado y los individuos por otro, sino que el sujeto sería entonces lo que resulta de la relación entre lo humano y los dispositivos; los dispositivos constituirían a los sujetos inscribiendo en sus cuerpos un modo y una forma de ser. Lo que inscriben en el cuerpo son un conjunto de praxis, saberes, instituciones, cuyo objetivo consiste en administrar, gobernar, controlar, orientar, dar un sentido que se supone útil a los comportamientos, gestos y pensamientos de los individuos (Agamben, 2006).

Los dispositivos, según Deleuze (2004), son como máquinas de hacer ver, de visualización, de mostrar, que están muy unidas al poder, con el gobierno y la administración; por otro lado, de hacer hablar, de expresar. El dispositivo de contar está en relación con el saber, con los regímenes de verdad, con la verdad, es decir, con la producción, consolidación y distribución de los discursos de verdad, con lo que social y culturalmente se establece como la Verdad. Finalmente, un elemento central en la concepción de dispositivo de Deleuze tiene que ver con líneas de fuerza de conflictos, de intensidades en las fuerzas de configuración de la subjetividad. Para Deleuze, el dispositivo está constituido por el poder y el saber o por una red de saber/poder y el sujeto, sus formas de ser y existir (Deleuze, 2004).

Con base en lo anterior, analicemos qué es el dispositivo para Foucault. Este es entendido como una especie de campo de fuerzas, un conjunto articulado de prácticas, estrategias y técnicas. Es, así mismo, un tipo de máquina o sistema que tiene como centro de acción al sujeto y su configuración; busca afectarlo, influenciarlo, delimitarlo, conducirlo. El dispositivo tiene una parte física y busca llegar a la materialidad del sujeto, es decir, a su cuerpo; en este sentido, dicho dispositivo busca afectar al sujeto, influenciarlo, delimitarlo y conducirlo. El dispositivo tiene una parte física y busca llegar a la materialidad del cuerpo, de sus prácticas, sus saberes y formas de existir. De manera tradicional, un dispositivo sería una compleja red de relaciones entre instituciones, sistemas de normas, formas de comportamiento, procesos económicos, sociales, técnicos, así como formas o tipos de clasificación de sujetos, objetos y relaciones entre estos.

Pero, acordemos que el dispositivo no es solamente un aparato. Aún más, no se puede confundir con él, ya que los dispositivos se concretan en las formas de ser y de organización en varios órdenes de la sociedad. En esa medida, los dispositivos varían de acuerdo con su momento de génesis y su operatividad en red, en el contexto sociocultural en el que se hallan inscritos. De allí que “no sería probablemente errado definir la fase extrema del desarrollo capitalista que estamos viviendo como una gigantesca acumulación y proliferación de dispositivos, pero dispositivos que no están configurados en torno a las instituciones” (Agamben, 2006). Por el contrario, los dispositivos en el momento actual se hacen más presentes en los medios y las nuevas tecnologías. Por eso, ahora nuestras preguntas podrían ser: ¿Cómo serían las formas de operar de internet en tanto dispositivo? ¿Cómo influiría este dispositivo en la subjetividad? ¿Qué tipo de poder y relaciones de poder lo caracterizan? ¿Cómo entender las prácticas de sí allí presentadas? ¿Qué tipo de prohibiciones y controles existirían? ¿Cómo se lleva la puesta en escena de sí mismo? Estamos de acuerdo con varios autores, entre ellos Sibilia, Machado, Levy, solo por nombrar rápidamente a algunos, en que en los dispositivos actuales hay que buscar más que otra calidad, su lógica administrativa, de gobierno, de gubernamentalidad, y admitir que sus formas de poder seducen, convencen, que tientan a las subjetividades, que no imponen disciplinas ni prohibiciones, sino que organizan el deseo, lo hacen circular, lo gestionan. Para entender el Facebook como un dispositivo, se debe identificar ese conjunto articulado de prácticas y técnicas que lo configuran, así como las formas de la experiencia que configuran las técnicas de sí en este dispositivo, la relación entre el poder y el deseo y las prácticas discursivas en torno a las formas de autogobierno, y cultivo de sí en el mundo contemporáneo, orquestado bajo la forma de gobierno neoliberal, que hace del sujeto un empresario de sí mismo. Por eso, no es exacto y menos en los dispositivos estilo Facebook, que pretendamos analizarlos diciendo que los dispositivos “capturan” o “atrapan” individuos en su red, sino que, más bien, producen, construyen sujetos, subjetividades que, como tales, quedan sujetados o conducidos por efectos de saber/poder o, mejor, para el caso del deseo, poder.

Concretamente, en relación con el cuerpo Facebook, nos interesa leer este proceso en el interior de las nuevas formas de ejercicio del poder, que lo hace ver como un nuevo dispositivo, en tanto que tiene nuevas características técnicas y comunicativas que, por supuesto, condicionan de alguna manera la emergencia del cuerpo en este. Es innegable

que la existencia de los denominados genéricamente, cuerpos digitales, depende de los procesos de hibridación con la máquina, sin la cual no podría existir en su actual estado.

No debemos confundirnos y pensar que cuando decimos que Facebook es un dispositivo, estamos diciendo que Facebook es un medio y por ende que el medio Facebook **es** el dispositivo. Ya lo hemos dicho, pero recalcamos: Facebook es más que un medio. Es una realidad social, no solo una plataforma, una red virtual social que se queda en el ciberespacio. Facebook está en el marco de las realidades culturales, en el tejido social. Cuando la gente habla de él, de lo que publica, de cómo se ve, de lo que hace, de lo que no hace, etc., estas actividades se realizan tanto en línea, como fuera de línea, es decir están en medio de instituciones, de procesos de sociabilidad, de fuerzas, de relaciones de poder, de formas de ser, de sentir. No podemos concebir Facebook como una tecnología desarraigada (que nunca es individual, no es un aparato) de la sociedad ni olvidar la mutua influencia. En últimas, como se expuso al principio de este apartado, es una red compleja que suma varios elementos en una sociedad

1.3.1. Mediación

Muy cerca y complementando el concepto de dispositivo, el de mediación nos sumerge en los procesos de subjetivación que se suceden en internet y en Facebook de la manera como aquí lo estamos entendiendo: como una práctica de sí y una puesta en escena de sí mismo, que se da en la constitución de los diferentes cuerpos que lo habitan.

El concepto de mediación llega a América Latina en el marco de la formación de los estados nacionales latinoamericanos que implicaba la incorporación de los sectores populares al proyecto moderno. Dicha incorporación suponía retomar elementos de la misma crisis de la modernidad, denunciada por la llamada posmodernidad y reacomodar ciertas relaciones de la cultura popular con el proyecto moderno (Espinoza, 2010). Este concepto emerge en el marco de la cultura contemporánea, entendida esta como producción de sentido y significado. Por otra parte, la noción de mediación reacciona contra las teorías tradicionales de los medios, que los concebían como mecanismos de dominación. Así mismo, la mediación abandona las corrientes tradicionales marxistas y hunde sus raíces epistemológicas en los estudios culturales británicos.

Pasar de la teoría de los medios a las mediaciones implica varias cosas. La primera es que las mediaciones se refieren al cambio en las articulaciones entre las lógicas de producción, matrices culturales y competencias de recepción (consumo) y, así mismo, que la mediación está en el centro de estudio la comunicación, la cultura-política. Que esta está “compuesta” de cuatro elementos fundamentales a saber: las tecnicidades, la institucionalidad, la ritualidad y la sociabilidad. De estas, la que más nos interesa por pertinencia y relación directa con esta tesis es la tecnicidad, en tanto comunicación mediatizada, que no se refiere a los aparatos, sino a su impacto en la sociedad, a los formatos narrativos. La tecnicidad “es menos un asunto de aparatos que de operadores perceptivos y destrezas discursivas” (Martín-Barbero, 2003, 2009). Esta concepción de tecnicidad se ajusta a las particularidades de Facebook en su infraestructura en tanto mediación y, por otro lado, a las formas de uso de los sujetos investigados. La mediación técnica no considera a los artefactos como elementos constitutivos para el análisis comunicativo, puesto que no pertenecen al mundo de los humanos (Espinoza, 2010), de allí que lo más importante en el estudio de Facebook no es su carácter meramente técnico, sino los elementos humanos que lo hace ser una mediación.

Por otro lado, la mediación institucional hace alusión a como los medios son utilizados para engendrar discursos que responden a intereses privados. No sólo son aparatos lo que se debe analizar, sino también instituciones de peso económico, político y cultural (Espinoza 2010). En la economía mundial los medios de comunicación están acaparados, de modo que las opciones de producción y transmisión están reducidas a las “megacorporaciones globales”. Así, se debe entender que “las tecnologías no son neutras, pues hoy más que nunca ellas constituyen enclaves de condensación e interacción de intereses económicos y políticos con mediaciones sociales y conflictos (Espinoza, 2010).

La sociabilidad, como su nombre lo indica, se refiere a los vínculos y relaciones sociales cotidianas que son el soporte de la interacción en la comunicación. Esta se refiere especialmente a la comunicación no mediatizada (Martín-Barbero, 1997). Finalmente, cuando Martín-Barbero se refiere a la ritualidad hace referencia a las interpretaciones, lecturas y usos de los medios de comunicación, es decir, al papel de las audiencias, a las formas de la recepción de los mensajes de los medios.

Una vez definidas estas cuatro mediaciones es importante describir de manera pormenorizada el concepto de mediación y sus implicaciones. Primero se debe entender

que los medios son una instancia que está en el medio, entre la realidad y la audiencia; no son, por lo tanto, una influencia directa o un mero reflejo. Venimos diciendo que un aspecto central en la mediación es el papel activo de la audiencia. Si bien las industrias culturales buscan implantar un sentido, las condiciones de recepción y las audiencias críticas deben ser tenidas en cuenta dado que los sujetos no son rigurosamente pasivos frente a los medios y los mensajes que emiten: hay decodificación de los productos simbólicos (competencias de recepción). Las formas en que las audiencias leen los mensajes dependen de condiciones de recepción (ritualidad) tales como la edad, el género, la clase, el nivel educativo, entre otras. La interacción entre el medio y la audiencia no se da solo en el momento de estar frente a la pantalla, debemos remitirnos a qué pasa antes y qué pasa después de esta interacción. En otras palabras, la mediación sólo es concebible cuando se haya en el marco contextos sociales culturales específicos, es decir las tradiciones culturales, prácticas culturales, grupos sociales, etc.

El concepto de mediación, según Martín-Barbero, nos permite ver cómo la construcción de sentido, para el caso de cuerpos, que se da en escenarios comunicativos, está mediada cultural y socialmente. Dicha mediación a su vez no se escapa de los componentes tecnológicos (tecnicidades) que poseen los dispositivos mediáticos. En estos escenarios mediáticos, virtuales e interactivos se presenta la posibilidad de tomar un papel activo en la comunicación, así como de una nueva lógica del tiempo (la posibilidad de tener contacto en “tiempo real” de manera instantánea, sin importar la distancia ni el número de contactos). Desde el punto de vista de las tecnicidades, las nuevas tecnologías reeditan o reconfiguran la relación local-global, así como la relación privado-público y la relación vida íntima-vida social. Las redes se organizan en torno a los perfiles de los sujetos y, finalmente, generan nuevas formas de comunicación: formas particulares de lenguajes, de palabras y de ortografía, por ejemplo (Vilches, 2001; Hopenhayn, 1999; Serres, 1995).

Por ello, siguiendo a Barbero (2009), cuando pensamos en internet y particularmente en Facebook, no planteamos este solo en términos de medio, ya que es una interpretación que, si bien aporta a la comprensión de este fenómeno, se queda corta, pues enclaustra el internet precisamente en esa perspectiva reduccionista tecnológica (medio) o ideológica (instrumento de dominación). Las redes sociales se deben entender a la luz del concepto de las *mediaciones*, esto es, de los lugares de los que provienen las constricciones que delimitan y configuran la materialidad social y la expresividad cultural (Martín-Barbero,

1987: 233). Es decir, el medio tiene que ver menos con la técnica y más con las formas de apropiación y lectura de los procesos sociales de producción de significado. En otras palabras, se trata de una decodificación de los productos simbólicos como una forma de la representación o de las representaciones que los sectores sociales les dan a los espacios y las mediaciones comunicativas.

Pero ¿qué implicaciones tiene esta mediación? En primer lugar, permite entender no solo la homogenización producto del contexto al que nos hemos referido, sino también el papel del sujeto en dicha dinámica, de su agencia. La mediación hace alusión al papel de la tecnología en relación con la producción de significado, las relaciones sociales y las estructuras en las que se lleva a cabo la producción de la cultura. Esto quiere decir que los sujetos estudiados en el Facebook no solo habitan un territorio tecnológico y se escenifican en él. Más allá, la tecnología modifica a los sujetos y a los cuerpos, genera procesos de hibridación con las redes, así como de creación de prótesis virtuales. En resumen, el yo editado que busca la autenticidad es un yo virtualizado por la máquina que se halla en el marco de los diversos procesos actuales macros sociales (biopoder), en donde la tecnología es un lugar privilegiado de análisis de dichas estructuras sociales (Rueda, 2004; Levy, 2004; Dery, 1995; Williams, 1994). Para juzgar el Facebook como mediación, se debe entender no solo como realidad tecnológica, sino en sus contextos culturales, sociales e históricos. Estamos en un momento histórico en el que las tecnologías de la comunicación y la información se han erigido como dispositivos de poder, como formas de biopoder y de anatomopoder, que construyen nuevas prácticas de sí, como las que estamos analizando (Rueda, 2004; Sibilia, 2005; Turke, 1998; Pscitelli, 2002). La mediación combina lo real con lo imaginario y sumerge al individuo en un mundo de simulaciones, en donde la copia de la realidad es tan “real” que se pierde la distinción entre lo “real” y lo imaginario, dinámica que está claramente presente en los procesos de edición de sí mismo. Se está en un juego dialéctico entre lo imaginario y lo real, entre la simulación y la autenticidad. Los elementos mencionados son centrales para indagar cómo opera esta mediación, bajo qué lógicas, bajo qué efectos y bajo qué tecnicidades se da el ambiente propicio para la puesta en escena de sí mismo. Ese poder, esa posible potencia de llevar al individuo que se sumerge en la red al máximo nivel en el juego de las simulaciones (imaginario-real), lo que estaría propiciando la construcción característica de estos cuerpos en el Facebook.

Como lo hemos venido argumentando el concepto de mediación implica condicionamientos técnicos (formatos industriales). Facebook hace parte de esos nuevos escenarios comunicativos que tienen unas particularidades técnicas entre las cuales están: multimedialidad, reticularidad, hipertextualidad, digitalidad, interactividad. También son características de este medio: el destiempo de la interacción, la primacía del tiempo sobre el espacio, la revolución que obliga a la audiencia a mutar al rol de prosumidor, la desterritorialización de los vínculos sociales y de la producción, la circulación y el consumo de bienes culturales. Desde las tecnicidades emergentes que tiene Facebook en tanto interactividad de los usuarios con este dispositivo tecnológico tenemos: los datos con los que se debe construir el perfil, los tipos de imágenes y videos permitidos, las formas estereotipadas de interacción, los tiempos y lugares de interacción. A partir de estos componentes técnicos se determinó como las personas se apropiaban y resignificaban los procesos de exhibición de sí mismos y el manejo de la privacidad.

En Facebook resulta fundamental la participación de los sujetos en todo el proceso de producción, circulación y recepción de contenidos. No se trata de estar detrás de la pantalla viendo lo que pasa, tampoco de tomar una actitud crítica. Se trata de hacer parte activa y constitutiva de la realidad social que se gesta. Los viejos medios funcionaban de la forma uno-muchos, por lo que no son modelos idóneos para explicar la lógica muchos- muchos de Facebook. Esta estructura rompe definitivamente con la forma de los medios tradicionales. A diferencia de la Mediación, Scolari (2009) enfatiza especialmente el componente de *Proceso* en el concepto de Mediación y no únicamente el de producto, o aparato, o incluso el que hace referencia a una finalidad o un fin. El tiempo de las hipermediaciones también es policrónico, reticular y discontinuo. La idea de una aldea global viendo a la misma hora el mismo programa de televisión se vuelve cada vez más insostenible, el consumo hipermediático se fragmenta en millones de situaciones asincrónicas. Los dispositivos móviles, al no depender de una conexión fija a la red, resignifican conceptos como proximidad, presencia o movilidad. Lugares consolidados en nuestras sociedades como el espacio público o el privado también se reconfiguran. Los nuevos escenarios reconfiguran el tiempo y el espacio, en donde este último desaparece y emerge el espacio virtual que supone un tiempo continuo, es decir un tiempo real (Vizer, 2008).

Por otro lado, es importante entender que, en la mediación, el problema del poder también es central, al igual que el de dispositivo, porque precisamente la producción de significados que se da en la cultura debe ser pensada como un espacio de luchas, de confrontaciones, de conflictos. Se podría decir que las mediaciones son caviladas como espacios y formas de uso y apropiación culturales, de tal forma que ahora la producción de los grupos dominantes es apropiada y transformada por los grupos subalternos. La mediación se caracteriza por propiciar la resignificación que los sujetos hacen de la cultura hegemónica transformando el sentido, de forma que resulta útil a los grupos dominados ya que en alguna medida los libera, los emancipa (Martín-Barbero, 1987). Las mediaciones son o serían importantes como forma de entendimiento que permitiría superar en alguna medida las dicotomías de clase. El triunfo de cualquier medio en su parte técnica o en su tecnicidad, es expresado en la capacidad que tenga este de ser competente, de seducir, de convocar a los sectores más populares de la sociedad. Pero no solo se queda en estos sectores: la capacidad de la mediación estaría precisamente en la capacidad de propiciar desplazamientos en cada grupo, de cada clase, en cada sector de la vida social. A su vez la mediación debe en alguna medida reflejar la vida cotidiana de las personas y por supuesto a su pasado. Es innegable que el Facebook es una mediación que cala en varios sectores sociales por su configuración del entorno y por los perfiles de los usuarios. Su intención de mantener en contacto a amigos, conocidos y familiares hace que sea una mediación personal, que llega a la subjetividad de los individuos en tanto que no solo se relaciona con la vida cotidiana, sino que cala de manera vital y fundamental en la misma.

Dentro de la mediación, me interesa del concepto de narración por varias cosas: la primera tiene que ver con su relación directa con las condiciones de producción tanto históricas como culturales y por el carácter de moraleja o sentido práctico que posee. La segunda, como indica Benjamín, porque la narración es una forma comunicativa que parte del sujeto, de su experiencia concreta, o de las experiencias de otros. En tercer lugar, porque la narración, por no fijarse siempre en lo escrito, tiene su fortaleza en lo oral, haciendo que el acto de narrar no se agote, y siempre esté en proceso de construcción y de muerte. Y, finalmente, porque la narración se fija, se adhiere al narrador, lo marca, lo identifica (Benjamín, 1999). El Facebook es un espacio de narración, de múltiples formas de narraciones y lenguajes que usan los usuarios para “contar”, desde su propia experiencia subjetiva y desde sus propios recorridos bibliográficos, en este espacio virtual que se

presta para relatar historias: en ella, por supuesto, están presentes los cuerpos de los sujetos igual que las formas de exponerlas, de construirlas.

1.3.2. Las imágenes del cuerpo y la subjetividad en Facebook

Un mecanismo importante en la construcción de sí mismos y de sus cuerpos en Facebook son las narrativas derivadas de las imágenes (Vásquez, 2011), de las fotografías que las personas presentan de sí mismas en esta red. Por ello, la imagen en esta investigación no solo es vista como una forma de expresión, sino como estrategia política y social. Por ello, no solo es un análisis de forma de las imágenes, es decir las fotografías, sino que estas se inscriben en las representaciones sociales y culturales (Karaman, 2011), no solo se habla de la significación de las fotos, de las imágenes, sino de cómo estas llegan a tener sentido, significado, en el contexto. Para Karamn (2011), cualquier representación es más que una simple reproducción de lo que representa; es la construcción de una realidad entre la imagen y el código.

Remitiéndonos al origen etimológico del término "imagen", ésta proviene de la palabra latina *imago*, que significa 'figura', 'sombra', 'imitación'. Igualmente, el griego "*eikón*", vale decir, significa 'icono', 'retrato', 'espectro', 'alma del muerto en su sombra', 'doble'. Entendemos que se asume como una visión que ha sido creada y recreada o reproducida, es la representación mental de alguna cosa percibida (Karam, 2011; Belting, 2012). La fotografía se asume desde la semiótica como un signo icónico, que posee propiedades del objeto representado; el retrato de una persona es icónico hasta cierto punto, pero no lo es del todo, porque la fotografía virtual no tiene la piel, ni la facultad de hablar ni de moverse que tiene la persona retratada. Si llevamos esta argumentación a su extremo, el verdadero signo icónico de una persona no es su retrato sino la persona misma (Karam, 2011).

En la investigación realizada se logró establecer que las imágenes de sí mismos de los sujetos no pueden ser entendidas en sí mismas y en el marco únicamente de las cualidades técnicas y formales, ya que la imagen es un producto social histórico. La fotografía en tanto forma icónica solo puede ser pensada en sus evoluciones diacrónicas (históricas) o sincrónicas (territoriales). La cultura en la cual una imagen es producida-distribuida-interpretada es un conjunto de sistemas simbólicos (Levi Strauss en Karam, 2011, y Visa 2012). Por otro lado, la fotografía debe ser concebida en el marco del medio en donde se escenifica, es decir, los medios de la imagen (Belting, 2012). Para nuestro

caso, el contexto de nuestras fotos es la red social Facebook, lo que indudablemente ya las inscribe en cierto marco contextual de interpretación de su significado. Si cambiamos el lugar, el escenario de la fotografía cambia su significado. Por ello, las fotos del Facebook son particulares, no son solo puestas para hablar con ellas, representar algo, sino que se constituyen en formas corporales con las cuales los sujetos virtuales interactúan en ese mundo.

En nuestra tesis, la imagen no fue analizada bajo el enfoque estructuralista semiótico sino, más bien, examinada como un producto y como proceso cultural. El análisis cultural de la imagen nos recuerda que es un producto social, cuya interpretación depende tanto de los convenios que unen el significante con el significado (estructura, semiología), como también del contexto sociocultural que dota a los sujetos del sentido y el significado de las mismas. Pero, por otro lado, las imágenes pueblan la realidad social, la construyen y, de paso, nos constituyen. Es decir, no solo el contexto cultural nos da las herramientas para interpretarlas, sino que las imágenes mismas construyen y crean la cultura, por ende, nuestra subjetividad, nuestro cuerpo y, con ello, las formas en que nos construimos a nosotros mismos, (Ardevol, 2003, y Muntañola, 2014).

Cabe recordar que la imagen le da cuerpo a una forma de mirar. Las fotografías tienen mucho que ver con el mirar; especialmente cuando se trata de la autofotografía que nos representa, se es consciente de que se está para ser mirado, es decir, la forma en que miramos depende de lo que hemos aprendido a buscar o de lo que esperamos encontrar. Al mirar una imagen, miramos una forma de mirar y nuestra relación con la mirada (Ardevol, 2003; Muntañola, 2014; Barthes 1987). Pensar la fotografía como mirada nos remite al problema de sujeto, en la medida en que nos interpela sobre cómo somos mirados, cómo estamos siendo mostrados. Así mismo, somos conscientes de que nos están mirando, analizando, juzgando, es decir, reconocemos la mirada del otro sobre mí.

La imagen, antes que una representación, es una encarnación viva de la persona. Eso es claro desde los estudios clásicos de la antropología, que estudiaban la imagen como producción cultural. Mi imagen no es la representación de mí mismo, soy yo mismo, lo que pasa con la imagen le pasa a la persona, es vinculante; así fue en el pasado, en las culturas primitivas, y se hace evidente en las personas y sus perfiles en Facebook. Las imágenes simbólicas unen los aspectos cognitivos y racionales de la experiencia, haciendo que la cultura sea cultura viva.

Ampliando lo anterior, Bourdieu argumenta que lo que se fotografía está relacionado con la clase social, pero además que realmente lo fotografiable (es decir, el contingente de fotografías “factibles” o “a ser tomadas”), está por oposición al universo de realidades que son objetivamente fotografiables. Hay modelos establecidos en la fotografía que hablan de las razones, las motivaciones (Bourdieu, 1979), los porqués, cimentados objetivamente al sentido que confiere un grupo al acto fotográfico como promoción ontológica de un objeto percibido como digno de ser fotografiado (en nuestro caso, a los usuarios mismos de Facebook, en su perfil) y, sigue argumentando Bourdieu, que lo fotografiable y lo no fotografiable es indisoluble del sistema de valores implícitos. Comprender adecuadamente una fotografía no es solamente recuperar las significaciones que proclama, es decir, en cierta medida, las intenciones explícitas de su autor; también es descifrar el excedente de significación, es decir, lo que hemos venido argumentando, de cómo la fotografía está en el marco de la construcción de la realidad y contribuye ella misma a crear esta realidad y las significaciones más allá de esta, esto es, las fotografías de sí mismo.

Hay que recordar que la fotografía nunca se separa de su referente, de lo que representa. La foto es invisible: no es ella a la que vemos, sino a lo que representa, a lo que está detrás de ella, a lo que remite, a lo que significa. Para el sujeto mirante y el sujeto mirado, es un cuerpo mirado, un cuerpo mostrado, en el que el acto de posar es asumido como una edición de sí, pues se es consciente de las implicaciones que se despliegan, en la medida en que la fotografía es producto de una intensión y a su vez crea un cuerpo, una imagen, y por lo tanto es necesario indagar frente a los efectos que esta nueva creación pueda tener sobre el “público” objetivo de la misma, los usuarios de Facebook. Se quiere que la multitud de fotografías en las que posa deben coincidir con su yo, en un objeto que se fotografía, que se encuadra y pretende mantener una cierta autenticidad con lo representado (Bathes, 1987).

El estudio realizado, se pliega, por tanto, a la orientación en antropología o sociología visual que no se limita al estudio de la imagen, sino a aquello que es visible y observable, intentando conectar esta investigación con conceptos teóricos, como por ejemplo los desarrollados por Goffman sobre *puesta en escena*, que constituyen un elemento central en nuestra indagación. Por otro lado, el de estatus e interacción, las ideas foucaultianas de vigilancia y visibilidad ya también aquí desarrolladas, o la noción de práctica social de

Bourdieu en relación con la fotografía (1979) ello a partir de recordar que de manera categórica se debe entender que la imagen y el análisis de la imagen no es una cuestión solo de representación, sino de práctica social (Ardevol, 2003 y Muntañola, 2014).

Hemos expuesto aquí de manera tangencial a Erving Goffmann (2006) en relación con las interacciones sociales, y considerando a las personas como actores, bajo un enfoque dramático, se puede inferir que, en sus definiciones del rol de comportamiento en torno a una función, los sujetos han sido tomados teniendo en cuenta los roles narrativos que se desarrollan a partir de los álbumes. Esto es, cuando cada persona asume uno o diversos roles en cada interacción, en función de la imagen que desea ofrecer a los otros, que queda ejemplificada en los álbumes fotográficos, donde se ofrece una versión determinada de nosotros mismos y la familia (Visa, 2012). El análisis de las fotografías de sí mismo es, por esencia, multidisciplinar en el contexto de esta tesis, en la medida en que se nutre de los modelos de la sociología, micro sociología en específico, en donde la fotografía es analizada como forma de interacción de la persona en términos de autor representación, y de modelos semiótico-narrativos en los cuales las fotografías de sí son modelos para contar historias, con el fin de poner en escena una cierta narrativa mediante la cual los sujetos se construyen a sí mismos.

Reforzando lo anterior y para terminar, cabe recordar que las concepciones y los modelos alrededor de la intimidad, la subjetividad y la autorrepresentación no surgen deslindados de los medios (discusión que ya planteamos en esta tesis). Ejemplo concreto para nuestro caso son las nuevas tecnologías que han autorizado el surgimiento de plataformas hipertextuales tales como blogs, páginas web personales y, muy especialmente para nuestro interés Facebook, las nuevas formas de autoinscripción que migrarán a las prácticas “autocinemabiográficas” del siglo XXI: autobiografías electrónicas o digitales, videos confesionales, ensayos electrónicos, sitios web autobiográficos (Lagos, 2011).

1.4. Estado del arte: cuerpos, subjetividades y redes

En el presente estado del arte se da cuenta de las tesis que, con respecto al problema de investigación de este trabajo, retoman los debates contemporáneos de las ciencias

sociales, así como los vacíos que se presentan en este campo, tanto a nivel metodológico como interpretativo, con el fin de ir perfilando la investigación. El balance se centrará en dos conceptos fundamentales: cuerpo y redes sociales. Se intenta por esta vía dar un orden que va de lo general del debate a escenarios particulares. Esta categorización del estado del arte se ha realizado en virtud de que en los rastreos bibliográficos llevados a cabo no se evidenciaron, hasta donde se indagó de manera importante y sistemática trabajos que abordaran de manera central el problema del cuerpo en Facebook. Se encontró una interesante gama de investigaciones que indagan en la subjetividad, la identidad y las relaciones sociales en las redes, mientras que el problema del cuerpo ha sido tratado de manera muy tangencial en estos lugares. Seguramente, la razón de este “posible vacío” se debe a la noción, a la idea del concepto de cuerpo, relacionado con la materialidad, con la carne, con algo físico, por lo que su presencia en el mundo virtual, de alguna manera, se daba por descartada o se remitía al concepto de representación, pero no a la noción de cuerpo en sí. Como hemos argumentado, para las necesidades de este trabajo este tipo reflexiones no resultan pertinentes, ya que el cuerpo sí se puede rastrear en las redes sociales y particularmente en Facebook, el cuerpo en sí mismo –y no sola su representación- pero con otras características, con otras lógicas de construcción y, por supuesto, con otra materialidad. En el estado del arte, debido a la poca información encontrada, se decidió dejar el concepto de cuerpo aparte para pasar a explicar cómo el cuerpo, por ser una construcción de sentido, aparece y está en Facebook.

1.4.1. El cuerpo como construcción social y de sentido

Para llevar a cabo el balance en torno a la construcción del cuerpo, se optará por la siguiente ruta: primero, se mostrará, en líneas generales, cómo ha sido concebido el cuerpo por las ciencias sociales a partir de dos autores principales: Le Breton y Foucault. El primero de ellos nos presenta sendos estados del arte desde la antropología y la sociología en torno al estudio del cuerpo, y el segundo es el autor que mayor influencia ha tenido en los de modelos interpretativos de los diferentes investigadores. Por otro lado, se mostrará un balance general de los diferentes temas que en relación con el cuerpo se han trabajado. En el siguiente momento, me centraré en Colombia y en algunos trabajos muy representativos del escenario local.

Según Turner, la explicación en torno al cuerpo en su relación con la sociedad ha seguido dos grandes líneas teóricas. La primera de ellas nos muestra cómo los cuerpos en su condición humana, en su naturaleza material, en la anatomía y sus procesos biológicos establecen relaciones con cada una de las sociedades en las que se hallan inscritos, de allí que se entretengan relaciones con el sistema social, las relaciones sociales, las condiciones de la edad, el sexo, etc., hasta moldear las diferentes producciones materiales. El segundo modelo general es el que concibe el cuerpo como una realidad construida cultural y socialmente: el cuerpo pasa a ser un símbolo, un escenario de significación y de cimentación de la cultura. También Turner (en Barbero, 2004) identifica estas dos grandes corrientes en la investigación sobre el cuerpo, mencionando que mientras la socio biología considera el cuerpo como “una base biológica y pre social sobre la cual se fundan las superestructuras del yo y de la sociedad”, la corriente constructivista, con autores como Douglas, Foucault, Goffman y Turner, toma el cuerpo como algo que pertenece a la cultura y no a una identidad biológica. Desde esta perspectiva, el cuerpo es interpretado culturalmente en todas partes; por lo tanto, la biología no se encuentra excluida de la cultura, sino que está dentro de ella. Siguiendo el patrón que vamos a privilegiar aquí, es importante resaltar que el cuerpo, o mejor los cuerpos, en las diferentes sociedades, contextos culturales y momentos históricos, ha sido objeto de procesos de construcción y significación; a la luz de esa construcción, se pueden desentrañar las estructuras culturales, sociales e históricas en las que los cuerpos han emergido. Es en esta línea en la que vamos a entender el cuerpo en el Facebook: esta línea se ampliará y explicará en el marco interpretativo.

Desde diferentes campos y disciplinas sociales se ha resaltado la importancia de indagar en los procesos de construcción del cuerpo. Autores como Foucault (1978, 1985, 1986, 1991), Bourdieu (1995;1995b; 1999), Elías (1987), Sennett (1994) Deleuze y Guatarri (1985; 1994), Varela (1997), Le Breton (1995; 2002), Traversa (1997), Sibilía (2005), Ficher (1992), Viñolas (2009) y Muñiz (2010), entre otros, han demostrado la relación entre los cuerpos y la sociedad en cuanto a cómo ésta construye el cuerpo de maneras particulares, dando respuesta a ideales que tienen las sociedades respecto a los tipos de subjetividad manejables que se deben instaurar como agenciamientos para reproducir, al nivel de los cuerpos de los sujetos, los ideales sociales. Es decir, el cuerpo es construido, y si es construido o constituido, se puede indagar cuáles son sus procesos de construcción y con ello aproximarse, a su vez, a las estructuras sociales, culturales e históricas que median

esa construcción, como lo sugieren varios autores (Le Breton, 2002; 1995; Danto, 1999; Rico, 1985; Bourdieu, 1999; 1995; 1995b).

En la sociología se encuentran trabajos muy importantes como los de Sennett (1994), Bourdieu (1999, 1995, 1995b), Schutz (1993), Le Breton (1995) y Ficher (1992), quienes establecen la correlación entre las estructuras sociales y los cuerpos, desde diferentes sociedades y momentos históricos, así como diferentes tópicos temáticos de análisis, tales como el de género, de relaciones de poder, de distinción de clases sociales, de las lógicas del consumo, de la publicidad y de los medios. En la antropología resaltan trabajos como los de Taussig (1987), Le Breton (2002), Mafesoli (1990), Gergen (1991), Mauss (1973) y Douglas (1979). En ellos el análisis se fundamenta en la relación del cuerpo con los entramados culturales, no occidentales y occidentales, en los que el cuerpo adquiere particularidades de significado y ciertas realidades emanadas de su condición biológica, pero ante todo sirviendo como metáfora de la sociedad en la que se inscribe. Otra disciplina que ha aportado a la presente discusión es el psicoanálisis, en lo que tiene que ver con los procesos de producción de significado del cuerpo en relación con los procesos psíquicos y culturales. En este caso particular, se han tomado especialmente trabajos que se hallan más en las fronteras de esta disciplina que con otras, como es el caso de autores como Deleuze y Guattari (1979; 1994), y Pommier (2000).

Pero, tal vez, donde se puede encontrar la mayor bibliografía con relación a este tema no es en los estrechos campos disciplinares, sino en los nuevos campos de conocimiento, en donde convergen y dialogan varias disciplinas. En ese orden de ideas, son abundantes los trabajos transdisciplinares de Foucault (1978; 1985; 1986; 1991; 1994; 1997), Varela y Thompson (1997), de los Estudios Culturales como los de Martín-Barbero (2003, 2000, 1998, 1990), Brunner (1999; 1992), Sibilía (2005), Traversa (1997) y Ortiz (2000). Por ello, para interpretar correctamente un trabajo de este tipo y dar cuenta del fenómeno, se debe tener claro que es menester salirse de los estrechos marcos disciplinares y sumergirse en los terrenos de las ciencias sociales y sus diferentes paradigmas.

Buena parte de la producción académica relacionada con el cuerpo gira en torno a la construcción del cuerpo moderno, es decir, la forma como la sociedad occidental racional, industrializada e individualizadora ha constituido cuerpos de acuerdo con su interés y necesidades, generando subjetividades y, por ende, cuerpos que en su constitución

reflejan, simbolizan y evidencian las características propias que deben tener los cuerpos. En este orden resultan primordiales los estudios que a continuación se nombran. Las investigaciones ya citadas de Foucault, (1984; 1987; 1990; 1994) en los que se analizan la sexualidad, la dietética, las disciplinas, la gimnasia, y los dispositivos de biopoder y anatomopoder que sirven para construir cuerpos acordes con los ideales modernos del trabajador abnegado. Trabajos, también clásicos, como los de Elías (1987) quien en su sociogénesis muestra las formas estilizadas de comportamiento de los cuerpos en la sociedad cortesana, y cómo se comienzan a moldear los cuerpos modernos. Los trabajos de Bourdieu (1998), particularmente *La distinción*, obra en la que el cuerpo se puede entender como la forma de objetivación más visible y evidente, donde se presenta el *habitus* de forma empírica; es decir, el cuerpo materializa, a través de la *hexis* corporal, el consumo, la distinción, las actitudes y, simbólicamente, los condicionamientos sociales. El cuerpo está en el mundo social, pero el mundo social está en el cuerpo (en forma de *hexis* y de *eidos*), integra el cuerpo y sus diferentes usos en un esquema explicativo global, donde relaciona las condiciones sociales de existencia, el *habitus* y *las prácticas*. Lo primero que hace es elaborar un espacio social objetivo y lo estructura en tres compones básicos de la clase social: el «capital económico», el «capital cultural» y el «capital social», a través de los cuales determina las distintas prácticas de los estilos de vida diferenciados. Al aplicar su análisis a la manera de tratar el cuerpo, de moldearlo y de nutrirlo, observó que los espacios de preferencias corporales (alimenticios, higiénicos y deportivos) se organizan según el propio volumen del capital económico, cultural y social, donde la propia *actitud corporal* es reveladora del *habitus* y, en consecuencia, de la clase social de pertenencia (Bourdieu, 1998). En otras palabras, el cuerpo, en su materialidad y en sus mapas cognitivos o estructuras de pensamiento, muestra o recrea una analogía con el mundo social donde se vive biológicamente. Finalmente, en este panorama sobre el cuerpo moderno, no se puede dejar de mencionar la mirada de Goffman (1981, 1959). La presentación y representación del «yo», la fachada goffmaniana, ha ganado una especial relevancia en relación con los nuevos estilos de vida y el retorno del mito de la eterna juventud, su metáfora de las máscaras, del cuerpo como signo dispuesto en un escenario para ser leído por un auditorio que juzga la autenticidad y credibilidad del actor, son un modelo muy importante, no solo para esta tesis, sino para un grupo importante de investigaciones sobre redes sociales, como se mostrará más adelante.

Finalmente, Le Breton, en sus dos textos sobre el cuerpo (*Antropología del cuerpo y modernidad*, 1995, y *La sociología del cuerpo*, 2002), se da a la tarea de mostrar la constitución del cuerpo moderno a la luz de los estudios de dos de las ciencias sociales más representativas. En el primero muestra, a través de una serie de estudios empíricos, cómo el cuerpo moderno rompe con el cuerpo “colectivo” de las sociedades tradicionales y premodernas y se instaura una individualización del cuerpo, una atomización que rompe con el vínculo social explorando, por ejemplo, la metáfora del cuerpo máquina para entender la imagen corporal que se posiciona como privilegiada en el imaginario popular de la modernidad. En el segundo texto, el autor parte del análisis y la ubicación de los estudios de la corporalidad en el marco de la sociología, con el fin de ir decantando tendencias teóricas y temáticas metodológicas, con el fin de perfilar el campo específico del cuerpo y su objeto de indagación en las sociedades humanas y particularmente de Occidente y, en ellas, los cuerpos modernos.

En los trabajos mencionados, que indagan en la constitución de cuerpos modernos, se muestra de manera suficientemente argumentada y sólida la relación entre cuerpo, sociedad y cultura; la limitante está dada en que en su mayoría tales investigaciones se producen para explicar esta construcción en la modernidad y circunscritas a espacios sociales tradicionales. Estas disertaciones están acordes con una realidad socio-histórica y ofrecen un modelo interpretativo coherente, pero en nuestros tiempos se abre un nuevo panorama (el de los escenarios virtuales) con respecto al cual las investigaciones, si bien existen, no son tan numerosas ni tan ricas explicativamente hablando. En relación con el cuerpo, al cambiar las estructuras sociales, se transforma necesariamente. La modernidad con el capitalismo industrial y los espacios tradicionales, como lo muestra Foucault, crearon cuerpos dóciles, disciplinados, productivos, de la mano de una sociedad disciplinar (1990). Pero ahora estamos entrando a otra realidad dominada por la globalización neoliberal, en donde los cuerpos se construyen no en una sociedad disciplinar (Foucault), sino en una sociedad que tentativamente se llamaría de control (Deleuze), en donde lo que debe producir no son trabajadores para la fábrica, sino consumidores de una oferta de productos cada vez más diversificada (Sibilia, 2005; Viñolas, 2009; Dery, 1998; Kerckhove, 1999; Piscitelli, 200b; Yehya, 2001).

Estudios más contemporáneos se apartan de alguna manera de esa visión moderna (¿será posmoderna?) y de la mano, ya no de estudios disciplinares sino más bien de campos de

indagación transdisciplinarias (comunicación, estudios culturales), abren la disertación a prácticas y discursos de cuerpo que escapan al modelo que intenta dar cuenta de la forma en que la modernidad constituye cuerpos y precisamente se enfoca en cuerpos, no “anómalos” o “anormales”, sino lo que yo llamaría diversos, diferentes, de frontera, etc. Por ejemplo, estudios de gran relevancia como los de Lipovetsky (2000), en los que se despliega la noción de cuerpos emanados de la filosofía del narcisismo y el nomadismo, o los de Baudrillard (1974), en donde a la sazón de la exacerbación de la cultura consumista, el cuerpo se transfigura en mercancía y pasa a ser el medio de producción y distribución de la sociedad de consumo. Así, su mantenimiento, reproducción y representación se convierten en temas centrales en la sociedad de consumo (Baudrillard, 1974). A su vez, Muñoz (2010) y Viñolas (2009) presentan un variado abanico de temas en torno al cuerpo, resaltando esta época como de culto al cuerpo (sociedad del consumo), al hedonismo, al narcisismo y al éxtasis, produciendo con ello cuerpos jóvenes y ciertas estéticas dominantes guiadas por el consumo y la seducción. En la misma línea está el texto de Walder (2012), en el que se muestra cómo el cuerpo está atrapado por lógicas del consumo, la publicidad y la obsesión por la estética dominante. Algunos temas son recurrentes, tales como las diversidades de género y la sexualidad (Sánchez, 2009; Zamora, 2004; Martín Casares, 2008; Vespucci, 2015; Suárez, 2014), y cómo la creación de identidades sexuales y de género atraviesan y configuran los cuerpos en escenarios de liberación y de cuestionamiento de la sociedad patriarcal, el machísimo y la heteronormatividad; en definitiva, el sujeto moderno. Otro tema importante es el de cuerpo y medios de comunicación (Muñoz, 2009; Traversa, 1997, 2005;; Ceulemans y Fauconnier, 1981; Martín Barbero, 2004), en el cual los cuerpos se presentan como instancias de reproducción de estereotipos de belleza, cirugías estéticas, juventud (Murolo, 2009; Elliot, 2011; Barreiro, 2004; Ribera, 2005;). En este panorama diverso, un autor que sigue siendo clave para entender la construcción del cuerpo en escenarios contemporáneos es Foucault en tanto modelo interpretativo en torno a la sexualidad, el poder, la identidad de género, el lesbianismo, las masculinidades y las racialidades (Mandoki, 2003; Pech, 2000; Zamora, 2000; Barreiro 2004).

Insertos en esas otras formas no “modernas” de analizar las construcciones de cuerpos, están algunos estudios sobre el cuerpo en los escenarios virtuales, que tienen como limitante que son de corte filosófico, muchas veces especulativo, que no relacionan los escenarios en línea y fuera de línea y que, además, no se refieren particularmente a las

redes sociales, sino más bien a juegos en línea y blogs, y en muchos casos no hay una identificación clara del lugar virtual al que se refieren. Estudios enmarcados en el papel que tienen los nuevos medios de comunicación en las nuevas formas de socialización y de construcción de cuerpo. Se hacen necesarios estos tipos de análisis en la época contemporánea, caracterizada por una fase en donde el capital globalizado, gracias a las nuevas industrias culturales, ha creado nuevos modos de producción, de circulación de mercancías y de circulación del deseo, en donde ya no se consume para satisfacer una necesidad o un valor de uso, sino para adquirir una imagen y consumirla. En esa medida e influenciado por estas realidades, el cuerpo se ha transformado y redefinido, y es menester de las ciencias sociales realizar investigaciones en este contexto que puedan dar luces en la caracterización y explicación de estos fenómenos (Muñiz, 2010; Viñolas, 2009; Sibilia, 2005; Hopenhayn, 2003; Castells, 1999; Bauman, 1999, 2001; Castro y Guardiola, 1998).

Dentro de este nuevo escenario virtual de indagación sobre los cuerpos encontramos una serie de trabajos teóricos interesantes, que abordan de manera general la relación que se entreteje entre el cuerpo, la cultura y la tecnología, enfatizando los procesos de hibridación que se dan entre el cuerpo del hombre y las máquinas, proponiendo categorías como avatares y ciborgs, en el marco de las nuevas tecnologías de la información, pero también una gama amplia de nuevos desarrollos en las tecnologías de punta, en la medicina, la ingeniería genética, la inteligencia artificial, etc., procesos que son ubicados en el desarrollo de la llamada sociedad del consumo o posmoderna, en la que emergen nuevas formas de subjetividad y de cuerpo, atravesando cada vez más al cuerpo en procesos de configuración guiados por la intervención de las técnicas en la materialidad del cuerpo y, a la vez, mostrando cómo el cuerpo ha ganado en la adquisición de prótesis tecnológicas que borran de alguna manera la dicotomía artificial-natural (Sibila, 2005, 2008; Yehya, 2001, 2010; Pscitelli, 2002; Molinuevo, 2006; Belting, 2002; Nishat, 2013; Derek, 1996; Heredia, 2011; Levy, 1999, 2002).

En esa transformación de los cuerpos, creo que el Facebook es lugar idóneo para identificar esa relación entre las estructuras socio-tecnológicas actuales y su construcción de significado, ya que aporta elementos empíricos para identificar cómo los saberes hegemónicos actuales rechazan o, mejor, ponen entre paréntesis el carácter orgánico y material del cuerpo, la metáfora de máquina, sumergiéndolo en un mundo tecnológico en

el que adquiere connotaciones de un ser artificial, comunicacional, digital, virtual y acelerado (Nishat, 2013; Hopenhayn, 2003; Deleuze, 1997; Sibilia, 2005;). Perspectiva que se ha ampliado en los últimos años, en los que los trabajos en la red han aumentado y en donde el cuerpo sumergido en lo virtual toma relevancia, en tanto que una construcción particular que recoge las características propias del lugar, que hacen que sea un cuerpo inédito, nunca antes visto; en tanto que la virtualidad se presenta como un espacio paradisíaco para, sin ninguna restricción aparente, dar rienda suelta a los imaginarios culturales que eran coartados por las limitaciones del cuerpo material, pero que gracias a este escenario tecno-cultural se pueden superar. A raíz de lo anterior, nuevamente, la pregunta por la naturaleza humana toma vigencia con una nueva perspectiva.

Finalmente, retomaré algunas tendencias de las investigaciones sobre el cuerpo en Colombia, para lo cual se abordará en un estado del arte realizado en 2013 por la Universidad Central (Cabra y Escobar, 2013), y lo complementaré con algunas referencias de autores que son centrales en la configuración del campo de estudio en Colombia. Para ello, seguiré la propuesta del estado del arte mencionado en términos de las principales temáticas, modelos interpretativos y algunos vacíos en relación con mi tema particular de indagación.

El estado del arte resalta cómo en varios trabajos en Colombia puede verse la relación con el modelo de sociedad que el país ha buscado consolidar con la preocupación por el cuerpo, y de este enmarcado en la emergencia de las subjetividades que se requirió forjar en la idea de modernización del país. En ese panorama, se buscó dilucidar el sujeto moderno, en su búsqueda de progreso y desarrollo, hacia cómo debió forjarse ilustrado, racional, urbano, adscrito a las instituciones y proclive a la técnica y la industrialización. Trabajos emblemáticos en este sentido son los de Pedraza (1999, 199b, 2010), Hering (2008) y Cabra y Escobar (2013). Los estudios sobre el cuerpo muestran que la producción se ha dado esencialmente en el contexto urbano, con una altísima concentración en Bogotá, y en menor medida en Medellín y Cali. Es decir, el tema del cuerpo como asunto de estudio es urbano.

En términos generales, el estado del arte pudo mostrar cuatro tendencias temáticas: histórica, género, juventud y estudio en relación con el cuerpo y el aparato escolar (Cabra y Escobar, 2013; Gómez, 2003; Rueda, 2003). En relación con el cuerpo y la escuela se reflexiona en torno a esta relación en el contexto colombiano. Fundamentalmente, se

caracteriza el papel que la escuela ha tenido en la construcción de un cuerpo disciplinado y controlado y, en consecuencia, en la conformación de un sujeto dócil y subordinado (Cabra y Escobar, 2013). Se presenta, por otro lado, un interés por la escuela, su origen, dinámicas y su aporte a la construcción del orden social y del proyecto de Estado-nación, lo que supone una serie de procesos de clasificación, disciplinamiento y gobierno de los cuerpos. Por otro lado, recientemente, Pinzón, Garay y Suárez (2008) han llevado a cabo un programa de investigación sobre cuerpos y jóvenes, pero en el marco de las instituciones universitarias, particularmente en la Universidad Nacional, en el que se destacan los diferentes circuitos socioculturales y registros (premoderno, moderno y posmodernos) en los que los jóvenes se constituyen. Con relación al tema de juventud, el estado del arte resalta precisamente cómo se concibe el cuerpo dentro de esta categoría, entendida como una etapa intermedia entre la adultez y la niñez, pero, además, como una época de moratoria social. También se habla de las estéticas de los cuerpos jóvenes, de los consumos culturales de los jóvenes, de cómo están amarrados a prácticas y estéticas dentro de las lógicas del consumo, la rebeldía, la sensualidad y la sexualidad propias de ellos. Otro tema recurrente en torno al cuerpo y la juventud son los procesos de construcción de la identidad. Finalmente, hay una serie de trabajos sobre los jóvenes y los deportes, así como la actividad física (Cabra y Escobar, 2013; Pinzón y Garay, 2008; Valderrama, Cubides y Laverde, 1998; Viveros y Garay, 1999).

El cuarto eje temático identificado en el estado del arte es el género-cuerpo, pero este, a su vez, está muy cercano a un tópico importante de producción académica, que es el del cuerpo en el marco de las resistencias, principalmente de género (diversidades de género y sexualidad) y de resistencia a los cuerpos modernos y controlados, guiados por la subjetividad en términos de la pugna por la configuración de los sujetos respecto del tipo de sociedad en que operan distintas fuerzas. En este punto, queremos destacar que en varios estudios se entiende al cuerpo como nodo de resistencia a los modos del poder que actualmente buscan producir a los sujetos. Si bien el cuerpo está rodeado por fuerzas que buscan constreñirlo, es precisamente su carácter de último reducto de la vida lo que le da su potencia de resistir (Cabra y Escobar, 2013). Una muestra de ellos son las investigaciones sobre los sectores populares, campesinos y los indígenas (Pinzón y Suarez, 1992; Viveros y Garay, 1999; Pinzón y Garay, 2003), que los autores resaltan en sus concepciones particulares del cuerpo enmarcado dentro de la cosmovisión que se localiza en el marco de lo que denominan guerras de biopolíticas. Las relaciones entre

capitalismo y cultura popular se evidencian, entonces, en el cuerpo mismo. Como se ha dicho, el cuerpo mestizo está constituido por vectores plurales derivados de las distintas culturas que han conformado los pueblos que hoy nominamos “colombianos” (Cabra y Escobar, 2013). También, en el marco de la sexualidad, hay una serie de trabajos que muestran formas de resistencia a la construcción de cuerpos modernos-heteronormativos, que exploran diferentes maneras de ser y estar en el mundo, anclados a la materialidad de su cuerpo. Investigaciones como las de Serrano (2002, 1999 en Viveros y Garay y Escobar, 2013), con las prácticas *Queer* y *Trans* que constituyen un ejemplo de ello, los estudios sobre las masculinidades, especialmente de hombres negros, de Mara Viveros (1999, 2002), o los estudios sobre feminismo y resistencia, el cuerpo de las mujeres lesbianas (Ramos y Conde, 2015).

Se puede afirmar a partir del estado del arte sobre cuerpo que el pensamiento de Michel Foucault es una de las influencias más importantes para este campo de estudios. Particularmente, el énfasis en la pregunta por el cuerpo como ámbito privilegiado de los ejercicios de poder. También es clave acentuar que el concepto de resistencia ha sido poco examinado, poniendo énfasis en las investigaciones y reflexiones que asumen el cuerpo como lugar de las formas de disciplinamiento, control y sujeción. En menor proporción, son tomados en cuenta en los estudios los filósofos Nietzsche y Spinoza, quienes consideran que el cuerpo es un lugar de cruce de fuerzas, con potencia y posibilidades de acción (Cabra y Escobar, 2013). En la misma línea, también se encuentran investigaciones de Deleuze y Guattari, que examinan el problema del cuerpo, el poder y la resistencia. Bajo la misma orientación, el estado del arte referencia trabajos adscritos a la fenomenología, que evidencian, como hemos nombrado anteriormente, relaciones de continuidad e imbricadas conexiones entre el cuerpo y su entorno. El autor más examinado es Merleau-Ponty, en especial las ideas expuestas en su *Fenomenología de la percepción* (2000), como ya habíamos nombrado también en esta tesis. Otro marco interpretativo interesante muy consultado y referenciado es el que emerge de la disciplina antropológica, con relación a prácticas, discurso y consumos sobre el cuerpo, tomando como referencia al también citado David Le Breton en sus libros *Antropología del cuerpo y modernidad* (1995) y *Sociología del cuerpo* (2002). Otro autor proveniente de la antropología y que constituye un referente significativo para el campo de estudios sobre el cuerpo en Colombia es Marcel Mauss, con su trabajo sobre las técnicas corporales. Finalmente, no se puede olvidar a Pierre Bourdieu, que es uno de los autores más

influyentes en el escenario local en cuanto a estudio sobre el cuerpo en las clases sociales en el macro de las prácticas y los consumos (Cabra y Escobar, 2013).

Para finalizar esta parte del estado del arte sobre el cuerpo, es muy valioso para esta investigación resaltar el vacío que se encontró en el texto *El cuerpo en Colombia. Estado del arte cuerpo y subjetividad* en relación con el cuerpo y la tecnología, pues apenas cuenta con unos pocos estudios sobre el tema. Este es un asunto que reviste gran importancia, sobre todo si se tiene en cuenta la relevancia de las tecnologías de la información y la comunicación (TIC) en la sociedad contemporánea, así como el cambio que estas suponen para nuestra relación con el mundo, con los otros y con nuestra propia condición corporal (Cabra y Escobar, 2013, p. 184). Es allí, los escasos trabajos sobre los estudios del cuerpo en Colombia, en donde esta tesis se inscribe, no como una perspectiva meramente mental, sino por las implicaciones de los cuerpos con relación a la imbricación con la tecnología y las nuevas formas de corporalidad que en ellas emergen.

1.4.2. Redes sociales, cuerpo y subjetividad

La ruta que seguirá esta parte del estado del arte será la siguiente: se agruparán las investigaciones empíricas a partir de tres grandes temáticas: relaciones sociales en red, identidad y subjetividad, y representaciones de sí. Cabe aclarar que, en muchos de los trabajos citados, estos tres temas están interconectados en el mismo documento, debido a que, en estos escenarios en tanto realidad social, no se pueden separar de la actividad misma. Si lo hacemos es más por fines analíticos que de realidad empírica. Estos trabajos versan sobre tópicos relacionados con los intereses de este estudio, siendo el primero el que es más alejado y el último el que es más cercano a los intereses de investigación aquí planteados. Se tuvo un corte temporal para hacer este estado del arte, identificando trabajos que se consideran pertinentes y claves para esta investigación, no mayores a 15 años, ya que se razona que es la época en donde se consolidan las redes sociales como fenómeno relevante. También en este estado del arte, se privilegió, en alguna medida, los trabajos internacionales (en español e inglés) con el fin de que la tesis pudiera dialogar con una producción académica más regional y no sólo nacional. No obstante, se citaron trabajos muy importantes en el ámbito nacional que dan cuenta de algunas tendencias cercanas al tema de esta disertación. Hacia el final del estado del arte, se hacen referencias explícitas a investigaciones sobre Facebook de los últimos 15 años producidas

en inglés con el fin ampliar la mirada del fenómeno a un plano internacional aún mayor, es decir, no solo en el espacio latinoamericano o en idioma español. Finalmente cabe aclarar, que este “estado del arte” no pretende abarcar toda la producción que, sobre el tema de cuerpo, redes sociales virtuales y Facebook, se haya producido en América Latina, España y los Estados Unidos. Esta revisión bibliográfica debe ser entendida como los antecedentes de investigación que permitieron ubicar el tema en el campo de la discusión académica contemporánea más relevante, en torno al problema de indagación. Por otro lado, con los antecedentes, se pudieron determinar los espacios poco explorados en donde se realizaría este tipo investigación.

1.4.2.1 Relaciones sociales

En las investigaciones empíricas, es decir, de procesos sociales en la red, se encuentra un variado espectro sobre internet y las redes sociales. El primero de ellos es la transformación en las formas de socialización que se dan de la mano de las Tic, socialización que requiere cada vez menos del cara a cara para pasar más al contacto permanente a través de las Tic (Turke, 1997; Scolari, 2004). Un fenómeno que emerge de las nuevas tecnologías son las comunidades virtuales, pero la pregunta es ¿cómo ha sido caracterizado ese proceso de socialización en las redes por los diferentes estudios? La idea es dar a continuación una serie de rasgos fundamentales presentados por los diferentes autores. Las redes sociales son pensadas como el conjunto de relaciones sociales unidas por un interés común o contextos compartidos, mantenidas y conformadoras de redes de amigos (Rueda, 2011). Según los estudios consultados, las redes sociales virtuales están cambiando la forma en que las personas se relacionan entre sí, permitiendo un contacto “permanente” entre ellos en su red. Uno de los factores principales es el brindar la posibilidad de estar en contacto, en un contexto caracterizado por la aceleración de los tiempos, en donde se necesita que todo sea inmediato, instantáneo y veloz (Delgado, 2013, en Palazzo y Gómez, 2013). Las redes no solo brindan la posibilidad de informar lo que uno quiera a los sujetos pertenecientes a la red, sino encontrar grupos de personas con intereses o trasfondos comunes. Se forman códigos compartidos por parte del conjunto; al mostrar sus gustos e intereses en la red, los individuos muestran sus elecciones públicamente, construyendo una identificación en común (Delgado, 2013, en Palazzo y Gómez, 2013; Paredes, 2008). Por otro lado, los procesos de comunicación con mediación tecnológica consienten nuevas formas de

proximidad y de intimidad con un otro desconocido, estableciéndose nuevas formas de encuentro y relación, intercambio y cooperación. Se presenta una nueva *sociabilidad mediática* que podría ser llamada *sociabilidad virtual* (Cáceres y Román, 2009). Las redes sociales como Facebook se presentan como un espacio de socialización para difundir información, se puede entonces concluir que es un medio que facilita la expresión personal de ideas, sentimientos, opiniones, gustos y preferencias particulares sobre temas y personas (Ayala, 2012). El interés de muchos sujetos en las redes sociales no está solo en mostrarse sino, más bien, en la observación de las vidas ajenas en un juego de espionaje “detrás de la cerradura”, en la oscuridad y la invisibilidad (Delgado, 2013, en Palazzo y Gómez, 2013) La interacción social es una serie dinámica y cambiante de acciones sociales que manejan las impresiones que dejan en otros y reciben de otros, mientras se desarrollan estrategias para manejar las emociones (Benito, 2011).

Se ha estudiado cómo las redes sociales y sus procesos de socialización virtual no se quedan solo en un escenario mediático, comunicacional, sino que se extienden y están llegando a tener influencia real en el desarrollo de ligaduras sociales efectivas, lo cual crea una nueva colectividad, generando el riesgo de exclusión relacionado con la capacidad de usar la red en la vida cotidiana, ya que las sujeciones que se estrechan en la red crean subgrupos en función de la regularidad de los contactos, realidad que también está afectando la consecución o exclusión, en algunos casos, de empleo y oportunidades de empleo (Pérez Vega, 2012; Guzmán, 2012). En el caso de los jóvenes, una de las motivaciones de las redes es buscar relaciones personales “sin riesgo”, esto es, sin contraer responsabilidades, convertir la ocasión del encuentro en un espacio que satisfaga la necesidad de expresarse y el ansia de representarse; los jóvenes no renuncian a las relaciones fuera de línea, tienden a reproducir las relaciones reticulares, transitorias, de alcance limitado, que permiten la experimentación sin consecuencias (Cáceres y Román, 2009). El uso de las redes sociales admite tanto fortalecer relaciones ya establecidas en el mundo presencial como construir nuevos lazos sociales. No son realidades excluyentes; entre los jóvenes, la conectividad permanente se convierte hoy en esencial para construir las amistades y la vida social implica estar conectado, es estar visible, ella garantiza la inclusión en un mundo cuya representación se ha desplazado de lo palpable a lo comunicable (Serrano, 2013). En la sociabilidad virtual encontramos no solo diferentes tipos de relación sino también diferentes tipos de intensidades. Los usos más activos son cuando más posts se generan; los moderados, cuando se circunscriben a contestar los

comentarios; y pasivos, en donde el interés no reside en la propia presentación, sino más bien en la indagación de otros (Delgado, 2013, en Palazzo y Gómez, 2013). Los rasgos de personalidad se correlacionan también con los patrones de uso de redes sociales (Bachrach, Kosinski, Graepel, Kohli, 2012).

También en las redes sociales se han estudiado, en el marco de los procesos de socialización, las dinámicas entre la privacidad y la puesta pública de la vida de las personas, por medio de la alteración de las normas sociales. El mundo digital tiene diferentes propiedades, y como resultado de la evolución tecnológica conlleva a la convergencia social y lo que sigue es una discusión sobre la simultaneidad de la exposición y la invasión de la privacidad (Boyd, 2008). Interpretaciones radicales afirman que la instancia de “intimidad” en las sociedades del siglo XXI está en proceso de desaparición, dado que la “intimidad”, que es primordial y juega un rol decisivo para la conformación de la subjetividad, estaría siendo redefinida entre adolescentes a partir de “lo íntimo” y “lo privado”, a través de los diversos usos que dan al Facebook (Montaldi y Chorny, 2013, en Palazzo y Gómez, 2013). Publicar con el fin de recibir comentarios, encontrar familiares y amigos, dar a conocer los “logros”, hacer circular información, publicar “cuál es mi estado de ánimo hoy”, o exponer videos o canciones producidas por mano propia son ejemplos de cómo Facebook permite acceder a territorios antes prohibidos para el público, pero que ahora se exhiben. Es la intimidad expuesta, la espectacularización del yo que busca hacerse famoso (Rueda, 2014, Sibilia, 2008). Facebook puede convertirse en el medio por el cual las personas se encuentran y cultivan relaciones, pero también puede ser fundamental para romper las relaciones maritales o devastar la vida privada y crear escándalo. Además, se descubre que la gente cree que la verdad de la otra persona es más cuestión de lo que se ve en línea que cara a cara (Miller, 2013). De manera simultánea, en la relación público-privada, la interacción *online* elimina esos rasgos de identidad que cara a cara se perciben inevitablemente, y ahora son los usuarios los que pueden recrearlos, siendo más conscientes de los rasgos que ofrecen y los que omiten (Smith y Pollock, 2003). Cuando una persona se decide a crear un personaje, es consciente de que se está representando de una forma u otra a sí mismo, y es más consciente que cuando se presenta en la vida *offline*. El tiempo de reflexión que nos brinda la red nos permite pararnos a pensar en qué es lo que estamos creando, siendo también conscientes de que es algo que quedará archivado, que no es efímero. Hay preocupaciones sobre lo que se muestra y se oculta en las redes, lo que sugiere para

nosotros una presentación planeada, que es precisamente lo que estudiaremos; la exposición pública en las redes es un fenómeno recurrente, el sujeto se muestra a sí mismo de una manera particular, es decir, editada, exhibiendo su intimidad, su vida privada de manera controlada y planeada (Zúñiga, 2012; Silvia, 2009; Miller, 2013; Gil, 2010; Boyd y Hargittai, 2010; Turke, 1998; Rodríguez y Hung, 2010). En resumidas cuentas, algunos sujetos son conscientes de la visibilidad de sus perfiles y utilizan la red como el medio para la gestión y hacer frente a sus preocupaciones sobre la privacidad, mientras que otros son más cuidadosos frente a los riesgos de la exposición pública; vemos claramente un proceso de edición de sí, frente a qué se publica y qué no del sujeto, cuestiones similares a las que estamos pensando. Esas diferencias se explican por una conciencia creciente entre los usuarios sobre las audiencias y sus impactos (Boyd y Hargittai, 2010; Acquisti y Gross, 2006).

1.4.2.2 Redes, identidad y subjetividad

El segundo grupo de investigaciones explica la relación entre la identidad, la red y los mecanismos de cimentación de dicha identidad (Jones, 2003; Turke, 1997). La identidad es entendida en estos estudios como un pilar básico de la interacción social; los sujetos se presentan con una identidad construida con la imagen que los demás tienen. Tradicionalmente, en la interacción, se cuenta con elementos como las características físicas, expresiones, lenguaje corporal (Gil, 2010). Hay formas de rastrear la identidad pues siempre deja una huella (Gálvez y Tirado, 2006; Siegel 2008; Varios autores, 2006; Smith y Kollock, 2003; Scolari, 2004). Las formas de la comunicación mediada por las redes, la identidad y la presencia de los sujetos (presencia de sí) se pueden dilucidar a partir de las formas de escritura, con códigos lingüísticos y paralingüísticos (Planells, 2002). Para algunos autores, las redes sociales son el lugar de un cierto *transformismo* identitario, más turbulento, desmultiplicado de acuerdo con los gustos del sujeto y la identidad de los *contactos*, que se mueve entre el anonimato y las máscaras; carnaval posmoderno, internet posibilita todos los juegos de rol (Imbert, 2011). En los diferentes trabajos referenciados hay coincidencia en señalar que las redes permiten manejar múltiples identidades, engaño, ocultación y alteración de datos personales; los jóvenes construyen y re-construyen su identidad en los teatros de la vida, diseñan las múltiples trayectorias en las que el sujeto pone en juego los distintos *personajes* y manejan cuanto se relaciona con sus amigos, buscan relaciones afectivas, intercambian información, debaten, colaboran.

La identidad se presenta como *multiplicidad*, como algo variable, que hace pensar en un yo en términos de flexibilidad, de fluidez y descentralización sin perder la coherencia (Cáceres y Román, 2009; González y Gómez, 2013; Rubio, 2009). El internet es espacio de lo hipervisible, de la abertura de los secretos, de la confesión, del desahogo, al *voyeurismo* más mediático, la pantalla en la que se proyectan las fantasías de la comunicación y de la identidad, más que su realización efectiva. Internet es un medio *performativo* que va creando su propia realidad a medida que la enuncia (Imbert, 2011). Se puede pensar la identidad con la metáfora de la identidad mosaico, que invita al desarrollo de actitudes narcisistas en la concepción y representación de la identidad. Percibir esta dinámica es básico para el análisis de la identidad mosaico, ya que se parte de la concepción de que uno de los rasgos que caracterizan esta identidad es el hecho de compartir ladrillos de contenido de producción y autoría diversos (Castaño, 2012). El proceso de individualización es intenso, los individuos se enfrentan a la tarea de construir una identidad estable y sólida en un marco repleto de oportunidades, pero inestable y cargado de riesgos (Rodríguez y Hung, 2010; Mercado y Román, 2001;). La identidad no solo es la imagen que el sujeto proyecta, sino el conjunto de visiones que él tiene de sí mismo. Como se ha demostrado a lo largo de las ciencias sociales, la tecnología es un impresor de identidades y un dispositivo que arma, forma y da sentido a su vida y a sus prácticas; las tecnologías hacen las veces de terminales, prótesis, plataformas, catapultas, para interactuar con el mundo (Reguillo, 2012).

Varios estudios sobre identidad en las redes se acercan analíticamente a los intereses de esta investigación, es decir, se centran en el perfil y la escenificación de este (Goffman, 1959), pero en el marco de procesos de identidad. La interacción tendrá elementos que siempre le acompañen (identidad real básica, como el sexo, la edad o la raza); otros podrán sufrir conmutaciones en función del escenario en el que el actor representa su personaje. El usuario puede proyectarse simultáneamente en diferentes espacios de interacción sin que las imágenes de su "yo" sean coherentes entre sí (Serrano, 2013; Arcila, 2011;). Las redes son un espacio de interacción a partir de un perfil o identidad para mostrarse (enseñar sus fotos), ver al otro, darse a conocer, comentar y desarrollar nuevas prácticas sociales. Ver y ser visto se presentan como los dos polos constitutivos del proceso identitario (Cáceres y Román, 2009). Como se sabe, en el modelo de Goffman, las impresiones son conscientes en tanto la elección de la información que surgirá definiendo al individuo en su perfil, la imagen que lo representa, las impresiones que quiere mover, a

qué auditorio quiere llegar. Adicionalmente, en los perfiles de los usuarios, las películas, las marcas comerciales o los grupos musicales seleccionados por el sujeto contribuyen a proyectar la personalidad del individuo (Castaño, 2012; Mozo y Serrano, 2006; Acquisti y Ralph, 2006). La capacidad de sostener diferentes presentaciones puede convertirse asimismo en un instrumento de adaptación al entorno social actual; podemos arriesgarnos a proponer que la capacidad que el hipertexto concede a los usuarios de reescribir su historia personal puede favorecer la adaptación a un entorno social cada vez más cambiante. En estos perfiles encontramos que recursos como el hipertexto forman una parte primordial del relato vital y de la autorrepresentación, lo que se plasma en una concepción de la identidad en línea (Pérez, 2012). Hay un tema que es cercano a la tesis aquí presente, pero alejado en términos interpretativos, que aborda las relaciones entre identidad y cuerpo en las redes sociales. En el estudio referenciado se pensaba en el cuerpo como nuestra tarjeta de identidad; el cuerpo, es necesario entender, participa de esta relación social y es uno de los núcleos de la formación de identidad, pero también contenedor de información, el albergue de nuestras sensaciones más humanas, eje de nuestras proyecciones más subterráneas. La idea de territorio virtual existiría porque hay un cuerpo, aunque ese cuerpo no exista (Sánchez, 2010).

Finalmente, la literatura concuerda con mi tesis en el sentido de que en las redes sociales hay claros procesos de construcción de la subjetividad, cimentación que pasa por varios puntos de encuentro. Primero, en ellos se resalta que, en las redes sociales, en un altísimo porcentaje, los individuos manifiestan que la información de los perfiles que publican es “auténticos” y corresponden con su realidad “material”. Esa tensión está más acentuada en el caso de los sitios web de citas –donde la finalidad última es trasladar la interacción al plano presencial–, pues el deseo de ser atractivo se ve constreñido por las exigencias de autenticidad y el miedo a decepcionar al otro en un posible encuentro cara a cara (Serrano–Puche, 2013; Ruiz y Rito, 2009; Cáceres y Román, 2009) como lo hemos sugerido aquí, pero no explican la lógica que sigue este apego a la autenticidad. Segundo, en las redes, las personas no solo pueden crear una versión idealizada de sí, sino que también deben acudir a elementos reales cuando la red social está formada por miembros de una comunidad tangible, es decir, en relación directa con su mundo fuera de línea, lo que controla de alguna manera la total idealización. También, al transfigurar el proceso de conocimiento del interlocutor, se facilita la posibilidad de diseñar, a conciencia, la imagen de sí mismo. Las comunidades virtuales están proyectadas para permitir la posibilidad de *re-crearse*, *re-*

diseñarse y convertirse en versiones, quizás mejoradas, de sí mismos (Aguilar y Said, 2010). En este estudio falta una reflexión sobre el medio, sus limitaciones y sus potencialidades en los procesos de construcción de la subjetividad, y plantea la versión de sí en alguna medida como aparte del yo de la realidad, sin ataduras. Por otro lado, es un estudio que hace más énfasis en la identidad que en el cuerpo. Un elemento une a esta bibliografía entre sí, y es que la construcción de la subjetividad tiene elementos dramáticos, es decir, lo que aquí hemos argumentado como la puesta en escena de sí mismo. Pero algo que no explora son los imaginarios y representaciones que en los repertorios culturales tienen los individuos para realizar la construcción de sí. Por último, los antecedentes recuerdan la naturaleza mediada de estas construcciones subjetivas, enfatizando que estamos en medio de procesos de hibridación máquina-hombre y que al indagar sobre estos escenarios no podemos quedarnos en la parte instrumental, ya que las redes no se escapan a procesos de biopoder y de poder (Sibilia, 2005, 2009; Rueda, 2004;).

1.4.2.3 Redes sociales: representación y autor representación de sí

En términos generales, para Castañeda, las definiciones de RS se enmarcan en que son “una herramienta que permite tener un perfil, listas de usuarios y explorar conexiones; los usuarios se conectan entre sí, comparten contenidos y publican información, propician la comunicación y la colaboración” (Castañeda, González y Serrano, 2011). Estamos de acuerdo en términos descriptivos, pero es una definición muy poco analítica en torno a cómo y para qué se construyen estos perfiles, lo que se comparte y lo que se crea. Facebook, en tanto red social, se concibe como una comunidad en internet donde las personas interactúan, y los perfiles son las formas de representarse ellos mismos ante los demás (Acquisti y Ralph, 2006). Seguimos este estudio en el sentido de las generalidades de las redes y, especialmente, porque los perfiles son formas de representarse, pero también es un estudio que se queda en lo descriptivo y no problematiza esta representación de sí, como es concebida, su lógica y el papel de la mediación tecnológica en esta construcción.

Dentro de este campo, hay una perspectiva teórica importante que marca tendencia, en la que se muestran los procesos de construcción de la subjetividad que se da en los entornos virtuales, a la luz de la aplicación de la teoría de Goffman en relación con la puesta en escena y el desarrollo de la analítica de la performatividad. La primera perspectiva de análisis toma como base las formas de escritura como marca del sí mismo, pero no aborda

el problema de autenticidad, de la mediación y de los componentes mediático-tecnológicos de estas puestas en escena, que son tan importantes para nosotros (Mozo y Serrano, 2006). Otras, por el contrario, ven en estas presentaciones estratégicas del yo elementos que se acentúan o incluso se refuerzan, así como que se enseñan ante un “público” en parte conocido. El autor de la representación se verá restringido por la imagen que la persona cree que el resto de los usuarios tienen de ella; a raíz de este aspecto, se observa en ellas una presentación realista del yo, incluso después de comparar las diferentes presencias en internet dentro y fuera de las redes sociales (Pérez, 2012). Por otro lado, la autenticidad de la puesta en escena se puede rastrear en el juego de la cara; en lo virtual, lo que “se juega” es la capacidad de actuar, en el sentido de poner en escena caracteres incorporados de valía social como, por ejemplo, el estatus socioeconómico, pero, más centralmente, la propia capacidad de actuar, como imperativo para constituirse como persona en función de los gustos incorporados (Martin Bocacci, 2013, en Palazzo y Pedro coord.).

Otra forma de rastrear los procesos de autenticidad y de construcción de sí mismo toma como modelo las puestas en escena que se dan concretamente en la forma en que los sujetos administran su perfil. Nos interesan las investigaciones que enfatizan en el perfil público de los individuos para (1) construir un perfil público o semipúblico dentro de un sistema delimitado; (2) articular una lista de usuarios con los que compartir, y (3) ver y explorar esa lista de conexiones y otras realizadas por otros usuarios dentro del sistema (Castañeda, González y Serrano, 2011, citan a Boyd y Ellison, 2007). Precisamente porque esta naturaleza pública del perfil es la que hace posible, entre otras cosas, hablar de edición de sí. De tal suerte que la escritura puede tomar la representación de sí mismo bajo el modelo de Goffman, como es el caso, por ejemplo, de algunos estudios de la autopresentación dentro de la red social, que se desprende la categoría de autocomprensión basada en preguntas introspectivas presentes en el Facebook, como “¿Qué estás pensando?” o “el *estado*”. Esta categoría abarca superficies de la personalidad más “blandas”, que se adecuan al análisis de las subjetividades mediáticas, que cambian cuantas veces se desee, y lo hacen porque en cierta forma se sirven de la libertad de crear una personalidad posiblemente más atractiva, intelectual, seductora o divertida, vinculada a las aspiraciones personales. Estas creaciones individuales y aspiraciones para la mirada de los otros, y la propia, van a constituirse sobre todo en el soporte fotográfico (Di Prospero, 2011; Escobar y Román, 2011). La presentación de sí

mismo en las redes sociales es muy importante: el perfil es la carta de presentación, una portada que se diseña, se edita y se construye según lo que se quiere mostrar; se trata de una revisión del *front*, de un trabajo sobre la fachada (Delgado, 2012). Facebook se desempeña como una máscara social que ofrece información sobre su dueño. El perfil, en tanto imagen visible, es fundamental en la formación del yo, adquiriendo el carácter de “objeto de diseño” plausible de ser modelado (Delgado, 2012; Montaldi y Chorny, 2013, en Palazzo y Pedro). En la perspectiva de la puesta en escena de Goffman, la *máscara* es una metáfora muy utilizada para comprender que en cada situación el sujeto decide cómo presentarse (qué y cuánto decir sobre sí mismo) en función de lo que ambicione, sin que parezca que está hablando de identidades *falsas* o *verdaderas*, pues todas representan proyecciones del sujeto. El mayor número de máscaras se elabora de acuerdo con los sujetos y sus múltiples identidades, enunciados identitarios que se producen *ad hoc*, con el fin de describirse en una situación determinada (Delgado, 2012; Arcila, 2011;).

Un elemento muy importante en nuestra tesis y que retoman los estudios indagados es el papel de las imágenes de sí mismos, las fotos con las que los sujetos hacen su puesta en escena. La forma de presentación Facebook de uno mismo en público se resume y comprendería bastante bien a partir de las fotos de perfil en la que se exhiben, bajo una significativa variedad de formas, desde íconos de la industria cultural, hasta aquellos que aún no han *subido* una imagen de sí (González y Gómez, 2013). Según algunos estudios, es posible esbozar una tipología conformada por varios estilos desde el más “personal”, en el que los gestos y posturas representados tienden a focalizarse en el inventor del perfil, quien se instituye como protagonista de lo retratado, ya sea con algún amigo/a, o pasando por los que se ubican en forma más “grupala”, donde los gestos y posturas involucran la representación de la pertenencia a un grupo. Por otro lado, se encuentran quienes alternan en sus imágenes de perfil (la imagen principal) imágenes que enseñan sus gustos y preferencias basados en fotos de bandas, ídolos deportivos; en definitiva, la foto de este tipo de estilo parece conectarse con la constitución de una experiencia de género, de representación corporal (Martin Bocacci, 2013, en Palazzo y Pedro (coord.)). En las imágenes de perfil de usuarios de Facebook, se destaca una poética y estética dialógica, en un escenario gobernado por la simultaneidad, velocidad e interactividad, instituyendo una práctica retórica de configuración de la subjetividad. En este caso, la imagen de sí inhiere un balance entre una forma que será “aceptada”, “acogida”, “comentada”, y la necesidad de expresión auténtica y privada de sí (Rueda, 2012). Si bien algunas personas

pueden ver este escenario como algo liviano y banal, (Rueda 2014) nos propone una visión diferente, ya que al examinar y entender el tiempo, recursos y sentidos que el usuario pone en juego para construir y actualizar su página, nos muestra que es una tarea muy demandante. Se propone que la actividad en Facebook sea concebida como *obras* y como *prácticas* reguladoras del malestar y recreadoras de la experiencia, y con ello “procurarse sentidos” en medio de la inmediatez y la velocidad del mundo de hoy (Rueda, 2012). Adicionalmente, la autora argumenta que este procedimiento se ve reforzado por el hecho de ser ejecutado sin ninguna *necesidad*, esto es, libre de cualquier tipo de restricción temporal, de imposición (Rueda, 2014, cita a Gómez y González, 2008; Rueda, 2014).

Es pertinente resaltar, finalmente, algunas reflexiones que hacen de manera explícita algunos autores sobre la conveniencia de la obra de Goffman para analizar la construcción de identidad, subjetividad y, en mucha menor medida, de cuerpos en las redes sociales, resaltando cómo la puesta en escena típica de la representación de la persona que se origina en el cara a cara puede ser análoga en el espacio virtual. Se ha divulgado un estudio a propósito de la relación entre personalidad y la red social Facebook, en una tentativa de identificar los elementos de la personalidad o de las interacciones cara a cara, que pueden resultar más influyentes a la hora de desarrollar los contactos en Facebook como espacio de encuentro social/virtual (Castaño, 2012). “Los perfiles son como personalidades digitales. Son la representación digital pública de la identidad” (Pisani y Piotet, 2008, p. 33, en Cáceres y Román, 2009). Como ya lo hemos presentado en el marco interpretativo y como nos recuerdan algunos de los trabajos aquí referenciados, el enfoque de Goffman se centra en la dramaturgia, en la que los sujetos sociales son intérpretes en un escenario social. El actor que despliega su ‘papel’ o ‘rutina’ es consciente y estratégico en su interpretación, que le lleva a proyectar ‘impresiones’, y por lo tanto será parte de sus intereses controlar la conducta de los otros (Castaño, 2012). De igual manera, en otro estudio empírico, se muestra cómo es en *La presentación de la persona en la vida cotidiana* donde de manera más pronunciada desarrolla la interpretación del «orden de la interacción». Aunque clásicamente Goffman lo crea como una situación cara a cara, de copresencia física, la suposición es que buena parte puede extenderse a las interacciones digitales (Serrano-Puche, 2012). Se argumenta desde la misma obra de este autor, como lo hemos presentado, que pese a su estructura poco sistemática y predominantemente narrativa, se equipararon claves en el modelo de interacción social de Erving Goffman: a) la dicotomía entre las expresiones controladas y las expresiones involuntarias que

proyecta el actor en su presentación ante los otros; b) la tendencia habitual que tiene dicho actuante a presentar una versión idealizada de su «yo»; c) la doble dimensión espacial en que tiene lugar su actuación (escenarios y bastidores), y d) las desviaciones o situaciones específicas (dramatización, tergiversación y mistificación) que puede adoptar la representación por parte del actor (Serrano-Puche, 2012). Adicionalmente, se resalta que la *presentación* resulta sugerente para examinar cómo el “yo” se exterioriza en el medio *online*; se recalca que aunque el modelo dramático fuera concebido para situaciones de copresencia física, y sea ajustable a las interacciones en la tecnología, habría (en eso estamos de acuerdo, como lo hemos planteado y caracterizado en primera instancia), sido preciso subrayar que las peculiaridades de las redes condicionan el modo en que el “yo” se despliega, y como tal es un fenómeno que exige nuevas aproximaciones específicamente centradas en dicho entorno, como en el plano teórico-conceptual (Serrano-Puche, 2013).

De los campos encontrados en el estudio de las redes sociales virtuales, prácticamente ninguno, salvo Sánchez (2010), Loayza (2016) y Martín Bonacci (2013), tiene como tema central el problema de la construcción sociocultural del cuerpo entre los individuos. El primero hace alusión a lo que considera la imposibilidad, a la ficción de hablar de cuerpo en los espacios virtuales, ya que lo que se presenta es una acción comunicativa, una cimentación de identidad sin cuerpo (Sánchez, 2010). El último manifiesta claramente su perspectiva teórica en el título, cuando habla de representaciones corporales en las redes, lo que de entrada se aparta de nuestro enfoque teórico por las razones ya presentadas. Solo el segundo trabajo habla de manera categórica de cuerpo virtual, y se basa en algunos autores aquí citados, tales como Le Breton y Levy, en cuanto que el cuerpo es una construcción social y de sentido, pero su análisis no termina argumentado las razones para esta tesis categórica en torno al cuerpo.

Para terminar, si bien el modelo de Goffman está ampliamente difundido para entender las puestas en escena de los sujetos en las redes sociales, incluida Facebook, tal y como aquí lo presentamos, es de anotar que nuevamente ellas no enfatizan en el problema del cuerpo, sino que la puesta en escena, la presentación de sí, transita por los cuerpos, pero se dirige a la subjetividad y a la identidad principalmente. Donde se evidenció una casi total ausencia de referencias interpretativas es en el modelo de Foucault, por lo menos en la bibliografía a que destacada, correspondiente a los cuerpos en el entramado de las formas

de poder en los nuevos escenarios mediáticos que, como argumentamos con anterioridad, permitirán no solo ser más profundos en el análisis de la construcción de cuerpo y subjetividad, sino que nos brindarán la posibilidad de saltar del entorno pragmático inmediato en el que se desarrolla el interaccionismo simbólico de Goffman, a realidades constituyentes más amplias y no solo eso, sino que permitirá poner un acento crítico que, como se expuso, brilla por su ausencia en este tipo de estudios.

1.4.2.4 Una mirada a los estudios sobre Facebook en inglés

Dada la gran cantidad de material académico sobre redes, cuerpos y subjetividad (lo que hace imposible en la práctica analizar todo lo producido), se decidió escoger aquellas publicaciones producidas en los últimos 12 años, que sólo fueran sobre Facebook, artículos académicos, y por supuesto que estuvieran cercano a la investigación. En ese marco se revisaron 15 publicaciones, con los criterios expuestos, confirmando con ellas que el problema propuesto es original y por ende aporta a la producción de conocimiento. Los temas sobre los que giraron las investigaciones indagadas fueron, en primer lugar, sobre el márketing y la publicidad en Facebook (Cvijikj, Spiegler, Michahelles, 2011), sin indagar sobre el “sí mismos”, objeto de nuestro estudio, sino sobre las relaciones que se dan entre los usuarios y los consumos culturales; es así como se evidenciaba la ventaja de las redes sociales para la comercialización y para enriquecer la comunicación con los consumidores a nivel personal, de forma tal que la publicidad se hace más personalizada, de allí que las empresas ven ahora las posibilidades del marketing a través de las redes sociales.

También fueron recurrentes en los artículos analizados los asuntos relacionados con la privacidad (Raynes-Goldie, 2010; Stutzman, Kramer-Duffield, 2010; Zimmer, 2010; Christofides, Muise, Desmarais, 2009;). Pero en ellos la privacidad era entendida en términos de cómo mantener los datos personales en privado en una red que es pública y la importancia de ello; los estudios demuestran las consecuencias negativas de divulgar información en sitios de redes sociales como Facebook, algo que en nuestro estudio evidencio el poco interés y preocupación de parte de los estudiantes que comparten información en estas redes y por los posibles costos de esta divulgación; así mismo se determinó que hay factores de personalidad que influyen en los niveles de divulgación y control (Christofides, Muise, Desmarais, 2009). Por otro lado, no todo es objeto de

privacidad. Hay diferentes formas, estrategias y consideraciones para mantener la privacidad. Es así como los usuarios más jóvenes son lo que más se preocupan por proteger y controlar su información personal. Pero sus preocupaciones giran en torno a la privacidad social, en lugar de la privacidad institucional (Raynes-Goldie, 2010). Dentro de estas consideraciones para mantener o no la privacidad, está aquella que afirma que la manera más eficaz para mantener la privacidad consistente en tener un perfil de Facebook solo para amigos. Particularmente, observamos la asociación entre la composición de la red, las violaciones de la expectativa, las prácticas de privacidad interpersonal y tener un perfil único de amigos (Stutzman, Kramer-Duffield, 2010). También se mostró que la misma infraestructura de Facebook exige honestidad de los datos personales proporcionados, esto debido a que muchos entablan relación con conocidos y en un ambiente que cohabita la cercanía del mundo en línea y fuera de línea, por lo que el control de la auto presentación es importante; sumado a lo anterior están las condiciones que exige datos como el correo, sitio de residencia, etc. (Zimmer, 2010). Este aspecto, como lo expondremos en su momento, coincide con nuestros hallazgos.

Otras publicaciones hablan sobre los procesos de idealización en la construcción del perfil (Back, Stopfer, Vazire, Gaddis, Schmukle, Egloff, Gosling, 2010). Este elemento es muy importante ya que la construcción de sí mismo, los procesos de idealización son permitidos por la red y son una estrategia de los sujetos, pero con ciertos límites ya que la creación de identidades idealizadas se hace difícil de lograr porque los perfiles contienen información sobre la experiencia personal siendo complicado realizar publicaciones en el muro que afecten la credibilidad y reputación de las personas. Así mismo, los amigos son los responsables de comentar sobre el perfil de sus conocidos y por ende de controlar cualquier tipo de “anomalía” en la información publicada. Como resultado, cabe esperar que las personas usen las redes para comunicar su verdadera personalidad. En definitiva, se coincide con estos estudios en la medida en que no hay tantos procesos de idealización como se pensaba ya que se presenta un continuo entre el mundo of line y on-line como una forma específica de restricción que está tomando fuerza. Para Joinson (2008), esta cohabitación de las dos realidades proporciona cierto grado de control de privacidad y también permite a los usuarios interactuar con el sitio como herramienta de auto presentación, así como de su actividad. Esta última, a medida que el contacto continúa, los sujetos se verán enfrentados al desafío de proporcionar continuas alimentaciones a

sus perfiles; y entre usuarios, hay deseo de controlar su autorrepresentación, con lo que finalmente, sumado estas dos condiciones, se tiende a controlar la idealización desmedida.

Otros estudios consultados enfatizan en los usos sociales y en las navegaciones sociales de Facebook, para conseguir amigos y mantener contacto con personas conocidas fuera de línea, por ejemplo. El uso de Facebook podría cumplir con dos objetivos principales: navegación social pasiva (es decir, noticias) y búsqueda social extractiva (es decir, perfiles de amigos) (Wang, Moon, Kwon, Evans, Stefanone, 2010). El uso de Facebook para 'mantenerse en contacto' fue el término más comúnmente mencionado. "Mantenerse en contacto" comprende dos funciones principales. La primera es una función de vigilancia. Facebook se usa para ver qué contactos y amigos están "haciendo", cómo se ven y cómo se comportan. De acuerdo con este uso, existe evidencia de que los perfiles de Facebook sirven como una importante herramienta de autopresentación. Asociado con este uso está la intención de incrementar o edificar el capital social de los individuos, donde Facebook se usa para construir, invertir y mantener lazos con amigos y contactos distantes (Joinson, 2008). Es decir, crear capital social y, por ende, según nuestros lentes, ir incorporando elementos que ayudan a configurar el empresario de sí mismo que queremos evidenciar a través de esta investigación.

Hay trabajos interesantes realizados sobre la estructura demográfica de Facebook a nivel mundial, rescatando las principales variables sociodemográficas de la misma. En ellas se caracteriza la estructura global, determinando que, primero, la red social está casi completamente conectada; segundo, que hay cierta cercanía entre los usuarios; tercero, que en gran medida "tus amigos tienen más amigos que tú" en la red de usuarios. La cercanía de edad genera preferencias de amistad, así como una estructura de comunidad impulsada por la nacionalidad y finalmente en esta sociodemográfica no encontraron evidencias que se hagan pensar en una fuerte hemofilia de género (Ugander, Karrer, Backstrom, Marlow, 2011).

Finalmente, en este rastreo internacional, hallamos una investigación sobre los supuestos éticos que deberían tener los usos de los datos en los estudios de redes sociales (Zimmer, 2010): se debe, antes de emprender investigaciones en sitios de redes sociales, incluir el consentimiento de los sujetos indagados, identificando y respetando las expectativas de privacidad en sitios de redes sociales; así mismo, se debe velar por estrategias para la anonimización de los datos antes de hacer pública la investigación.

1.5. Algunas precisiones sobre el método

El enfoque desarrollado a lo largo de esta tesis ha sido cualitativo, ello debido a los intereses y el problema investigativo desplegado, como lo son las construcciones de cuerpo y de sí mismo que hacen algunos jóvenes en Facebook. El enfoque cualitativo de investigación es el más indicado, toda vez que es una perspectiva que profundiza en los significados y los porqués de las prácticas y las motivaciones de los sujetos para realizarlas. A su vez, la idea es comprender e interpretar estas construcciones de sentido en torno a sí mismos y sus cuerpos, dejando de lado las pretensiones de explicación y de verdad propias de los enfoques cuantitativos. Finalmente, esta tesis se ha basado en el enfoque cualitativo porque asume una postura teórica en donde la realidad indagada se percibe y se concibe como una construcción social y de sentido, como ya se argumentó.

Se ha escogido como tipo de investigación la etnografía, que nació en el seno de la antropología y que se presenta como la metodología más idónea para tratar temas de significaciones sociales, particularmente los que se desarrollan dentro del enfoque de la antropología simbólica (Geertz, 1973), que entiende que en la producción de significados se hallan diferentes niveles de significación, desde los más superficiales a los más profundos y, de allí, la necesidad de una descripción densa, es decir, profunda y microscópica de la realidad sociocultural estudiada. Como la realidad sociocultural que aquí nos convoca es la producción cultural del cuerpo y construcción de sí, que por definición se piensa como una trama profunda de significación, esta perspectiva es la indicada para la presente disertación. Esta forma de entender la etnografía se halla en concordancia con un fuerte enfoque cualitativo, circunscrito a grupos poblacionales pequeños; de allí lo microscópico de la observación, que supone un proceso de inmersión del investigador con el grupo social investigado en un periodo relativamente largo y permanente (Guber, 2005, 2001). Por otro lado, es un método que se caracteriza por su visión holística de la realidad, es decir, pretende entender el fenómeno social estudiado en su totalidad, principio que es importante a la hora de comprender las construcciones subjetivas de los informantes en el Facebook, construcciones que son difíciles de trazar ya que en este medio es muy difícil ubicar claramente los límites en los que se produce la realidad social analizada. Y, finalmente, pero no por ello menos importante, siguiendo con el enfoque simbólico de Geertz, se tiene claro que, al indagar sobre la producción de

significado, una herramienta fundamental o, mejor, un principio metodológico, es aquel que busca rescatar el punto de vista del sujeto investigado desde su subjetividad o, como diría Geertz en uno de sus textos clásicos, desde el punto de vista del nativo (Geertz, 1999).

Particularmente, el tipo de etnografía que se desplegó para el desarrollo de esta tesis es la etnografía virtual, que surge como respuesta a cómo las realidades contemporáneas de producción de sentido estaban menos atadas a los territorios geográficos tradicionales de la antropología y de sus grupos de estudio y más a espacios mediáticos, tecnológicos como el internet, en donde antes de estudios holísticos se piensa más en términos de interconectividad (Hide, 2004). En este marco, se considera que el Facebook reúne todas las características propias de un territorio cultural, o un territorio entendido bajo la mirada antropológica (Arvedol, 2003; Hide, 2004). No solo es un medio, sino un territorio en donde los habitantes (cibernautas usuarios de Facebook) entablan relaciones sociales, tienen una historia, desarrollan prácticas sociales y simbolizan su existencia. En ese marco, este estudio se pliega a varias investigaciones que han utilizado la etnografía como estrategia para indagar, no el artefacto o el medio en sí, sino las prácticas sociales y los significados que en ella se despliegan (Arvedol, 2003; Turke, 1995), así como estudios que indagan las lógicas o las características de las interacciones sociales en la red en estudios como los que aquí hemos citado en el estado del arte, solo por nombrar estudios que metodológica y temáticamente están cercanos a esta tesis.

Para indagar sobre las formas de construcción de los cuerpos y de sí mismos entre los jóvenes en Facebook, e identificando en dicha construcción elementos de autenticidad y de reciprocidad entre el yo virtual de los jóvenes y sus "realidades materiales externas", se llevó a cabo una etnografía multisituada (Hide, 2004), pensada desde la interactividad y la conectividad, y centrada en los diseños de los enlaces. En donde los procesos culturales son más importantes que los espacios físicos, el investigador que desarrolla la etnografía virtual debe seguir las conexiones; el hecho de que el universo *online* esté separado del *offline* es parte intrínseca de la etnografía, no una presuposición. La etnografía conectiva vuelca su atención del "estar ahí" al "llegar ahí" (Clifford, 1992, citado por Hide, 2004). Se trata de dejar atrás la frontera entre lo *offline* y lo *online* como primera barrera del análisis (Hide, 2005; Averol, 2003). Por lo tanto, la etnografía debe ser en el marco de esta tesis tanto virtual como tradicional, dado que este tipo de investigaciones no puede estar circunscrita a un solo territorio: se debe seguir a los sujetos en sus diferentes territorios.

Se trata de encontrar reciprocidad entre las diferentes puestas en escena de sujetos investigados, pues la producción de sí está más allá de los artefactos y en las pantallas y seguramente hay un tras bambalinas que esta investigación se dio a la tarea de averiguar. El ciberespacio, y Facebook, no tiene que ser visto como un lugar apartado de cualquier conexión con la "vida real" o de la interacción cara a cara. La realidad virtual se conecta de múltiples formas con la vida fuera de línea; a su vez, cabe recordar que las tecnologías usadas y apropiadas son empleadas de modos particulares según contextos determinados, y que son adquiridas, aprendidas, interpretadas e incorporadas en sus espacios de ocurrencia. El reto de la etnografía virtual consiste en examinar cómo se configuran los límites y las conexiones, especialmente, entre lo "virtual" y lo "real" (Hide, 2005; Méndez y Aguirre, 2015).

En diversos estudios se ha demostrado que la etnografía virtual implica una intensa inmersión personal del investigado en los ambientes virtuales con el fin de ir, en palabras de Guber (2006), desnaturalizando una práctica cultural que en nuestro entorno es cotidiana. En el caso de esta investigación doctoral, la inmersión en Facebook ha sido permanente desde mucho antes del trabajo de campo propiamente dicho, como una forma precisamente de ir problematizando el contexto de esta red social. Pero no solo es una cuestión de conocimiento del entorno, pues lo que supuso también fue una permanente reflexión sobre el mismo investigador en la red Facebook, y sus formas de ser y habitar en ella. La etnografía virtual puede extraer información útil del investigador en tanto informante, desde una dimensión reflexiva (Hide, 2005; Arvelo, 2003; Méndez y Aguirre, 2015). En cuanto a la etnografía virtual, se llevó a cabo la observación participante *on line* con el fin de realizar un mapeo de Facebook, espacio en el que se presenta una multiplicidad de puestas en escena de sí mismo.

La escogencia de la población requirió de un proceso inicial de inmersión y aprestamiento de parte del investigador, para entender la forma como Facebook y sus usuarios se relacionan tanto con la red como con los otros usuarios. Por supuesto que el investigador ha sido un usuario asiduo de esta red. Pero por lo mismo se requirió de un distanciamiento metodológico y controlado para depurar los aspectos considerados como claves en la indagación propuesta para esta investigación. Para escoger la población objeto se utilizó la categoría de *jóvenes integrados* (Zúñiga 2012) con el fin de identificar a aquellos

jóvenes, de clase media o alta, habitantes de Bogotá, estudiantes universitarios, que hicieran un uso regular tanto en tiempo como en diferentes formas de interacción de las redes sociales, con acceso permanente a la internet tanto móvil como fijo, sin adscripción a grupos étnicos y finalmente, hombres y mujeres de manera equitativa.

Del anterior grupo, se investigaron a 30 sujetos en total, todos fueron informados, y todos dieron su consentimiento para ser parte de la indagación. Se partió de la red personal del investigador para identificar a los primeros informantes que encajaran con los criterios de la población objeto, adicionalmente, dentro de la red personal del investigador se observó aquellos perfiles, que fueran de jóvenes universitarios de ambos sexos, que evidenciaran conocimiento de la red, que realizaran prácticas continuas en ella, que hieran publicaciones periódicas en Facebook, y que no perteneciera a una única universidad. Seguido de este momento, se pidió a los primeros informantes que sugirieran a algún conocido que ellos consideraran que cumpliera con los requisitos anteriores. Es decir, se pretendió aplicar la metodología de bola de nieve (Quintana, 2006) para identificar a los sujetos claves. Este procedimiento tiene como objetivo la comprensión de realidades culturales; la clave de esta metodología radica en hallar un caso perteneciente a la población objeto de investigación y que este lleva al siguiente y al próximo y así sucesivamente, hasta alcanzar el nivel de información suficiente para dar por terminado el proceso de indagación y búsqueda de información.

Se realizó un seguimiento a los 30 perfiles durante 1 mes, dato que no se reduce a un mes calendario, sino que a cada uno de los perfiles se siguió durante 30 días (no todos se realizaron en el mismo mes ni simultáneamente). Este trabajo de campo duró más de 6 meses de labor diaria y continua, en los cuales se grabaron y capturaron las imágenes de pantalla (pantallazos) de todo lo ocurrido en cada uno de los perfiles, de manera rigurosa y detallada con el fin de ir viendo la evaluación del perfil. En esa medida se fue indagando sobre las formas de escenificación de los cuerpos, es decir, análisis de escenarios, fachadas, personajes representados, creación de impresiones, procesos de idealización, comprendidos como mecanismos que me permitieran entender los procesos de construcciones de sí mismo. Se observaron los siguientes aspectos de los perfiles: edad, estado civil, fotos, el tipo de relación, nacimiento, información sobre ellos, con quiénes vive, qué estudió, gustos. Por otro lado, se hizo seguimiento de lo que ocurre en el espacio de la biografía o historia de los usuarios (fotografías y videos de descripción de sí, fotografías

de la portada, tiempo de observación, álbumes personales), la interacción con otros usuarios en el muro (en relación con publicaciones que “hablasen” de ellos, es decir, interacciones que supusieran una construcción de sí mismo), escenarios (lugares donde acontecen las fotografías de sí, lugares que son exhibidos y nombrados como tales, lugares que son evocados y privilegiados).

Se realizó una matriz de análisis con el fin de desglosar los conceptos de cuidados de sí, empresario de sí y puesta en escena; en categorías y subcategorías que fueran susceptibles de ser observadas en cada uno de los perfiles y las fotografías analizadas. De allí que para el análisis de las fotografías se comenzó por la asignación de un código de identificación de la misma **F_25_HORTUA_FP_01**, que correspondió a la edad de la persona, el apellido, el tipo de foto(perfil) y en número de la foto. En la misma se quería identificar, los escenarios y fachadas, los roles, personajes, las actuaciones, las rutinas, control de las expresiones y las idealizaciones. Estas categorías se definieron a través del concepto *puesta en escena*. Por otro lado, se identificaron categorías de acuerdo con el modelo de Foucault y que podía ser identificado en las fotografías, de ellas se desprendieron cuidados de sí, practicas consigo mismo, discurso de sí, exposición pública y condicionamientos técnicos. El análisis de estos elementos de las fotografías se presentará en los capítulos siguientes y ayudaran a comprender los elementos principales de la puesta en escena y el cuidado de sí tomando como dato empírico las fotografías. A continuación, un fragmento del componente teórico (Goffman) que se usó para el análisis de las fotografías

fotos	
escenarios y fachadas	COLEGIO, Lugar de trabajo, Restaurante, viajes, lugares de rumba, universidad, casa, baño, alcoba, tienda de ropas, medio , naturaleza, piscina, extranjero, playa,
roles	compradora, deportista, hija, enferma, modelando, hijo, profesor, amigo, cliente, bailador , artistas, cantantes, rebelde, reservad@, sexi, SEDUCTORA,NOVID
actuaciones	mostrandose, sonriendo, mueca agrado, mueca de desagrado, celbrando, llorando, seriedad, susto, seducción, seguridad, dignidad, juventud, salud, divertido,
Personajes	intelectual , saludable, agradable sociable, amistoso , cariñoso, amoroso, arriesgado, aventurero, familiar
Putinas (actividad o verificaci	educacion trabajo, deporte, arte y diversion, canto, baile, naturaleza, cine , comida , viajando, EN CASA, EN LA CALLE.
Impresiones (gestualidad) y co	nivel socioeconomico estable- , responsabilidad, comprometid, cariñoso, solidaridad, hogareño, juventud, felicidad, diversión, MAMMONSA
Idealización	alto, éxito profesional, éxito social, éxito educativo, objetos suntuosos, asesorios costosos, viajes, consumos distinguidos, deseable, cuerpo cuidado,

Para complementar el análisis se diseñó una nueva matriz en donde se incluye la totalidad de la construcción del perfil, en tanto que allí se contiene toda la información que permite establecer “el cuidado de sí”, el “trabajo sobre sí” y la “edición de sí mismo” que hace la persona cuando administra su perfil.

Perfil					
Cuidado de si	retoque de la imagen, ausencia de desnudos, ausencia de fotos enfermo, ausencia de fotos cuerpos descuidados, ausencia de cuerpos expuladan fluidos	Exposición pública	indicacion de actiuidad, que esta pensando, estado de la relación, edicion de fotos , compartir fotos, agrear ubicación foto, etiquetar foto, publicacion de acontecimientos importantes	prácticas de poder	silenciar conversaciones, permitir ciertos accesoss restringir otros, bloquer contenidos publicitarios, escoger sexuales, numero restringido de modificaciones de perfil
Prácticas consigo mismo	modificacion del perfil. Modificacion de las fotos, veces en que publica en el muro sobre si mismo, porcentaje de informacion de su perfil	componentes tecnicos	perfil, informacion requerida para abrir una cuenta, politica de privacidad, tipo de fotos permitido, etiquetar fotoss, sugerencias de conocidos, dialogios privados sincroniozar la cuenta al N0 telefonico, buscar amigos, numero	prohibiciones y control	imaginarios y representaciones presentes, ideales socilaes presentes, discurso hegemonicos, models de consumos y deseo, discurso contrahegemonicos, valores populares, valores masivos,
Discurso de si	manejo de datos privados, ocultamiento de la edad, del sitio de residencia, explicitacion de ideologia religiosa y política , ocupación, relaciones afectivas, sociales y familiares, formacion académica		silenciar conversaciones, permitir ciertos accesoss restringir otros, bloquer contenidos publicitarios, escoger	significados sentidos en disputa	tipo de narracion, hechos importantes, protagonistas, escenas
		prácticas de poder		narraciones de si	cuales historia se cuentan, cuales son los protagonistas, que tanto se actualiza
				historias	

Dentro de la etnografía virtual se realizó un análisis de los sistemas de signo (imágenes, escritos) en tanto que formas de signo con las cuales se da la construcción de sí mismo, que buscan la autenticidad y que constituyen una trama de símbolos que configurando la presencia de sí y la significación en torno a la representación e imaginarios que sobre el sí mismo se hallan presentes en Facebook. Se llevó a cabo en este contexto un análisis de los sistemas de signos en tanto que el Facebook posee una textualidad en la que convergen varios lenguajes y narrativas de los cuales se sirven los sujetos para su edición de sí. Cabe recordar que en los escenarios virtuales como el que estamos analizando, la forma en que se construye la subjetividad está muy cercana a la lógica de construcción de textos, con los cuales los sujetos se auto recrean en procesos incesantes, constantes, fluidos, atravesados por el tiempo, en la construcción de esta narrativa. En esa medida, seguimos algunos planteamientos semióticos de Ricoeur (2012), en el entendido que en los procesos de construcción hay dos formas de entender este asunto; por un lado, la subjetividad en relación con la identidad se basa en el término “ídem”, latín para idéntico, muy parecido, que no cambia a lo largo del tiempo, y el término “ipse”, también del latín, que significa propio. La mutabilidad y la permanencia están presentes en la construcción del sujeto a través del relato. Los relatos y las narraciones construyen al sujeto; es el contar acontecimientos a lo largo del tiempo en que el sujeto cuenta una historia, su historia; se

representa, se narra a sí mismo, se constituye a sí mismo por medio de la narración, apelando a múltiples lenguajes. El cuerpo del sujeto es esa medida, es quien realiza la acción, produce los cambios que el relato cuenta, narra, es el soporte material, diríamos para nuestro caso “virtual” de la acción narrativa del sujeto.

En ese orden de ideas, será un estudio formal de las imágenes, basándonos en el lenguaje de la kinésica y la prosémica con el fin de generar descripciones de sus formas empíricas. De manera concreta, las fotos se analizarán según si los sujetos están solos, con amigos, con familiares, en espacios abiertos, en casa, de cuerpo completo, una parte del cuerpo, o si es una representación tipográfica de sí; así mismo, se indagará sobre las posturas en las que están los cuerpos, los gestos, estilos al andar, tipos de movimientos, rasgos faciales, como fealdad, elegancia, género, posición social. En este proceso de significación, los signos faciales y posturales juegan un papel clave dentro de la comunicación, desde el cabello hasta la posición de las manos, por ejemplo: la expresión facial y corporal, los movimientos y las posturas, el cuerpo como percepción, expresión visual, constituyen el fundamento de las formas sónicas elementales que toda cultura permite. Luego, se pretende generar tipos de agrupación de las mismas para ir configurando los tipos de escenificación. Con lo anterior, el objetivo es finalmente llegar al modo simbólico (Ricoeur, 1985) en el que se construye el significado, las diversas representaciones e imaginarios sociales que se plasman en la edición de sí mismo y de su cuerpo.

En concreto, desde el punto de vista metodológico, cuando se trata de hacer análisis de las imágenes, de las fotografías como formas de autopresentación de sí mismos y de sus cuerpos, cual es el objeto de esta tesis, se deben tener algunos elementos básicos para realizar la matriz o ficha de observación que está en los anexos de esta tesis. Primero, se tuvo en cuenta que las imágenes nunca están solas, sino que aparecen contenidas en marcos de tiempo y espacio (Facebook, presente). Estos marcos se tomaron en franca consideración porque allí es donde se encuentra el anclaje entre la fotografía y la sociedad. Es ahí donde radican las claves para la comprensión de las fotografías y no en las imágenes mismas. Tampoco, como hemos venido argumentando, pueden las fotografías ser analizadas independientemente de los observadores y sus intenciones. Ese es el problema de investigación que da origen a esta tesis; por ello, nuestra mirada era una

mirada intencionada, una mirada guiada y para nada objetiva y despreocupada (Soto, 2012).

Se evidenciaron diferentes órdenes de representación y significación en las imágenes, ellos son lo connotativo y lo denotativo; lo connotativo hacer referencia a la segunda significación, o significación ideológica, contextual o cultural; por otro lado, lo denotativo es más sobre las formas, los aspectos “formales de la imagen” lo que se ve. Por otro lado, lo retórico hace a alusión al carácter persuasivo de la narración, lo que quiere decir, el mensaje de las imágenes. En el análisis semántico, los conocimientos necesarios son, de tres tipos: análisis sobre el contexto de producción, transmisión y recepción de la imagen; de manera simultánea, se vio también la necesidad de análisis sobre el modo de ver, describir, identificar e interpretar una imagen. Y finalmente, en esta tesis, se realizaron en tres fases esenciales, la descripción (seres, objetos acontecimientos, formas) la identificación (temas y conceptos, tramas, narrativa) y la interpretación (principios socio cultural, contexto socio cultural, imaginarios y representaciones). (Agustín 2010). Cabe recordar que, para llevar este análisis de las fotografías, que va desde lo más descriptivo a los más abstracto de las mismas, éstas se enmarcaran en el modelo según el cual las imágenes del perfil que dan vida al cuerpo y la subjetividad se comprenderán como componentes de las puestas en escena de la teoría de Goffman, con lo cual pasamos de lo meramente descriptivo a lo analítico. Dicho en otras palabras, para analizar las fotografías de sí mismos, se realizaron tres fases esenciales: la descripción (seres, objetos, acontecimientos, formas), la identificación (temas y conceptos, tramas, narrativa) y la interpretación (principio sociocultural, contexto sociocultural, imaginarios y representaciones) (Agustín, 2010).

Es momento aclarar un posible malentendido a nivel metodológico: este no es un estudio hermenéutico interpretativo, si bien es claro que el enfoque cualitativo y la etnografía que estudia la producción de sentido cultural está cercana al método hermenéutico interpretativo. Ahora bien, lo que se plantea en esta metodología es hacer un análisis de las imágenes, de las fotografías del perfil, para lo cual se propuso hacer un análisis, antes que semiótico, que entendiera las imágenes como productos derivados de procesos culturales cuya interpretación depende tanto de los convenios que unen el significante con el significado (estructura, semiología), como también el contexto sociocultural que dota a los sujetos del sentido y el significado de las mismas. No se limita al estudio de la imagen,

sino de lo que es visible y observable. Conectando esta investigación con conceptos teóricos, como por ejemplo los conceptos de Goffman sobre *puesta en escena* teniendo en cuenta los roles narrativos que se desarrollan a partir de los álbumes.

La otra herramienta metodológica utilizada en el marco de esta tesis fue la entrevista abierta, toda vez que esta técnica es considerada como la más apropiada para acceder al universo de significaciones de los sujetos y de sus acciones en diferentes momentos de sus vidas. Para el caso de esta tesis, se llevaron a cabo cinco entrevistas a profundidad de usuarios de Facebook, a los que analizamos sus perfiles. La entrevista, según Guber (2005), debe ser comprendida como relación social a través de la cual se obtienen enunciados y verbalizaciones bajo una forma dialógica. Es un espacio de encuentro entre el investigador y sus informantes, que permite profundizar en los significados de la observación y, a su vez, se constituye en una instancia de observación (Guber, 2005). En la entrevista de carácter abierto o antropológico, que fue la adoptada aquí, se tuvo mucho cuidado de no elaborar un cuestionario rígido ni en el cual los informantes solo respondieran a preguntas cerradas. Por el contrario, la premisa del trabajo de campo es que, si bien conocemos desde nuestras categorías de investigación y su relación con el objeto, se buscan temas y conceptos que en contacto con los informantes emergen de la misma práctica social de la entrevista. Esto no significa replicar la no directividad de los psicoanalistas, sino lo que los informantes introducen. Por ello, la entrevista es una técnica abierta, flexible e íntima (Guber, 2005; Hernández Sampieri, 2006). En concordancia con lo anterior, la forma de la entrevista que aquí aplicamos se enmarca en la flexibilidad que permite descubrir preguntas y, por ende, ir entendiendo las respuestas derivadas de las mismas, lo que, sumado al contexto y las inquietudes de investigación, va perfilando los modelos interpretativos de la misma en su fase de análisis (Guber, 2005, 2001; Gordon y Serrano, 2008, y Hernández Sampieri, 2006).

La potencia de las entrevistas en el marco de investigaciones cualitativas se halla en su formato menos rígido y sistemático, y en su capacidad para indagar en procesos sociales, históricos y como representantes de eventos generales. Pero, ante todo, y es lo que nos interesa en esta tesis, es la entrevista da cuenta de los procesos subjetivos que emanan de los individuos investigados, es decir, deja ver cómo los procesos macro se inscriben y son interpretados por los sujetos que los vivencian (Guber, 2005; Gordo y Serrano, 2008). Al ser la entrevista una práctica dialógica, en su análisis se tuvieron en cuenta tanto las

intervenciones de los entrevistados como las de los entrevistadores, considerando los marcos teóricos de partida, ya que es precisamente el conjunto de ideas que integran las teorías sociales de referencia lo que guía el análisis (Gordo y Serrano, 2008). En esta investigación, como ya lo habíamos mencionado, estamos ante una etnografía multisituada; la entrevista se transformó en un espacio en el que tanto el investigador como el investigado interpretaban, guiados por los ejes temáticos sobre las formas en las que los sujetos se construyen a sí mismos en esta escenificación en Facebook (Gordon y Serrano, 2008).

En este marco, la entrevista supuso varias sesiones, en las que primero se introdujeron los temas y, poco a poco, se comenzó una sesión de carácter muy abierto, con preguntas amplias que buscaban no sesgar un primer relato y que sirvieron de base para las profundizaciones ulteriores. Posteriormente, se hicieron preguntas más centradas en el problema de investigación y sus categorías de análisis: las puestas en escena de sí mismos, el por qué, lo que se buscaba con estas puestas en escena, las razones que los motivaban a tener determinada forma e información del perfil y las diferencias con su vida fuera de línea (Sandoval Casilimas, 2002). En la entrevista, a través de las preguntas y respuestas, se logra una comunicación y la construcción conjunta de significados respecto a un tema (Hernández Sampieri, 2006).

Se contrastó el trabajo de campo *online* con situaciones cara a cara, fuera de línea, con los individuos objetos de investigación. Dicha estrategia se llevó a cabo a partir de las entrevistas abiertas fuera de línea, en donde se hacían puestas en escena de sí mismos con el fin de identificar las diferencias y similitudes en dichas puestas en escena, y en ellas a su vez indagar los elementos que constituirían la búsqueda de la autenticidad. De manera simultánea, se debía ir indagando cómo las mediaciones (Facebook y escenarios sociales fuera de línea) condicionan la puesta en escena. Para ello, no solo se llevaba a cabo la entrevista, sino que se desplegaba la técnica de la observación etnográfica de la misma, de los sujetos indagados (Guber, 2005), con el fin de analizar su puesta en escena en el momento mismo de la entrevista.

La población objeto fueron usuarios universitarios que habitan en Bogotá, que utilizan frecuentemente Facebook, que se hallan en moratoria social, de estratos medios y altos, con acceso a bienes y servicios de consumo así como de capital simbólico y cultural, con nivel educativo medio y alto, con acceso y uso permanente a internet y a las nuevas

tecnologías, sin adscripciones a grupos étnicos o grupos sociales, sin condición de marginalidad o de desplazamiento, hombres y mujeres por igual, población conocida como la categoría de los jóvenes integrados (Ruiz, 2012).

La muestra de las entrevistas fue de cinco sujetos, dos hombres, tres mujeres, representantes de la población objeto, que se mostraron interesados en hacer parte de la investigación, activos en el uso de esta red social, y se utilizó la metodología de bola de nieve ya expuesta. Las técnicas de investigación fueron: observación participante (*online*), y no participante (*offline*), entrevistas en profundidad, tanto en línea como fuera de línea, realizadas a la muestra, y análisis semiótico de lenguajes escritos y visuales de los perfiles de la muestra escogida.

Finalmente, se aplicó una encuesta on-line a 100 personas escogidas a partir, nuevamente, de la metodología bola de nieve, comenzando con el grupo de contactos en Facebook del investigador, en donde se escogieron nuevamente a los individuos que reunieran las condiciones de la población objeto (Zúñiga 2012) y las características de uso y acceso a Facebook arriba mencionados. A partir de allí, se les pidió a estos individuos que hicieran llegar esta encuesta a las personas que ellos consideraran cumplían los requisitos para la investigación. Cabe aclarar que la encuesta on-line es de tipo descriptiva exploratoria, no probabilística (Hueso y Cascant, 2012), por ser la técnica más usual en la recolección de datos cuantitativos con el objetivo de tener una fuente de datos de tipo exploratorio descriptivo a una población a la que no hacían parte directamente de la investigación, pero que hacía parte del grupo poblacional elegido, es decir, jóvenes universitarios de estratos medios de Bogotá, con el fin de poder identificar unas tendencias generales del uso de Facebook, que posteriormente sirvieran de soporte tanto en el alcance de los resultados como en la profundización y análisis de datos cualitativos. Por tal motivo, la encuesta supuso la realización de preguntas estandarizadas y cerradas que, en su primera parte, buscaban una identificación sociodemográfica básica de las personas. Posteriormente, se formularon preguntas sobre el uso en general de la red social Facebook y, por último, preguntas en torno a la construcción del perfil de los encuestados y los objetivos que tenían con esta construcción en concreto. En ese marco, se indagó sobre los tipos de fotos que subían, la frecuencia con que cambiaban la información, qué tanto coincidía su información en línea y fuera de línea, si utilizaban o no algún tipo de programa

de edición de imágenes y si la imagen que ellos creían proyectar de sí mismos tenía el impacto deseado en la audiencia que la juzgaba

2. Cartografiando Facebook: dispositivo mediático, territorio, habitantes y relaciones

La red social Facebook es el escenario en donde los sujetos se edifican a sí mismos a partir de una serie de procesos racionales, relativamente autónomos y libres, y en muchos casos consientes. Pero precisamente en tanto escenario y en tanto espacio cultural, esta red condiciona la construcción subjetiva que los individuos elaboran de sí mismos. Es por ello que, como se argumentó en el marco conceptual, debido a la estructura que posee la red social y a la dinámica que ella ostenta, han sido interpretados de manera teórica como dispositivo mediático. En este momento a partir la información recolectada por las diferentes técnicas aquí presentadas, se propondrá, ya no solo interpretar el Facebook en tanto dispositivo mediático, sino de manera concreta mostrar cómo condiciona a las subjetividades y los cuerpos de los individuos que de ella emergen, a partir de lo que se pudo identificar de sus componentes técnicos, de poder y mediadores.

2.1. Tecnicidades

El Facebook es una red social creada por el norteamericano Mark Zuckerberg durante su periodo de estudiante en la Universidad de Harvard. La idea era crear un espacio dentro de la web exclusiva para los estudiantes de dicha institución, en el que la comunicación y el intercambio de información fuesen sencillos y fluidos. Facebook inició con una inversión inicial de 500.000 dólares de parte de uno de sus fundadores, Meter Thiel, en el verano de 2004. Su oficina principal está localizada en Palo Alto, California, Estados Unidos; otras oficinas se encuentran en Atlanta, Chicago, Dallas, Detroit, Nueva York, y en Venice Beach, California. También cuentan con oficinas internacionales en Dublín, Londres y París. En

mayo de 2005 Facebook consiguió inventores para hacer más grande su red social, agregando a más 800 universidades. En septiembre ya no sólo eran universidades, también incluyeron preparatorias; en octubre agregaron la aplicación Photos y comenzaron a aceptar a universidades internacionales; para diciembre alcanzó más de 5.5 millones de usuarios. En abril de 2006, Facebook es lanzado para ser utilizado en plataformas móviles; en mayo, llega a lugares de trabajo; en agosto Facebook y Microsoft se unen para agregar publicidad en éste; en septiembre Facebook permite que cualquier persona se pueda unir; en diciembre alcanza más de 12 millones de usuarios. En marzo de 2007, Facebook obtiene éxito en Canadá con 2 millones de usuarios y en el Reino Unido con 1 millón de usuarios; en abril llega a 20 millones de usuarios en total; en mayo ya tiene 85 aplicaciones en la web; Microsoft y Facebook expanden su acuerdo para cubrir también las plataformas internacionales con mayor publicidad e invierte 240 millones de dólares en ésta; Facebook alcanza los 50 millones de usuarios.

Poco después de que Facebook es fundada, se concibe bajo diferentes idiomas como en español, portugués, francés, alemán, entre otros, dada la gran demanda que comienza a tener y que la saca definitivamente del marco de las universidades y la lleva al grueso de la población en varios países. Razón por la cual la primera condición que se identifica es que Facebook tiene dos tipos de cuentas: una para cualquier usuario común y corriente cuentas que son totalmente gratuitas y permiten la comunicación fluida entre personas “reales”. Y otra para fines corporativos, de empresas o grupos, que aquí no se analizarán.

Cuando se abre una cuenta en Facebook, esta plataforma solicita un correo electrónico y se debe manifestar que se es mayor de edad, también se pide nombre, apellido, número de teléfono, edad, si se es hombre o mujer y la creación de una contraseña. El siguiente paso (1) invita a utilizar tu cuenta de correo para contactar amigos, a continuación (2) nos lleva a la página de inicio de la red; posteriormente y para finalizar (3) el proceso, la red utiliza la cuenta de correo proporcionada para terminar de verificar la información dada y para poder así acceder a la red social que conecta con amigos, familiares y conocidos, dando paso para comenzar a publicar información en su perfil que será entonces su espacio personal dentro de la red social. Pero para el observador solo un poco entrenado, este proceso de entrada a la red se evidencia ante sus ojos como mecanismos de control que a la postre se trasforma en el primer mecanismo que configura la presencia de los

cuerpos y los sujetos en la red, debido a que “obliga” a las personas a tener un correo y ser o manifestar ser mayor de edad, identificarse con un género particular (que dicho sea de paso son solo dos), y proporcionar, si así lo desea, datos privados como su número de celular.

Imagen pantalla de inicio 1



Fuente: Facebook captura propia 2016

Imagen datos de registro 2



Fuente: Facebook captura propia 2016

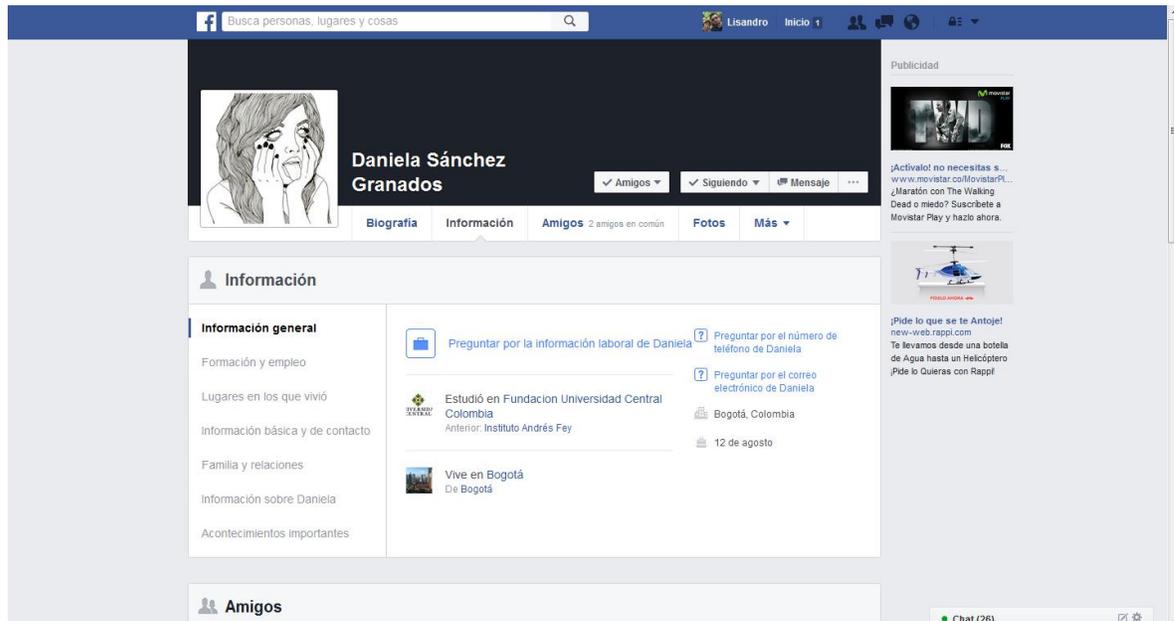
Pero los condicionamientos de la subjetividad no terminan allí. Por supuesto, los datos solicitados son sólo el comienzo de una serie que la plataforma de manera estandarizada solicita a cualquiera de sus usuarios. En lo que respecta las tecnicidades propias de esta red en relación con la construcción de los cuerpos y las subjetividades de los usuarios, (para ser más precisos) es importante resaltar la performatividad del perfil del usuario. Este consta de dos columnas (en teoría tres). El muro, que es el más ancho y está en la mitad y se despliega hacia abajo; la columna de información adicional, dónde se pueden ver los amigos, y muchas de las categorías anteriores, las cuales se pueden modificar según la privacidad y ubicación; y la tercera que es de publicidad y es mucho más angosta que las anteriores. “La información”, el espacio donde el usuario da información específica acerca de él, está dividida por siete categorías, y cada una de esta posee algunas subcategorías, las cuales son: 1. Información general: se muestra los espacios más importantes de las otras categorías; 2. Formación y empleo: empleo, aptitudes profesionales, universidad, escuela secundaria; 3. Lugares en los vivió, ciudad actual y ciudad de origen; 4. Información básica y de contacto: teléfonos celulares, dirección, correo electrónico, sitios web y enlaces sociales. Así mismo se pide fecha de nacimiento, sexo, agregar a [quién te interesa](#), [un idioma](#), [tus creencias religiosas](#) y tu [ideología política](#). Como subcategoría 5, está familia y relaciones familiares. La 6 se denomina información sobre

ti, se escribe algunos datos sobre el usuario, un apodo, frases célebres o citas favoritas. Finalmente, encontramos a la subcategoría 7, referida a acontecimientos importantes, como por ejemplo fecha de nacimientos, fecha de graduación, etc. Es claro que aquí nuevamente la plataforma ha condicionado lo que las personas pueden decir de sí, lo que Facebook considera lo más importante y relevante para darse a conocer o identificar a una persona conocida.

Son de alguna manera datos que remite a ciertas características o realidades de los individuos. En un trabajo reciente, Aguilar (2016) sugiere que cada una de estas informaciones puede ser asociada a aspectos específico, es así como la información de contacto remitiría a la identidad; formación y empleo a competencia económica; lugares donde vivió, a su realidad experiencial; familia y relaciones a un aspecto emocional; acontecimientos importantes a un aspecto situacional; y las fotos e imágenes, al cuerpo. Como veremos más adelante, este último aspecto va a ser tratado con mayor profundidad en este estudio. Pero, así como la plataforma está configurada para solicitar ciertos datos, es indudable que fácilmente se podría pensar en otros que en otros escenarios son muy importantes en la construcción de sujetos, como los gustos, los pasatiempos, el estrato socio económico, la raza, la etnia, lo que le gusta, lo que aborrece, lo que le da miedo, etc. En fin, la lista podría ser innumerable, pero la restringe, la limita, de forma tal que, si un sujeto quiere estar en esta red y mostrarse y construirse de cierta manera, se encuentra con estas posibilidades que restringen y ofrece posibilidades que se consideran básicas. Ahora bien, es indudable que estos datos tampoco son azarosos, ya que ellos en alguna medida están en concordancia con ciertas características sociales con las cuales se hace identificación de los sujetos sociales en el marco de las ciencias sociales tales como edad, ubicación geográfica, sexo, ideología, religión, ocupación, redes familiares.

Durante la observación en línea realizada, el análisis de las imágenes, la encuesta llevada a cabo y las entrevistas a informantes claves, se evidenció que esta información del perfil se completa de manera diversa entre los usuarios. Algunos la diligencia casi en su totalidad, otros, por el contrario, la llenan muy poco. Es así que la información de contacto, por ejemplo, casi ninguno la completa esgrimiendo problemas de seguridad y administración a la privacidad.

Imagen información de perfil 3



Fuente: Facebook captura propia 2016

2.1.1 El Muro

En el centro de la pantalla está el lugar de la interacción en tiempo real. Es allí donde se publican las noticias, temas, eventos y demás que circulan en Facebook. Es allí donde se registran las diferentes actividades que realizan las personas en esta red social. En el siguiente capítulo, se mostrará como dichas actividades no sólo cuentan una historia, una narración de sí mismo (mediación) en relación con otros, sino que a la postre se constituyen en las prácticas de sí desplegadas en esta red. En ese orden de ideas, las configuraciones de la plataforma permiten que se pueda subir en su muro (espacio libre en el perfil de cada miembro) textos, vídeos, fotografías, compartir un mensaje escrito, un evento, etiquetar amigos, agregar emoticones con algún sentimiento, lugares y agendar en el calendario. Además, se admite compartir otro contenido que otra persona, página o perfil que haya publicado. Se puede subir algún link de algún video, documento, página web, música, archivo. En fin, cualquier tipo de archivo digital se puede publicar. Así mismo los demás conocidos, amigos y familiares, logran también hacerlo y todos pueden estar al pendiente de lo que sucede en su red, a fin de que las personas que él desea puedan verlos, compartir, comentar o expresar que les gusta. Cabe aclarar que los videos son de corta duración y el tipo de foto, el encuadre, la definición de las mismas son restricciones con

las que cuenta la página, denotando una vez más un cierto tipo de práctica de poder. En esta página el contenido puede publicarse o compartirse de forma pública (con todos los usuarios de la red social), o privada (únicamente con aquellos que forman parte de la red de contactos o amigos de dicho usuario).

La gestión de sí mismo encuentra en el muro de Facebook el lugar por excelencia de esta plataforma, ya que de forma permanentemente en el muro, en tiempo real, se está pasando lo que los usuarios piensan, hacen, publican, ya se algo de sí mismo o una noticia, evento o cosa que quiera dar a conocer. A partir de estas simples aplicaciones las personas se dan a conocer, se muestran de cierta manera, es decir se construyen para la mirada del otro; cada realización, entendida en esta tesis como práctica de sí, cuenta quien está detrás de dicho acontecimiento virtual. Pero vamos por partes y describamos en que consiste cada una de estas herramientas y sus posibilidades. Cada una de las publicaciones tiene un "me gusta" por si las personas están de acuerdo con lo que se publica y también está el espacio para opinar sobre el mismo. Allí se registra y es de público conocimiento lo que todas las personas que dicen que les gusta esta publicación y los comentarios que desencadenan. Se trata entonces de un botón, en el cual con tan sólo un clic, la persona indica si la publicación le gustó o no. Ahora bien, ya que el Facebook se renueva constantemente, actualmente la opción "me gusta", no es la única forma de reaccionar a publicaciones; se tiene la posibilidad de dar "me encanta", "me divierte", "me asombra", "me entristece" y "me enoja". Desde este año (2016) se introdujo estas cinco formas de interactuar con el post, o de expresar una determinada emoción hacia el post de otra persona. Se mantuvo el like que se caracteriza por una mano azul en signo de que todo está bien y se añadieron: un corazón, que refleja que algo encanta, que no solo gustó sino que tuvo un nivel mucho más alto de apreciación; aparece una cara sonriente y feliz que refleja que la publicación divierte o es graciosa; otra es una cara asombrada o sorprendida, cuando algo asombra; otra es una cara triste y llorando, cuando una publicación entristece; y por último; una cara que refleja rabia y se usa cuando algo enfada. Con estas nuevas formas de interacción se puede incluso ver qué impresión tuvo cierta publicación sobre los usuarios. En resumen, cada una de ellas (las reacciones ante una publicación) posee su respectivo emoticón (signo icónico, que expresa las ideas o sensaciones expresadas). Gracias a este tipo de opciones, es posible de cierta manera "conocer" o mejor entender lo que las personas quieren mostrar de sí, ya que basándose

en lo que comparten en su biografía, y estudiando lo que les gusta a base de sus "likes" o "me gusta", se puede entender en cierta medida su construcción de sentido sobre sí mismo, como se evidenció en el estudio de perfil de los sujetos investigados y en las entrevistas a profundidad realizadas y que más adelante analizaremos

Facebook está en constante renovación y ahora permite ser muchísimo más expresivo, con opciones que describen de manera más precisa el estado de ánimo de una persona. En Facebook se ha venido utilizando la frase "¿qué estás haciendo / qué estás pensando?" en el campo para publicar; con el paso del tiempo introdujeron las distintas emociones que acompañan los estados, por ejemplo, si un usuario pone un estado en el que anuncia una buena noticia, puede acompañarla de un emoticón y un mensaje alusivo que corresponde al sentimiento que concibe con respecto a ese post; en este caso el usuario se siente "feliz" o "entusiasmado". Pero no es el único mensaje que acompaña al estado sino que también se ha podido incluir información adicional que complete mejor el estado; con esto me refiero a que si el usuario coloca que se siente feliz por una reunión familiar, puede colocar o etiquetar algo relacionado con esa noticia, como un mensaje que podría ser un cumpleaños, un grado, una fiesta, y al estar en la reunión, puede colocar que pusieron determinado tipo de música, desde una emisora, desde un equipo, etc.; y así con muchas opciones. En el instrumento "Que estás pensando" el sujeto se permite decir si está feliz, triste, enojado, etc., pero además decir o hacer una publicación entorno efectivamente a un pensamiento, una sensación muy cercana a sí mismo, sobre lo que le está pasando o lo que pasa a su alrededor y por supuesto lo presenta a su lista de amigos o a cualquiera como una manera de darse a conocer. Este espacio ha sido analizado en muchos trabajos en torno a que permite identificar cierta tendencia política o ideología de los individuos; sería allí donde se configurarían, según algunos estudios aquí citados, el lugar de la participación democrática en el Facebook. Pero para nuestro caso nos interesa identificar como esto permite que la red social sea mucho más expresiva, y el usuario sea más conciso a la hora de demostrar sus afinidades y disgustos; claramente, la opción "Qué estás pensando" es un ejemplo de que esta red social busca darle al usuario confianza para que se pueda expresar con facilidad. A la vez que sigue su proceso de puesta en escena de sí y por ende su construcción.

Las publicaciones que se realizan en el muro aparecen de dos formas que el usuario puede configurar. En la primera organiza las publicaciones por relevancia, es decir, las divulgaciones que han tenido más importancia y las cuales los demás usuarios han compartido, intervenido e interactuado con mayor fervor. En la otra forma las publicaciones aparecen de forma cronológica, de la más reciente a la más antigua. Aquí el usuario puede ver qué comentarios o qué publicaciones los conocidos han participado. Facebook es una red que vive en constante retroalimentación, en la cual cada segundo, millones de personas alrededor del mundo publican contenidos de todo tipo, sin importar su categoría, ya sea educativo, de entretenimiento, periodístico, informativo, deportivo, etc., lo que lo hace un lugar llamativo, ya que sin importar cuantas veces al día o cada cuánto tiempo se ingrese, siempre se encontrará contenido nuevo. Otra característica es que se puede etiquetar a alguien: una de las formas universales que se ha venido utilizando para referirse directamente a alguien y que incumbe al otro perfil, es colocar “@” antes del nombre y esto se convertirá automáticamente en una notificación para el perfil involucrado. Esto sucede también a la hora de colocar sitios, lugares, empresas, ubicaciones y similares que pueden referenciar al sujeto que publica y determine en qué lugar específicamente está. Esto funciona prácticamente para cualquier tipo de publicación, ya sean imágenes, videos, links, texto, ubicaciones, documentos que se puedan incrustar, entre otros. Facebook ha permitido que cuando uno ingresa la URL o link de alguna página o noticia, Facebook automáticamente reduzca toda la información que haya en ese espacio y la simplifica. Es como si hiciera una especie de resumen o eligiera la imagen principal, el título y el lead del link. Esta ayuda, además de dejar previsualizar la noticia o link deseado, permite sin necesidad de abrirlo por completo, echarle un vistazo rápidamente y si es de nuestro interés o no. Está siempre la parte en la que aparece un recuento de todos los lugares que han sido indicados en las publicaciones (de todo tipo) en el muro y que se van almacenando (a veces como lugares recurrentes del usuario, ciudades, restaurantes, bares, etc.). Esto se va creando de manera automática a medida que el usuario coloca en sus estados, el lugar como referencia y Facebook va guardando estos lugares. También comprende cuáles son los lugares más frecuentes, y los posiciona a la hora de publicar algo.

La herramienta y el botón llamado “Mensajes” se refieren a las conversaciones que los sujetos han entablado con otros en esta red y que quedan grabadas en cada uno de los

perfiles. No es que un individuo pueda acceder a las conversaciones de otros usuarios, sino solo en las que él haya entablado relación con otros sujetos. Luego, aparece la aplicación de juegos en línea de una gran variedad de temas, en donde para subir de nivel de complejidad se debe invitar a los contactos que se posea y que, al ellos aceptar esta invitación a jugar en línea, se publicita de manera indirecta el juego, con ello se sube de nivel la congregación a contactos para que usen estas aplicaciones. A continuación, se puede encontrar la aplicación en la que se consigue determinar grupos a los que los diferentes usuarios pertenecen, ya sea por pertenencia institucional o lugar de residencia, o a los grupos creados en este espacio y que los asocia a partir de los gustos o intereses. Así mismo, aparecen las páginas web que los individuos han indicado que le gustan y aparecen en su historial. En la parte derecha hay dos sesiones; en la parte superior, es una ventana pequeña donde va pasando rápidamente lo que los usuarios del Facebook hacen, y más abajo está la lista de contacto que los usuarios tienen y que se encuentran conectados a la red en ese momento, o indican hace cuánto estuvieron conectados, con sus respectivas fotos de perfil e indicando el dispositivo tecnológico con el cual están accediendo a la red (celular o Web) con ellos se puede chatear, compartir documentos, videos, fotos, etc. De manera simultánea está la eventualidad de hacer una conversación con más de un miembro a la vez, a través de la misma ventana de chat.

Al lado derecho del muro está una serie de sugerencias que Facebook mismo realiza a las personas de acuerdo con su perfil y a su bibliografía, sobre grupos a los que podría pertenecer, personas que podría conocer y entrar en contacto con ellas, así como una serie de cosas o productos que podrían interesar a los usuarios y eventos que se están promocionando y a los que podría estar interesando en asistir. De forma tal que no sólo el dispositivo proporciona un escenario de construcción de la subjetividad, sino que a su vez le sugiere una serie de elementos y “consumos” con los cuales el sujeto puede empezar a ser identificado, visto o analizado por los miembros de su red social. En el siguiente sector, encontramos noticias sobre lo que aparece en esta red, que puede ser publicado por individuos concretos o empresas, marcas, o efectivamente noticias del acontecer nacional e internacional. Veamos cómo funciona el proceso de ofertas para los sujetos. Facebook insinúa a sus usuarios “Páginas sugeridas”, se encuentra la opción “Ver todas” que lanza al usuario a una clasificación de diferentes páginas oficiales y no oficiales para que el sujeto conozca, comparta, publique, investigue, comente esas páginas. Para facilitar las cosas,

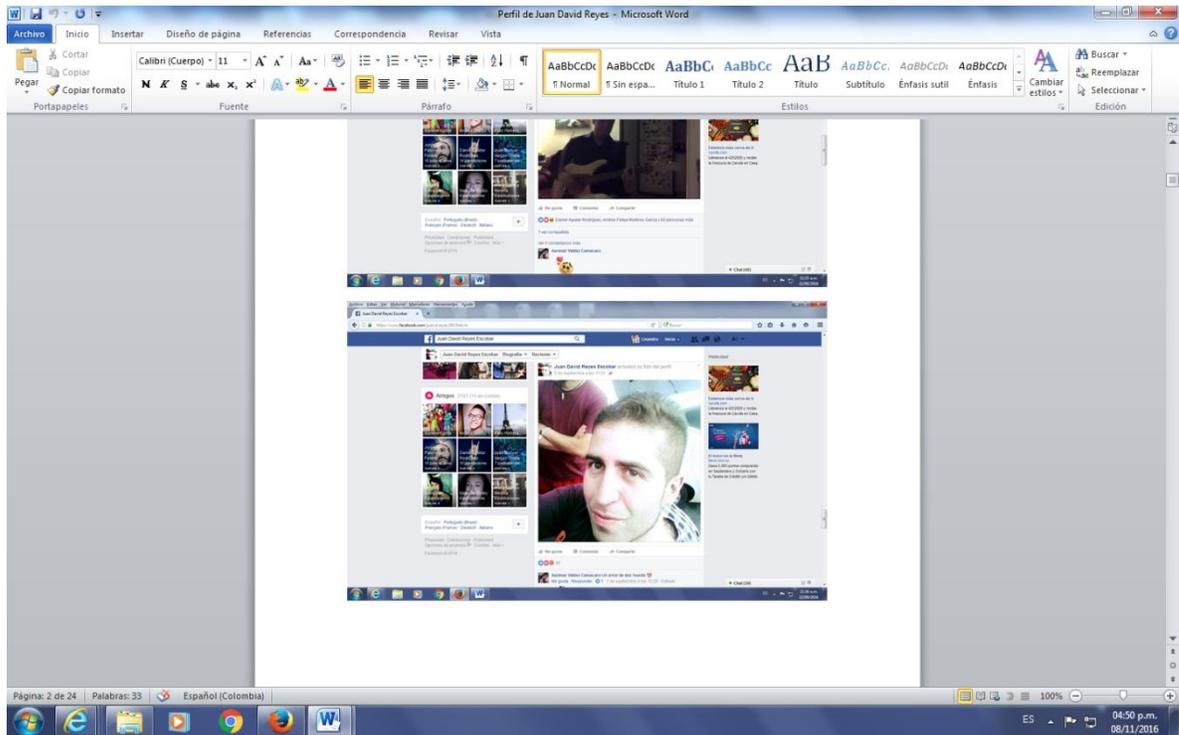
Facebook expone dos opciones: “Más recientes” e “Historias destacadas”. Con éstas el sujeto tiene libertad de escoger de qué se quiere enterar, qué quiere consumir por parte de sus contactos, qué cree que le pueda llamar la atención y así pasar un rato ameno en el “Inicio” de Facebook. Cabe resaltar que con la herramienta que conduce a los “Grupos” se puede compartir variada información entre los integrantes del grupo. Esto puede generar más interacción con los usuarios de Facebook de dicho grupo, pero al ser un grupo de cierto tema específico, cierta afinidad, cierto gusto o cierta ideología, se vuelve más limitada ya que sólo pertenecen sujetos que compartan un mismo pensamiento.

Las publicaciones sugeridas, la forma en que se distribuyen en la red y la participación del sujeto en la mismas y de su grupo de amigos, es una clara muestra de cómo opera el poder-seducción–deseo (del que se ha hablado en el marco conceptual), en relación con la nueva analítica del poder en los medios y particular en esto medio interactivos. Porque no sólo este medio seduce a construirse la subjetividad virtual de la mano de ciertos consumos culturales y simbólicos, sino que le hace parte del proceso, a partir de las prácticas del individuo; es decir, posteando publicaciones, en interactividad con otros usuarios, dándole un clip a la opción “me gusta” y todos sus derivados. En definitiva, constituyendo a él mismo como parte de las dinámicas de la publicidad y por ende del consumo. Por otro lado, explicación que se ampliará en capítulos posteriores, el sujeto puede en alguna medida “volverse una marca” o ser protagonista en la divulgación o publicidad de un producto de consumo a través de la construcción de sí en el Facebook, como ya en alguna medida lo había presentado Sibilía (2007) cuando se refería a su tesis de la intimidad trasformada en espectáculo y que referenciamos aquí.

Continuando con la etnografía de Facebook, es pertinente decir que es una red social que permite la comunicación y el contacto con familiares y amigos, independientemente de la distancia que exista entre ellos. A pesar de los otros métodos, la característica que hace a Facebook el líder en ese ámbito es la capacidad de conectarnos y compartir todo lo que deseemos en tiempo real, es decir, instantáneamente, y con todas las personas que deseemos al mismo tiempo. Además de contar con la facilidad de que es una aplicación que se puede descargar en los Smartphone, Apple y Tablets, porque eso sí, lo que ofrece Facebook es inmediatez en la noticia, actualización de contenido por hora, por minuto, por semana, según la configuración del usuario. La comodidad desde el celular para tomar una foto tipo selfie o cuerpo entero; editarla, ajustarla y mejorarla para subirla en contados

minutos y ser expuesta, observada y evaluada por un número de amigos que aprueban y les gusta su publicación. Gracias a las diferentes herramientas de Facebook pueden ampliar sus círculos de amistades y literalmente construirse en un entorno alternativo de amigos con los que sentirse más a gusto.

En resumen en el marco de esta tesis se puede argumentar que el muro de Facebook es un espacio dedicado para que la persona se construya de tal forma que pueda mostrarse como el sujeto que desee con una serie de datos que se solicita la página; muestra todo el historial de actuación, publicaciones e interacciones que ha tenido con los demás sujetos, así como la información referente a películas que le gustan, libros, programas de televisión, grupos a los que pertenece, fotos, lugares en donde ha estado, etc. Allí mismo se condensa todo el historial que la persona ha tenido y que tendrá en el Facebook, con una particularidad: desde este lugar se puede editar toda la información con respecto a sí mismo, cambiarla, modificarla, actualizarla. Por ello se puede pensar que la esencia de Facebook es muy sencilla: es una red que conecta personas con personas, un fenómeno con gran amplitud y peso social que alguien que se quiera mantener al corriente de la sociedad actual simplemente no puede ignorar. Existe una cantidad casi infinita de aplicaciones para todo tipo de propósitos: utilidades, juegos, noticias, música como Spotify que se instalan como cualquier otra aplicación en el computador, pero que son capaces de integrarse con Facebook. La integración con Spotify permite ver qué canciones escuchan los amigos en Facebook o escuchar la música que escuchan ellos. Estas aplicaciones permiten, en definitiva, convertir a Facebook en una gran plataforma personalizada al gusto y es precisamente en esa personalización que se vislumbra las formas en que la existencia de los sujetos se escenifica en esta realidad virtual. Cada publicación, cada comentario, cada uso de las aplicaciones no sólo hablan de quien está detrás de las pantallas interactivas, sino le dan una existencia virtual, una forma de ser en la red social. Más adelante, a partir del análisis de los perfiles, de las entrevistas y las encuestas desarrolladas en esta investigación, se profundizará no sólo el cómo se produce estas subjetividades y sus cuerpos, como lo hacemos en este momento, sino los por qué.



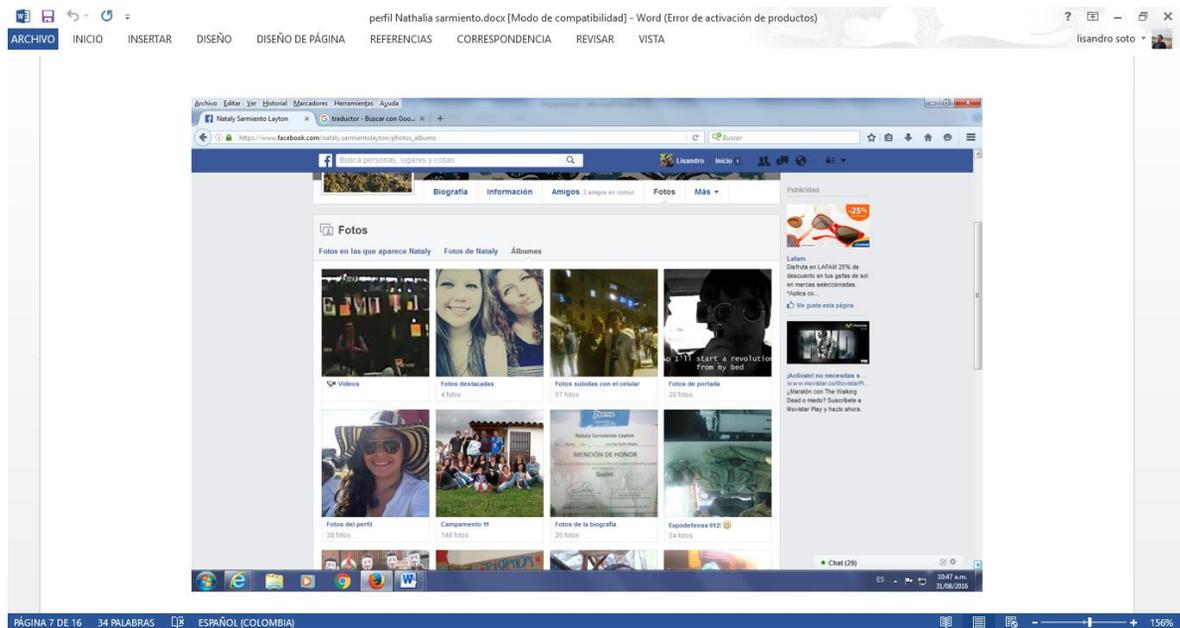
2.1.2 Fotos

El siguiente punto de entradas son las fotos, centrales en el marco de esta tesis, ya que a partir de ellas el sujeto construye su cuerpo escenificado, no solo en tanto representación, sino en tanto su “naturaleza”. Pero esto será objeto de una discusión posterior. Por ahora solo se trata de dar cuenta de las posibilidades técnicas que ofrece la plataforma en tanto condicionamiento que le da el estatuto de dispositivo mediático. Las fotos en Facebook se catalogan de diferentes maneras: de perfil, de portada, de biografía, subidas de celular, de donde los individuos aparecen, en ciertos sitios que quieran mostrar, sin etiquetas propiamente o finalmente la etiqueta que el mismo usuario le puede dar. Siendo más descriptivo hay que decir que el espacio de fotos está dividido en la denominación “Fotos en la que apareces”, subidas por otros usuarios en las cual emerge o es etiquetado el usuario. Usualmente el sujeto no controla estas fotos, pero sí decide si las deja o las elimina de sus álbumes. En la etiqueta “Álbumes”, están las fotos subidas por el mismo usuario, dentro de las cuales se hayan las fotos de perfil que son las más importantes tanto para el usuario (como se pudo comprobar en esta investigación) como para los fines mismos de la presente investigación; es la imagen que ven los contactos y que les permite a las

personas reconocerse recíprocamente. Las “Fotos de perfil” presentan especificaciones técnicas particulares que la plataforma despliega como condicionamientos insoslayables; usualmente estas deben ser recortadas bajo cierto encuadre que limita el peso y el alcance de la misma, así mismo cabe recalcar que las fotos en Facebook pueden ser objeto de procesos de edición, que van desde ponerle la fecha, el lugar de la fotografía, hasta pasarle filtros más avanzados de edición. Las “Fotos de portada” son imágenes de gran tamaño situadas en la parte superior del perfil; con esta foto se expresa en una imagen única los gustos e intereses del usuario. Al igual que las fotos de perfil, las fotos de portada son públicas, es decir, que cualquiera las puede ver. Finalmente, la etiqueta “Fotos del usuario” es catalogada como un recuento de algunas fotos que el usuario público en los diversos álbumes creados por él o los que ya estaban previamente determinados. Por otro lado, está la opción de los “Videos”; estos son publicados por el usuario y no hay una catalogación de ellos, aunque por supuesto son de corta duración y de cierta calidad, es decir, de baja resolución. Los álbumes de fotografías, así como los videos cortos hacen de Facebook un lugar muy visual donde las fotos tienen mucho peso. Comentar las cosas que has hecho (eventos en los que has estado, compras en tiendas de marca, fiestas con amigos, etc.) y acompañar estos relatos de fotos es la actividad por excelencia que los usuarios realizan en Facebook. Aquellas fotos que se quieran destacar de una manera más permanente se pueden organizar en la colección personal de álbumes de fotos que se expondrá en la biografía. En resumen, en la sección de fotos aparecen todas aquellas que el usuario ha subido, que le han publicado o en las cuales ha sido etiquetado; todas estas son organizadas en álbumes: fotos de portada, fotos de perfil, fotos que han sido publicadas en el muro tanto del usuario como de otros usuarios, y fotos que se suben en cantidad y que forman un álbum.

En todas las fotos y álbumes existe la misma interacción que con los estados. Sucede lo mismo con la etiqueta “Videos” que albergan videos subidos por el usuario o videos en los cuales ha sido etiquetado. Las fotos de perfil han sido utilizadas en varios estudios como los aquí citados en el estado del arte (Aguilar, 20016; Pérez, 2012; Puche, 2013, 2012; Sánchez, 2010; Rueda, 2014, 2012, etc.) para argumentar cómo Facebook puede ser interpretado a la luz de la teoría de la auto presentación de Goffman, de la puesta en escena, o cómo el Facebook es visto como una álbum familiar de fotos en donde la gente

se muestra en su yo idealizado a los demás con claros procesos de edición que la misma plataforma ofrece.



2.1.3 Chats, actualizaciones interconexión

Otro componente técnico muy importante en esta plataforma está representado en la tercera pestaña que se despliega que corresponde a la lista de amigos que las personas tienen o los contactos con los que se interactúa, se comunica, se está en contacto. La lista de amigos, como su nombre lo indica, es una lista ordenada alfabéticamente en la cual se muestra la cantidad de contactos, a los que la red social nombra "amigos", y que el usuario posee. Esta tiene una capacidad total de 5.000 contactos por persona, número máximo que, por política de Facebook, puede tener una persona corriente. Si una persona tiene pocos contactos en su lista de amigos, la misma red social, le indica a la persona que trate de hacer más grande dicha lista, y hasta le sugiere amigos. Estas invitaciones las realiza tomando en cuenta gustos que han indicado las personas, o a partir de los "amigos en común", es decir, contactos de los contactos. Como hemos venido diciendo, Facebook, al ser una red social de contacto entre conocidos, busca precisamente hacer que los usuarios entren en contacto con ellos, para lo cual, por ejemplo, existe la opción de indicar los lugares que una persona frecuenta, pongamos el caso de la institución educativa a la que pertenece; entonces, si el usuario decide indicar en Facebook este tipo de opciones, es

muy probable que esta red social trate de vincularla con otros usuarios que también correspondan a dichos lugares. Por otro lado, y bajo la misma idea, Facebook ofrece la alternativa de vincular la cuenta con el celular o Smartphone; entonces es muy probable que la red social le insinúe al dueño que se haga amigo de sus contactos de WhatsApp y de la lista de números. Con estas tecnicidades sencillas se puede vislumbrar claramente que, en ese sentido para Facebook, las funcionalidades más importantes son las que permiten encontrar amigos para conectarte con ellos e interactuar. En virtud de lo anterior, se trata pues de contar cosas personales (el estado de ánimo, cosas que les pasan a las personas, dónde han estado, qué opinión le merece x tema, entre otros). De compartir recursos (páginas web, fotos, etc.) o incluso realizar encuestas. Una de las formas en las que Facebook logra conexiones sociales presenciales, cara a cara, es la sección de “Eventos” que permite crear uno con fecha, invitados, actividades, lugar del evento y todo para disponer un encuentro social. Cuando se hace parte de algún evento, hay la posibilidad de colocar si se va a ir, posiblemente irá, está en duda o si, por lo contrario, no asistirá. Esto funciona a la vez como un calendario en el que se van colocando los eventos en el mes y se puede observar qué evento está cercano y Facebook le anuncia con antelación, funcionando a la vez también como una alarma que anuncia un evento. Estos eventos suelen ir acompañados de información adicional e incluso información sobre eventos relacionado y que estén también cercanos a la fecha.

Al igual que todos los ítems anteriores, en el perfil del usuario se almacenan todos los grupos a los cuales pertenece el usuario. Esta sección reúne todos los grupos creados y de los cuales hace parte el usuario. Esto con el fin de estar siempre en contacto con esas mismas personas; es diferente a los eventos, ya que tienen un fin único; los grupos son espacios para encontrar a las mismas personas y programar eventos, citas y demás reuniones por los cuales estén interesados. Por lo tanto, se da por entendido que se presta como un canal para crear diferentes tipos de relaciones, muchas de estas son personales, como amistades o noviazgos entre otros, pero esto no quiere decir que aquellas que corresponden a lo laboral o a lo profesional queden fuera de ellas, así como también es muy común que las relaciones comerciales tengan cabida en la red social Facebook, lo cual está relacionado con el tipo de preferencias que tenga el usuario. Como se mostrará en capítulos posteriores, esta política de mantener en contacto y generar vínculos entre las personas conocidas propiciadas por Facebook, va a ser un elemento muy importante

en el momento de establecer el grado de autenticidad o de afinidad que se establece entre las personas y su construcción corporal y subjetiva en esta red, ya que como se mostraron en los entrevistados y en la encuesta realizada, el hecho de que muchos de los contactos de la red social, sean personas conocidas fuera de línea, se constituye como uno de los factores más importante para que los individuos hagan corresponder su yo virtual en Facebook, con su yo fuera de línea, lo que le da un efecto de autenticidad a la puesta en escena como hemos argumentado desde el planteamiento de la investigación

De la lista de amigos se desprende la sección “chat” que se posiciona como la red de comunicación uno a uno, o uno a muchos de Facebook más común, ya que permite conversaciones personales, tipo teléfono, por este medio. Por esta herramienta se pueden enviar y compartir también fotos, videos, links, etc.; además admite crear grupos de personas y todos pueden hablar como si estuviesen en la presencialidad. Esta sección también es muy controvertida debido a los “doble chulo” del “visto” que indica que efectivamente el mensaje fue recepcionado y leído por su destinatario, lo que en ocasiones puede generar problemas y discusiones si no se responde a dicho mensaje. El chat siendo un espacio pequeño en Facebook -en la pantalla- pero de gran importancia, permite ver qué usuarios están conectados en el momento. Esto se puede ver cuando en la columna del chat aparece un punto verde que significa que está conectado o usando Facebook. Esto es un estándar utilizado universalmente en videojuegos y redes sociales que da a entender que el usuario está usando la red. Cabe anotar también que aparece la posibilidad de mostrar los espacios o lugares en los que la persona se encuentra a la hora de enviar un mensaje, esto proporciona una idea de dónde puede estar el usuario. Además, se especifica si el usuario escribe desde un PC o un dispositivo móvil; lo anterior se puede configurar al gusto del sujeto. Nuevamente cabe aquí resaltar cómo estas aplicaciones siguen desplegando mecanismos de control propias de un dispositivo de poder, toda vez que no solo el individuo está dando una información pública, tales como disponibilidad e interactividad, sino que, por otro lado, esta herramientas consiente en ubicar al individuo fuera de la red y el tipo de aparato que está usando, lo que a su vez le da una idea a las diferentes audiencias de la disponibilidades técnicas con las que cuenta y las formas en las que él puede o podría responder

2.2 Dispositivo Facebook y edición de sí

Por medio de la rigurosa observación etnográfica en línea que se llevó a cabo sobre la red social Facebook y sus dinámicas, en el marco de su configuración en tanto dispositivo mediático se hallaron tres formas principales de edición de sí, a saber: trabajo o edición que hacen los usuarios de su perfil, gestión o administración de la privacidad y manejo de la imagen personal.

2.2.1 Trabajo del perfil

La primera forma de edición de sí identificada por medio de la observación es la construcción del perfil que realiza el sujeto de manera permanente, programada, pensada, reflexionada y editada, así como el seguimiento permanente del mismo y de lo que sucede con él. Como lo hemos venido realizando a lo largo de este capítulo, mostraremos las condiciones técnicas que agencia el individuo para llevar a cabo esta práctica.

Las evidencias cuantitativas del éxito de Facebook son innegables y abrumadoras. Pero ¿qué ofrece esta red a sus usuarios? Como hemos venido argumentando, Facebook conecta personas con otras personas, ese su principal propósito, lo que de entrada le imprime una cierta estructura que condiciona la construcción que hacen los sujetos, porque cuando el objetivo es conectarse con otra persona, las prácticas comunicativas y de encuentro guían las actuaciones de los individuos: ya se sabe para qué se está en la red y qué buscan los demás en ella. Es decir, estamos ante una práctica social volcada hacia los demás, por lo que se busca una especie de éxito personal. En ese marco, tener muchos amigos es muy importante y buena parte de la construcción de sí está encaminada a ese propósito, como se evidenció en los perfiles analizados, particularmente en las imágenes de sí, y en las entrevistas realizadas. En esta medida, no es extraño que uno de los objetivos sea resaltar la vida personal; no en vano, buena parte de los componentes técnicos que aquí describiremos y que fueron evidentes en la etnografía, estén encaminados a hablar de lo que hacen o dejan de hacer las personas en su cotidianidad.

Esta red social se ha vuelto tan popular en el mundo, que las personas de todo tipo de razas, culturas y edades la utilizan. Esta misma popularidad que atraviesa espacios

geográficos, sociales, culturales y políticos, seduce a los usuarios para estar allí. Tener su perfil es para los sujetos estudiados algo sumamente importante, una especie de obligación que hace que Facebook, incluso, sea utilizada en los espacios educativos y familiares, lo que de alguna manera la deja ver como una especie de necesidad. Esta vida social y este resaltar su vida personal como el eje sobre el que descansa esta red, tienen su lugar de reproducción en la instancia el "Muro". Aunque recientemente su nombre ha sido cambiado a "Biografía", es la "cara" principal de cada perfil. La gran mayoría de las actividades que se realizan dentro del Facebook queda registrada en una línea de tiempo a la cual se le llama "Biografía" en la que se muestra la información general del contacto, sus datos personales, si así lo desea, como su edad, el lugar donde vive, su lugar de estudio, sus familiares, o sus relaciones personales.

Imagen datos de biografía 4



Fuente: Facebook captura propia 2016

Estos datos comienzan a configurar la construcción del sí mismo ya que, si bien hay una serie de datos fijos que la plataforma solicita de acuerdo con unas variantes que la red impone, está en manos del sujeto completar hasta donde quiera dicha información. En los casos analizados y en las entrevistas realizadas, se puso en evidencia que había una multiplicidad de razones por las cuales la gente llenaba total, parcial o prácticamente

dejaba sin llenar los datos solicitados, y las razones obedecían a varios factores tales como conservar hasta cierto grado la privacidad, factores de seguridad o, simplemente, física pereza o descuido. Estas consideraciones serán tratadas con mayor profundidad en los capítulos siguientes; por ahora, aquí se trata de poner en evidencia las determinaciones que impone el dispositivo.

En cuanto a la edición del perfil, la persona que utiliza Facebook regularmente, como las que aquí recurrimos como informantes, en la mayoría de los casos, es alguien que trabaja constantemente en su perfil, es decir, que es un usuario que no sólo publica y comparte información, sino que además es bastante selectivo a la hora de publicar. En esta red social puede la persona estar todo el tiempo pendiente de la información que hace parte de su perfil, se debe ser muy meticuloso a la hora de publicar en su biografía. De igual manera se es muy selectivo acerca de las fotos o videos que van a ir en el perfil. Cuando dos usuarios que son amigos en Facebook tienen cosas en común, lo expresan de manera abierta en los perfiles de ambos usuarios, de esta manera es muy sencillo identificar cuando un grupo social tiene gustos parecidos. Mediante el proceso de observación se puede identificar la manera en la que los usuarios más activos del Facebook seleccionan qué clase de información va a ir a su perfil y cuál no. Generalmente, las cosas que se publican (o en este caso se "comparten") dentro de sus biografías, están directamente ligadas a los gustos o intereses que indicaron qué les agrada en su información, generando una reacción en cadena, en la que los contactos del sujeto, los cuales también están interesados en lo que se ha publicado, comentan, comparten y reaccionan a la actividad del usuario. De esta forma, dicha información entra en una especie de círculo, en el cual rota y se promueve de perfil en perfil. Todos estos fenómenos en la era digital hacen públicas y polémicas todas las interacciones en la red. En los posts se puede mirar qué persona qué, en qué publicación, etc. Por poner un ejemplo, un usuario, le dio "me encanta" a una fotografía de una usuaria y le comentó y/o compartió de determinada forma. Con relación a los videos, se puede ver que se ha tomado como principal característica venida de YouTube, la medición de visualizaciones; esto, sin duda, maximiza y potencializa las reproducciones y la propagación del video, así como sucede en YouTube que, cuando obtiene una cantidad de reproducciones, el video crece exponencialmente y se viraliza. Así ha sucedido con los videos que se suben a Facebook, cosa que antes no se podía. Toda actividad en la red Facebook deja una huella, una impronta de su gestor. Toda la

información es susceptible de ser rastreada, catalogada, identificada, de forma tal que esto constituye una manera de control a la cual, de manera voluntaria, el sujeto se somete, o incluso disfruta.

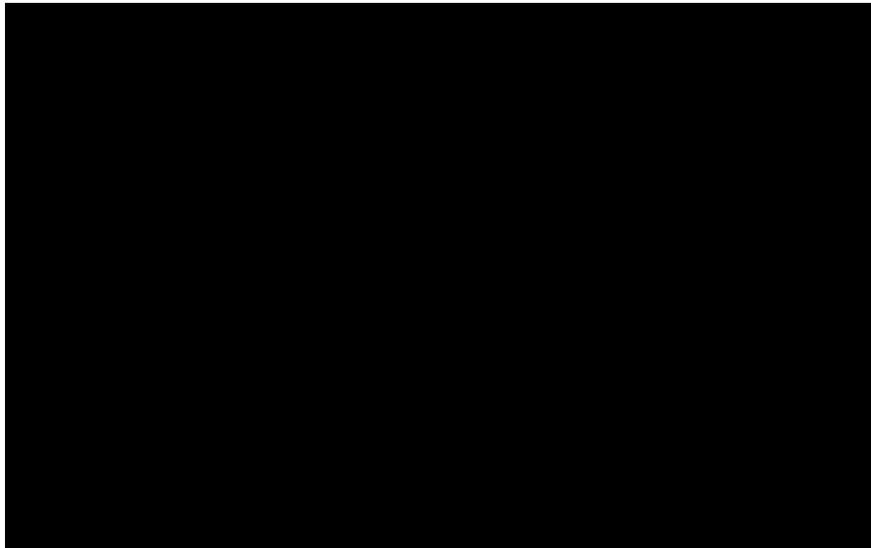
2.2.2 Imágenes de sí y exhibición de sí

El Facebook puede ser visto como un depositario de la historia personal. Son marcas de identidad y del cuerpo que se digitalizan a través de las imágenes de sí que pasan a ser la segunda práctica de sí identificada. Tal vez las fotos de perfil y de portada son las que mayor reflexión, racionalidad, programación, edición, etc., demandan de los sujetos. Dentro del perfil en general, las imágenes y fotografías de sí son fundamentales, hasta el punto de que se pueden identificar como un punto nodal para la presencia del sujeto en esta red y por ello la necesidad de un análisis más pormenorizado (que será presentado en el capítulo siguiente). Esta también fue una de las variables más examinadas tanto en las entrevistas como en el estudio de las imágenes en la presente investigación. En esa medida, como se ha venido mostrando, cada una de las anteriores herramientas y entradas, son como vínculos que nos llevan a una serie de actuaciones que el sujeto hace para construirse en la red, para que los demás lo conozcan, sepan cuáles son sus gustos, sus datos personales, su ideología, su forma de ser y sus gustos. Es decir, es una construcción basada en una serie de datos y juegos del lenguaje con los que los demás identifican al sujeto con el que están en interacción. En otras palabras, se trata de contar una historia de sí; es efectivamente un juego narrarse a sí mismo, construirse frente a los otros mostrando los aspectos de la vida que se quieren mostrar y ocultando lo que se quiere ocultar a partir de las disposiciones técnicas con las que se cuenta. Facebook puede ser un medio ideal para salir de la asfixia de un entorno tangible en el que la persona no encaja, especialmente aquellas personas que no se sienten a gusto en su entorno social, escolar o universitario. La puesta en escena es la demostración de cómo se lleva a cabo el control de la expresión del individuo, de su fachada presentada en una máscara, que se personifica con una cierta coherencia dependiendo de su línea de tiempo y, además, del control de vigilancia de los signos que comunican.

Al Facebook presentarse como un espacio de socialización para compartir información, se puede interpretar, como lo hacemos aquí, como un medio que facilita la expresión personal tanto de representaciones, ideas, sentimientos, opiniones, gustos y preferencias

particulares sobre temas y personas. Siendo así, abrimos una gran puerta para conocer gente nueva, la posibilidad de conocer gente con intereses afines a través de los grupos de Facebook y las posibilidades que esto implica, no solamente a nivel de ocio sino también a nivel profesional. Pensar este tipo de socialización virtual partiendo de la construcción de una versión de sí mismo, seleccionando qué y cómo contar, teniendo como opción compartir esa información o no, con los otros usuarios de esta red. Una vez que se ponen los datos principales, se tiene la libertad de construir un perfil virtual según los intereses personales, lo cual supone cierta inestabilidad de la información publicada debido a que los contenidos pueden ser eliminados o editados. Es como una pasarela digital en la que se ponen en juego y se exploran las identidades juveniles a través de la manipulación de las imágenes de perfil, la edición visual de los deseos personales y, en fin, a partir de un uso estético de la herramienta que alimenta el alter ego con contactos de nula interacción quienes son usados para ratificar los niveles de popularidad social a través del botón “me gusta” y comentarios que resalten sus características y las hagan llamativas para los demás.

Imagen ejemplo de imagenes de sí 5



Fuente: Facebook captura propia 2016

La utilización de esta red no solo permite interactuar con otros usuarios desde un perfil individual sino también posibilita construir y formar parte de grupos o comunidades donde se comparten intereses, prácticas y se construyen y disputan sentidos. Cualitativamente hablando, Facebook está muy bien adaptada al entorno cultural presente, ya que aporta

inmediatez, flexibilidad, comodidad e individualidad en las formas de expresión. Al mismo tiempo, la comunicación se hace desde la individualidad, y permite cierto grado de administración del anonimato. Este tipo de plataforma es participativa, interactiva y nada convencional, al contrario de la televisión o la radio. Retomando la idea, los cuerpos en Facebook, están constituidos esencialmente de imágenes. Lo que representa el cuerpo del yo virtual son las imágenes tanto de sí mismo, como una imagen en sí mismo, es decir, la persona es como aparece en el cuerpo, una versión idealizada de sí mismos estableciendo contacto con personas de intereses, atuendos y vidas similares. Además, ofrece la información abiertamente, para facilitar la interacción. Algo muy curioso de Facebook es que todo el mundo, o en un alto porcentaje de los usuarios, se muestra, aparentemente, feliz con su vida y con lo que hace, con lo que lo rodea. Todas las imágenes demuestran gran satisfacción, alegría, tranquilidad, viajes, compras, etc. Pero se entiende que sea así en la medida en que es un performance para encontrar amigos, amistades y demás, de allí la necesidad de este tipo de escenificación. Pero en realidad podría ser lo contrario: siendo una plataforma social para encontrar y hacer cada día más amigos en "la red", en la vida real las personas se encuentran vacías: observan su celular, pasan rápidamente de noticia en noticia para ver qué hay de raro o qué cosa causa controversia para motivar a estar más allí. El hecho de que las redes sociales admitan tanto fortalecer relaciones ya establecidas en el mundo presencial como construir nuevos lazos sociales, no constituye una exclusión porque entre los jóvenes la conectividad permanente se convierte en algo esencial para construir las amistades. Y la vida social implica estar conectado, es ser visible. La red garantiza la inclusión en un mundo cuya representación se ha desplazado de lo palpable a lo comunicable (Serrano, 2013).

Dentro de estos cuidados de sí mismo, la biografía es concebida como la carta de exhibición o presentación en esta red social. Es usual que los otros contactos escriban mensajes para que tanto el dueño de la biografía como sus "amigos" los puedan ver. El mismo usuario puede decidir qué accesibilidad pueden tener los otros miembros de Facebook a su biografía, y qué tanta información dar de forma tal que la edición de sí mismo o esta puesta en escena en la que se muestra la intimidad, es también objeto de ajustes y restricciones que el sujeto traza a partir también de los medios que le ofrece la plataforma. Además, es una plaza en la que la persona comparte a sus contactos, de

acuerdo al manejo programado de la intimidad, sus gustos e intereses. Este lugar es sumamente importante en esta red social y por tanto cada usuario puede editarlo a su gusto. Acá el individuo puede desplegar en alguna forma su vanidad, en la medida en que cada persona decide qué va y qué no de sí mismo, cómo quiere mostrarse o auto representarse. Como se pudo evidenciar en el análisis de los perfiles, las entrevistas y las encuestas, las personas son muy selectivas acerca de la información que hace parte de la biografía, se toman su tiempo dado que se trata de decisiones racionales tomadas en gran medida a partir de los intereses que tiene la persona y lo que le permite hacer la red. Reiteramos: esto se mostrará de forma pormenorizada en los siguientes capítulos. En la biografía se cuenta como opción principal el botón "qué estas pensando", en el cual la red social invita al usuario a escribir y mostrarle a los demás lo que siente y lo que piensa. Generalmente, cuando una persona comparte algo en su muro, lo hace con la intención de atraer la atención de sus contactos, y de obtener "me gusta", o me encanta, o sorprendido, como ya anteriormente lo describimos. Lo que se quiere resaltar de momento es que es muy importante para los sujetos que sus publicaciones tengan acogida, o mejor, que generen algún tipo de reacción, eso hace que las publicaciones de cualquier tipo sean tomadas muy en serio por los usuarios, especialmente las que hablan de sí como aquí lo hemos estado evidenciando. Cabe recordar que en el momento en el que una persona le da "like" a cualquier tipo de contenido, los demás usuarios lo sabrán; es decir, todos sus contactos sabrán cuáles son sus gustos de forma tal que, como siempre, va a quedar expuesto al público, a su audiencia. Cada usuario tiene la posibilidad de elegir de quién ser amigo y de quién no, ya sea aceptando sus solicitudes o rechazándolas. De manera simultánea, cada usuario puede enviar solicitudes de amistad para añadir a personas a su lista de amigos. Lo que nos lleva a la siguiente práctica de sí identificada

2.2.2 Manejo de la privacidad

El tercer ejercicio de edición de sí identificada, es el manejo juicioso, meticuloso y restringido que el sujeto hace de la privacidad. Esta se comienza a agenciar a partir de lo que hemos dicho aquí, es decir, debemos tener en cuenta que en la privacidad se pueden omitir casi todas estas secciones anteriores si el usuario así lo indica, excepto la foto de portada, la foto de perfil y el nombre. También el usuario puede bloquear a los demás usuarios que él desee y estos de ninguna manera podrán encontrar el perfil del usuario en

cuestión, a menos que la persona lo busque mediante otro perfil. La privacidad tiene varios modos: “solo yo”, en el que el usuario es el único que puede ver el contenido e información; “amigos”, en el que son ellos y el usuario los únicos que pueden ver el contenido e información; “personalizado” en el que se puede elegir del grupo de amigos, cuáles personas pueden ver el contenido e información y cuáles no; “amigos de amigos”, en el que Facebook determina por amigos mutuos o personas que podría conocer y les permite ver el contenido e información; y por último, “público” en el que cualquier persona que tenga un perfil en la red puede ver el contenido e información del usuario. Estos modos de privacidad demuestran de cuánto los usuarios están seguros o no de mostrar su contenido, imágenes, videos, post y a qué personas quieren mostrarles. Esto se evidenció de manera clara en los análisis de los perfiles, en las entrevistas y en la encuesta realizada, ejercicios en los que las restricciones o ediciones a la privacidad fueron objeto de una práctica llevada a cabo por cada sujeto sobre su propia presencia virtual en la red. El manejo de la privacidad es la parte más visible y lo que el usuario quiere mostrar a todos los demás, es su zona de confort y de libre expresión, de la misma forma el consumidor posee la capacidad y así lo hace de interactuar en privado o en público con sus amigos. En el marco de Facebook una forma de hacerlo es por medio de los comentarios en los contenidos, los cuales quedan guardados en la foto, comentario, video y demás que se decida comentar o a su vez de forma más personal, por medio del chat ubicado en la parte derecha de la pantalla puede escribirle un mensaje privado a la persona que decida. De esta forma cada persona puede saber los hechos importantes que sus contactos deseen compartir y en compañía de quien lo hacen.

A diferencia de un perfil de una persona, en el de una página se nos muestran herramientas como “guardar” el lugar o la página que, después de esto queda señalado con una pestaña naranja de etiquetado o marcado. Al igual que los perfiles, también aparecen las opciones de bloquear o reportar ese sitio. Esto sucede muchas veces cuando el contenido es ofensivo, mentiroso, u otras opciones que ofrece Facebook que son válidas para que la página entre en una revisión de lo que hace y del contenido que difunde. Por ejemplo, muchas páginas que suben material con contenido visual y altamente violento son bloqueadas, suspendidas y/o eliminadas. Las herramientas que anteriormente describí en los perfiles como ítems, están mucho más organizados en una columna que facilita su

acceso. También al ser un producto, servicio, empresa, deja la posibilidad más visible a los usuarios de sus otras redes sociales y páginas web.

Para que una cuenta en Facebook sea exitosa es necesario que la lista de amigos sea lo bastante grande como para que el usuario pueda interactuar con otros. Pero esto no es solo una decisión personal del usuario. La plataforma sugiere a las personas a través de diferentes mecanismos que tengan un número significativo de amigos, lo cual es importante porque cuando se tiene un número significativo de amigos, se hace necesario gestionar su presencia en esta red social, hacer publicaciones, comentarios, recibir solicitudes de todo tipo. En fin, la interactividad hace parte de la escena. No es solo una serie de datos, de lenguajes que allí se presenta de sí mismo, no es solo una puesta en escena para ser admirada, criticada, percibida etc. Es precisamente una subjetividad, una forma de Ser en el medio digital, una subjetividad que es dinámica, que interactúa con otras, que está en constante evolución, en transformación. Esta activada constante es un indicativo de la autenticidad de la misma construcción subjetiva que aquí estamos tratando. La plataforma, dicho sea de paso, les hace un seguimiento a los perfiles para identificar cuáles (en su criterio) son falsos, y un indicativo importante en este sentido es el compromiso que hacen los sujetos de sus subjetividades virtuales en esta red social; no se trata, por tanto, sólo el número de amigos o contactos.

Para finalizar, quisiera resumir brevemente los argumentos aquí presentados para explicar por qué Facebook es un dispositivo de poder. Según Agamben (2006), el dispositivo se relaciona con una función estratégica concreta y siempre se inscribe en una relación de poder. En Facebook se identificó una serie de mecanismos restrictivos y prohibiciones (fotos, información requerida, tipo de publicaciones, etc.) que hacen parte orgánica de la plataforma. Se observó una serie de mecanismos de entrada (correo, datos personales), actividades (publicar, comentar, interactuar) y permanencia (formas de conducta estereotipada y agencia en la red) de los sujetos en esta red. Lo que nos lleva a la segunda característica del dispositivo. Según Agamben (2006), el dispositivo no se refiere solamente a tal o cual tecnología de poder sino a una red compleja que suma varios elementos en una sociedad y que, por supuesto, está relacionada con la administración, el control, la dirección, el orden de los sujetos. Facebook es una red que apela a diferentes aparatos y pantallas en los que se conectan las personas para permite una presencia y

una vigilancia permanente de la vida de los sujetos. Esta posibilidad técnica hace que el sujeto esté sumergido de manera más permanente en el tiempo en esta red social, de forma tal que ya no es solo un pasatiempo. El dispositivo según Deleuze (2004), son como máquinas de hacer ver, de visualización, de mostrar que están unidas al poder, al gobierno, a la administración. Por otro lado, son máquinas de hacer hablar, de expresar; el dispositivo está unido al contar, por lo tanto, tiene relación con el saber, con los regímenes de verdad, con la verdad. En ese orden, en Facebook se identificó una serie de saberes poderes necesarios que le permite a las personas establecer relaciones y constituirse como sujetos en la red. También se identificó su grado de autenticidad y de su posicionamiento como legítimo en este contexto (manejo de ciertas herramientas informáticas, de lo que es adecuado y lo que no es adecuado de publicar, comentar e interactuar). Pero, sobre todo, Facebook es un dispositivo para mostrarse, contar una historia subjetiva, la verdad del individuo sobre sí mismo. Un elemento central del concepto de dispositivo se da en relación con la producción de subjetividades que es aquí lo que nos importa. “Tenemos así dos grandes clases, los seres vivientes o las sustancias y los dispositivos. Y, entre los dos, como un tercero, los sujetos. Llamo sujeto a lo que resulta de la relación o, por así decir, del cuerpo a cuerpo entre los vivientes y los aparatos” (Agamben, 2006). Se pudo establecer cómo las subjetividades y los cuerpos que aquí emergen están en el marco de las disposiciones y posibilidades técnicas con las que cuenta el ambiente. A su vez, Foucault nos recuerda que el dispositivo es un conjunto articulado de prácticas, estrategias y técnicas; es así mismo un tipo de máquina o sistema, que tiene como centro de acción al sujeto que busca afectar, influenciar, delimitar, conducir; es una máquina que busca llegar a la materialidad del sujeto, es decir, a su cuerpo. El dispositivo tiene una parte física y busca llegar a la materialidad del cuerpo, de sus prácticas, sus saberes y formas de existir. Fueron identificados estos elementos de manera clara en Facebook, se identificó la forma mediante la cual este dispositivo apela a formas más personalizadas de poder, en las que el sujeto se encarga de autogobernarse, cosa que a su vez requiere una serie de prácticas regulares y estandarizadas, es decir cuidados de sí, pero que también están condicionadas y delimitadas por las tecnicidades vistas en esta etnografía y que, como lo argumentamos a lo largo de este apartado, afecta la “materialidad virtual” de los cuerpos y las subjetividades. Finalmente, en relación con los nuevos dispositivos, *“no sería probablemente errado definir la fase extrema del desarrollo capitalista que estamos viviendo como una gigantesca acumulación y proliferación de dispositivos, pero*

dispositivos que no están configurados entorno a las instituciones” (Agamben, 2006), sino, por el contrario, los dispositivos en el momento actual se hacen más presente en los medios y en las nuevas tecnologías. Se trata de cuidados de sí mucho más eficaces en tanto que, antes que restrictivas, están encaminadas a la producción, a la proliferación, en nuestro caso, de cuerpos, de subjetividades, de formas de ser que se renueva constantemente y que están indudablemente presentes en Facebook.

2.3 Mediación

Nadie tiene que estar en Facebook, el universo virtual de esta plataforma no está inscrito desde el nacimiento de los sujetos, nadie está obligado ni a entrar ni a permanecer en la red. Es un territorio que se navega a gusto del individuo que lo apropia, que lo gestiona, que convive y vive con otros. Es un entorno que el individuo personaliza de acuerdo con sus aspiraciones, imaginarios y representaciones, a partir del diseño prefabricado de dicha plataforma. En este momento, se mostrará como el Facebook es, antes que un medio de comunicación personal para entrar en contactos con otros, una mediación (Barbero, 1997), es decir, un concepto que implica, como lo mostramos en el marco teórico, superar el componente meramente técnico y concentrarse en las implicaciones culturales que este genera entre los usuarios. Para llevar a cabo este objetivo y mantener continuidad con el concepto anterior (dispositivo), se señalará la importancia central que tiene la actividad del sujeto (narraciones, historias de sí) en Facebook para no hacer un uso instrumental de este, que pasa a ser un elemento definitorio cuando hablamos de mediación. En la misma línea y de manera muy cercana, se mostrará la no pasividad del sujeto-audiencia en esta mediación y, finalmente, se pondrá de manifiesto cómo Facebook es una mediación en la que los discursos hegemónicos y contrahegemónicos se hacen presentes en la construcción de sí mismo que hacen los sujetos.

Cuando se navega en este escenario virtual, lo que se pone de manifiesto inmediatamente en la etnografía virtual, es el uso, la adjudicación para sí, que los individuos hacen de esta herramienta mediática. Apropiación que hemos presentado de manera detallada en el apartado anterior cuando evidenciamos los diferentes cuidados de sí que hacen los individuos y que supone un uso no instrumental, es decir, sólo de aplicación de los

componentes técnicos del medio siguiendo los fines para las cuales fueron creados o concebidos, de forma tal que lo que se observa de manera evidente es la presencia de las subjetividades tomando la escena del Facebook. Ahora bien, se han realizado estudios, que aquí hemos citado, sobre las diversas formas en las que los individuos se apropian de esta plataforma para generar contradiscurso, para manifestar inconformidad, para incentivar la movilización política, etc. Pero nos interesa mostrar estas formas de apropiación con relación a las formas particulares en las que los individuos hacen suya la plataforma con el fin de construirse a sí mismos. Esta cimentación que se presenta bajo la forma de una narrativa de sí mismo, los individuos, como lo que aquí analizamos, muestran una impronta particular en sus historias, es decir, no se observaron dos narrativas idénticas en los análisis realizados de los perfiles, como tampoco se vieron dos historias narradas igual a partir de las entrevistas a profundidad realizadas², lo que demuestra precisamente esa impronta personal.

En el trabajo de campo virtual se puso de manifiesto cómo las narraciones que hacen los individuos apelan a la realidad en la que ellos están viviendo, una realidad que gracias a los componentes técnicos se actualiza. Las fotos que las personas presentan van dando cuenta de sus transformaciones y cómo ello está relacionado con su vida de colegio, familiar, de amigos, etc. Es una narración que se reedita permanentemente a partir de la historia personal que cada uno vive, en donde la gente va registrando una serie de acontecimientos de sí, de transformaciones, pensamientos y vivencias que quedan registradas en su historia personal virtual de Facebook y a las cuales los contactos y amigos pueden acceder. En este sentido, este tipo de narración está en concordancia, en relación directa, con las condiciones de producción tanto históricas como culturales, como lo dijimos en el marco teórico.

Por otro parte, un componente importante de la narración como lo expresa Benjamín (1999), es que la narración se presenta como una forma comunicativa que parte del sujeto, de su experiencia concreta, o de las experiencias de otros. Nada más claro que este componente visto en la plataforma Facebook, en la que, como seguimos recalcando, el sujeto es el editor y el protagonista de su propia historia, de la historia que se narra en tanto forma de construcción de sí. Recordemos el tercer aspecto que también salió a relucir

² Sobre las significaciones o sentidos particulares de estas historias, se remite a el capítulo siguiente de esta tesis.

en el trabajo etnográfico: el carácter de no fijación en lo escrito de la historia de los sujetos tiene su fortaleza en lo oral, haciendo que el acto de narrar no se agote, que siempre esté en proceso de construcción y de muerte. Los perfiles analizados durante un mes en el trabajo de campo nunca estuvieron fijos: los sujetos cambiaron sus fotos de perfil, su ubicación, sus publicaciones en el muro eran variadas, sus actualizaciones de estado (qué estás pensando) son absolutamente dinámicas, líquidas -diría Bauman-, fluidas, movedizas. Y, finalmente, el último aspecto de la narración es que se fija, se adhiere al narrador, lo marca, lo identifica (Benjamín 1999). El Facebook es un espacio de narración, de múltiples formas de narración y de lenguajes que usan los usuarios para "contar", desde su propia experiencia subjetiva y desde sus propios recorridos bibliográficos, historias que se escenifican en este espacio virtual: aquí está presente su cuerpo y distintas formas de exponerlos, de construirlo. Estas evidencias ya fueron sustentadas en el trabajo de campo; sus resultados se ampliarán en capítulos posteriores como ya se anunció .

La siguiente particularidad que hace de Facebook una mediación tiene que ver con la condición de no pasividad de las audiencias. Como hemos venido argumentando a lo largo de todo el texto, para Facebook, por ser una red de comunicación, es fundamental la participación activa de los sujetos en todo el proceso de producción, circulación y recepción de contenidos. Esto a partir de la construcción de sí mismo, así como de la forma en que se reacciona, de la forma en que se habla con otras subjetividades para llenar la escena virtual. En el Facebook no se trata de estar detrás de la pantalla viendo lo que pasa, consumiendo productos, publicidad u otras formas de subjetividad, tampoco de tomar una actitud crítica ante los mismos (audiencias críticas o activas). Se trata de que el sujeto sea parte activa y constitutiva de la red; la suma de las subjetividades individuales interactuando, publicando, consumiendo, es lo que hace la red. La plataforma en su parte técnica es sólo un soporte, una herramienta, pero se transforma en territorio cultural, en una mediación en la medida en que las subjetividades, diríamos las intersubjetividades, se toman la escena. La producción de significado, de prácticas y de relaciones sociales está inscrita en las transformaciones comunicativas que supone la comunicación interactiva. Scolari (2007) recoge versiones interpretativas que dicen que ninguna de las teorías del siglo XX está preparada para entender este nuevo medio, debido a que los viejos medios funcionaban de la forma uno-muchos, por lo que no son modelos idóneos para explicar la lógica muchos-muchos del internet, en nuestro caso particularmente del Facebook. Esta

estructura rompe definitivamente con la forma de los medios tradicionales de comunicación en los que claramente está establecido el sistema uno–muchos, en el cual las personas, en la mayoría de los casos, son las audiencias de los contenidos producidos y dirigidos por los medios, ya sean como audiencias pasivas que toman acríticamente los contenidos de los medios, o ya sean como audiencias activas (Barbero, 2003) o, incluso, como audiencias (Wilches, 2007), concepto que tiene que ver con la diversidad de las formas de recepción de acuerdo con las condiciones socio-culturales de los individuos. En la lógica de las reticularidades, la estructura es muchos a muchos: estos roles - productores, audiencias- se van evaporando, especialmente en la web 2.0 y la web 3.0, en las que todos puede producir contenidos y nos sólo consumir o comunicarse entre ellos.

Scolari (2008) hace énfasis especial en el *proceso* propio del concepto de mediación y no únicamente en el de producto, o aparato, o incluso el que hace referencia a una finalidad o un fin. En ese sentido, concordamos con Scolari para entender Facebook, ya que describe lo que pudimos observar de manera clara, es decir, “procesos de intercambios, producción y consumo simbólico que se desarrollan en un entorno caracterizado por una gran cantidad de sujetos, medios y lenguajes interconectados tecnológicamente de manera reticular” (Scolari, 113: 2008). Nuevamente, esta estructura de reticularidad se hizo evidente al analizar y describir la actividad cultural que se gestaba en su seno, ya que los sujetos a partir de su perfil intercambian sentidos y significados, así como relaciones sociales y especialmente prácticas de sí descentradas, que usan multiplicidad de lenguajes (fotos, escritura, videos). En estas formas de comunicación, entendidas como procesos de producción y circulación, la noción de receptores se desvanece ya que independientemente de que el sujeto sea activo, pasivo, hegemónico, contrahegemónico, ya sea crítico o acrítico frente a los mensajes, lo que importa realmente es cómo el sujeto contribuye a la producción de sí mismo en interacción con los otros, ya que esta subjetividad es puesta al escrutinio público (y la de los demás también), para ser interpretada y reinterpretada o criticada. De forma tal que no se trata de una construcción en solitario, ni aisladamente autoreflexiva ni marginal a los otros actores sociales. Antes, por el contrario, la narración de sí mismo, como lo hemos visto a partir de las diferentes técnicas desplegadas en esta tesis, está fuertemente influenciada por los otros que la juzgan, ya sea a partir de sus comentarios y reacciones, de su aprobación, o desaprobación. O a partir de del uso de los diferentes repertorios culturales usados por

los sujetos para construirse a sí mismos (belleza, estética, éxito profesional, lugares, prácticas) en espera de una aceptación de los otros, de un reconocimiento de los otros para sí. Prácticas de sí que demuestren no sólo la autenticidad del sí mismo virtual, sino que recojan en sí unas estéticas, unas prácticas y unos sentidos legitimados socialmente.

El tercer elemento que se expondrá hace referencia a las razones por las cuales Facebook es un dispositivo mediático, con lo cual se une, se sella la unión entre los dos conceptos vistos en este capítulo: dispositivo y mediación. Concebir a Facebook como un mero medio constituiría un reduccionismo tecnológico (medio) o ideológico (instrumento de dominación). Facebook se debe entender a la luz del concepto de las “mediaciones, esto es, de los lugares de los que provienen las constricciones que delimitan y configuran la materialidad social y la expresividad cultural” (Barbero, 233: 1987). Es decir, el medio tiene que ver menos con la técnica y más con las formas de apropiación y lectura de los procesos sociales de producción de significado o, en otras palabras, se trata de una decodificación de los productos simbólicos como una forma de la representación o de las representaciones que los sectores sociales les dan a los espacios y las mediaciones comunicativas. Ahora bien, una vez definido este aspecto corresponde identificar los elementos que sustentan la premisa de forma empírica: en Facebook cohabita no sólo lo hegemónico (arquitectura del medio que ya anteriormente explicamos) sino también lo contrahegemónico en la medida en que, como hemos dicho, este se recrea en la apropiación que hacen los individuos de esta red en la construcción de sí mismos.

Se pudo observar cómo, a lo largo del trabajo de campo, la construcción de los perfiles analizados seguía una clara línea hegemónica en el sentido en que se presentaban una idealización de sí mismo que estaba acorde en gran medida con los ideales de éxito, felicidad, sensualidad, belleza, diversión, etc. Esto se ve claramente en las fotos de perfiles analizados³, así como en el conjunto de la narrativa de la historia personal de los sujetos examinados, en las que en un alto porcentaje las personas muestran una vida sin conflictos, sin desgracias, sin dolor, sin enfermedad. Muchas mujeres toman la actitud de princesas, modelos o reinas. Muchos hombres toman la actitud de sujetos interesantes, músicos o fotógrafos. Se trata de narrativas que resaltan la belleza, son historias coherentes, que siguen una línea de tiempo que va del pasado al presente en la que se

³ Ver tabla de anexos

destacan hechos y situaciones importantes en la vida del sujeto (hechos que, por lo demás, son a su vez “deseables” en tanto que recogen vivencias agradables). Igual, como se veía en los mismos perfiles, hay un proceso claro de edición de sí mismo; las fotos con filtros o retocadas con programas de tratamiento de imagen, los cuerpos arreglados, felices y sonrientes posando en lugares hermosos, son un ejemplo de esta última afirmación. Que las personas omitan información que consideren lesiva para su buena imagen -como se notó en los testimonios derivados de las entrevistas realizadas⁴ y en los perfiles, es otro ejemplo. Ahora bien, se identificaron dos variables, autenticidad y exposición pública, que son muy influyentes en el momento en el que los individuos usando la mediación construyen una versión de sí acorde con los ideales sociales. La primera porque, como hemos dicho, la red se constituye a partir de personas que se conocen entre sí y eso hace que los usuarios no sólo busquen presentarse “como son” fuera de línea (autenticidad), sino que quieren ser lo mejor posible frente a sus conocidos, de forma tal que recurren al saber socialmente legitimado sobre lo que es correcto, incorrecto, deseable, indeseable, etc. Por otro lado, la exposición pública de sí mismo y de sus vidas hace que los individuos sean conscientes de que están siendo analizados y juzgados. De allí que utilicen o reproduzcan símbolos de cierta distinción social, de ciertos valores socialmente aceptados que son incorporados en sus narrativas, narrativas que tiene un alto grado de narcisismo y despliegue del ego personal.

Hasta aquí uno podría identificar a Facebook como una instancia de reproducción cultural. Pero ¿en qué momento llega lo contradiscursivo? Si bien un alto porcentaje de perfiles analizados siguen los estereotipos de belleza y estética, también se identificaron perfiles, fotos, partes del perfil, que rompen estos esquemas. Algunas personas también se muestran abiertamente rebeldes (se retoman estereotipos de rebeldía, por ejemplo, el rock, lo que podría identificarse dentro de lo hegemónico), fumando marihuana, o tomando cerveza en la calle, con filtros que lejos de mejorar la imagen de sí la distorsionan, o cuerpos desarreglados, despeinados, tristes, etc. Algunos muestran sin tapujos que se hallan en una situación sentimental complicada o en algunos casos en una situación emocional caótica (baja nota, entusado). Pero también se despliega una serie de elementos simbólicos propios de la cultura popular en la construcción de los perfiles, elementos que dan cuenta de sus consumos culturales como el grafiti y ciertos tipos de

⁴ Ver anexos de entrevista y análisis de estas.

música de la calle. Es claro que la escasez de elementos contradiscursivos en la elaboración de los perfiles de los sujetos analizados se debe al tipo de población seleccionado para la investigación. Como se explicará más adelante, este tipo de perfiles forjados por los sujetos recurriendo a repertorios culturales deseables, es propio de los sujetos que edifican su perfil bajo la racionalidad empresarial, que buscan hacer de sí una empresa, pero esto se desarrollará más adelante.

Lo que más caracteriza el diseño de los perfiles de Facebook son, precisamente, esas mezclas, esas hibridaciones con las que la gente construye su versión de sí. No son solo populares, masivos o elitistas: son efectivamente sincretismos culturales que los sujetos se apropian para sí. Este elemento es muy importante para entender por qué Facebook es una mediación. Las mediaciones son importantes como instrumentos de “reconciliación de las clases y de mitigación de las diferencias sociales” y, como espacios donde se negocia el éxito “en la medida en que la tecnología materializó cambios que desde la vida social daban sentido a nuevas relaciones y nuevos usos” (Barbero, 1987:153). La mediación es como un espacio de luchas, de confrontaciones, de conflictos; se podría decir que las mediaciones son caviladas como espacios y formas de uso y apropiación culturales producidos por grupos dominantes por los sectores subalternos. La mediación se caracteriza porque propicia la resignificación que los sujetos hacen de la cultura hegemónica transformando el sentido, de forma que resulta útil a los grupos dominados ya que en alguna medida los libera, los emancipa (Barbero, 1987).

Para finalizar, vale hacer un breve resumen a manera de conclusión y enunciar tres características importantes para comprender el Facebook y en él la construcción que de cuerpo emerge. En principio, se debe decir que Facebook hace parte de esas nuevas tecnologías de la comunicación de conexión, a través de redes electrónicas ancladas a una pantalla de computador o cualquier dispositivo tecnológico; no es propiamente una máquina o una red inanimada. Este dispositivo mediático apela a un nuevo régimen comunicativo, a la interactividad. Segundo, el Facebook es un territorio esencialmente artificial, tecnológico que depende de la máquina, por ello, los cuerpos y las subjetividades en el Facebook, como lo hemos venido argumentado, deben ser entendidos a la luz de este mundo artificial. Facebook es de condición digital, es decir, informático y energético, la “materia” del cuerpo y la subjetividad en Facebook, es digital, lo que lo hace un espacio de creación, de apropiación por parte del sujeto que lo programa y lo amolda a sus propias

necesidades y gustos. Y tercero es un espacio que potencia y es capaz de llevar al acto los imaginarios de los cibernautas, es decir, de los sujetos que se sumergen y digitalizan su existencia; en otras palabras, es un escenario de realización de ciertos imaginarios y también de experimentar nuevas prácticas sensitivas, físicas y culturales gracias a la virtualidad que tiene una serie de reglas y características, que se cimienta en la digitalización de la realidad lo que permite manipularla, tocarla y modificarla.

3. De puestas en escenas, exhibición pública y procesos de idealización de sí mismos en Facebook.

Lo que se verá a continuación en los dos próximos capítulos, no es sólo una descripción de unas imágenes que representan una puesta en escena, no es sólo hacer un examen de las posibles representaciones e imaginarios que pueden verse a través de las imágenes que los sujetos estudiados exhiben; es por el contrario estudiar y analizar una forma de construcción corporal y de subjetividad que posee una sustancia virtual, y en tanto realidad tangible (virtualidad), produce realidades en toda la extensión de la palabra y no sólo representaciones de la realidad. Vamos a analizar una puesta en escena que es a todas luces constituyente de una realidad social entendida como un escenario social virtual en donde se producen realidades y relaciones sociales reales virtuales o de virtualidad real para citar las palabras de Castells (1999) en su libro ya clásico de la sociedad de la información.

Por otro lado, queremos mostrar efectivamente como con este trabajo se pudo determinar no sólo la pertinencia del modelo de Goffman para entender la construcción de los cuerpos y las subjetividades en el Facebook, como ya ha sido argumentado en numerosos trabajos con lo que aquí entraremos en dialogo, sino que expondremos a su vez como esta puesta en escena esta mediada por la búsqueda de un efecto de autenticidad, (ojo no

Autenticidad⁵) en la medida en que se evidenció un continuo entre las realidades on-line y off-line de los sujetos a partir de ciertos elementos técnicos que son apropiados por los sujetos en tanto que debemos pensar al Facebook como dispositivo mediático en donde se escenifican los cuerpos. Para concluir, tal vez con la apuesta fundamental de esta tesis en el sentido que debemos transitar entre el modelo de Goffman que analiza la construcción del cuerpo y la subjetividad como la presentación de sí mismo, para alcanzar al modelo de Foucault de gobiernos de sí mismo.

Es por ello que para producir estos capítulos se llevará el mismo procedimiento metodológico anteriormente mencionado, es decir, se realizará una triangulación de los diferentes métodos utilizados en la recolección de campo, esto debido a la complejidad que supone las puestas en escena de los sujetos en el Facebook. Concretamente se tomaron en cuenta los datos empíricos derivados de la encuesta en línea realizada a 100 personas anónimas que cumplían con los criterios en torno a la población objeto y de ella las 15 últimas preguntas de la misma, en tanto que son las que directamente indagan sobre la puesta en escena de sí mismos que hacen los sujetos en esta red social. Con ello se busca demostrar con evidencias empíricas y de corte descriptivo exploratorio, que esta puesta en escena del grupo no es para nada un caso particular o asilado, sino que por el contrario tiene buenas razones para pensar que tiene alcances más generales, sin llegar a ser en ningún momento concluyente, ni pretender que este estudio es representativo de una realidad mucho más amplia.

Por otro lado, de los 30 perfiles analizados, se extrajeron 205 fotos (para ver criterios de selección remitirse a la metodología) en las que los sujetos hacían gala de sus cuerpos en diferentes facetas que supone la puesta en escena según el modelo Goffmaniano. Se comenzó preponderando en ellas su parte formal y temática, como las dos primeras instancias (propias de este capítulo) del análisis de las imágenes que suministran elementos para comprender los componentes de la puesta en escena y que son a saber escenarios y fachadas, roles, actuaciones, personajes, rutinas, impresiones e idealizaciones. Elementos que tiene una base descriptiva formal y que provee los

⁵ Por Autenticidad con mayúscula nos referimos, a una perspectiva mediante la cual se alude a que la autenticidad responde a una concordancia ontológica que es en sí misma, que no cambia y constituye una especie de esencia de lo representado

porcentajes y las recurrencias en las que los sujetos estudiando acuden a su edificación de sí mismos en esta red social.

También se utilizó el análisis total del perfil (imágenes y máscaras escritas) de los sujetos para hacer una observación más de naturaleza interpretativa-cualitativa de las construcciones virtuales de los cuerpos de los sujetos, con el fin de, como se explicó en el capítulo 2 de la metodología, develar no sólo los componentes técnicos y temáticos que son de corte mucho más descriptivo; sino retomando la idea según la cual, la imagen es un producto social histórico. Vale la pena retomar algunos elementos mencionados en el capítulo anterior referente a la “naturaleza” de las fotografías aquí analizadas y que explican la razón del párrafo introductorio de este capítulo. En ese orden de ideas habíamos argumentado que la fotografía en tanto forma icónica sólo puede ser pensada en sus evoluciones diacrónicas y sincrónicas, que dependiendo de la cultura en la cual una imagen es producida-distribuida-interpretada, debe ser entendida a la luz de un conjunto de sistemas simbólicos (Levi Strauss en Karam 2011 y Visa 2012). En la interpretación de las imágenes (fotografías) se requiere de la observación de los convenios que unen el significante con el significado pero sobre todo, se debe estar al tanto de la teoría que explica que las imágenes pueblan la realidad social, la construye y de paso constituyen subjetividades, es decir las imágenes mismas construyen y crean la cultura, por ende nuestra subjetividad, nuestro cuerpo y con ello la formas en que nos construimos a nosotros mismos y nuestra realidad; aspecto que se evidenció de manera clara en esta tesis y que argumentaremos a lo largo de este capítulo.

Por ello nos ratificamos en decir que la imagen antes que una representación es una encarnación viva de la persona. La imagen en el Facebook no es la representación de un sujeto, es él, su yo virtual, lo que pasa con la imagen le pasa a la persona es vinculante. Es evidente en las personas y sus perfiles en Facebook, que las imágenes simbólicas de sí mismos une los aspectos cognitivos y racionales de la experiencia, haciendo que la cultural sea cultura viva. Bourdieu argumenta que para comprender adecuadamente una fotografía, no es solamente recuperar las significaciones que proclama, es decir, en cierta medida, las intenciones explícitas de su autor; es, también, descifrar el excedente de

significación (Bourdieu 1979). En últimas, como hemos venido argumentado, que, en el contexto, como la fotografía está en el marco de la construcción de la realidad y contribuye ella misma a crear esta realidad y las significaciones más allá de estas, las fotografías de sí mismos no solo nos ofrecen mensajes explícitos sobre los sujetos, sino que también hay una serie de significados que quienes las presenta no son conscientes o exceden las intenciones de los mismos sujetos.

Por otro lado, con las entrevistas se pudo profundizar en los sentidos, en las motivaciones, en el porqué de las puestas en escenas que se desplegaban en Facebook, a partir de 5 informantes escogidos por la metodología de bola de nieve antes descrita. En las cuales pudimos retomar los puntos de vista subjetivos, fuera de línea, que tienen, tuvieron y posiblemente tendrán las personas para hacer la exposición pública de sí misma. Finalmente, la observación etnográfica sistemática, durante un mes por cada uno de los diferentes perfiles de los sujetos analizados, pudo dar cuenta de los elementos constitutivos de la puesta en escena de los sujetos.

También como se ha argumentado desde el planteamiento de planteamiento de problema y desde el marco interpretativo de esta tesis, La ilustración y los resultados que se presentarán a continuación, se verán a la luz de la teoría de Goffman de la dramaturgia social, comprobando de manera categórica como este modelo es bastante coherente con la realidad que allí se produce, de forma tal que se pudo evidenciar cada uno de los elementos propuestos por Goffman, desde sus elementos más pragmáticos, más performativos de la puesta en escena, hasta los elementos culturales y sociales que explican y o permiten comprender la construcción social y de sentido general que se hacen presentes en la aparente decisión “fácil” de mostrarse con una determinada foto de perfil. Pero debido precisamente a este componente que va más allá de los elementos pragmáticos de la puesta en escena, es que esta tesis sigue proponiendo con elementos empíricos contundentes, que esta puesta en escena toma la forma de una práctica de sí (Foucault) en la medida se pudo demostrar como los sujetos apelaban a toda una serie de procedimientos, cuidados y narraciones de sí mismo que no sólo eran fríamente planeadas, racionalizadas y construidas estratégicamente; sino que obedecen a una ética de construcción de sí que están en el marco de las realidades culturales de la sociedad contemporánea que de la mano del modelo neoliberal busca hacer del sujeto un empresario de sí mismo; de allí que el sujeto está buscando lo que aquí en esta tesis

hemos denominado efecto de autenticidad ya que es necesario y vital que la puesta en escena sea o parezca ser auténtica ya que de este depende que el sujeto no entre en desprestigio, no sea objeto de burla y que su constitución no sea vista o percibida como una ficción o como una pantomima, que iría en detrimento del sujeto que la construye, lo que denotaría por supuesto una falta de cuidado de sí, de prácticas de sí, lo que redundaría en una mala administración del sujeto como empresario de sí mismo.

Argumentativamente hablando este capítulo presentará el siguiente orden: se retomará cada uno de los elementos constitutivos del modelo dramaturgico de Goffman, se comenzará presentando una análisis de tipo cuantitativo- descriptivo de cada uno de ellos, para posteriormente pasar a un estudio más interpretativo- hermenéutico de cada mecanismo de la puesta en escena; para hacia el final de los capítulos poder concluir con unos elementos típicos o constituyentes de la puesta en escena de los sujetos en este escenario virtual.

3.1 Escenarios y fachadas

Para comenzar quisiera recordar algunas precisiones sobre los significados de los escenarios y fachadas en el marco de nuestro modelo conceptual, para lo cual vale la pena parafrasear algunos enunciados de Goffman. Primero estaría el *medio* que contiene el mobiliario, el decorado, los elementos del trasfondo escénico, que proporcionan el espacio en donde se desarrolla la acción social. El medio pretende permanecer fijo, para aquellos que lo usan como parte constituida, prefijada de su actuación (Goffman 1959). De forma tal, que la idea es identificar en Facebook, este medio o escenario que permanece prefijado

Si bien es muy importante en esta categoría de las fachas y los escenarios, el medio entendido como espacio físico o de aspectos escénicos, también es importante tener presente a los conjuntos de dotaciones de signos o de símbolos que acompañan o están presente en el escenario (Goffman 1959). Muchos de estos signos están asociados a la adopción de cierto aire de distinción, de jerarquía que la persona usa como forma de generar idealizaciones o status, no sólo las personas usan estos signos, sino que muchas veces las actuaciones sólo se pueden dar en medio de estos escenarios plagados de signos de prestigios, lo que dota de entrada, de importancia y distinción a los actuantes.

Un ejemplo de este aspecto nos lo proporciona Goffman en el desarrollo de la profesión médica, donde observamos que es cada vez más importante para un médico tener acceso a la elaborada escena científica que proporcionan los grandes hospitales, de manera que día a día es menor el número de médicos capaces de sentir que su medio está constituido por un lugar que se puede cerrar por la noche (Goffman 1959, p. 15)

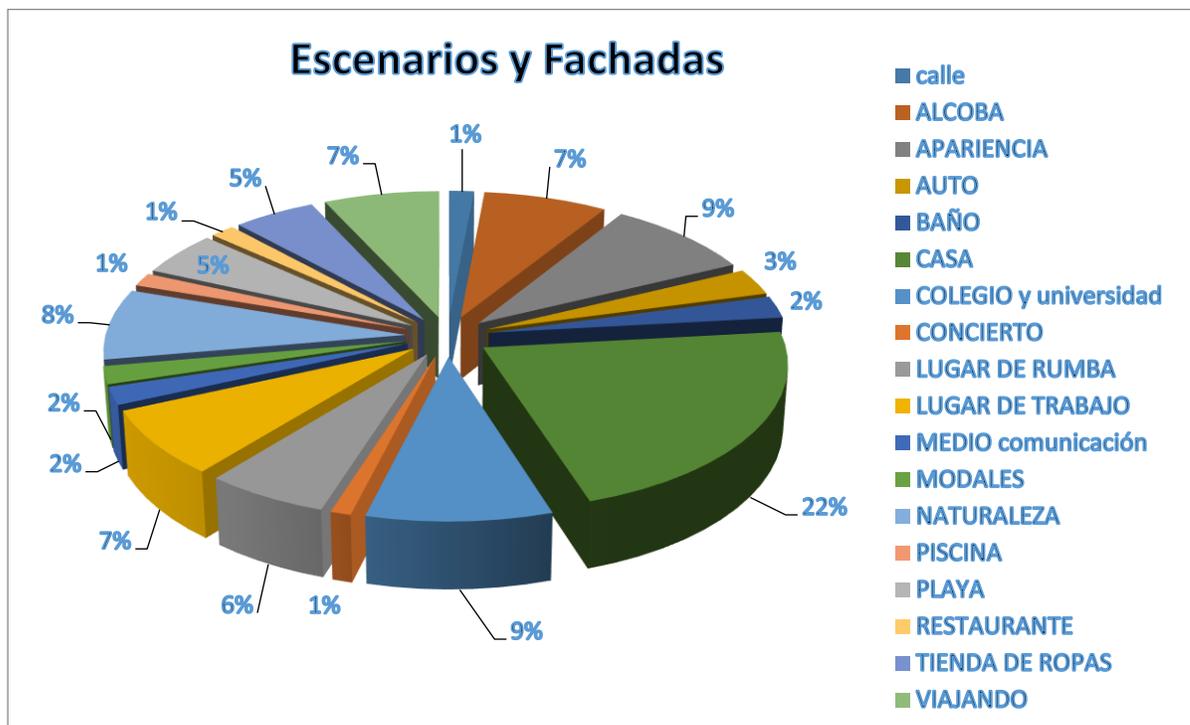
El medio o escenario está muy de la mano de la fachada, Goffman lo explica de una manera muy clara; “Si tomamos el término «medio» para referirnos a las partes escénicas de la dotación expresiva, se puede tomar «fachada personal» para referirse a los otros elementos de esa dotación, aquellos que debemos identificar íntimamente con el actuante mismo y que, como es natural, esperamos que lo sigan dondequiera que vaya”. (Goffman 1959, p. 15) algunos ejemplos de esta fachada personal, las insignias del cargo o rango, el vestido, el sexo, la edad y las características raciales, el tamaño y aspecto, el porte, las pautas de lenguaje, las expresiones faciales, los gestos corporales y otras características semejantes. De estas fachadas harían parte los modales (formas refinadas de comportamiento) y las apariencias (que están ligadas al status social de las personas). (Goffman 1959). Un ejemplo de estos dos elementos nos lo proporciona el autor cuando se refiere a “Es el alcalde de la ciudad, y supremo poder para todos los fines prácticos. Es un funcionario de aspecto ideal, porque su figura es grande y maciza, y tiene esa mirada severa e intransigente que se supone necesaria en todo magistrado que espere mantener en orden a sus súbditos. Tiene un aspecto duro y desagradable, como si estuviese en camino hacia el campo de ejecuciones para hacer decapitar a algún criminal”. (Goffman 1959, p. 16) un elemento importante de las idealizaciones sociales pasa por los elementos pragmáticos de la fachada y el escenario que dota al actuante de cierto estatus y que son socialmente aceptados como signos de prestigio. Este mecanismo es muy importante en la puesta en escena de Facebook, y en las fotos analizadas estos componentes fueron claramente identificados como se verán más adelante, además por que como lo dice el autor varias actuaciones pueden recurrir a fachadas ya socialmente legitimadas e institucionalizadas que representa o exhiben expectativas estereotipadas. En esa medida son representaciones colectivas, que van más allá de sólo los elementos empíricos de la puesta en escena en concreto, a veces estos estereotipos o representaciones colectivas no son del todo consientes para los sujetos que las utilizan y otras por el contrario son absolutamente consiente y los utiliza como elementos de la idealización y la construcción

subjetiva que quiere transmitir, de allí que para Goffman (1959) las fachadas suelen ser seleccionadas, no creadas.

Cabe recordar aquí que el escenario en general es la red social Facebook, es una red que le da a los sujetos ciertas posibilidades técnicas, como los tipos de fotos y videos, información a subir, las posibilidades de actualización, etc. Ahora bien, los escenarios que describiremos a continuación hacen parte de los repertorios con los que cuentan, o sería mejor decir, construyen los sujetos para llevar a cabo la personificación que quieren desplegar en la red.

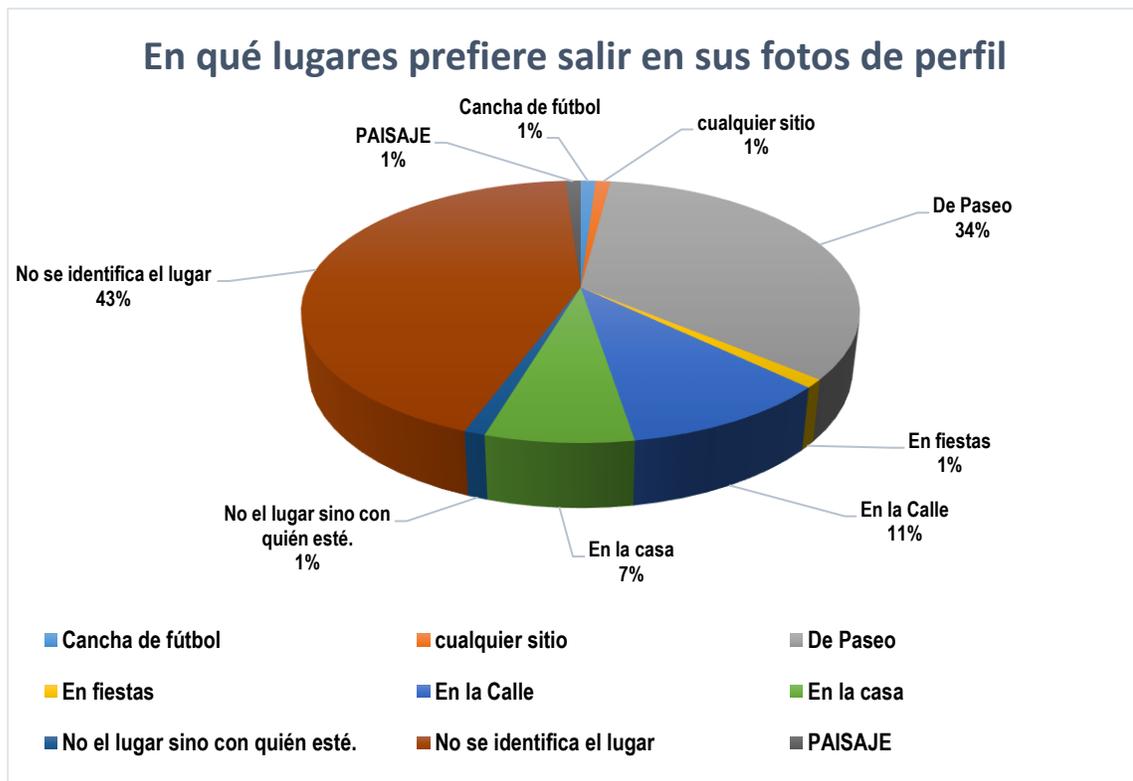
Posterior a este breve resumen sobre los conceptos de actuaciones y fachas lo que corresponde ahora, es dar cuenta de lo que nos arrojaron los datos empíricos obtenido en el trabajo de campo de esta investigación, comencemos con los escenarios en los que usualmente las personas se escenifican en Facebook.

3.1.1 Escenario



Grafica 1. Escenarios y Fachadas, fuente propia encuesta en línea 2016

En esta grafica se reflejan los datos de la matriz de análisis en la que recoge los datos extraídos de las 205 fotografías es cogidas de los 30 perfiles analizados en esta tesis, en ésta se identifica que el mayor porcentaje de escenarios escogidos por los usuarios de Facebook es la casa y sus diferentes lugares que sumados dan e 31 %, y el otro porcentaje a continuación están asociados a sitios de viaje o paseo 22%, les sigue sitios de estudio 9%, en el trabajo 7% y de rumba 6%.



Grafica 2. En qué lugares prefiere salir en sus fotos de perfil. Fuente propia encuesta en línea 2016

En la encuesta realizada en línea a sujetos anónimos usuarios de Facebook, los resultados fueron los siguientes, el mayor porcentaje de las personas contestaron que no se identificaban con el sitio, que cualquier sitio les era pertinente eso un 43%, la siguiente respuesta da con un 34 % al hecho de salir en la foto en los paseos, como escenario privilegiado.

Imagen escenarios 6



Fuente: Facebook captura y creación propia 2016

En los que respecta a la observación realizada a los perfiles de los usuarios escogidos para analizar la manera de escenificarse a sí mismos y a sus cuerpos que se llevó a cabo durante un mes de seguimiento a través de la observación, en la que no sólo se tomó una muestra de las fotos que subían los individuos, sino una revisión general de la construcción del perfil en sí. Se pudo constatar como se muestra en la matriz de análisis de los perfiles, que un alto porcentaje de los sujetos prefieren fotografiarse en los sitios que hacen a alusión a los viajes, la gran mayoría de los sujetos gustan mucho de las fotos viajando, para ello es preferiblemente mostrarse lugares paradisíacos, fundamentalmente en el exterior o en sitios de Colombia (Costa Atlántica) muchas de esta fotos son escogidas para foto de perfil y foto de portada, que son las que los demás usuario identifican de una con el sujeto que las muestra. Posicionándose de alguna manera como la impronta de la persona que las posee. Cabe destacar que estas fotos de viajes están asociadas a cierto estatus, cierta posición social y que está relacionado con ciertos consumos distinguidos y deseables.

Como ya hemos argumentado, la casa y sus diferentes locaciones es otro lugar privilegiado para escenificar sus cuerpos, resaltando una puesta en escena en lugares íntimos,

personales, mostrando una parte de sí mismo no tan pública y dejando que el espectador puede llegar a esos lugares que sólo los amigos cercanos pueden llegar. Asociado a este escenario anterior en eventos en su cumpleaños, en festejos familiares o en reuniones sociales de amigos cercanos, que refuerzan esta forma de mostrarse en la intimidad ya no solo de los lugares sino en el marco de sus relaciones cercanas, fraternales y de amistad, además divulgando una serie de eventos, fechas y festejos que hacen parte del núcleo más personal e íntimo de la persona, pero que como dice Sibilia (2007) se dispone para que la intimidad se espectacularise. O como diríamos con Bourdieu (1979), Barthes (1989) y Betling (2012) con la clara intención de que sus cuerpos sean observados, de posar en estos momentos especiales para un público más amplio.

Los sitios de consumos distinguidos asociados a momentos de felicidad, de vida social, de esparcimientos, ocupan una franja importante de los escenarios preferidos por las personas para narrarse. De ellos se destacan los sitios de rumba acompañados especialmente con amigos y la pareja, los restaurantes con cierto renombre, o cierto tipo de comida que se sale del “común corrientoso” y ligado a celebraciones íntimas como cumpleaños o celebración de ciertos logros personales.

Los escenarios relacionados con la vida profesional y laboral hacen parte de una franja muy importante y destacada para mostrar cuerpos de éxito de los sujetos, son ellos los lugares de estudio y trabajo; estos reflejan y muestran algún éxito profesional y especialmente si estos lugares están a su vez legitimados socialmente como instituciones (Estudio) prestigiosas, generando no sólo cierta identidad, sino a su vez son objeto de orgullo, por lo que es conveniente socialmente mostrarse a dichas instituciones.

También es claro que hay otro tipo de escenarios menos legitimados, menos distinguidos en los que los sujetos escenifican su existir en la red Facebook, se evidencia dentro de este campo lugares como parques o en algunas calles anónimas, pero son lugares muy particulares de cada perfil y no se podrían generalizar como los anteriores, pero que tampoco atentan con “la buena imagen” el buen cuerpo, que las personas ostentan en Facebook.

Hay una serie de escenarios que no son sólo específicos como los anteriores, sino que muestran una fase más particular, más esencial de las construcciones subjetivas en Facebook. Van de la mano de aquello que aquí hemos llamado cierto grado de autenticidad en la construcción subjetiva en relación con su versión fuera de línea y son escenarios que hacen evidente una particularidad muy propia de las prácticas y usos corporales de los sujetos, que esto quieren mostrar y narrarse hacia los otros. Que pasan a ser casos únicos tales como en el marco de un estudio sonoro como integrante de un grupo musical, o aquellos sujetos en donde el fútbol es algo muy fuerte en su construcción subjetiva y se muestran entonces en celebraciones de fútbol, en estadios con futbolistas afamados de su predilección, o asistiendo a ciertos conciertos de su banda musical a la que son muy fans por lo que es esencial y necesario que lo relacionen con este consumo de la industria cultural particular. Se identificó un perfil cuya huella específica giraba en torno a la participación en torneos, por lo que el perfil estaba plagado de escenarios deportivos y de competición de artes marciales, así como escenarios de entrenamiento o en gimnasio.

En definitiva, uno podría interpretar la escogencia de estos escenarios a partir de tres modelos centrales. El primero de ellos se podría relacionar con sitios de intimidad, esto visto a la luz de lo que habla Sibilia (2007) con relación a como las redes sociales se han posicionado como un medio mediante el cual los sujetos construyen su intimidad para ser puesta a disposición de un público que la juzga. En ese orden de ideas, la escogencia de esos lugares en donde los sujetos y los cuerpos son fotografiados, responde a ese juego de mostrarse en la intimidad, de revelar ante los demás sus sitios íntimos, en donde se producen eventos íntimos y con un grupo íntimo que los acompaña. Por otro lado, también vemos como no sólo se pueden identificar lugares responde a la lógica de revelar la intimidad de los sujetos, sino que lugares deben cumplir la función de mostrar y de ostentar el estatus social de quienes los habitan, de forma tal que dotan a los sujetos de distinción, de consumos y prácticas distinguidas; en últimas, de estatus sociales privilegiados en términos de Bourdieu (1979). Finalmente cabe resaltar que los lugares también se relacionan íntimamente con fachadas personales con las que el actuante dota de ciertos signos de estima social que pasaremos a profundizar, en las próximas hojas.

En relación con el porqué de estos lugares y las motivaciones subjetivas para tomarse una variada serie de fotos de sus cuerpos en determinados lugares y no sólo el dar cuenta de

una recurrencia de ciertos lugares y escenarios que se posicionaron como estereotipados en estas investigaciones. Es muy importante demostrar que estas construcciones de sí mismo no son azarosas, ni que son mero capricho de los sujetos que se muestran de determinada manera; para lo cual se tomará como base las entrevistas realizadas en profundidad a los cinco informantes claves anteriormente mencionados, con el fin de identificar esas motivaciones, los sentidos subjetivos con los que las personas se presentan en determinados escenarios.

La primera informante de la que retomaremos algunos elementos de sus testimonios realizados en el marco de la entrevista a profundidad, es Adriana. Ella es una estudiante de la Javeriana que es amante de las comidas, de la buena mesa y gusta de visitar lugares que satisfagan este gusto. Este deleite lo muestra de manera permanente es su perfil en Facebook, en el momento de la entrevista ella nos dijo que “ *que tenga algo chévere o algo para mostrar digamos estoy en un lugar o digamos por ejemplo en Instagram si se maneja eso de la comida entonces yo sigo todas las cuentas de postres porque me gusta hacer postres, comer postres amo todo lo que tenga que ver con dulces eso me gusta y tengo amigos de Instagram que son iguales entonces toda esa gente la tengo y yo también entonces termino subiendo todas esas cosas de postres y cosas así.*” (Adriana entrevista 2016). Aquí se muestra como el gusto subjetivo en los espacios fuera de línea justifican la escogencia de estos escenarios en la medida en la que hay una cierta correspondencia entre las dos subjetividades que Adriana produce de sí. Por otro lado, los lugares cuentas historias subjetivas y de relaciones, usualmente en momentos de vacaciones, momentos de pasar con la familia y amigos que se posicionan como muy importante mostrar en Facebook. En ese marco, Adriana continúa diciéndonos “ *digamos que he ido a lugares y se puede reflejar, pero tampoco dice cuántos lugares, con quien fui, los días que estuve o nada*” (Adriana entrevista 2016). También le interesa mostrar los sitios de viaje ya que “ *o si viajo cuando te cuente la experiencia de viaje es la experiencia, nosotros si llegamos y me quede allá porque conocí tales y tales lugares*” (Adriana entrevista 2016). Dar a conocer a los demás que se está viajando es muy importante para los usuarios, así esta actividad no sea de manera explícitamente racionalizada, ni este pensada para producir cierto impacto, como lo testimonia Manuel estudiante de comunicación de la U central “ *ammm eso creo que me lo pidió creo que cuando se subió la herramienta y uno de des parche uno empieza a llenar, viajo a Pereira, viajo a Ibagué si estos fue que me lo pidió ehh viajes*

viajes” (Manuel entrevista 2016). o puede no ser una actividad consiente del todo *“no, no sabía, eso fue en manzanares con mi hermano, eso fue en Buga, eso fue en Medellín”* (Jessica entrevista 2016).

Los sitios, no solo denotan ciertos gustos y ciertas formas en las que los cuerpos de los sujetos pueden desplegar una cierta idealización de sí mismo, sino que también, encontramos esas continuidades en las puestas en escena en línea y fuera de línea. Bajo ese horizonte de sentido se pudo constatar que muchos de los lugares son escogidos ya que identifican a las personas, los hacen sentir orgullosos, y eso se quiere mostrar en los escenarios escogidos *“porque la universidad javeriana, a mí me parece que ósea primero me siento muy orgullosa de la universidad y me siento orgullosa donde estoy”* (entrevista Adriana 2016). Por otro lado Heidi declara como la universidad es un sitio privilegiado para escenificarse en la red *“tengo otra de echo acá en la universidad que había una pared de grafitis estábamos hacienda un trabajo y me gusto”* (Heidy entrevista 2016) y más adelante continua argumentando *“esa foto fue en la Universidad estábamos grabando en ese cuarto que queda arriba en unas escaleras hay un cuartito que está lleno de grafitis y estábamos grabando y fue como ahí empecemos a tomarnos fotos y yo empecé a ser así como de super modelo y me gusto esa foto y la puse”* (Heidy entrevista 2016). Con este testimonio nuevamente se pone de manifiesto la identificación institucional relacionada con su profesión y su vida fuera de línea lo que motiva la escogencia del lugar. Por supuesto los escenarios de recreación, con cierto toque de distinción también son preferidos ya que precisamente dotan a los sujetos de eso gustos distinguidos que hemos referido *“esas fotos como que me las había tomado para Rolling Stones, ese día anunciaron el evento por ejemplo casi Facebook se convirtió en un diario como que cosas hice tal día”*. (Adriana entrevista 2016).

Los escenarios pueden ser sitios de promoción de su vida laboral, de sus negocios y trabajo, ya que recogen de alguna manera cierto estatus, de cierta gestión de sí, de su yo laboral, que como veremos más adelante va a ser vital en esta puesta en escena, es así como Jessica hace un uso claro de la red para promocionarse no solo a ella sino a su negocio personal y familiar *“esas son del negocio porque me parece importante hacerle*

publicidad de cierta manera hay digamos yo a veces publico cosas así” (Jessica entrevista 2016) también en la misma línea dice Jessica complementa esta idea “eso es acá en Bogotá a las afueras porque mis papas tenían un criadero de caballos y eso fue con la yegua de mi papa” (Jessica entrevista 2016).

En las entrevistas también salieron a relucir lo importante que es que en el escenario estén amigos y familiares cercanos, recogiendo otra vez la sensación de intimidad, de una exposición más auténtica de sí mismo *“de pronto en la que estoy con mi hermanita y mi perro” (Jessica entrevista 2016) y más adelante: “no sé me parece muy bonita y además que esta todo chistoso mi perrito esa de pronto en mi casa” (Jessica entrevista 2016). Intimidad y autenticidad que se traslada a diferentes escenarios de la vida social que quieren ser mostrados en compañía de seres cercanos y haciendo actividades de esparcimientos, “es una obra de teatro de mi hermanita le gusta mucho y eso fue cuando más porque estaba en un grupo y son las fotos del día de la presentación” (Jessica entrevista 2016).*

Y claro es de resaltar que, en Facebook, los escenarios son prefabricado, son amolados, son contruidos para las necesidades, deseos e idealizaciones de los usuarios, condición que lejos de ser ajena para ellos, lo usan de manera estratégica, *“es un sitio donde puedes esconder digamos lo incomodo, lo no amable de la vida de lo uno no pública. Bueno habla gente que lo hare, pero uno no publica no se voy en Transmilenio apretadísimo ehh hoy no tengo pal arriendo o cosas así, uno no si uno publica no me voy pa Cartagena jeeje” (Manuel entrevista 2016).* La intimidad se vuelca hacia la escena del Facebook, pero como hemos insistido es una intimidad construida, editada, de forma tal que se muestra idealizaciones de sí mismo que son como veremos adelante, no solo son aceptadas por el auditorio, sino exigidas de alguna forma por este como manera de darle credibilidad a la puesta en escena; en ese orden de ideas Manuel manifiesta que uno piensa algo así como *“en la casa comiendo arroz y huevo que no está mal y habrá uno que otro que lo publique, uno no lo publica porque como que ya es tan cotidiano porque jeje yo por ejemplo de pronto algún día de puro despache lo haría hoy comí arroz y huevo más”.*(Manuel entrevista 2016). Pero este testimonio que en un principio podría mostrarse como poco idealizado,

podría tener un toque de sinceridad, de mostrarse de alguna manera natural y espontáneo lo que daría un aroma de autenticidad a la puesta en escena por lo que la haría convincente

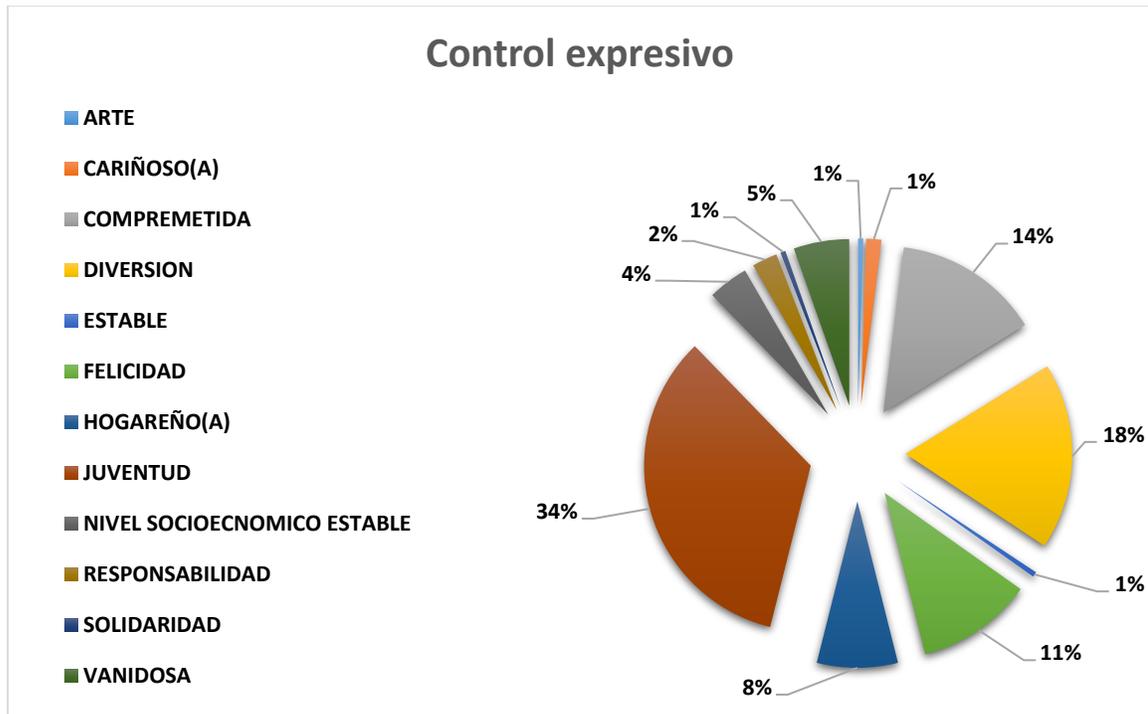
Se presentan escenarios no sólo fuera de lo común sino que muestran nuevamente el estatus, una actividad deseada, en la que el individuo, hace cierto alarde de una práctica distinguida, que lo hace de alguna manera resaltar esa individualidad que se pretende mostrar y que de alguna manera también lo identifica en esa singularidad particular *“ushhh a ver que hay ushhhh ah si primer vuelo, yo siempre he querido ser piloto entonces los aviones son una pasión, el programa se llama vientos en calma y tiene mucho que ver con los vuelos, sueño frustrado de no ser piloto siempre quise ser piloto”*. (Manuel entrevista 2016) O también comenta Manuel en el marco del mismo testimonio y con la misma justificación anteriormente mencionada, *“ehh la lumier donde estudie cine fue una etapa muy bonita que recuerdo con mucho cariño”*

3.1.2 Fachadas

Como habíamos comentado arriba los escenarios están asociados a las fachadas, como a ese telón de fondo personal subjetivo que acompaña al personaje en los diferentes escenarios sociales y que podría identificar con su huella personal de la cual hace a su vez parte los gestos, el control expresivo del cuerpo y la actuación con la que el individuo le da una cierta fuerza a su personaje. Pero que, de forma simultánea, está anclado a ciertos estereotipos socialmente establecidos de estatus, de distinción; con lo que los sujetos dotan su actuación así sea de manera consciente o inconsciente de estos estereotipos. Cabe anotar que aquí vamos a referirnos a esas fachadas en las que los individuos, gracias a la naturaleza virtual de la mediación, tiene cierto control (estatus social, estatus profesional, éxito social, belleza, etc.) descartando de alguna manera esas huellas personales que tiene los sujetos fuera de línea y que son más difíciles trasfigurar tales como la raza, o la etnia.

En este marco estamos de acuerdo con Puche (2013) cuando nos recuerda la relación entre la fachada y el mobiliario en la red; de manera tradicional, para Goffman, el mobiliario estaría compuesto por *“el decorado, los equipos y otros elementos propios del trasfondo escénico, que proporcionan el escenario y la utilería para el flujo de acción humana que se*

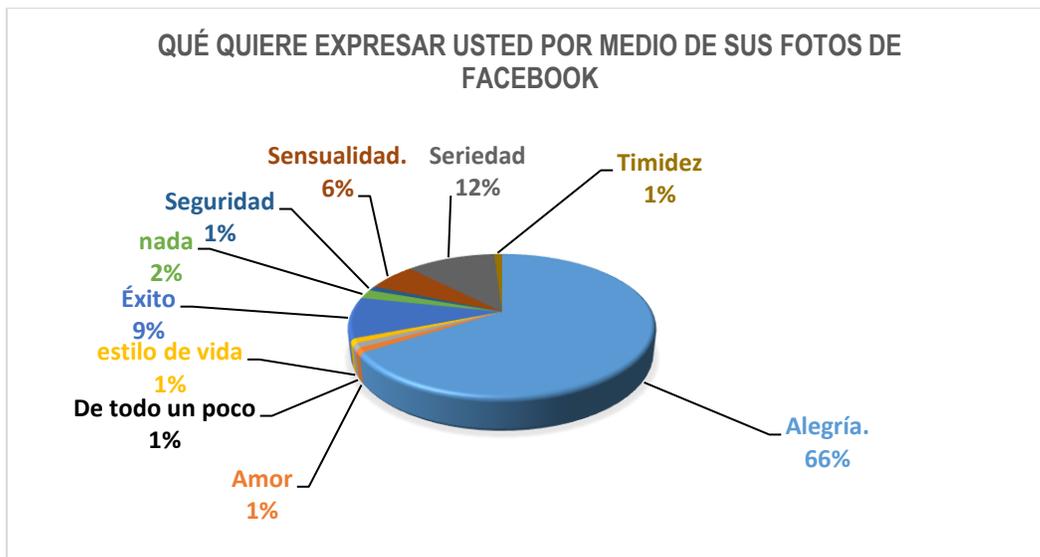
desarrolla ante, dentro o sobre él (Goffman, 1981: 34 citado por Puche 2013). En ese marco los mobiliarios serían las posibilidades que el Facebook en tanto mediación tecnológica, proporcionaría a los sujetos y de cuya naturaleza ya la describimos en el primer capítulo, analizando en el mismo como esa tecnicidad le daría el estatus de mediación. Sumando a lo que aquí estamos tratando, o sea la apropiación subjetiva del individuo para realizar el control de los que quiere o no expresar y los medios que utilizaría. *El medio de cada red social, en definitiva, es un fuerte condicionante para la actuación más o menos rica en expresiones de la persona.* (Puche 2013, PP. 8) Es así, como nuestros hallazgos, coinciden con otros trabajos en el sentido que es en ese control expresivo en donde el sujeto tiene más capacidad de agencia para exhibir ciertas expresiones controladas y guiadas de sus cuerpos, es decir mayor posibilidades de apropiarse y hacer un uso interesado, en otras palabras, dirigido por intereses del medio y es allí, *En este punto es donde más claramente se advierten las diferencias entre la comunicación presencial y la comunicación mediada por la tecnología digital. En ésta es más fácilmente llevar a cabo operaciones de modificación y ocultamiento de la identidad* (Puche 2013 pp. 9 cita a Cáceres, Ruiz San Román y Brändler 2009). Para comenzar, mostraremos algunos resultados de corte cuantificable.



Grafica 3. Control expresivo. Fuente propia encuesta en línea 2016

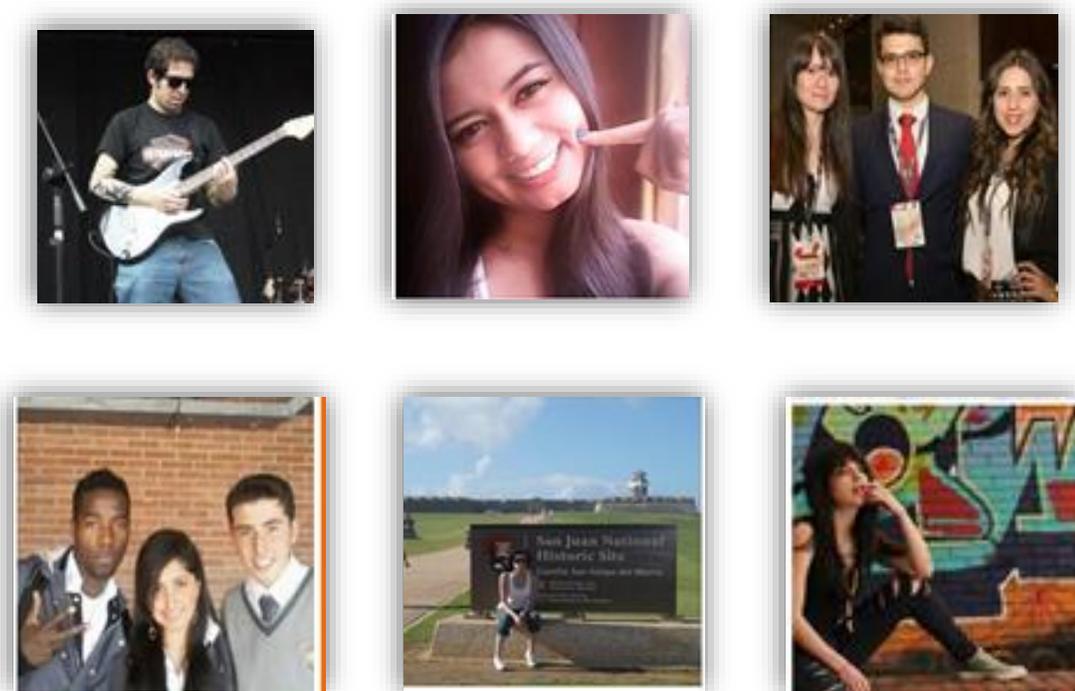
Con esta grafica se quiere mostrar como los sujetos construyen sus perfiles de manera general, tomando como ya hemos indicado algunas fotos representativas del mismo, con la intención de como dice Goffman, intentar generar una clausura semiótica a partir de exponer una fachada de sí mismo que acompaña en alto grado sus puestas en escena y con las cuales quiere dejar una cierta huella personal con la que se pretende, se les identifique. Como se verá a continuación es indudable que estas fachadas, como lo dicen Goffman y como aquí queda claramente establecido, recurren a modelos sociales instituidos para mostrarse. En ese orden de ideas se ve que un alto porcentaje 34 % de las fotos de los perfiles analizados apelan a dejar una impresión de juventud, no solo ser jóvenes como lo son, sino de mostrarse de manera clara en esa actitud. Le sigue muy de cerca con el 29% dos fachadas que están muy cercana la una de la otra, por lo cual se puede asumir como una sola disgregada en dos variables; diversión 18 % y felicidad 11 %, en ellas se muestra una fachada muy popular en general entre los usuarios de Facebook y que aquí ha salido a relucir, así como en otros trabajos en el marco de esta investigación citados tales como (Di prospero 2011, Caro 2012, Puche 2013) en donde se presenta

una construcción subjetiva en las que prima una versión idealizada de sí mismo, pero que como veremos más adelante lejos de ser un disfraz sancionable socialmente, esta idealización no es sólo una estrategia de construcción subjetiva en esta mediación, sino que es demandada o solicitada por la audiencia que observa la puesta en escena como aquí se pudo evidenciar.



Grafica 4. Qué quiere expresar usted por medio de sus fotos de Facebook. Fuente propia encuesta en línea 2016

Fotografía 1 fachadas



Fuente: internet – Facebook creación propia 2016.

En esta gráfica, que da cuenta de la encuesta realizada en línea con sujetos anónimos, muestra una tendencia no solo similar sino que aumenta de manera significativa el porcentaje de personas que declaran que lo que quieren expresar, particularmente con sus fotos de perfil, es con un 66% alegría, esta es la forma preferida con las que los sujetos ambicionarían ser percibidos y le sigue muy de lejos la intención de que se les identifique como sujetos con éxito el 9%, aunque como se puede ver, no son expresiones que sean totalmente desvinculadas unas de la otras. Igual podríamos decir con otro alto porcentaje que arrojó la encuesta en la que los sujetos quieren mostrarse como sensuales con un 6% y finalmente un 12% en los que dicen no querer generar ninguna clausura semiótica



Grafica 5. Qué actitud en la foto de perfil prefiere publicar de sí mismo. Fuente propia encuesta en línea 2016

En la misma encuesta se preguntó a los sujetos sobre la actitud que se ve reflejada en sus fotos de perfil, que como hemos dicho es sumamente importante en la construcción subjetiva. Por ello, mostrarse feliz, con un gesto facial muy dicente como es el estar sonriendo, es el mayor con un 63%, de forma tal que nuevamente las personas hacen un control expresivo tendiente a mostrarse feliz, como una característica propia de esta red social. Continúa la tendencia con una fachada recurrente y que representa otra directriz importante en los estudios sobre redes sociales, (Ayala 2012, Loayza 2016) esa es la de establecer relaciones sociales y particularmente una cierta tendencia hacia el sexo opuesto con fines “Amorosos o de relaciones físicas sexuales” con el 20%, que es el resultado de la suma de presentarse como interesante 11% y el 9 % atractivo. Con el mismo porcentaje de este último (9%) le siguen las personas que contestaron que quieren escenificar una actitud de seriedad.

Fotografía 2 Personajes



Fuente: internet – Facebook- redes sociales. Creación propia 2016

Profundizando en estos datos cuantitativos y analizando el marco general (fotográfico y textual) del perfil total de los sujetos, se pudo determinar cómo estas tendencias generales cuantitativas derivadas del análisis de un grupo representativos de las fotos se mantienen; pero se le suma a su vez las particularidades en la construcción de cada perfil que lo hace único. Es claro que la idealización de sí mismo es tendencia en la red social Facebook, cuando de construir el perfil se trata, es por ello que las personas hacen una actuación en donde sus cuerpos son fotografiados en expresiones de felicidad, en actividades sociales y familiares y en una vida plena. En esta escena desaparecen cuerpos que se hayan en buena medida atravesando conflictos y las dificultades, no estoy diciendo que no haya esas puestas en escena en las que el cuerpo es fotografiado padeciendo algún tipo de angustias, frustraciones o tristezas, pero en es un bajísimo porcentaje, pues la generalidad construye una versión de sí mismo guiado por la intención de generar expresiones y rutinas en las que se construya ese sentido de felicidad y alegría. Aun cuando hay algo negativo que mostrar del cuerpo, el escenario es editado en términos expresivos de manera tal que aún en situaciones adversas el sujeto, no se representa o no recrea una representación de sí mismo que muestre signos que puedan ser leídos como descuidado, desarreglado, desagradable, convulsionado, desordenado, caótico, etc.; en fin, incluso cuando se manifiesta estar enfermo, o sufriendo, su imagen, su cuerpo virtual no se personifica de manera degradada. En ese orden de ideas, hay poco espacio para cuerpos mutilados o amputados, cuerpos deformes, cuerpos torturados, cuerpos grotescos, sucios, etc.

En consonancia con lo anterior quedó claro para este estudio que la construcción de perfil en tanto puesta en escena y auto representación de sí mismo por parte del actuante es de suma importancia y por ello se hace un uso muy controlado de las expresiones y formas que ofrece la red social Facebook. Y un elemento que denota de manera clara esta afirmación son las ediciones, los filtros, los encuadre, etc., que hacen los usuarios de sus fotos de sí mismo. Las fotos son muy bien cuidadas, son fotos son muy bien editadas con programas especiales para este fin; además se nota que los sujetos modelan para la cámara, no son fotos casuales o descuidadas, posan buena parte del tiempo para la cámara, algo que hace con naturalidad; esto se hace más indudable en las fotografías de perfil que son sólo de rostro, con claras muestras de edición haciendo uso muy variado de los dispositivos de exposición.

De la mano de lo anterior esta exposición pública de los cuerpos, en la que el sujeto en su actuación se representa, es de constitución variada, una gran diversidad de puestas en escenas, representando diferentes roles y personajes, en el marco de disímiles escenarios digitalizados o virtualizados para este fin específico. También siguiendo con esta idealización de sí mismo, concordamos con (Di prospero 2011) en la medida en que es pertinente decir que esta es una exposición pública de acontecimientos deseables, de diversión, consumo, usando mercancías sofisticadas, en donde los cuerpos se representan a sí mismo con ciertas etiquetas que denotan su estatus social, sus diferentes roles sociales. De allí que se muestran con amigos en el marco de acontecimientos importantes y ubicación territorial que supone cierto escenario distinguido

Hay un tema en el control de la expresión y como este pretende tener una especie de clausura semántica, en relación con la diferencia de géneros. Es claro que esta investigación no se planteó este problema y por ende no puede dar respuesta al mismo, pero vale la pena marcar algunas diferencias a todas luces dicentes, que podrían dar cabida a estudios posteriores que efectivamente evidencien estas diferencias de género que aquí solo someramente describiremos, pero que se han demostrado en algunos estudios anteriores (Bonnacci 2013). En la gran mayoría de los perfiles de mujeres analizados aquí, las mujeres asumen roles con marcados signos y significados que evocan de manera directa una mezcla profusa entre sensualidad y una especie de mujer fatal; también les gusta mostrarse bellas, estilizadas, provocativas, resaltando algunos de sus atributos físicos ya sea sus labios, el contorno de sus senos, cierta mirada, etc., así mismo algunas quieren representar actuaciones en las que se resalta su parte coqueta y divertida al mismo tiempo. Cabe decir que son especialmente las mujeres en un mayor porcentaje las utilizan filtros en sus fotos, gustan más de posar para las cámaras, modelan para la misma, son conscientes de que van a ser juzgadas, y por ello son extremadamente cuidadosa con las fotos que eligen y la forma de esta y la impresión que quieren dejar en su representación. Por otro lado, las mujeres en su mayoría están pendientes de que sus fotos sean comentadas y que tengan una gran cantidad de “me gusta”. Es claro como a juzgar por el perfil de las mujeres en Facebook se podría inferir como ellas apelan a fachadas estereotipadas, culturalmente aceptado en relación ciertos modelos deseables e

idealizados de ser mujer en el marco de diversas influencias de ciertos medios masivos e interactivos, tales como el personaje de princesa, modelo, reina, entre otros.

Por supuesto las actuaciones representadas por los hombres no dejan de apelar a estereotipos establecidos, pero los controles de las expresiones no parecen ser demasiado cuidadas, así como hay menos cantidades de imágenes de sí mismos, ellos parecerían tener la intención de invocar a estereotipos que no se ancla a cierta belleza de los cuerpos o al modelado explícito frente a la cámara. Los hombres buscarían más hacer unas representaciones que fueran acordes con ciertos modelos de éxito profesional o a ciertas actividades prestigiosas. Nuevamente reitero que aquí la intención no es hacer ni mucho menos un análisis pormenorizado de las diferencias de género simple mente marcar unas diferencias básicas, y generales sin entrar en cada una de las diferencias que por supuesto se haya y que a continuación describirán.

Es indudable que el control de las expresiones va de la mano por hacer un cierre semiótico⁶ gracias a las posibilidades técnicas que ofrece el escenario de Facebook, y que los sujetos acoplan a sus intereses, guiados por una actuación idealizada de sí mismo. Pero también en el marco de esta misma tendencia, la construcción subjetiva no deja de ser personalizada e individualizada, con claras improntas personales derivadas de ese continuo que establecen los individuos entre sus diferentes puestas en escena en línea y fuera de ella. Es así, como algunos se representan mostrando su noviazgo o muestra su pasado. Si algunas mujeres son madres, son importantes las fotos de sus hijos y representarse en su rol de madre cariñosa y con muchas manifestaciones de afecto hacia ellos. Algunos hombres amantes de la música escenifican su faceta de músico con cierta tendencia a lo contra discursivo, con consumos relacionado con bandas emblemáticas del rock. También se encontraron representaciones en su vida laboral denotando en alguna medida éxito profesional y laboral, particularmente en relación con el componente de lo que hace (locutor).

⁶ Para Goffman el cierre semiótico se refiere a la intención performativa de la puesta en escena que pretende que haya un control del significado por parte del actuante, de forma tal que no hay tanta libertad interpretativa por parte de la audiencia que debe juzgar como auténtica o no la actuación del individuo

Vamos a terminar este apartado sobre las fachas y el control expresivo que hacen los sujetos en su escenario del Facebook, analizando las entrevistas realizadas a los informantes claves. Comenzando con Heidy, para quien la puesta en escena de sí mismo pasa por razones de ego, de una indudable justificación que se ancla en este narcisismo que sería propio de la época como comentan autores de muy variadas tendencias (Bauman 2002; Lipoviesky 2000). En ese marco Heidy nos dice *“si yo creo que sí, no sé si sea mi generación siempre está como el ego detrás de si sube una foto si tiene muchos me gusta, si como que siempre se espera que tenga una respuesta”* (Heidy entrevista 2016). El éxito del control expresivo esta mediado como lo muestra Di Prospero (2011) en la cantidad de me gusta, es un indicativo que la puesta en escena logró los objetivos performativos; más adelante la misma informante nos dice que *“si, además que no es que me crea la más linda del mundo, pero si mucha gente la primera impresión que se lleva de mi es esa típica niña linda creída hueca y estoy luchando contra eso”* (Heidy entrevista 2016), con el testimonio anterior también se evidencia que no es sólo una búsqueda del control expresivo en relación a la belleza corporal, que indudablemente está presente, sino a una impresión si se quiere más profunda del sujeto que se escenifica. Por otro lado, no es un control expresivo desbocado, una caricatura de la persona en su representación, ya que esta debe ser creíble para la audiencia y los sujetos se cuidan en que esta se así ya que al preguntarle concretamente si hay autenticidad en la actuación Heidy nos decía *“Bueno primero porque estaría mintiéndome a mí misma, Segundo que quedaría muy mal con personas que conozco que saben que no soy así, eso es lo que yo veo en la otra gente como que tengan un poquito de coherencia con lo que son y hacen y dicen, es como una presión de no decir cosas que no hacen o piensan”* (Heidy entrevista 2016). Más adelante le preguntamos a la misma informante que si era ella la que estaba *“pues no es que sea totalmente yo pero si siento que me representa de alguna manera, normalmente soy muy alegre y eso se ve, pero es en Facebook. (Heidy entrevista 2016)*. La gente no hace de su cuerpo una caricatura de sí mismo porque sabe que es una forma de sí representada, que hay algunas dispensas en la plataforma pero que no todo es válido. Esto es algo que se confirma con la escogencia y ante todo con relación a la importancia de la foto del perfil y el de mostrarse de manera permanente en el Facebook, Heidy nos cuenta que *“No se... como que hay una delgada línea para mi importa mucho mi imagen y lo que piensen de mi pero no siento la necesidad de estar exhibiéndome”* (Heidy entrevista 2016). Estos hallazgos concuerdan en sentido importante con los encontrados en los trabajos de Puche

(2013) Di prospero (2011) Gonzales y Gómez (2010) nos apartamos como lo hemos nombrado, porque ellos sólo se quedan en la performatividad de la actuación en términos inmediatos y no lo inscriben en una dinámica más abarcadora como lo es el cuidado de sí y las técnicas de sí de Foucault. Para nosotros es claro, que el control de la expresión en relación con mostrar la autenticidad del sí mismo, está mediado por relaciones de poder y de cuidado de sí mismo y el prestigio que podría verse minado, si no se pretende ser autentico, por lo que nuevamente se puede vislumbrar como esta puesta en escena debe ser considerada como una forma de cultivo o cuidado de sí en los términos que aquí hemos tomado de Foucault y que será desarrollado en el otro capítulo.

La busca de autenticidad no impide que se genere una estrategia de la edición muy bien cuidada y pensada para ocultar aspectos de su aspecto físico que no gustan de sí y mostrar una versión idealizada de su corporalidad. Heidi nos dice ante la pregunta del porqué de la forma de su cabello en las fotos *“porque no me gusta me veo orejona, no me gustan mis orejas; y el cabello largo si lo disimula”* (Heidy entrevista 2016.) No es sólo el anterior informante recurre a estos procesos de edición, otro testimonio nos dice; *“yo creo que es por la fotografía que yo tengo sólo aparece mis ojos y mi cara entonces la otra persona se imagina que soy flaco por decirlo así, pero en realidad no lo soy* (Jeison entrevista 2016). No sólo la edición de sí mismo en busca de representar su cuerpo de manera idealizada, pasa por cuidar las propias imágenes de sí mismo, sino que la otra estrategia es controlar a través los componentes técnicos de la plataforma lo que los otros sujetos ven o no ven de los demás; *no pues, ... que me guste, que me vea bien que me agrade, por ejemplo, no tengo activo la opción de ver las fotos que me etiquetan* (Jessica entrevista personal 2016). Simultáneamente no sólo se trata de ocultar ciertos aspectos estético, sino evitar que los sujetos sean objetos de burlas o chiste, es así como un informante nos manifestaba que en relación a sus fotos *“no las elimino sino que no las dejo para que no las vea cierto tipo de público, entonces digamos pueden hacer una burla, yo que sé, un día estaba en cuarto semestre y estaba todas las fotos abiertas y me encontraron como una de los 13 años y pues no fue bulling pero solo fue chistoso”* (Jeison entrevista 2016). Vale la pena aquí reiterar que no estamos pensando en un sujeto o un cuerpo, con cierta ontología esencialista, y menos estamos pensando la autenticidad en términos de verdad u objetividad a la sazón de esa supuesta realidad esencialista que sería o estaría contenida

en el sujeto fuera de línea que se representa en el Facebook, sino de una empatía con la audiencia que hace que una representación sea leída como auténtica. En ese orden de ideas, diríamos que.

La historia que se conforma estaría atravesada necesariamente por un valor de verdad, que –más allá de intentar encorsetar el relato en categorías a estas alturas bastante obsoletas tales como el carácter “verídico” u “objetivo” de unos hechos determinados- más bien releva gran importancia a la relación entre el autor y su receptor (lector o espectador). (Lagos 2011, p. 66)

Ahora bien, si bien hay una cierta búsqueda de autenticidad expresiva, las personas entrevistadas son conscientes que ellos recurren en ocasiones a mentiras conscientes de sí mismo, ello justificado por la misma posibilidad que ofrece el medio para decir mentiras y por qué se considera que es una práctica extendida entre los usuarios, “yo creo que se ve de una forma mentirosa porque yo he tenido muchos casos en el que uno mira el perfil y se ve interesante la persona pero en realidad no la conoce y ósea no sabe nada está perdida en la vida entonces veo que aparenta, aparenta muchas cosas (Jeison entrevista 2016). Este motivo se complementa porque efectivamente la gente tiene claro que no se debe mostrar simplemente, sino como quieren que lo vean, que es muy diferente, por eso el control expresivo es mucho más sistemático: *uuumm usted cree que la gente se ve en Facebook como cree que la gente, ... ósea ya no pensando en usted sino en los demás, como usted ve que la gente se ve* (Jeison entrevista 2016). Estos hallazgos nuevamente se encuentran en concordancia con estudios previos (Rueda 2012; Aguilar, y Said 2010; G 2016; Sibilia 2008) y también con el modelo de la interpretativo con relación al uso de la imagen y la fotografía en tanto que no sólo se posa para la cámara sino ante todo para la mirada del otro, de cómo ven los otros, de cómo perciben (Belting 2012; Bourdieu 1979). Es lo que se ha denominado *Paola Lagos como*

El giro subjetivo del documental como espacio privilegiado de experimentación visual y narrativa para la expresión de la intimidad, evidencia la puesta en escena de un “autos” (autobiografía; autorretrato; prefijo de origen griego que significa “uno mismo”) que construye una

narración alrededor de sí. Así pues, la autobiografía -la representación o escritura ("grafos") de la vida ("bio") de uno mismo ("auto") (Lagos, 2011, p 65)

Finalmente, digamos que no sólo es la autenticidad o la idealización las que guían el control expresivo corporal, sino que las razones esgrimidas por los sujetos están de la mano de dar a conocer cosas que son relevantes para ellos y con los que se espera que los identifiquen o reconozcan; *"digamos si uno satura su muro en realidad la información no va a ser tan, digamos uno no puedo digamos colocar tantas cosas que no tienen relevancia entonces lo único que yo coloco es digamos cosas que son relevantes para mí que le puede servir a mi círculo social"* (Jeison entrevista 2016). En la misma línea encontramos el testimonio de Jessica, quien dice *"Pues yo siento que existe digamos como esa unión porque de alguna manera subo cosas de mi vida, pero como que me interese mucho o me preocupe por el contenido que suba, pues hay cosas como que diga cosas que no subiría no lo hago o alardear acerca de cosas y trabajo y eso"* (Jessica entrevista 2016). No son sólo cosas generales que buscan dejar impresión más o menos indiferenciada, sino que están estrechamente ligadas a la imagen o al rol de la persona que se constituye en línea *"como yo estoy como por los lados del campo de la música, entonces como que comparto más que todo información de entretenimiento musical, canciones ehh obviamente con mi carrera digamos noticias que me parecen a mi sinceramente relevantes de nuestro campo y ya"* (Jeison entrevista 2016). Es ese sí mismo de los sujetos, aquel que se construyen en la narración, que cuenta una historia de sí mismo, que se va a mostrar a exhibir; en donde la narración que hace el sujeto a través de su cuerpo de sí *"Así, pues, el documental autobiográfico delimitaría un espacio, un tiempo y una voz, para evocar un "yo" forjado en la observación de la propia historia de vida, así como el "yo" constituye tanto el enunciador como el enunciado"*. (Lagos 2011, p 66)

3.2 Actuaciones, roles y personajes

Ahora bien, los escenarios y fachadas contienen elementos prefabricados o artificiales, y de manera simultánea, hacen parte constitutiva de la actuación corporal de los sujetos, de su performance virtual, en definitiva, de su existencia en esta red social. Estos escenarios

y fachadas están en consonancia con lo que Goffman ha denominado actuaciones, roles y personajes, y que hacen parte de su modelo de performance social y que ahora pasaremos a analizar a la luz de lo hallado en la información de campo recogida. Para lo cual conviene hacer un balance, en torno a las precisiones conceptuales que le otorga el autor a cada uno de ellos para así poder presentar de manera más sólida los resultados hallados.

Como nos recuerda Goffman, la palabra persona deriva etimológicamente de “personaje”, a su vez el significado original de la palabra persona es máscara. Son dos conceptos que están íntimamente ligados en el sujeto que actúan, que se construye en la actuación. Así mismo la noción de rol, para el autor, se une a los dos anteriores en la medida en que cada uno de nosotros desempeña un rol; “Es en estos roles donde nos conocemos mutuamente; es en estos roles donde nos conocemos a nosotros mismos”. (Goffman 1959, p. 13).

La máscara no es sólo un artilugio de la puesta en escena, no es mera ficción, no es solamente una actuación vacía y si se quiere sónica, ya que, en cierto sentido, esta máscara representa, yo diría constituye el concepto que nos hemos formado de nosotros mismos, “el rol de acuerdo con el cual nos esforzamos por vivir—, esta máscara es nuestro «sí mismo» más verdadero, el yo que quisiéramos ser”. (Goffman, 1959 p. 13). En la máscara y el rol que nosotros ponemos ante los demás en la actuación, no sólo está presente lo que yo soy, sino lo que aspiro, deseo o anhelo ser, de forma tal que está más íntimamente ligado con mi “yo más íntimo”. Es por ello por lo que, mal se haría en juzgar las puestas en escena en el Facebook, que hacen los individuos de sí mismo como meros artilugios de falsación de sus cuerpos y de sí mismo, ya que desconocerían estos componentes fundamentales en la puesta en escena en cualquier escenario de la vida social. Reforcemos lo dicho con palabras de Goffman, “Al fin, nuestra concepción del rol llega a ser una segunda naturaleza y parte integrante de nuestra personalidad. Venimos al mundo como individuos, logramos un carácter y llegamos a ser personas”. (Goffman 1959, p. 13). Esto quiere decir que no hay persona más allá de la actuación, de la puesta en escena.

En nuestra sociedad según Goffman, se hace de manera más clara esta estrecha relación entre individuo y personaje, o persona, en nuestro caso denominaríamos sujeto; siendo

mucho más evidente como estamos argumentado hasta este momento, en el caso de Facebook, en donde la construcción del individuo se hace en un alto grado consiente entre los sujetos que sabes y proceden en consecuencia, en sus puestas en escenas virtuales. En términos de Goffman diríamos que se hace necesario que examinemos al individuo como personaje.

El personaje que uno representa y el «sí mismo» propio se hallan, en cierto sentido, en pie de igualdad, y este «sí mismo»-como-personaje es considerado en general como algo que está alojado dentro del cuerpo de su poseedor, especialmente en las partes superiores de este, constituyendo de alguna manera un nódulo en la psicobiología de la personalidad (Goffman 1959, p. 138).

Es decir, para nuestro caso, caber recordar que nunca hemos podido, ni podemos desligar la construcción del sujeto de su cuerpo, ya que el cuerpo es la materialización, la incorporación en el cuerpo de la subjetividad. De forma tal que la puesta en escena en el Facebook no es sólo una representación de sí mismo sino una construcción en el marco de la puesta en escena de sí mismo. El rol de un sujeto no es o no se desarrolla en soledad, siempre es en presencia de otro, en el marco de relaciones sociales jerarquizadas y tipificadas, es decir, del estatus del sujeto en cuestión, lo que supone que, de acuerdo con éste, el individuo puede desempeñar varios roles, papeles o guiones como se evidencio en la red social Facebook. En aras de ser preciso con los conceptos conviene citar las palabras de Goffman, se debe entender el rol social “como la promulgación de los derechos y deberes atribuidos a un status dado, podemos añadir que un rol social implicará uno o más papeles, y que cada uno de estos diferentes papeles puede ser presentado por el actuante en una serie de ocasiones ante los mismos tipos de audiencia o ante una audiencia compuesta por las mismas personas” (Goffman 1959, p. 11).

El escenario, la fachada, el personaje y el rol son puestos en escena mediante el cuerpo de los individuos de manera simultánea en el acto de la actuación, en presencia de otros, es decir, el auditorio o la audiencia; todo ello hace parte de la realidad social en la que se desenvuelve la vida cotidiana de los sujetos. En este marco Goffman entiende la actuación como,

“puede definirse como la actividad total de un participante dado en una ocasión dada que sirve para influir de algún modo sobre los otros participantes. Si tomamos un determinado participante y su actuación como punto básico de referencia, podemos referirnos a aquellos que contribuyen con otras actuaciones como la audiencia, los observadores o los coparticipantes. La pauta de acción preestablecida que se desarrolla durante una actuación y que puede ser presentada o actuada en otras ocasiones puede denominarse «papel» (parí) o «rutina (Goffman 1959, p.11)

Ahora bien, para que las actuaciones, en las que se presentan los cuerpos de los sujetos sean convincentes, debe tener una serie condiciones en su realización; en la capacidad que tenga el actuante de personificar su rol y el guion derivado de este. Se debe generar una especie de conexión con el auditorio para que esta sea tomada en serio y ser de alguna manera significativa, es por ello por lo que Goffman insiste que, “si la actividad del individuo ha de llegar a ser significativa para otros, debe movilizarla de manera que exprese durante la interacción lo que él desea transmitir. En realidad, se puede pedir al actuante que no solo exprese durante la interacción las capacidades que alega tener, sino que también lo haga en forma instantánea. (Goffman 1959, p. 19)

En el marco de la teoría del performance social, hay un aspecto de la actuación que es muy importante, no sólo para esta sino ante todo para los intereses investigativos de la actual disertación, estamos hablando de la autenticidad, en otras palabras, de cómo se construye una versión de sí mismo que tenga lo que hemos denominado el efecto de autenticidad. Para lo cual se debe tener algunas condiciones de la puesta en escena, para Goffman “Cuando un individuo desempeña un papel, solicita implícitamente a sus observadores que tomen en serio la impresión promovida ante ellos. Se les pide que crean que el sujeto que ven posee en realidad los atributos que aparenta poseer, que la tarea que realiza tendrá las consecuencias que en forma implícita pretende y que, en general, las cosas son como aparentan ser”. (Goffman 1959, p, 12). Aquí hay un elemento muy importante para que el efecto de autenticidad ocurra, éste consiste en que el auditorio le de credibilidad a la actuación de los sujetos, este se mantendrá a no ser que el actuante pierda la credibilidad, es decir, que en algún momento la audiencia considere que el

actuante no hace una puesta en escena convincente. De forma tal que la autenticidad en términos de performance no está de la mano de cierta ontología del sujeto, sino en la fuerza, convencimiento dramático de la actuación, así como de la credibilidad que la audiencia deposita en la actuación. Más adelante el autor continuo, “De acuerdo con esto, existe el concepto popular de que el individuo ofrece su actuación y presenta su función «para el beneficio de otra gente». Sería conveniente iniciar un examen de las actuaciones invirtiendo el problema y observando la propia confianza del individuo en la impresión de realidad que intenta engendrar en aquellos entre quienes se encuentra” (Goffman 1959, p. 12).

Ahora bien, un elemento muy importante a tener en cuenta en el marco de esta tesis es que, para llevar a cabo la actuación por parte del sujeto, este puede seguir dos caminos; “En un extremo, se descubre que el actuante puede creer por completo en sus propios actos; puede estar sinceramente convencido de que la impresión de realidad que pone en escena es la verdadera realidad” (Goffman 1959, p. 12). Complementando lo anterior se diría que “Cuando el individuo no deposita confianza en sus actos ni le interesan mayormente las creencias de su público, podemos llamarlo cínico, reservando el término «sincero» para individuos que creen en la impresión que fomenta su actuación”. (Goffman 1959, p. 12). Pero independiente de esta actuación y la fuerza dramática que se podría exponer por parte del sujeto y la posible correspondencia que se presentara entre la actuación y “el verdadero sí mismo”, este aspecto no sería el más decisivo, puede darse casos que aunque haya sinceridad por parte del actuante este no pueda convencer al auditorio, por lo que se juzgaría como no auténtica en esa medida para Goffman afirma “Los actuantes pueden ser sinceros —o no serlo pero estar sinceramente convencidos de su propia sinceridad—, pero este tipo de sentimiento respecto del rol no es necesario para que la actuación sea convincente (Goffman 1959, p. 39)

3.2.1 Roles y personajes

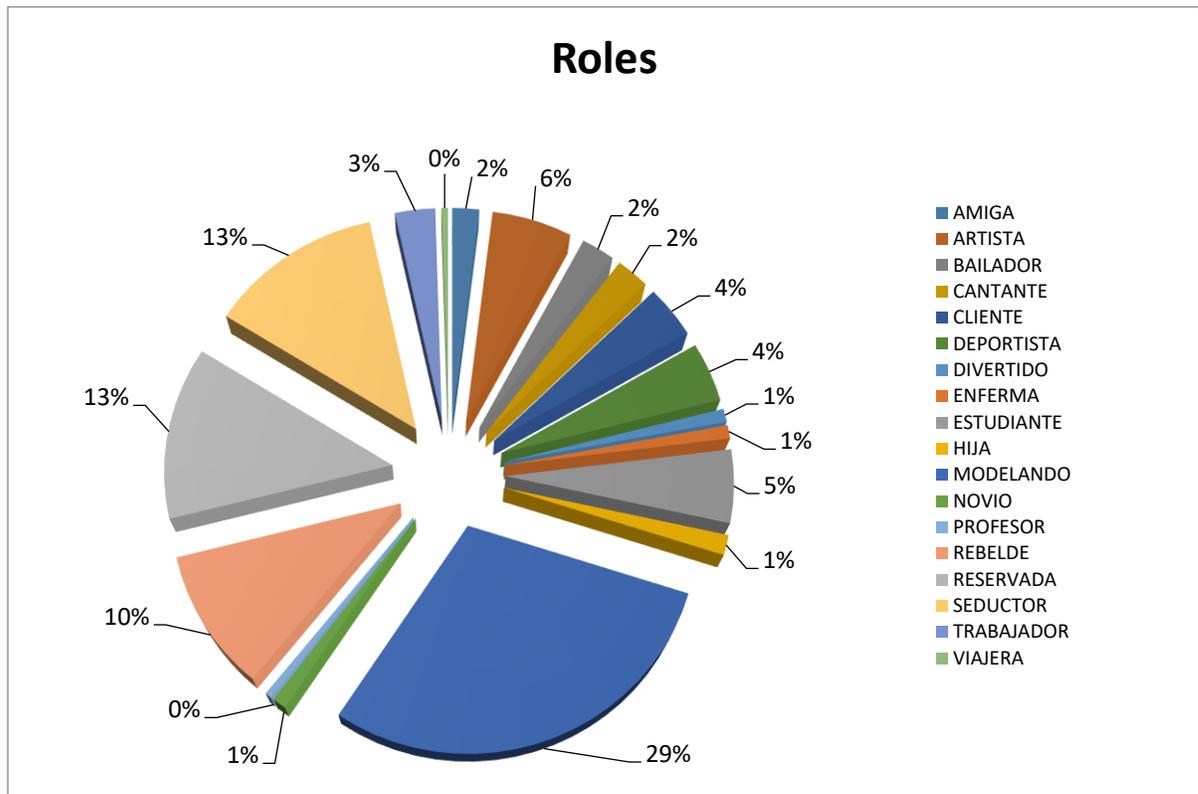
Cabe aclarar antes de comenzar, que cuando hablamos aquí de actuaciones y roles en el marco de Facebook, estamos conscientes que éste es construido por una multiplicad de máscaras para utilizar una categoría utilizadas por Calderón (2011), que incluye todos los datos proporcionados por el sujeto en la construcción de su presencia corporal virtual. Para

el autor hay una correspondencia del sujeto con la cimentación de su perfil, con mantener una mayor referencialidad con su yo fuera de línea de las máscaras que hacen alusión a la edad, nombre y lugar de residencia; así como a las relativas a preferencias y gustos. Por el contrario, en su estudio evidencia como “Estilos de conducta, por su parte, muestra un doble comportamiento, es decir, que notoriamente admite máscaras repetidas y máscaras contradictorias; lo que nos hace pensar que estamos ante una categoría controvertida. Lo mismo sucede con las respuestas, evasivas, vagas, genéricas o anecdóticas” (Calderón 2011, p. 17). Allí el autor encuentra una característica particular en la que coincidimos en este estudio en relación a el efecto de autenticidad que se puede identificar en las construcciones subjetivas que realizan los individuos, en donde efectivamente se dan procesos de edición, no en toda la construcción subjetiva, sino en ciertos aspectos que el individuo tiene más libertad de agencia para metamorfosear y de buscar a través de la idealización de sí mismo, una cierta empatía con la audiencia que espera que el individuo apele a estas máscaras que recrean estereotipos deseables, máscaras expresivas que pasan especialmente por los cuerpos escenificados de Facebook, en los que el control de su impresiones son más rigurosamente cuidadas.

Ahora bien, vamos a comenzar dando cuenta de unas tendencias cuantificables de estas personificaciones de los individuos a partir del análisis formal de las fotos de ellos mismos y posteriormente haremos un análisis más completo del todo el perfil y de las entrevistas realizadas como hemos procedido hasta el momento. Es así, como en las puestas en escena se evidenció una heterogeneidad de roles asumidos por los cuerpos de los diferentes sujetos, no se pudo demostrar una tendencia clara, hacia un tipo particular de rol, pero son roles sociales que presentan cierto estatus, ciertos prestigios que merece ser nombrado y representado por los cuerpos en esta red social. A su vez, como lo decía Goffman, se pudo comprobar, a pesar de que, cada sujeto asumía diferentes roles en la red social, no eran excluyentes uno de otros, por el contrario, podían ser fácilmente identificables en las disímiles facetas en las que los sujetos se exponían a sí mismo ante otros en sus diversas rutinas diarias.

A pesar de ello, hubo tres roles principales, que pueden ser de alguna manera atribuidos a los sujetos estudiados en tanto que hace parte de su condición de moratoria social, así como un rol que de alguna manera es adjudicado a cierto statu social o personalidad

deseable. El primer rol en porcentaje es modelando con un 29%, en la que el sujeto se esfuerza por mostrar la mejor cara, en la que es consiente que está posando para ser visto y admirado por otros en una relación clara con la lente de la cámara. Otro rol asumido de manera importante es el de un cuerpo que actúa como rebelde, con un 10% del total de las fotos analizadas, rol que es propio de esta moratoria social, de la condición de ser joven. Finalmente, está el rol de reservado(a) ocupando un 13% de las fotos en las que los sujetos corporizan su existir en la red social Facebook.



Grafica 6. Roles. Fuente propia encuesta en línea. Fuente propia encuesta en línea 2016

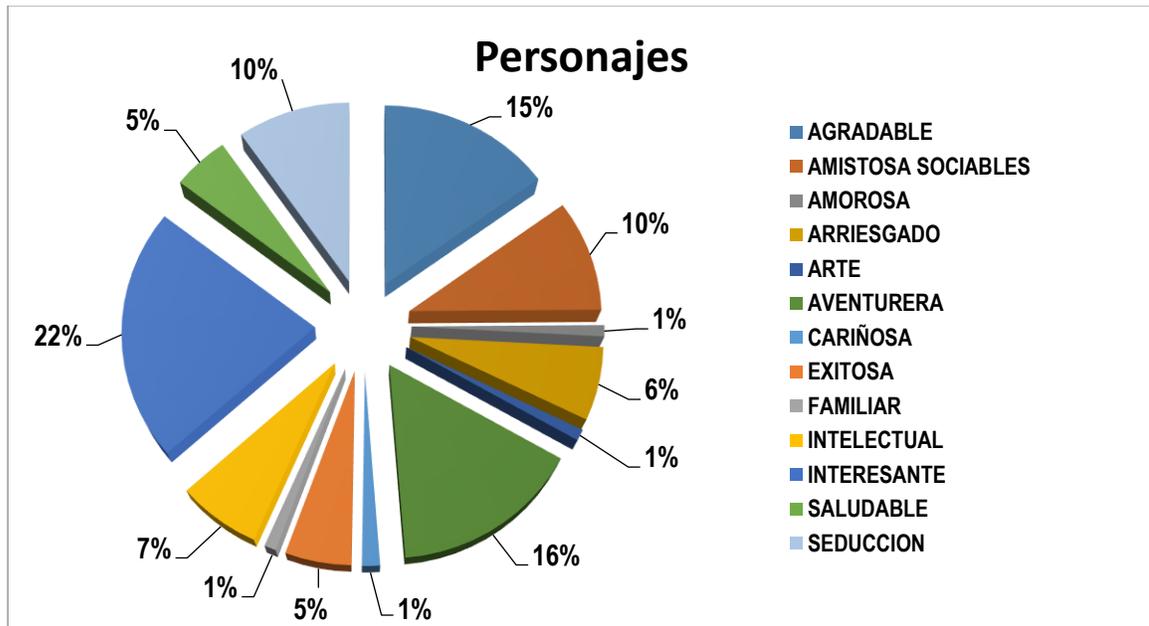
Fotografía 3 Roles sociales



Fuente: internet – Facebook. Creación propia 2016

No se quiere decir con estos resultados básicos del análisis formal de las fotografías y las encuestas en línea, que los sujetos generen una construcción corporal guiada por la puesta en escena de un personaje coherente y permanente. Por el contrario, la observación total de los perfiles y las entrevistas a profundidad, lo que mostraron es como los sujetos gracias a las posibilidades técnicas de la mediación asumen de manera permanente múltiples cuerpos y por ende personajes, muchas veces contradictorios en su existir, esto gracias es ese control mucho más amplio de las impresiones que se trasmite o se puede dejar. Así mismo estos cuerpos están tras la búsqueda de idealizaciones, de la representación de personajes no para el presente sino para un futuro dislocado del aquí, con una audiencia difusa, que hace precisamente que aparezcan identidades mosaicos, diríamos aquí también cuerpos mosaicos. Hallazgo que de manera similar se presentaron en otros estudios (Caron 2012; Puche, 2012; Sánchez 2010; Di prospero, 2011).

Buena parte de las personificaciones analizadas tienen su sustancia en los autorretratos, es decir, la forma en que los sujetos se presentan a sí mismo, esto como lo muestra Rueda (2012), a partir de una amplia gama de posibilidades técnicas que están en mano de las personas, en la medida en que la fotografía ya no depende la mano experta sino de los intereses subjetivos de quien se auto retrata. El cuerpo como portador de imágenes de sí mismo (Belting 2012), es fotografiado de manera sistemática en la red Facebook. En ese contexto encontramos cuerpos que se exhiben, que se muestran en rutinas cotidianas, en sus espacios cotidianos, pero también en lugares exóticos y distinguidos, acompañados de otros cuerpos cercanos (familiares, amigos, pareja). Cuerpos en su mayoría sin sufrimiento y ostentando ideales de belleza. Es un cuerpo que siempre está ocultando algo de sí, pero que por otro lado siempre lo acompaña una máscara no para ocultar, no para tergiversar, sino para propiciar la interacción social, es decir, para dejar una impresión de sí (Belting, 2012). Pero para ello los cuerpos tiene que encarnar máscaras, como las que aquí hemos nombrado (edad, sexo, ocupación, etc.) mascararas socialmente aceptadas.



Grafica 7. Personajes. Fuente propia encuesta en línea 2016

Los datos derivados de los perfiles nos muestran que el mayor porcentaje, 22%, de los sujetos les gusta asumir el personaje de “interesante”, este está asociado con deseable y sexy, que también alcanza un alto porcentaje 10%. Si sumamos estos dos porcentajes nos da 32%, en el que las personas asumen personajes y roles para atraer a otros usuarios. Pero si también relacionamos estas dos puestas en escena con la segunda de mayor porcentaje 15 % que corresponde a un rol de un sujeto con un cuerpo agradable, se alcanzaría un 47 % del total de las fotos analizadas en donde las construcciones subjetivas están encaminadas a mostrarse a los otros con la intención de representarse atractivos y deseables. Finalmente, los análisis de las fotos nos muestran a los sujetos asumiendo un personaje de aventurero y arriesgado con un 16 %, que si quisiéramos seguir extendiendo la línea significativa dominante, estaría en el mismo sentido, es decir, mostrarse atractivo y nos daría un porcentaje del 63 %. Por lo que indudablemente esta directriz de actuación marco tendencia en los personajes asumidos por los estudiantes analizados. Ahora bien, esta conclusión no es sólo derivada de la observación de los autorretratos de los sujetos estudiados, sino que, en el marco de las entrevistas, a profundidad, se vio que este aspecto es muy importante, así por ejemplo tenemos “¡Mm admiración! Esa calidez y amabilidad que hablábamos al principio, como que la gente diga uy tan chévere este man, me gustaría conocerlo o que bueno sería compartir con él, si como admiración, curiosidad que tal vez

quisiera conocerlo a uno y también profesionalismo que lo vean muy profesional en lo que hace así muy serio” (Manuel entrevista 2016) una respuesta en el mismo sentido se presentó en el testimonio de Adriana, quien en su perfil de Facebook figuraba como soltera pero no lo era en su vida fuera de línea, pero lo quería mantener de esa forma ya que cuando se preguntó el porqué de está “tergiversación” nos dijo “porque tampoco me interesa digamos que eso es un juego inteligenteL: si, porque para atraer gente del sexo opuesto o por... A: no pues sí, como para tener más libertad o algo así, en cambio si uno entra y mira hay está en una relación posiblemente me deje de hablar o algo así, prefiero como no, como tener más libertad para yo decir que quiero” (Adriana personal 2016)

Fotografía 4 personajes



Fuente: internet – Facebook. Creación propia 2016

Para personificar una máscara atractiva, en muchos casos está se acompañada de mercancías de consumo como lo manifestó Jeison, “tengo unas gafas de punk y por qué yo monto cicla y le vi a un amigo que monta cicla y se le veía muy bien y me las compre y pues quiero ver la cara que hacen todos en la calle cuando monto cicla y llevo las gafas y me la acababa de comprar y pues ahí fue la foto de perfil” (Jeison entrevista 2016). Bajo otra lógica pero con el mismo sentido de mostrar una personificación atractiva hacia los demás, Manuel nos informa que esta estrategia no es solo de él, sino que es algo que es recurrente en la red Facebook y que él la ha podido observar en diferentes perfiles hay gente “que si hace lucir sus perfiles muy profesionales y tiene una estética muy propia

muy profesional e intentó y creo que aun la sigo buscando el tema es más como que la gente utiliza muchos filtros y aplicaciones y eso las hace parecer más profesionales” (Entrevista a Manuel 2016). El mostrarse atractivo en la red Facebook, para algunos sujetos pasa por varios elementos estratégicos, entre ellos el utilizar filtros y programas de edición de imagen que ya hemos nombrado y que retomaremos como una estrategia constante entre los individuos de los procesos de idealización aquí desplegados.

Ahora bien, es indudable que un elemento importante en la construcción subjetiva de los individuos Facebook, es el de auto representarse con unos cuerpos que deberían ser atrayente para los demás. Ese ser seductor permite tener mayor popularidad, reconocimientos y por ende tener número de amigos mayor; de allí que no sea en vano que se presente de manera sistemática este ideal. Como lo testimonia Heidi *“Antes sí ahora no porque en tunas me vincula con mucha gente que no conozco entonces se crean muchas relaciones y redes y pues por Facebook conseguí muchos contactos para festivales nacionales e internacionales por eso digo que lo utilizo como una herramienta, ahora no publicó tantas cosas tan íntimas”* (Heidy entrevista 2016). Pero nuevamente ese anhelo de mostrarse agradable “se ve constreñido por las exigencias de autenticidad y el miedo a causar decepción en un encuentro cara a cara. Eso puede provocar una discordancia entre la realidad y la imagen fotográfica que presenta el usuario” (Puche 2012, p, 10). Ahora bien, como lo hemos mostrado aquí, esa idealización corporal, un tanto exagerada de sí mismo, lejos de ser objeto de sanción social, es no sólo aceptada sino legitimada en tanto que es de alguna manera una exigencia del auditorio, no sólo en el escenario del Facebook, sino en todas las puestas en escena como lo presenta Goffman. Una exigencia que por otra parte permite cierto grado de idealización, en la medida que los sujetos tienen claro que la puesta en escena de los cuerpos y las subjetividades, antes que ser una realidad de facto virtual, es una promesa, una promesa que está alimentando de manera permanente por el contacto con los sujetos en línea, es decir, si se deja de ser encantador, si el cuerpo no es seductor, el auditorio pierde interés, se acaba la promesa. Esta estrategia ha sido hallada en otros estudios (Puche 2012 y Rueda 2012). Por ello para Manuel es importante el que lo perciban atractivo, esto se manifieste en la cantidad de aceptaciones que se evidencien en la red *“ehh sentirse bien con uno mismo decir no mira que le agrado a la gente mi manera de ser lo que yo publico le gusta a la gente y si*

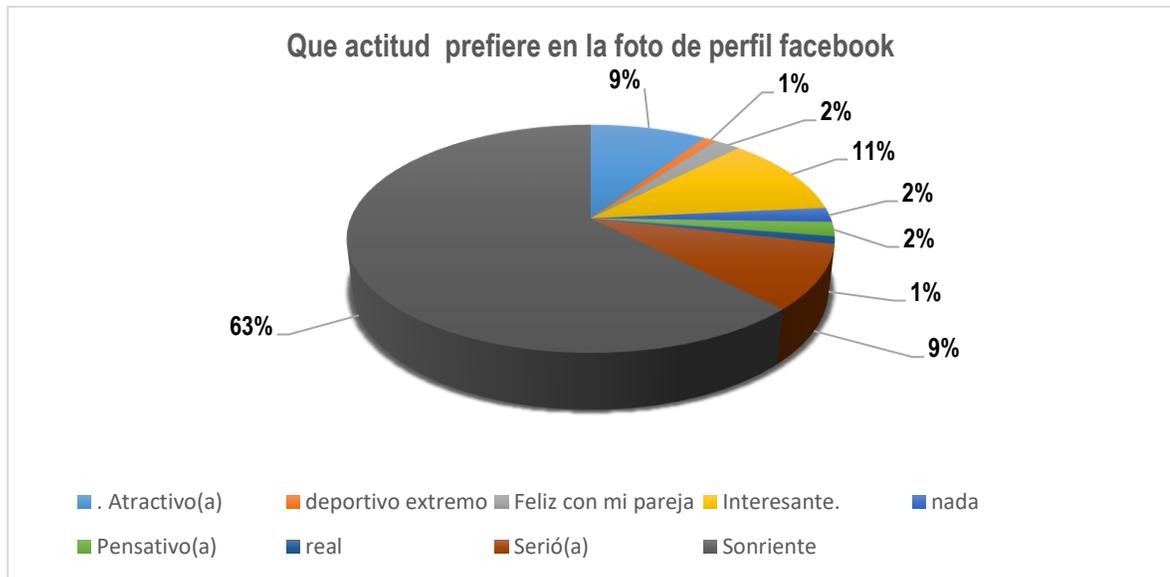
cuando uno tenía muchos likes en la foto uy como quedé bien ahí, una cosa, así como por ese lado” (Manuel entrevista 2016). Así sea que los cuerpos de los sujetos se expongan poco, esto no quiere decir que ellos no se esfuerzen por mantener una buena imagen.

“yo publico muy pocas fotos de mí siempre son en grupo o de algún festival y si son más son las de perfil son criterios que yo me vea bonita aceptable, esa foto fue de echo emmm la mayoría de las fotos bonitas son haciendo trabajos, esa también, pero estábamos en el estudio de fotografía y terminamos de tomar las fotos para el trabajo y ya que estamos aquí pues tomémonos fotos bonitas y ya así fue (Heidi entrevista 2016).

Esta personificación seductora, atractiva, interesante, etc., hace parte de un componente dramático importante desplegado por los actores sociales en sus diferentes personificaciones y consiste en que “En la representación ante el público también puede producirse una mistificación del actor, de tal modo que éste aparece con unas cualidades excepcionales, por encima de los actores normales. Implica, por tanto, el establecimiento de distancia social entre el actor y la audiencia”. (Puche 2012, p. 11). Sería no sólo una forma de idealización de sí mismo, sino mostrar un grado importante de distinción, de mostrarse distinguido y por ende rodearse en el marco de la actuación de un aura de importancia y “clase” (Bourdieu, 2002). Pero no sólo a los sujetos se les busca por ser atractivos en sus puestas en escena, sino que ellos hacen otro tanto en el momento de entablar relaciones como lo manifiesta claramente Adriana; “*lo que más me gustaba eran los grupos de música que habían, ósea decía como no se... Amantes del rock, entonces uno se metía y era como que otras personas se unía al grupo y todas las publicaciones eran acerca del tema, entonces eso me gustó” (Adriana entrevista 2016). De manera más clara y categórica lo dice el siguiente testimonio “digamos si una persona trabaja digamos no estudia o algo así ya como que le pierdo el interés porque básicamente a mí me gustaría una persona que digamos no estudie y que yo sé que estudie y se esté alimentando cada día de conocimiento, pero digamos si es una persona que sólo trabaja solo sale a fiestas o está en vacaciones no me parece como tan interesante” (Jeison personal 2016). O como lo muestra el siguiente testimonio que no solo se busca que la otra personificación sea*

atractiva para estar en contacto con ella, sino que eleva su aura de distinción con la estrategia de rodearse con “personalidades importantes” esperando a su vez entablar contacto con figuras prestigiosas “para mi es sano, me refiero en cuanto a la familia y que hoy en día me relaciono con varias figuras públicas, managers, bandas artistas de pronto alguien, unos artistas” (Manuel entrevista 2016).

Por otro lado, la forma de revelar sus cuerpos hacia los demás de manera atractiva y agradable, no sólo fue evidente en el marco de los perfiles analizados, sino de la población objeto derivado de los resultados de la encuesta online veamos la grafica



Grafica 8. Que actitud prefiere en la foto de perfil Facebook. Fuente propia encuesta en línea 2016

En la anterior grafica se quería indagar particularmente sobre la foto de perfil y como esta se escogía a razón de la actitud, cualidad o talante, que esta representaba. En ese orden de ideas, un alto porcentaje contestó 63%, que preferían mostrarse de manera sonriente y feliz, seguido de un 11 % y un 9% que buscaba exponer interesante y atractivo, nuevamente sumado las dos respuestas que son semejantes nos daría un 20 % de personas que manifestarían ser o revelarse de manera atractiva. Pero igual que en las fotos de perfil, el querer dejar una impresión de ser aventurero y arriesgado, con un 11 % hace parte de una personificación que es atrayente por lo que seguiría coincidiendo con los análisis derivados de las fotos y sumaría un 31% de las respuestas de los sujetos. Por

supuesto el mostrarse sonriente con el 63% no escapa a esa intención, en este caso, agradable hacia los demás, por lo que se confirma lo argumentado hasta el momento en los dos escenarios empíricos analizados

Como hemos reiterado este cuerpo atrayente en tanto promesa e idealización de sí mismo, que apela a múltiples roles y personificaciones, no sólo está basado en una decisión personal en las diferentes actuaciones, sino que “La personificación que hacen los individuos en cada puesta en escena de sus cuerpos, la identidad del sujeto es configurada por sus redes de pertenencia a través de una continua negociación entre el yo individual y sus diferentes audiencias, a las cuales tiende a adaptar la interpretación de roles sociales específicos, de acuerdo con el enfoque dramático de la interacción social” (Caro 2012, p, 8). Este hecho fue ampliamente comprobado en el seguimiento sistemático que se realizó a los perfiles de los individuos en los que se veía como los sujetos de manera permanente escenificaban sus cuerpos y sus rutinas; y si una de estas era objeto de muchos comentarios o muchos likes, las personas dejaban esta personificación de sí mismo más tiempo o posteriormente publicaban autorretratos similares. Esto supone además en una redefinición de los roles y los personajes, ya que estos dependen de las diferentes interacciones sociales que se establecen en este espacio virtual, de forma tal que de manera permanente los individuos deben gestionar nuevos repertorios dramáticos, para no pasar de moda, para mostrarse activos e interesados en lo que la red y ellos mismos produzcan. Manuel declaraba *“ehh algunas como que me hacen sentir como orgulloso hoy en día me hacen sentir como más orgulloso de cosas que he logrado o la actividad que desarrollo es como mostrar lo que uno hace o porque lo hace, como validar un poco validarse a uno mismo creer en uno mismo como validarlo de alguna manera (Manuel entrevista 2016)*. Finalmente, Facebook se convirtió en eso, como una vitrina de lo que se hace y es ahí donde se valida o se castiga *“es como por ego yo creo que uno por inflarse el ego y tiene mucho que ver con el tema de los likes y la vaina entonces los likes son como para inflar el ego de las personas, es una cosa que es tonta, pero uno termina cayendo en la trampa a veces de tener muchos likes y ser como muy famoso entre comillas hay de sentirse aceptado socialmente” (Manuel personal 2016)*. Si compartimos la idea de que Facebook es una vitrina, los productos (cuerpos y subjetividades) tienen que estar siendo renovados, las mercancías viejas pasan de moda y no llaman la atención del público, así como hay momentos en los que los productos ofertados en la vitrina no

gustan son rechazados, de allí que los productos en la vitrina que más likes tengan llenan de orgullo a sus dueños que los han creado.

Quisiéramos terminar este apartado sobre los personajes con dos citas de textos que concuerdan con lo expresado en este trabajo entorno a la posibilidad de mutación constante, yuxtaposición y de reciclaje con las que los cuerpos de los sujetos encarnan diferentes personajes, de acuerdo con las audiencias, a las idealizaciones de sí, al mostrarse exitoso y atractivo para otros. En esa medida estamos de acuerdo con que, en prácticamente cualquier plataforma on-line se puede sostener más de una identidad al mismo tiempo. Así es posible tener varios personajes que reflejen distintos rasgos de nuestra personalidad, según las funciones que tengamos para ellos: el que quisiéramos ser, el que podríamos ser, el que nos da vergüenza ser en nuestra vida off-line (Gil 2010). Mutación constante que demanda bastante trabajo, por lo que ratificamos como desplegaremos en el siguiente capítulo, la puesta en escena de sí mismo con la creación de máscara y personajes como aquí hemos mostrado, constituye una práctica de sí, que supone un trabajo sistemático sobre sí mismo, en este caso virtual. Por eso cuidamos nuestros personajes en red; tienen una función muy clara dentro de esa sociedad on-line, y su construcción y mantenimiento exigen un tiempo y un esfuerzo que no estamos dispuestos a perder creando algo que no nos gusta, o haciendo desaparecer el personaje (Gil 2010)

3.2.2 Actuaciones

En la misma línea encontramos, lo que aquí hemos denominado genéricamente como actuación, en la que los sujetos analizados hacen una puesta en escena que recoge un personaje típico con el que se quieren identificar, pero para lo cual acopian más elementos del performance social, tales como el escenario y las fachadas arriba mencionadas. En este momento sale a la escena rasgos parecidos a lo anterior denotando ciertamente coherencia de los sujetos en sus construcciones subjetivas lo que le proporciona un mayor efecto de autenticidad. El porcentaje más alto nuevamente se lo lleva las actuaciones relacionadas con la actitud corporal de modelar de los sujetos con un 23% de las fotos analizadas en las que se puede evidenciar esta actitud de los individuos, seguido muy de

cerca con una actuación que pretendía mostrar al individuo como seguro de sí mismo, con el 13% de las fotos en esta actitud. El modelar y mostrar seguridad hacen parte del mismo paquete de la actuación en la que en sujeto se exhibe para ser admirado. Le siguieron con un 12% las fotos en las que las personas se muestran sonriendo, siendo esta una actuación que generan significado felicidad, también asociado a modelar; por lo que se encuentran muy cercanas estas dos actuaciones anteriores. A continuación, el siguiente porcentaje en las fotos son las de mostrarse divertido por supuesto muy unido la anterior con una connotación de felicidad o feliz con un 11%. Finalmente, un porcentaje importante arrojado por la encuesta con un 10% tenemos la actuación de seducción. Como se verán estas actuaciones están en el marco de estereotipos muy comunes en esta red social, en la que como estamos mostrando, se podría decir que guía de manera importante la constitución del sujeto, aunque no de forma evidente, sino más bien como un subtexto. En general uno puede identificar una intención por mostrar una vida feliz, sin conflictos, sin problemas, disfrutando de la vida. Pero este es el resultado de varias actuaciones roles y personificaciones.



Grafica 9. Actuaciones. Fuente propia encuesta en línea 2016

4. Idealizaciones, mistificaciones y tergiversaciones.

Este capítulo es la continuación del anterior, que dada su extensión como se explicó en la introducción, se vio la necesidad dividirlo, siendo esta segunda parte por un lado la continuación del análisis de la puesta en escena del modelo del performance social de Goffman. Pero, por otro lado, no se trata meramente de una continuación cuantitativa, sino que, en esta parte de la tesis, se va a hacer un mayor énfasis en la interpretación propiamente de los datos hallados en el trabajo de campo con el fin de ir dando respuesta a los objetivos de la tesis. Por otro lado, en este capítulo se presentarán las conclusiones parciales de la tesis en relación con el modelo de la puesta en escena que no sólo nos permite entender la construcción subjetiva y corporal en el Facebook, sino que él permitirá entender cómo se logra el efecto de autenticidad. Para concluir, este capítulo mostrará como la puesta en escena, pero ante todo la idealización en el marco de la autenticidad, son elementos constitutivos de las prácticas de sí en tanto prácticas empresariales de sí que desarrollaremos en el siguiente capítulo.

Es muy importante en el marco de la teoría de la puesta en escena que aquí hemos desplegado para analizar por medio de las fotos, las imágenes y las auto representaciones, las puestas en escena de los cuerpos de los sujetos en la red Facebook; indagar un componente vital dentro de nuestro modelo conceptual; se trata de la idealización, la mistificación y la tergiversación, propuestos por Goffman en el marco de la actuación. Decimos que es vital ya que en ellos se puede poner en evidencia no únicamente los elementos dramáticos, sino que llegamos de manera más evidente a las mediaciones socioculturales que subyacen a las diferentes puestas en escena. Es allí donde es más claro el componente contextual, efectivamente cultural, que da sentido y significado a las fotos con los que los individuos dotan a sus exposiciones públicas en esta

red. Antes de comenzar con lo hallado en el trabajo de campo, conviene como hemos procedido hasta ahora, hacer precisión de tipo conceptual a la luz de la teoría de Goffman.

Cabe comenzar diciendo, que la idealización en la actuación no es ni de lejos atípica, por el contrario, no sólo es recurrente, sino que podríamos decir que es constituye de la misma, es así como dentro del marco del enfoque performance se entiende que, “La tendencia de los actuantes a ofrecer a sus observadores una impresión que es idealizada de diversas maneras. El concepto de que una actuación presenta un enfoque idealizado de la situación es, por supuesto, bastante común” (Goffman 1959, p. 21).

Pero la idealización en la actuación va mucho más allá de una mera estrategia del actor, se trata por el contrario de una manera de ser “mejor”, a través de ella el individuo se forja, se edifica así mismo. “Si no tratáramos nunca de parecer algo mejor de lo que somos, ¿cómo podríamos mejorar o «formarnos desde afuera hacia adentro?», no es solamente una acción del individuo sobre sí mismo y su cuerpo, dicha estrategia está cimentada socialmente y se reproducen en el seno de las sociedades jerárquicas, de la mano de diferentes organizaciones y estamentos institucionales.

“Y el mismo impulso para mostrar al mundo un aspecto mejor o idealizado de nosotros mismos encuentra una expresión organizada en las diferentes profesiones y clases, cada una de las cuales tiene hasta cierto punto una jerga o pose que la mayoría de sus miembros asumen inconscientemente pero que produce el efecto de una conspiración destinada a obrar sobre la credulidad del resto del mundo” (Goffman 1959, p. 21).

Entonces, no sólo esta idealización es incorporada en la vida social del sujeto, sino que hace parte de la credulidad, del aquí llamado efecto de autenticidad con la que pretendemos dotar de sentido a las actuaciones en Facebook. Entonces, cuando se trata de determinar la manera como se lleva a cabo el performance en Facebook, no se debe juzgar como artificiosa o mentirosa la actuación de los cuerpos escenificados de los sujetos analizados, cuando se tiene la seguridad a todas luces que es una escenificación de sí mismo con claros elementos dramaturgos de idealización, esto debido a que *cuando* “el individuo se presenta ante otros, su actuación tenderá a incorporar y ejemplificar los

valores oficialmente acreditados de la sociedad, tanto más, en realidad, de lo que lo hace su conducta general. En la medida en que una actuación destaca los valores oficiales corrientes de la sociedad en la cual tiene lugar” (Goffman 1959, p. 21). La idealización es celebrada en la actuación por parte de la audiencia, entonces están lejos de considerarla como una conducta moral inapropiada o que merezcan ser rechazada como falsa, por el contrario, por ejemplo, una ceremonia es una actuación típicamente idealizada en la que la sociedad reafirma y fortalece los principios y valores de la comunidad de esta manera este posible sesgo se celebra por parte de la audiencia. “Quizás el elemento más importante de la dotación de signos asociada con la clase social consista en los símbolos de estatus, mediante los cuales se expresa la riqueza material”. (Goffman 1959, p. 22)

Se podría decir que hay una estrategia en la actuación que es evidentemente sancionada por parte del auditorio y el que Goffman denomina como **tergiversación**, comprendida como “mentira «manifiesta», «categórica» o descarada aquella en la que puede haber pruebas irrefutables de que el autor sabía que mentía y que así lo hizo premeditadamente”. Y más adelante continúa con la forma en que es sancionado el actor que es descubierto infraganti en la mentira en el proceso de la actuación “Aquellos que son sorprendidos en el acto de mentir descaradamente no solo se desprestigian durante la interacción, sino que pueden perder para siempre su prestigio, porque muchos auditorios sienten que, si un individuo es capaz de decir tal mentira, nunca más se deberá confiar totalmente en él” (Goffman 1959, p. 35). De forma tal que el sujeto debe cuidarse mucho de caer en esas mentiras manifiesta so pena de perder credibilidad y quedar desprestigiado. Este elemento salió a relucir en el marco de las entrevistas a los sujetos cuando ellos en algún momento de su puesta en escena eran descubiertos en la mentira manifiesta y otro desde un comienzo se cuidaban de no caer en ellas precisamente por las sanciones que esta desencadenada.

Finalmente un elemento muy importante que se tomó para dar cuenta de las actuaciones de los jóvenes en Facebook es el del control expresivo que se realiza durante la puesta en escena; esta estrategia se sigue como mecanismo de darle o pretender darle, un cierre semántico a la actuación, “En respuesta a estas contingencias de la comunicación, los

actuantes intentan por lo general ejercer una especie de responsabilidad sinecdóquica⁷, asegurándose de que en la actuación tendrá lugar la mayor cantidad posible de sucesos de menor importancia”(Goffman 1959, p. 30). Es decir, que en la actuación el cuerpo y sus expresiones tanto faciales como corporales no se vean descuidadas de forma tal que puedan generar sentidos indeseados. Esto se debe en palabras del autor, a no transmitir impresión alguna o bien una impresión compatible y consistente con la definición general de la situación que se fomenta. Este control de las expresiones debe ser más riguroso en tanto que el auditorio pueda ser escéptico o tener alguna prevención frente la puesta que se está llevando a cabo (Goffman 1959)-

A demás, es importante mantener el control de las impresiones indeseadas en la actuación, no sólo con el fin de hacer una clausura semántica, sino tal vez lo más importante, es que como dice bien Goffman, hay que tener cuidado ya que las imperfecciones pueden denotar que toda la actuación es falsa. Incluso dice el autor que a pesar de que la audiencia “simpatizan con el actuante pueden ser momentáneamente perturbados, sacudidos y debilitados en su fe por el descubrimiento de una discrepancia insignificante en las impresiones que se les presentan. Sucede que algunos de estos accidentes menores y «gestos impensados» (Goffman 1959, p. 29). De esta manera los sujetos deben cuidar de manera sistemática de sus expresiones, evitando que un descuido en las mismas, le reste credibilidad y por ende autenticidad a la actuación que están desarrollando.

Vale la pena, sólo con fines ilustrativos, describir cuales son estas faltada de decoro o irrespeto hacia la audiencia o de incorrecciones en la que en ocasiones en la actuación pueden recurrir los actuantes, algunas de ellas indudablemente por la naturaleza virtual de Facebook y sus tecnicidades antes descritas, no son posible que se manifiesten en este ciberespacio, otras, por el contrario, podrían estar claramente presentes. Lo interesante es que ninguna de ellas se ve presente en las puestas en escena de los sujetos analizados, lo que fomenta la tesis de la idealización en las construcciones subjetivas. En primer lugar, está el perder momentáneamente control muscular de sí mismo por ejemplo dice el autor, se puede resbalar, tropezar, caerse; puede eructar, bostezar, cometer un lapsus linguae,

⁷ Figura retórica que consiste en designar una cosa con el nombre de otra, o la parte por el todo. En el caso de la puesta en escena, consiste en que el actuante tenga un control de la significación, en que haya como dijimos anteriormente un cierre semántico, propiciado por un control de los mensajes de la comunicación indeseado.

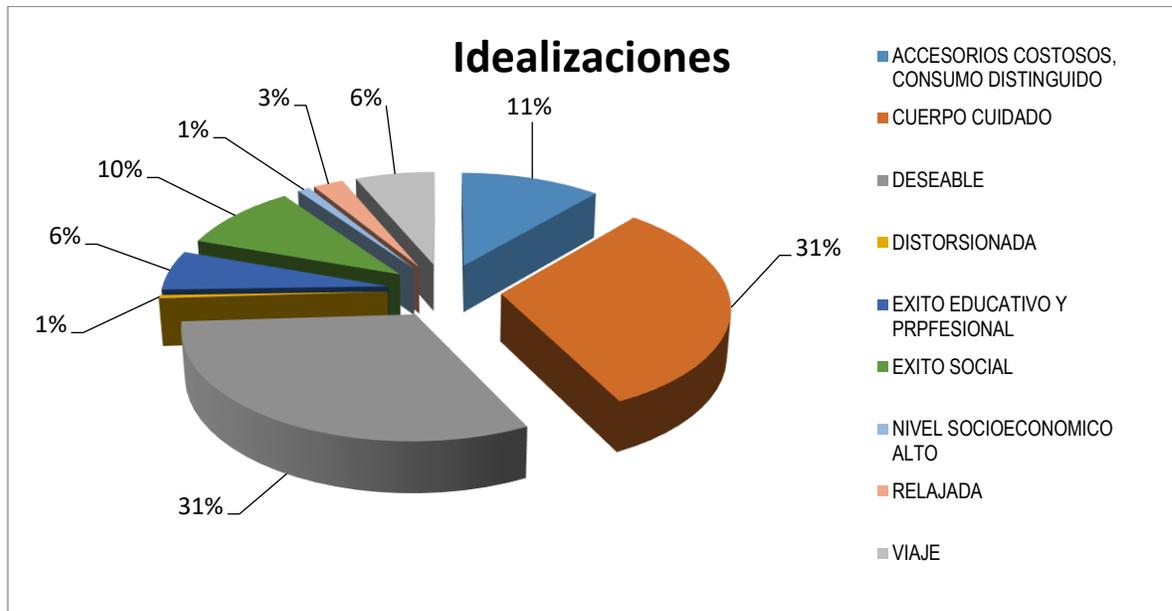
rascarse o tener flatulencias; puede, accidentalmente, chocar con el cuerpo de otro participante (Goffman 1959). Claramente muchas de estas no se pueden determinar fácilmente en el Facebook; por ejemplo, las que se producen en movimiento o aquellas fallas que producirían ruido. En segundo lugar, están las que se muestran demasiado ansioso por la interacción o desinteresado de ella. “Puede tartamudear, olvidar su parte, aparecer nervioso, culpable o afectado; puede tener inapropiadas explosiones de risa, ira u otras reacciones que momentáneamente lo incapacitan como interactuante; puede mostrar una participación o un interés excesivos, o demasiado superficiales” (Goffman 1959, p. 30) Estas fallas son más difíciles de identificar en Facebook, pero son susceptibles de ver la huella que estas podrían dejar en las fotos analizadas. En tercer lugar, el actuante puede permitir que su presentación adolezca de una adecuada dirección dramática. “Y el medio puede no estar en orden, o haber sido preparado para otra actuación, o haberse desarreglado durante ella”. (Goffman 1959, p. 30). Finalmente, para terminar esta introducción conceptual, cabe aclarar que una vez expuestos estos elementos constitutivos de la puesta en escena de los cuerpos, lo que procede nuevamente es poner a dialogar los supuestos teóricos con los datos empíricos recogido en el campo.

4.1 Impresiones.

Este apartado ya fue ampliamente desarrollado en las páginas anteriores, por lo que en este momento sólo es pertinente, recodar los recorridos analíticos que muestran el control corporal expresivo altamente inspeccionado en Facebook, que hace parte constitutiva de esta idealización en las actuaciones del individuo sobre sí mismo. En la medida en que este control expresivo va desde los aspectos más físicos del cuerpo, como el control de la postura, el ocultamiento de defectos, mostrar una expresión facial agradable, la exhibición de cuerpos bellos, atractivos, deseables; el no permitir la presencia de cuerpos en prácticas vergonzosas, o enfermos, o derruidos; pasando por la incorporación en el cuerpo de signos de prestigio, tales como la clase o el estatus o los consumos distinguidos; hasta llegar a encarnar en la puesta en escena valores sociales acreditados, como la felicidad, el éxito profesional, social afectivo, y económico. Y finalmente, es pertinente recordad como este control expresivo, va ligada de manera simultánea a exigencia de la audiencia y a una evaluación por parte de la misma, que juzgara el carácter auténtico de la misma a

partir de precisamente esta clausura semiótica que los cuerpos escenificados, exhibidos en medios de la actuación puedan producir.

4.2 Idealizaciones



Grafica 10. Idealizaciones fuente propia encuesta en línea 2016

Como hemos venido argumentando a lo largo de este análisis de los resultados de campo, la estrategia de idealización de sí mismo es fundamental en la puesta en escena, y no sólo como una proyección de los sujetos que se escenifican en el escenario virtual, que es lo más visible, sino que se le debe sumar la complacencia y complicidad de la audiencia con esta idealización. Es más, en términos estrictos, es casi una exigencia por parte de la audiencia que la actuación recurra a la idealización como un modelo legitimado socialmente. Complacencia de la audiencia que se ve reflejada en el testimonio de Adriana quien nos decía; “ósea la gente cuando sube fotos como que me gusta animarlas con sus fotos o si la gente viaja les comento como hay que chévere que la pases increíble o digamos si hacen algo especial entonces como ese tipo de cosas me gusta mucho” y más adelante continúan diciendo “o me gusta mucho ver a la gente como siendo muy famosa...no es la palabra es muy como como se dice... eso exitosa?” (Adriana entrevista 2016). Y concluye diciendo que “si exacto o sea o tengo otra que trabaja para las fuerzas aéreas y no sé qué entonces es como la periodista hay del noticiero y es como uy que

chévere no si te vuelves actor o lo que sea o sea todo ese tipo de fotos me gustan mucho que motiven hacer otras cosas” (Adriana entrevista 2016).

Como la puesta en escena de los cuerpos de los sujetos está acompañada de fachadas, roles y control expresivo, los individuos que evalúan las construcciones subjetivas de las otras personas en la red se fijan en estos aspectos para validar su éxito, su importancia y relevancia. En ese marco preguntamos a Jeison cómo se mediría si es exitosa si una persona es en Facebook *“eh digamos si publica cosas interesantes cosas de sus proyectos eh digamos cosas que ha hecho si tiene digamos algo en su red social un link digamos para poder ver lo que está haciendo digamos eso en cierta medida como una especie de entendimiento”* (Jeison entrevista 2016). Para que la idealización sea juzgada como agradable, o mejor para que una idealización sea aceptada, es decir, en términos de Facebook sería que se tenga muchos “likes” o acogido por un grupo cada vez mayor de amigos y conocidos, en el cuerpo debe estar incorporando consumos distinguidos y a su vez desligarse de contenido vulgares o de baja clase.

“Porque uno como joven sabe que una persona que vista con chaquetas de los luni toons con gorras uno dice no esté man es un ñero y pues la contraparte que uno ve personas que están viajando siempre, que siempre están bien arregladas uno ve que esta persona es de clase media o alta ahí uno mira la universidad más que todo porque nunca he visto personas que pongan la dirección donde vive no lo miro es más que todo por la universidad donde estudia o los estudios que ha realizado (Jeison entrevista 2016).

La complacencia de la audiencia frente a las formas idealizadas de puesta en escena va a acompañada también de sanciones, sobre aquellas subjetividades corporales que no siguen los cánones establecidos es así que Facebook *“es considerado como un territorio muy hostil se pone mal algo, digamos un error de ortografía y todo el mundo le va a caer a uno encima o alguna cosa o algo así o una foto que tenga algún error, entonces todo el mundo como uyy como se le ve de feo atrás esa base (Manuel entrevista 2016).* Ahora, no es sólo una realidad que uno vean en relación a sí mismo, sino que circulan en la red un

ejemplo de ello lo expresó Manuel; *“vi el perfil de un chino que lo dejó la novia y publicó muchísimas fotos llorando y así con la cara de mmmmy todo terrible y publicaba muchísimo “estoy vuelto mierda por ti” porque me dejaste, igual yo sabía que esto se iba acabar pero estoy muy triste y la portada y todo estaba llorando así tenaz y bueno eso también fue tema de discusión porque los comentarios decían como no sea bobo no publique eso”*(Manuel entrevista 2016). Esta complacencia de la audiencia con la idealización de la puesta en escena de los individuos en las redes sociales ha sido hallada en otros estudios como los de; Vega (2012) Di Prospero (2012) Gil (2010) y Puche (2012).

Por otro lado, la idealización hace parte de la intención de mostrarse deseable y bello, es por ello que la seducción debe desencadenar la creación del perfil como una promesa hacia futuros posibles encuentro en la continuación de la relación en el escenario off line (Di prospero 2012), que constituye ese continuo en el que se traza entre el mundo en línea y fuera de línea (Rueda 2015). En el mismo sentido, con Cáceres podemos identificar los estudios que nos dice que; *“Esta presentación permite mostrar una imagen deseable de sí mismo desde la que se aspira a ser percibidos y a partir de la cuál se reciben las respuestas de amigos y contactos, que permiten modificar y adecuar dicha imagen a cómo se quiere ser tratado”* (Cáceres 2009, p. 219). Situación que también en nuestro caso pudimos identificar con el testimonio de Heidy.

“sí, si lo he hecho más que todo físicamente a las fotos, me ha pasado cuando agrego personas en Facebook de la Universidad y digo como dios mío esa es la persona que acabo de ver en la Universidad jaja L: ¿y en qué sentido es diferente, mejor? H: si mejor, intentan igual que todos mostrar una mejor imagen propia, pero a veces exageran y cuando uno los ve de frente pues ya como que cambia” (Heidy entrevista 2016)

Pero vamos por partes, confines descriptivos, antes de seguir adelante con los testimonios, es pertinente mostrar lo que nos arrojó el análisis empírico de las fotos de perfil de la muestra examinada, en relación con las principales idealizaciones fomentadas desde las personificaciones, a través de los autorretratos de los cuerpos de los sujetos. En el primer lugar se encuentran con un 31% dos tendencias de las fotos que genera actuaciones en

donde se presenta embellecimiento de un cuerpo cuidado y de un cuerpo deseable. Lo que sigue confirmando la tendencia anteriormente descrita con relación a como las fotos de los sujetos en un alto porcentaje que buscan escenificar cuerpos y subjetividades atractivas, y seductoras. Le sigue con un 11 % idealizaciones que van de la mano con cuerpos que ostentan objetos suntuarios enmarcados en la lógica del consumo. Finalmente, seguido de cerca, tenemos con el 10 % construcciones subjetivas que intentan dejar la impresión de éxito profesional. Estas tendencias de mostrarse atractivo, no sólo se han evidenciado en esta tesis, sino que por el contrario ha sido observado en diversos estudios anteriores en donde los sujetos y sus cuerpos “en cierta forma aprovechan la libertad de crear una personalidad quizás más atractiva, intelectual, seductora o divertida, vinculada a las aspiraciones particulares. Estas creaciones individuales y aspiracionales para la mirada de los otros, y la propia, van a constituirse sobre todo” (Di Prospero 2011, p, 52)

Fotografía 5 Idealizaciones



Fuente: Internet – Facebook. Creación propia 2016

Comencemos ilustrando desde las entrevistas las motivaciones subjetivas de esta tendencia. El primer ejemplo es el testimonio de Adriana, quien nos dice sobre que fotos de perfil utilizar más, “para el caso las que a su juicio eran aquellas que, me veía bien jajaja eso es la razón o que me guste o que tenga algo chévere o algo para mostrar” (Adriana entrevista 2016). A su vez, Heidi al preguntarle sobre los rasgos de su cuerpo y el porqué de la forma en que muestra tampoco su cuerpo nos explicó;

“no, de hecho, pero si lo haría de pronto si es una foto bonita o una cosa especial o cosas así pero no así como hay vamos a subirla porque si, no L: que atributos tendría o tiene tu cuerpo en Facebook? H: yo creo que mi cara es como lo que más se resalta en las fotos L: ¿qué parte de tu cuerpo te gusta más en Facebook? H: los ojos L: ¿y por qué razón? H: porque son como achinaditos y a la gente le llama la atención eso” (Heidy, entrevista 2016).

La idealización del cuerpo pasa por supuesto por una cierta forma de fotografiarse, de un tipo particular de encuadre que permite resaltar cierta parte del cuerpo y ocultar otra que genera una imagen diferente de la que posee el sujeto off line *“yo creo que es por la fotografía que yo tengo solo aparece mis ojos y mi cara entonces la otra persona se imagina que soy flaco por decirlo así pero en realidad no lo soy” (Yeison entrevista 2016)* y más adelante nuevamente reitera *“yo creo que la primera impresión sería que soy una persona delgada pero no lo soy entonces yo creo que sería por eso” (Yeison entrevista 2016)*. Finalmente cabe citar el testimonio de Manuel que muestra de manera clara esta estrategia de mostrarse atractivo según los estereotipos *“cuando estaba haciendo gimnasio tomaba algo de medio cuerpo algunas semi desnudas, así como mostrando el pecho y eso ehhh ya estoy gordito ya no, no me tomo medio cuerpo o cuerpo entero pero vestido o de cara, generalmente como plano medio, no mentiras el de los hombros para arriba” (Manuel entrevista 2016)*.

No se trata solamente de cierta forma de ser bello o atractivo, sino de seguir ciertas estéticas estereotipadas. Así no sean éstas propiamente de belleza, pero que si recogen las expectativas sociales entorno a como los cuerpos deben moldearse o resaltar ciertos rasgos que se posicionan como deseables o poseer en contraposición algo que es legítimo mostrar.

“Si yo tenía una yo subí una como que mi cabello es esponjado es mucho entonces me toca ponerme la plancha entonces ese día me lo seque y quedo muy esponjado pues para mi me veía muy chistosa me tome una foto así y

esa fue mi foto de perfil creo que esa fue la foto que más likes ha tenido en la historia ósea era como ciento y pucha era demasiadas personas like pero la foto donde peor me veo, el peor día como recién levantada y foto de perfil y fue la sensación y dije como vee que loco, porque por eso te digo no es asunto de belleza sino que las fotos llaman la atención en algo por ejemplo hay fotos que la gente sube en viajes así tu salgas inmundo pero después de que tengas atrás el panorama Rio de Janeiro, ósea eso tiene 50 mil” (Adriana entrevista 2016).

Entonces no sólo se trata de mostrarse bella o bello, sino algo que resalte, que sea original, una impronta personal, un momento, tal vez, ¿algo autentico? Pero como hemos dicho, los prototipos de un cuerpo perfecto no escapan, es así como más adelante la misma Adriana nos comenta; “no, por eso hice la advertencia grande o sea hay gente que me dice tiene como 16 años y yo feliz, ósea como la noción del cuerpo viejo me enferma me molesta, (L) ¿ósea no te gusta verte vieja? (A); no ósea ni la cara ósea las cuestiones de las arrugas y eso uy no” (Adriana entrevista 2016). Aquí claramente se evidencia un rasgo característico deseable de los cuerpos de Facebook, la juventud, que no sólo hace parte de la idealización sino del control expresivo como ya lo hemos referido aquí. Pero esta búsqueda de estar en consonancia con los cánones de belleza debe tener nuevamente lo que hemos dicho, cierto efecto de autenticidad para que no vaya en ultimas en detrimento del mismo sujeto, es así como Heidy nos comenta; “sí, además que no es que me crea la más linda del mundo, pero si mucha gente la primera impresión que se lleva de mi es esa típica niña linda creída hueca y estoy luchando contra eso (Heidy entrevista 2016). En el marco de la población en que se desarrolló esta investigación hay una necesidad de desligarse de ciertas estéticas populares, asociadas con lo grotesco y lo carnavalesco. Razón por la cual los sujetos se preocupan y se esfuerzan por que sus cuerpos no dejen esa impresión como lo dice el siguiente testimonio; “sí, pero pues digamos primero nunca nadie me ha dicho que me veo ñero o que soy de clase alta pero obviamente si me he preocupado de cómo me veo en la red social (Jeison entrevista 2016). Finalmente, Manuel en relación con esas impresiones corporales de las que los individuos se quieren desmarcar, asociados a ciertos padecimientos corporales que irían en contra de esos estereotipos de belleza o de atracción, nos comenta que “yo no lo haría (mostrase padeciendo) por qué creo que

inspiraría lastima en la gente tal vez ese no es un sentimiento que quiero inspirar en los demás". (Manuel Entrevista 2016). Terminaremos esta parte recordando que esta exposición pública corporal por medio de las fotos, en búsqueda de revelar ciertos modelos corporales deseables, están en consonancia con lo que hemos dicho con, Barthes (1989) Bourdieu (1979) y Belting (2012), con relación a como la fotografía y más específicamente la auto fotografía está íntimamente relacionada con lo que es mostrable, lo que se puede presentar hacia la audiencia. En ese marco *cabe preguntarse* "Entonces, ¿qué conocemos del otro? El yo visible, nice, polite, afable, sociable. El "otro yo" no entra aquí. La pregunta que surge y que se encuentra ligada con el factor edad es: ¿Cuales son los niveles de "mostrabilidad" que cada persona tiene?" (Felice y Garcia 2013) por supuesto no esta demás decir que lo mostrable está claramente delimitado y cifrados socialmente, ciframiento que por supuesto está en armonía con esa puesta en escena en la que se resalta un yo idealizado y a su vez controlado por sistemas de poder que más adelante hablaremos en detalle; En este sentido, lo que aparece en el mundo virtual es el "mundo socialmente mostrable", que para algunos será mas amplio que para otros. "Lo mostrable" es aquello sobre lo cual uno siente la legitimidad de hacerlo positivo: los rasgos negativos no se muestran. El mandato que parece imperar en Facebook es tener fotos en las que "se salió bien", generalmente definido como "salir lindo/linda". Las fotos que son "verdaderas", "cotidianas" y no se ven lindos/lindas se prefiere no exponer (Felice y Garcia 2013, p, 137 en Montaldi y Lic. Valeria Chorny 2013, p, 208).

Cuando se refiere a como estas encarnaciones graficas incorporan estereotipos sociales idealizados, cabe decir, que dichas imágenes corporales pueden y son objeto de sanciones cuando la audiencia considera que la actuacion no es creible, es una tergiversacion o simplemente no es esteticamente atrayente. Esta situacion es corroborada (Bonacci 2013) que identificó como pueden y ocurren "ataques" a los perfiles montados, es decir no creibles en lo que las chicas o los chicos presentan a través de sus imágenes. Respaldao esta hipotesis, en las entrevistas, este aspecto fue recalcao, particularmente cuando se criticaba la sobre exposicion corporal de algunos sujetos en Facebook, *"no sé cómo que es muy superficial y si como que le gusta exhibirse de alguna forma como que no se valora, como lo que más se vende es lo más barato algo así"* (Heidy entrevista 2016). Más adelante nuevamente enfatiza sobre esta idealización de la belleza

o el atractivo corporal cuando es exagerada, genera rechazo, “*no, digamos tú conoces a una persona sensual o sexy de frente es diferente en las redes porque se juzga más como esa es la perra mostrona ya sólo por eso*”; (Heidy entrevista 2016). Es por eso, que la idealización que recurre a prototipos de belleza corporal debe ser muy cuidadosa, no exagerada, controlada por los individuos para no caer en algo que atenta contra el prestigio de la persona, “*ósea desde que no raye en lo vulgar o cosas así fuera de lo normal la verdad pasa nada me da realmente igual*” (Heidy entrevista 2016). Este último testimonio nos da nuevamente pie para enfatizar en dos apuestas fundamentales de la tesis que hemos reiterado de manera continua. Esta idealización a la que indudablemente recurren algunos los sujetos para mostrar un cuerpo sexy y atrayente, debe tener efectos de autenticidad para que no sea simplemente visto como una parodia (Goffman 1959). Pero no se trata sólo del fracaso de la puesta en escena sino la ridiculización en la que incurriría el sujeto cuando sus autoimágenes corporales no son “genuinas”, sino que se desacredita él en su construcción subjetiva total. De forma tal que debe tener cuidado de ellas y por ende generar prácticas de auto control, de regulación de sí mismo en el Facebook, en todo caso, de una práctica de gobernanza de sí y de un cuidado de sí mismo (Foucault 2002).

También en análisis formal de las fotografías de los perfiles se pudo identificar una tendencia importante a exhibir cuerpos, que se representaban ante la audiencia como exitosos, tanto en el plano laboral como en el social y una forma de hacerlos era ostentando símbolos distinguidos de consumo. O en actividades en las que se resalta cierta actividad profesional o laboral, asociada a una vida triunfante. Para reforzar el argumento, citemos nuevamente algunos testimonios de los entrevistados. Para Adriana la escogencia de una foto de perfil puede estar guiado por algo aparentemente banal; “*si algo así o tengo maleta nueva alguna bobada L: y que efectos produce o no produce efectos A: si claro obvio, si produce y creo que pues yo no sé si lo hago por likes o cosas así, pero supongo que dentro de mi debe haber algo que dice si no se, ósea digamos que cuando la voy a subir digo uy esta foto va a tener 50 likes*” (Adriana entrevista 2016). Es decir, hay un claro cálculo económico, una lógica económica que expondremos en detalle en el próximo capítulo. En la misma línea encontramos el testimonio de Manuel; “*es como por ego yo creo que uno por inflarse el ego y tiene mucho que ver con el tema de los likes y la vaina entonces los likes son como para inflar el ego de las personas, es una cosa que es tonta pero uno*

termina cayendo en la trampa a veces de tener muchos likes y ser como muy famoso entre comillas hay de sentirse aceptado socialmente” (Manuel entrevista 2016), Se sigue reforzando este aspecto con el testimonio de Manuel, que nos recuerda que el éxito está relacionado con adquirir de manera progresiva ciertos objetos de consumo, *“si símbolo de progreso y de eso y acá uy para mi es ósea a mí me cambio la vida cambiarme de Transmilenio pero ósea del cielo a la tierra vivo menos amargado, vivo más descansado, vivo no sé si exagerare mucho o que pero yo me subo a un Transmilenio y yo llego a la casa de mal genio, estresado nooo”*(Manuel entrevista 2016). También hemos dicho que no es sólo objetos que se exhiben sino práctica, en ese marco Heidi comenta *“esa foto fue de echo... la mayoría de fotos bonitas son haciendo trabajos , esa también pero estábamos en el estudio de fotografía y terminamos de tomar las fotos para el trabajo y ya que estamos aquí pues tomamos fotos bonitas y ya”* (Heidy entrevista 2016), el caso de Jeison es muy similar, la idealización va de la mano de mostrar prácticas de prestigio que acompañan a la puesta en escena de su cuerpo *“Últimamente he estado publicando artículos que estoy haciendo para un periódico digital que formaron unos amigos y me dijeron que si quería escribir, compartiendo mis artículos”* (Jeison entrevista 2016). Se sigue no sólo conversando de su forma en que se publicita, sino que se aventura a decir cómo sería la manera en que sería percibido a partir de la puesta en escena idealizada de sí mismo, construyendo esta vez con un estereotipo que es muy atractivo e interesante para los jóvenes que son la población objeto analizada en esta tesis, *“Yo creo que pensaría que es una persona que le gusta el rock que le gusta los temas de música que tal vez le gustan digamos el humor político humor negro que es un estudiante de universidad y ya es”* (Jeison entrevista 2016). El músico de rock, imagen que condensa imaginarios de rebeldía, seducción, peligro, vértigo, irreverencia, etc., repertorios culturales que son seductores para los jóvenes y que quieren incorporar en su puesta en escena.

Por otro lado, conectando dos elementos de la actuación interrelacionado, tendríamos; uno del que ya hemos hablado, el control expresivo y dos el que vamos a tocar a continuación, el uso de filtros y manejo de programas de edición de las fotos de sí mismos como técnica para producir el efecto de idealización en las puestas en escena corporal. Citemos el testimonio de Manuel que nos ilustra al respecto, *“hay gente que si hace lucir sus perfiles muy profesionales y tiene una estética muy propia, muy profesional yo intenté y creo que*

aún la sigo buscando el tema es más como que la gente utiliza muchos filtros y aplicaciones y eso las hace parecer más profesionales” (Manuel entrevista 2016) y continua más adelante diciendo “los logros uno siempre como que trata un poco de ponerlos y si es posible de exhibirlos más de intensificarlos de exagerarlos un poquitico” (Manuel entrevista 2016). Todo esto tendría como fin último, lo que ya hemos recalcado, hacer una actuación de sí mismo idealizada dispuesta al público, pero ante todo creíble, que tuviera como finalidad agradar al auditorio, sentir la aprobación de éste y que a su vez éste (el público) manifieste su complacencia; “ehh sentirse bien con uno mismo decir, .. no mira que le agrado a la gente mi manera de ser lo que yo publico le gusta a la gente y si cuando uno tenía muchos likes en la foto uy como quede de bien ahí, una cosa, así como por ese lado” (Manuel entrevista 2016). Es por ello, que estamos de acuerdo con estudios previos con relación a que.

“Se fortalecen las fantasías a través de las fotografías y de la presencia inventada de un yo que posa frente a las cámaras, sometido a una serie de arreglos vía programas o de forzadas posiciones del propio cuerpo que intenta verse mucho mejor de lo que “en realidad” podría ser. De este modo las juventudes se esfuerzan por ser aceptados y ser parte del gran cuerpo virtual que socializa a las personas. (Loayza 2016, p. 97).

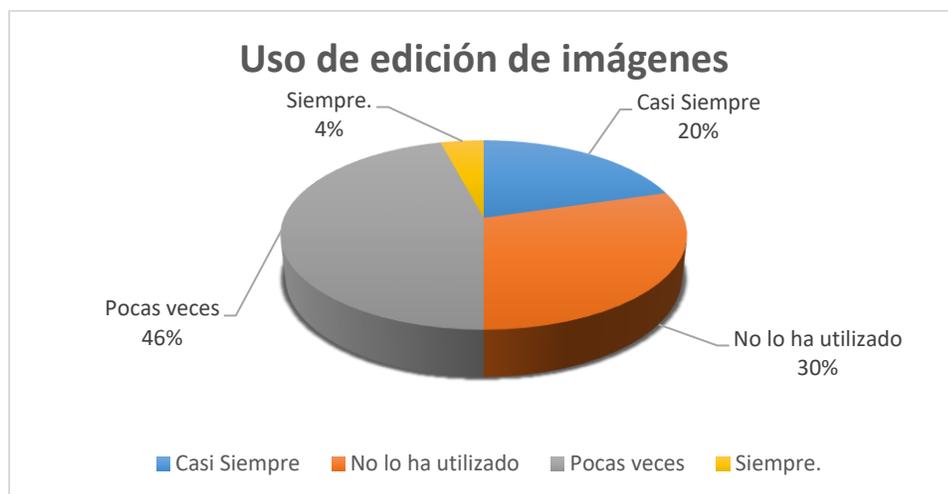
Como ha sido usual en este trabajo, ahora se expondrá algunas de las generalidades que se pudieron determinar tomando en cuenta la observación realizada a los perfiles, pero particularmente a las fotos en sus componentes culturales y de producción de significado, por un mes por cada uno de los perfiles de seguimiento que se les realizó a los sujetos analizados. Vamos a reunir los hallazgos en dos grandes tendencias; la primera que va muy acorde con una actuación teatral guiada de manera vigorosa por una idealización de sí mismo y la segunda que puede presentar algunas fisuras, ciertos desgarros de esos perfiles ideales.

En la primera directriz vemos entonces cuerpos escenificados a través de los perfiles encarnando idealizaciones socialmente aceptadas. En ellas se pudo ver de manera clara

y contundente, que hay un claro cuidado de la exposición pública de las personas, un uso racional, programado, dirigido y cuidado. Que pasa, por ejemplo, por un evidente control de lo expresivo, así como de una ausencia total de fotos de cuerpos desnudos. Por otro lado, los cuerpos se presentan muy bien puestos, elegantes, estilizados, no se muestran defectos y ni en situaciones adversas. Hay cierta sensualidad y sexualidad, sin llegar a ser vulgar ni a comprometerse con temas sexuales explícitos. También vemos cuerpos que se pueden notar con una figura fuerte, segura y disciplinada, encarnado en sí mismo un enérgico componente moral. En estos aspectos el análisis general del perfil concuerda con lo arrojado por la encuesta en línea y los testimonios de las entrevistas anteriormente citadas con relación a esa idealización de los cuerpos enmarcados en ciertos prototipos deseables. Cuerpos que en buena medida sólo muestra lo que quiere revelar y a quienes se quiere, lo que a su vez se renueva periódicamente. También coincide el análisis del perfil con las encuestas y las entrevistas, con una escenificación de unas subjetividades exitosas con relación a las condiciones sociales y laborales. En ese sentido, los sujetos presentan una vida feliz, rodeada de seres queridos en los mejores momentos y cumpliendo lo que le gusta, son escenas socialmente aceptadas y deseables, llevando a cabo sus gustos, intereses, y actividades. En general en estas puestas en escena no hay ningún contra discurso evidente, no hay alusión a consumos de bebidas o sustancias ilegales. En la misma tendencia, se muestra a hombres y mujeres universitarios siendo exitosos, con cierta clase y mundo que no se comprometen ideológica, política o religiosamente. Por el contrario, hay varias escenas de trabajo y gusto musical (especialmente música Rock), por ello hay una clara edición de su perfil, intentando convertirlo en un espacio de su labor, profesional y de formación. Este aspecto es muy importante porque en el siguiente capítulo mostraremos como este talante hace parte de esa intencionalidad de, como a partir de las prácticas de sí, el sujeto va contribuyendo a forjándose empresario de sí mismo, en donde el yo puede verse como una marca o un producto para vender.

Pero sería un despropósito decir que todos los perfiles y todos los cuerpos son cortados con las mismas tijeras y que sólo los cuerpos ostentan estéticas e ideales incorporados. Si bien insisto en que en la gran mayoría de los casos esto es lo común; también hay cuerpos y subjetividades que no siguen el modelo. Pero esta es una puesta en escena que, si bien

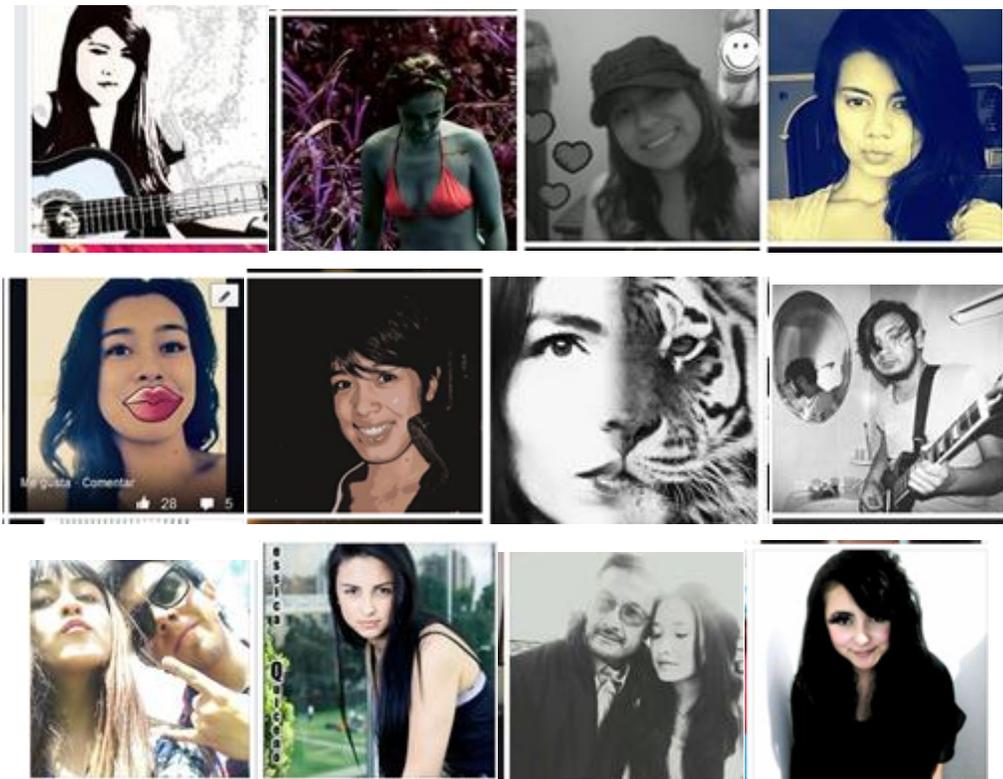
no siguen los paradigmas, es editada de cierta manera que no compromete el prestigio del sujeto. En esa medida, aunque hay alusión a ciertos contenidos de consumo de marihuana y de algunos consumos no permitidos, de imágenes agresivas, de un cierto número de escenarios con cuerpos semi desnudos y proyectando erotismos más explícito, en estos casos, las personas se cuidan de no ser los protagonistas de los mismos, es decir, no está claramente identificado a quien pertenece los cuerpos que asumen esas expresiones (o en algunos casos estos ejemplos que no siguen el modelo puede ser asumido por un cuerpo famosos). A su vez, son de una estética que no raya en lo vulgar sino más bien en lo que se podría catalogar como artístico. También ciertas subjetividades se vieron asumiendo unos roles con una innegable insinuación implícita a la rebeldía social, en relación a consumo “prohibidos” pero asumidos, a través algunos iconos de la música o mostrando un uso, si se quiere controlado de la droga, incluso “sexys” (cuerpo de mujeres fumando insinuativamente), es decir lo que se quería manifestar es que hay un consumo no adictivo ni enfermo y por ende el sujeto no se dejaría dominar por ella. En la misma línea se encontraron perfiles y fotos que forman cierta mención a contra discursos de orden político e ideológico que lo muestra efectivamente como un sujeto posicionado, pero nunca llegando a ser subversivo o revolucionario, sino de posiciones más de centro o de una izquierda muy moderada



Grafica 11. Uso de edición de imágenes. Fuente propia encuesta en línea 2016

Otra pregunta que se realizó en la encuesta on-line con el fin de demostrar el grado en que las personas manejan esta estrategia de idealización de sí mismo, era determinar la recurrencia con las que las personas acudían a los programas de edición de imagen, en la modificación de sus fotos, especialmente la de perfil. En este caso, aunque el porcentaje afirmativo de uso de programas de edición no fue el de mayor respuesta, solo el 4% dice haber utilizado *siempre* esta herramienta de edición; la siguiente opción en porcentaje fue *casi siempre* manifiestan utilizar estas posibilidades técnicas en un 20% y haberlas utilizado *pocas veces* el 46%. Sin embargo, si sumamos los porcentajes que indicarían que en última instancia en algún momento los sujetos han utilizado estas tecnicidades, nos daría un total del 70%, de personas que utilizan o utilizaron, aunque sea pocas veces para mostrar una versión mejorada de sí, tal vez más atrayente, tal vez resaltando cierta parte de su cuerpo que considera más seductor o bello. Lo que está en concordancia con lo visto en los perfiles y en las entrevistas que más adelante se mostraran los resultados.

Fotografía 6 edición de imágenes



Fuente: internet – Facebook. Creación propia 2016

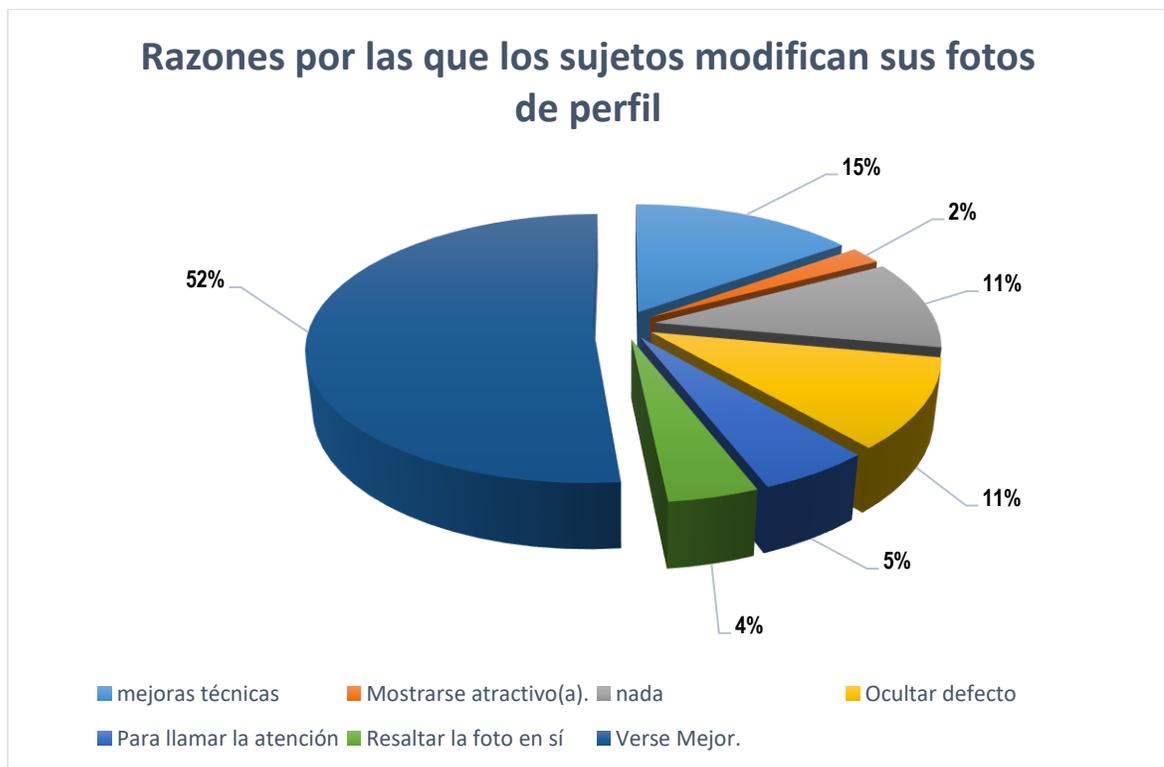
También en la encuesta se preguntó no sólo si utilizaban, o no y con qué frecuencia, sino la razón o los fines con los que utilizaron estos programas de edición de imágenes. Con un 52% la gente contestó que la idea era verse mejor, lo que concuerda con lo visto en el análisis de las fotos de los perfiles y las entrevistas. Es por ello por lo que el segundo porcentaje con un 11% está encaminado a ocultar defectos, estrategias que también salió a relucir en la entrevista realizada en los estudiantes escogidos y de lo cual ya se ha referenciado algunos elementos con anterioridad. Y con un 4% del total de los encuestados se encuentra que abiertamente manifiestan que la edición de las fotos tiene el fin claro de mostrarse más atractivos. Si sumamos todos estos porcentajes parciales nos da 67 % en que los sujetos manifiestan razones estéticas para su construcción de sí mismos. Estos usos subjetivos e interesados de la red en relación a mostrarse de manera decididamente mejor, siguen proporcionando elementos empíricos que permiten defender la tesis, según la cual, no solo estamos ante una puesta en escena de sí mismo en el marco de una red social en donde el sujeto no es pasivo frente a la misma, sino en tanto apropiación de la herramienta nos adentra a la lógica de la mediación de Martin Barbero (2004) y por supuesto de una práctica de sí mismo que propende por hacer un uso controlado del sí mismo virtual que el individuo crea. En trabajos de anteriores de Rueda (2012; 2016) la autora muestra como en los sujetos que hacían autorretratos de sí mismo, esta práctica de apropiación de la mediación es bastante extendida en la medida en que se posiciona no sólo en la forma en que ellos se presentan o escenifican, sino en la manera en que los cuerpos se vuelven un espacio de creación artística de sí mismo. Recurriendo para ello a una serie de estrategias fotográficas contemporánea en las que se destacan el uso de programa de edición de imágenes con el fin de mejorar el aspecto. En el análisis general de los perfiles, esta tendencia de uso de filtros y programas de edición de imágenes es ampliamente extendida, un porcentaje importantes de las personas recurren a esta práctica.

Por un lado, podemos definir un estilo más “discreto” más focalizado en presentar una pluralidad de expresiones a través de la modulación de los gestos faciales, pero donde tiende a tener más cuidado en la exhibición del resto de la figura de la persona. Aquí también está presente el realce del

efecto “artificial” de la imagen respecto de lo representado, principalmente, a través del uso de programas para recortar y procesar imágenes. En el otro extremo, un estilo más “exibicionista”, donde se presta atención a los fetiches del erotismo contemporáneo respecto de las figuras femeninas y masculinas. (Boccaci 2013, p, 72).

Aunque en las entrevistas en profundidad no se pudo extraer mucha información sobre los por que estos informantes utilizaban o no programas para mejorar algunas de sus fotos, lo que fue siempre evidentes es que ellos conocían y sabían de manera clara que muchos de sus contactos en facebook, hacían un uso permanente de esos programas y lo utilizaban siguiendo las mismas razones que se evidenciaron en la encuesta en línea. Así mismo, como hemos comentado con anterioridad, en la observación realizada a los perfiles, fue indudable el uso permanente de estas herramientas tecnológicas. Los entrevistados (Jeison y Heidi), aunque sus respuestas fueron cortantes y no dieron la oportunidad de profundizar en el significado de las mismas, manifestaron que no utilizaban este tipo de programas digitales y la razón era básicamente relacionado con una búsqueda de “autenticidad, de no ser mentiroso (Jeison entrevista personal 2016). Así mismo, Heidi consideraba que eso era como mentirse a sí misma y podía quedar mal con los conocidos (Heidi entrevista 2016). En el caso de Adriana, ella evadió las preguntas, no como una forma de ocultar su sentido o por algún recato subjetivo, sino por que sencillamente consideramos que carecía de importancia para ella, también por que las respuestas las dirigía a otro tópico que no era de nuestro interés (resaltar ciertas tecnicidades en las fotos de facebook). El caso de Manuel fue un poco ambiguo, él no manifestó claramente si utilizaba y de que manera estos filtros y programa de edición de imágenes, pero declaró de manera categórica, que si pudiera tener un Manager como los famosos a quienes les manejaban el perfil y hacía un uso profesional de los programas de edición para arreglar las fotos de si mismo, el lo haría sin dudar. Sólo en el caso de Jessica tuvimos algunas respuestas del porque utilizar programas de edición, aunque fueron cortas, ratificaban lo expuesto hasta aquí, es decir, la idea es mostrarse mas atractivo, mejor y mas bella, como la principal razón del uso de fotoshop; *“no se no suelo editar muchos las fotos pero que si me tomo una foto que se vea bonita”* y mas adelante continúa diciendo *“mmm pues en las fotos que tomo mi prima obvio ellas las editó y me las dio en físico, pero generalmente no suelo editar las fotos, no*

me pongo en ese trabajo, llegado a este momento preguntamos L: y en esa edición que te han mejorado o cambiado J: digamos para arreglar algo que salió mal o no se”(entrevista Jessica 2016). Como se ve, no se pudo profundizar mucho en este aspecto, los individuos hacen uso de estos programas, pero no se sienten cómodos, dando razones en profundidad del manejo de los mismos. Tal vez la razón es sencillamente por una cierta vergüenza, ponerse en evidencia en el hecho que arreglan las fotos para verse más atractivos, podría ser algo que no les gustaría dar a conocer de manera explícita. A pesar del hermetismo de los entrevistados es indudable que estas ediciones de los autorretratos, se ancla en esta búsqueda de ostentar un cuerpo idealizado que recoja en su encarnación gráfica, los prototipos de belleza y de atractivo físico corresponde con lo que Di prospero ha encontrado en estudios previos y que aquí ratificamos “deseos y aspiraciones del sujeto. Estos datos perfilan a la persona desde las propias motivaciones, deseos y, por supuesto, desde lo que socialmente se presenta como deseable, constituyéndose en lo que se quisiera ser, en el ser aspiracional. Facebook brinda numerosas posibilidades para la construcción y reconstrucción de un yo a la medida” (Di prospero 2011, p, 43).



Grafica 12. Razones por las que los sujetos modifican sus fotos de perfil. Fuente propia encuesta en línea 2016

4.3 Construcción de sí mismo: una apuesta por la autenticidad en línea

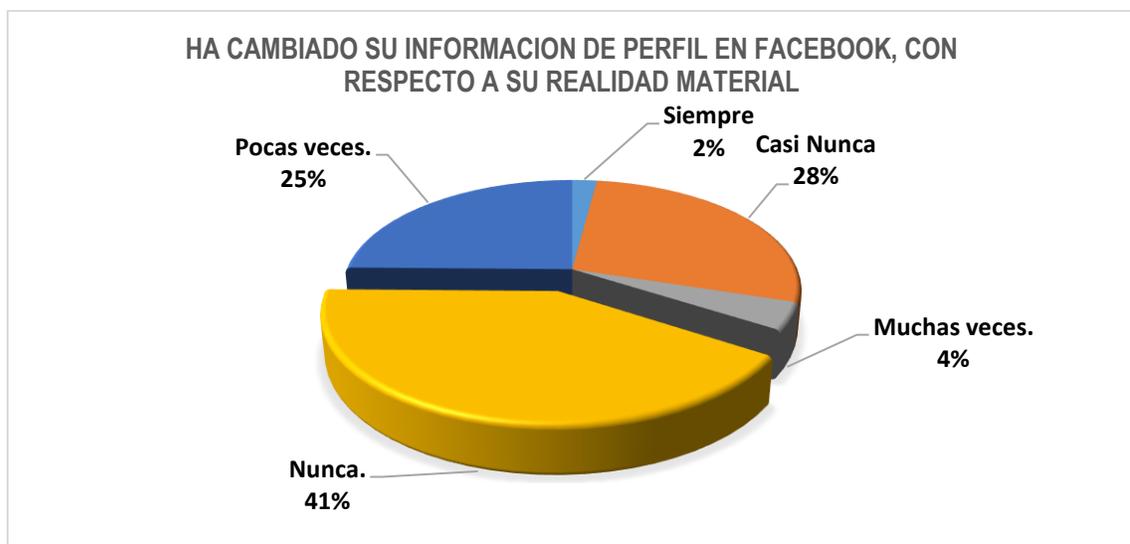
Vamos a finalizar este capítulo sobre el análisis de la puesta en escena de los sujetos y sus cuerpos en Facebook, con un elemento que para esta tesis es muy importante; y es a saber; porque razones a pesar de las posibilidades técnicas del dispositivo mediático de generar narraciones de sí totalmente inéditas y diferente de su versión fuera de línea, los individuos deciden en un alto porcentajes generar una versión digital de sí mismo, con fuertes continuidades en estas dos versiones de sí. En el marco de este capítulo nos referiremos, siguiendo el hilo argumentativo de Goffman, a las razones pragmáticas de la puesta en escena, pero indudablemente como veremos, estas justificaciones van más allá y hunden sus motivaciones en la necesidad que tiene el individuo de generar un gobierno de su yo digital, un cuidado de sí mismo en el escenario digital, como lo hemos venido reiterando a lo largo de la tesis. Vamos por partes, miremos que nos arrojaron las encuestas en línea a este respecto



Grafica 13. Concordancia entre las versiones on-line- off-line. Fuente propia encuesta en línea 2016

Si bien es cierto la construcción de los cuerpos y los sujetos en el marco de los performances sociales, tiene altos índices de idealización y de mistificación de sí mismo

como ya lo vimos, eso no quiere decir para nada que dicha constitución on-line esté totalmente desvinculada de la realidad off line. Por el contrario, a juzgar por lo que se evidenció en las encuestas realizada en línea, los encuestados manifestaron que, en un alto porcentaje, 46% que la imagen que ellos proyectaban de sí mismo en Facebook era bastante concordante con su yo en la realidad material, y con un alto porcentaje 35 % los individuos decían que coincidían mucho sus dos constituciones de sí mismo. Sólo el 19 % consideraban que las equivalencias entre sus dos versiones era poca, pero ello no quiere decir que sean abiertamente opuestas, solo que hay un mayor control de la expresividad y un mayor grado de idealización en la puesta en escena como hemos planteado. Más, sin embargo, ninguno de los entrevistados manifestó que había un total divorcio entre las dos versiones o narrativas de sí mismo. Estos resultados estadísticos concuerdan con los hallazgos de Vega Pérez (2012) Gérard Imbert (2011) Calderon (2011), en lo que se puede constatar que a pesar del juego de máscaras, ocultamientos e identidades mosaico que se despliegan en las redes sociales por parte de los individuos, se observa en ellas una presentación realista del yo, después de comparar las diferentes presencias en internet dentro y fuera de las redes sociales y el salto desde la identidad virtual como recurso de ocultamiento hacia una concepción de la autorrepresentación en internet que opera bajo los principios de autenticidad y de interacción (Vega Perez 2012).



Grafica 14. Ha cambiado su información de perfil en Facebook, con respecto a su realidad material. Fuente propia encuesta en línea 2016

Con el fin de comprender, un poco más en profundidad esas continuidades entre las versiones en línea y fuera de línea de los sujetos y determinar si, esta respuesta en la encuesta no es asilada, se realizó otra pregunta que quería identificar las continuidades entre estas dos versiones del sujeto. Los datos estadísticos refuerzan esta idea de la continuidad de las dos puestas en escena; es así como el 41 % de los sujetos manifiestan jamás han cambiado los datos de sus informaciones de perfil, que en términos de Goffman como lo diríamos son las máscaras con las que cuentan los individuos en esta red. Con un 28 %, siendo el siguiente cuantitativamente mayor en términos de porcentaje, los encuestados manifiestan que casi nunca cambian su información de perfil; y con 25 % tenemos a sujetos dicen que las puede cambiar, pero pocas veces y tan solo un 4 % manifiesta que siempre modifica los datos de su perfil. Lo que a su vez para nosotros es importante toda vez que se ratifica que la construcción de perfil, si bien es una idealización de sí mismo, una proyección de nuestra mejor condición, no por ello es falsa, ni una tergiversación grosera de los sujetos que se virtualizan en internet, sino que la puesta en escena de Facebook no debe ser juzgada de manera dicotómica y con cierta nostalgia ontología moderna entre un yo verdadero y un yo falso o mera pantalla o una total creación sin relación alguna con la versión fuera de línea. Indudablemente se evidencia continuidades en las versiones de sí mismo, recalando como los procesos de cuerpos y subjetividad en el escenario contemporáneo está guiado por una tendencia a construcción corporal y subjetiva fluida, sin que requiera necesariamente de una sustancia, un algo, una esencia que permanezca. Tal vez, podríamos decir que lo que hace permanecer una cierta idea de sujetos y de identidad del yo, es el ser consciente de las diferentes versiones de sí mismo que en los diferentes escenarios se narran. Deleuze y Guattari (1985) en el *Anti Edipo* argumenta como los cuerpos y las subjetividades contemporánea se hayan en un proceso de mutación en donde el individuo puede mantener varias versiones de sí de manera simultánea sin que por ello se considera que el individuo este padeciendo una patología psicológica como la esquizofrenia, esta es más bien una condición sociocultural de los sujetos que en el marco de los procesos capitalista de construcción maquínica de subjetividad, se producen de manera permanente, generando una suerte de des sustancialización del sujeto. Estamos convencidos, y por eso nuestra idea, de trazar puentes comunicativos entre Goffman y Foucault, para develar como Facebook es un

ejemplo idóneo en tanto que es un escenario en el que se puede hacer un análisis empírico de este fenómeno.

Para reforzar estos hallazgos estadísticos y ahondar en esta línea interpretativa, conviene presentar algunos testimonios de la entrevistas; en ellas se preguntó de manera explícita y directa que relación, que continuidad, existía entre su perfil de Facebook y su versión fuera de línea; a Heidy se le indagó si la construcción del perfil de Facebook era ella misma *“sí, pues no es que sea totalmente yo pero sí siento que me representa de alguna manera, normalmente soy muy alegre y eso se ve, pero es en Facebook”* (Heidy entrevista 2016). De forma tal, que hay un reconocimiento que son ellos mismo escenificados y no una caricatura por parte de los sujetos en relación de su perfil de Facebook, así sean consiente, de que no son idénticos a su versión en línea. Por otro lado, Jessica manifiesta que; *“Pues yo siento que existe digamos como esa unión porque de alguna manera subo cosas de mi vida, pero como que me interese mucho o me preocupe por el contenido que suba, pues hay cosas como que diga cosas que no subiría no lo hago o alardear acerca de cosas y trabajo y eso”* (Jessica entrevista 2016). Hay un reconocimiento de su versión digital, en virtud de la escenificación que traslada el espacio mediático de las actividades, relaciones y situaciones que el individuo hace y vive en el mundo fuera de línea. Y no sólo por el reconocimiento de una serie de máscaras o de imágenes autobiográficas que están presentes en el perfil. Por otro lado Jeison al ser interrogado sobre su identificación con su yo virtual manifestó que; *“creo que poco porque básicamente ya he dejado de publicar o ya he dejado de poner cosas que básicamente si uno de mis amigos ve diría eso lo público Jeison pero digamos uno ya no utiliza esas red pues yo básicamente para publicar sino más que todo para informarme entonces yo creo que más me si me representa poco pero esta como lo esencial mío la persona sería, que le gusta la música y que es muy reservado”*(Jeison entrevista 2016). En este testimonio, a pesar de es un poco contradictorio, se puede determinar, como la autenticidad pasa por varias cosas. Primero por un auto reconocimiento de ciertas cualidades propias de los sujetos que unen sus dos versiones; segundo, por otro lado, la autenticidad está dada por una validación de otros que reconocen en la puesta en escena al sujeto que lo produce; y tercero, las publicaciones producidas por los cuerpos y los sujetos escenificados se constituyen como una huella de autenticidad que remite al creador de la misma. Ahora

bien, este reconocimiento de la mano de la autenticidad de un yo que une las dos versiones (off-line- on-line) está dado en buena medida por el carácter o la “naturaleza” de esta mediación tecnológica, que, a diferencia de otros espacios virtuales, recrea o simula la comunicación cara a cara, como lo pudimos constatar con los testimonios aquí presentado. Argumentos similares son presentado por Roció Rueda toda vez que; por su carácter comunicativo y performativo, como sucede en el cara a cara; por el hecho de que en Facebook las personas tienden a presentar información “real” de sus vidas a diferencia de otros espacios donde se crea una identidad paralela, como en los entornos de videojuegos en línea como Second Life; y porque la investigación cada vez nos muestra la necesidad de atravesar la separación on/off line. Hay, por el contrario, un ir y venir permanentes, un flujo entre lo “real y lo virtual” que también toca a las identidades; por lo tanto no consideramos aquí un debate entre identidad virtual versus identidad social (Rueda 2015, p, 78).

Otro elemento que nos permite evaluar el efecto de autenticidad con la que los sujetos construyen sus cuerpos y sus versiones virtuales, es el que se pregunta por la información, los datos y demás mascarar que constituyen el perfil en Facebook y que están en consonancia con vida fuera de línea. A juzgar por los resultados de las encuestas, es claro que la mayoría manifestó que la información correspondía con sus datos fuera de línea, caso similar su puedo identificar con el análisis de los perfiles ya que en la observación llevada cabo, se pudo demostrar la correspondencia entre los dos espacios de actuación de los individuos. Más, sin embargo, por razones que se explicaran en el siguiente capítulo, hay mascarar que los individuos no revelan o que sólo permiten acceso a cierto grupo de personas (prácticas y cuidado de sí). Un ejemplo de esto, nos lo proporciona el testimonio de Jessica “*tengo la opción de que no aparezca a todo mundo, sólo amigos de amigos y amigos de mis familiares y así sólo que tengan amigos en común conmigo y si creo que exista relación entre esas dos cosas*” (Jessica entrevista 2016). En varios trabajos anteriores, también por medio de estudios estadísticos, se llegaron a conclusiones similares, en el sentido de que había en lo fundamental, cierta correspondencia entre las versiones en línea y fuera de línea de los sujetos en el marco de la red social Facebook, D. Back y otros (2010). En otro trabajo, también se presenta una tendencia similar en terminos estadísticos, en relacion a la supesta sinceridad con la que los sujetos se

muestran a sí mismo en Facebook, y como ellos manifiesta que habría un alto grado de correlación entre la identidad en línea y fuera de línea, como la que aquí se identificó, con la diferencia que en este estudio no se da a la tarea de explicar cómo se mantiene la relación entre una y otra versión (Caceres 2009). Pero las similitudes entre Facebook y el mundo material debe ser matizada, si bien hay semejanzas importantes, que hacen que efectivamente los sujetos se reconozcan así mismo y otros a él, cabe decir que hay elementos del perfil que son más constantes y en consonancia con realidades fuera de línea pertenecientes a el sujeto que se escenifica. Por ejemplo, en lo observado en los perfiles durante un mes por cada perfil de seguimiento, los individuos no cambiaron su género, o su nombre, mientras otras cualidades son más volátiles, como la pertenencia institucional, las fotos, el estado, etc. Esto se debe a que se detectan importantes modificaciones de la identidad en los individuos en función del espacio de interacción, pero hay un grupo de rasgos que efectivamente se mantienen firmes e independientes, siendo estos los que son los que tienen un mayor peso. Esto indica que aunque el anonimato y la tergiversación pueden ser exitosos, los individuos propenden por a mantener una puesta en escena estable, aunque en ciertos momentos decidan falsearla para jugar con ella y establecer la estrategia de interacción (Calderon 2011). Finalmente, de manera similar en varios trabajos, se llegan a conclusiones análogas a los aquí encontrados; de forma tal que se considere con que *en* “circunstancias normales de interacción –entendiendo por éstas aquellas en las que la persona no pretende asumir una identidad falsa ni enmascarar de modo radical su personalidad–, habrá elementos que siempre le acompañen (los vinculados directamente con su identidad real básica, como el sexo, edad o raza), mientras que otros podrán sufrir variaciones en función del escenario, es decir, de la red social concreta en la que el actor representa su personaje, por decirlo en términos goffmanianos. El usuario puede proyectarse simultáneamente en diferentes espacios de interacción sin que las imágenes de su “yo” sean siempre coherentes *entre sí*.” (Cáceres 2009; Ruiz San Román y Brändler, 2009; Puche 2013).

Ahora bien, esas continuidades no están únicamente en una serie de datos o informaciones estables o en el marco de la interacción, sino que, a nuestro juicio, producto de nuestros hallazgos, también tiene está condicionado por la intencionalidad comunicativa explícita de los sujetos con relación a que quieren decir de ellos, que quieren mostrar a los

otros. Así, por ejemplo, para Adriana la autenticidad de su puesta en escena pasa por mostrar fragmentos de su vida *“muchas cosas, pero no sé si son propiamente mías, digamos cuenta que me gusta tomarme fotos o puede contar que cuando estoy aburrida me tomo una foto, pero no sé si eso realmente soy yo ósea es una incoherente, pero pues ósea como ver o bueno lo traigo a la vida real”* (Adriana entrevista personal 2016). Por otro lado, Jessica nos comentó que *“yo siento que mucho, demasiada de hecho, porque la gente que me ve dirá como es sería, pero, no es así pues si un poco y la gente que me conoce sabe que soy bien”* (Jessica entrevista 2016). De manera más explícita, Heidi nos dice que no sólo su versión virtual es muy acorde con lo que “ella es”, sino que lo trasmite de igual manera en Facebook *“yo creo que, si trato de ser muy coherente, pensarías como esa niña vive solo de la música y los libros porque es el contenido que suelo publicar, no suelo salir mucho a fiestas y pues mucho menos publicaría cosas así”* (Heidy entrevista 2016). Dentro de esas cosas que se trasmite a través de la escenificación de los cuerpos y los perfiles, están los asuntos, los acontecimientos que las personas están viviendo en el momento; *“pues es como toda rebelde, hay muy joven ahhh, porque como estaba... como que tenía ese tema muy presente pues entonces era como tenía una forma de una manera en que no me llamen bla y estaba peleando por eso en mi vida personal y da la casualidad como que me metí a mirar en el celular y vi esa foto y dije ohh eso me identifica mucho para esto que estoy viviendo como mi foto de perfil”* (Adriana entrevista 2016). Es por ello por lo que no concordamos con los estudios que piensan que la identidad y los cuerpos pierden sus atributos de off-line. En ese marco por ejemplo (Gil 2010) argumenta que la interacción on-line elimina esos rasgos de identidad que cara a cara percibimos, por lo que somos nosotros, los usuarios, los que podemos (re)crearlos, siendo mucho más conscientes de los datos que ofrecemos y de los que omitimos. Si bien es cierto coincidimos con la mayor libertad, hemos demostrado que el modelo cara a cara se mantiene en un porcentaje importante, y no sólo eso, sino que la autenticidad subjetividad con la que la gente arma su existencia en Facebook, está dada gracias a la posibilidad de encuentro con los sujetos fuera de línea, que hace parte de la red social del individuo, esto hecho favorece la convergencia entre las versiones de sí aquí mostradas. Ya vimos como la idealización de sí mismo también está demarcada por esa potencialidad de encuentro en el mundo fuera de línea, de forma tal que los individuos se cuidan que tanto sus cuerpos, como su construcción subjetiva tengan cierta concordancia *“me parece que me ha ido bien y no he tenido ningún chasco porque también soy como muy cuidadosa con la gente que*

acepto, no acepto a cualquiera si no como yo te agregue y por algún motivo nos vimos en la vida real... no, pasa muchas veces que no concuerda digamos con las fotos cuando las retocan mucho y son totalmente diferente en persona” (Heidy entrevista personal 2016).

Las encarnaciones corporales transitan en medio de una dialéctica permanente; búsqueda de autenticidad o idealización de sí mismo. Fuerzas en disputa, que a pesar de que, suene contradictorio, no son excluyente, lo hemos argumentado todo el tiempo en este capítulo, las construcciones de cuerpos obedecen a estos dos polos. Citemos un fragmento de una entrevista con Heidy *“que no dirías de ti (L): y en eso concuerdas, pero digamos que de ti no públicas? H: digamos como que soy tímida porque soy demasiado, uno con la timidez pierde muchas cosas” (Heidy entrevista personal 2016).* Así mismo, preguntamos a Jeison por esta relación entre autenticidad e idealización *“¿pero entonces como no ser mentiroso en el aspecto físico si utiliza fotoshop?, eh sí, pero los he utilizado más que todo para no para arreglarme el aspecto físico sino más que todo la parte de composición de las fotografías entonces le mejoro el color, le coloco desenfoque y esas cosas, pero digamos así” (Jeison entrevista 2016).* La idealización como elemento de autenticidad, pasa necesariamente por el cuerpo, pero en varios momentos va más allá y llega a la integralidad del sujeto, y aquí nuevamente el individuo cuida de su imagen, no sólo como un elemento de narcicismo, sino por las implicaciones fuera de línea, que eventualmente se podrían producir; *“sí, he eliminado cosas de pronto cosas con mala ortografía o cosas que cambie con las que ya no estoy de acuerdo, digamos una que cambie es que mi posición política antes aparecía de ultra derecho no recuerdo que puse pero si la cambie cosas así , un tiempo fui swinger y pues me puse en la tarea de eliminar esas páginas y grupos a los que pertenecía” (Manuel entrevista 2016).* Idealización y tergiversación, incluso falsedad consiente y descarada, no escapan a los vínculos que se trazan entre el mundo en línea y fuera de línea, ya hemos insistido se presenta ente ellos un continuo, no un reflejo meramente del uno en el otro, sino que en la actualidad estas dos parcialidades harían parte del mundo de la vida para citar un concepto desde la fenomenología. De forma tal que estamos de acuerdo con estudios previos cuando nos dicen: “Es una identidad on-line que tratamos de identificar con una off-line. En nuestros personajes podemos ocultar o variar datos conscientemente, intentando crear un personaje alejado del “yo” que consideramos real. Pero, queramos o no, en las identidades que (re)creamos también se

refleja nuestra (no) realidad a través de lo que ocultamos o exageramos". (Gil Posada 2010).

Una inquietud que guio las conversaciones con los informantes era preguntarse por el por qué representarse de manera que diera la sensación de autenticidad, en la misma línea de preocupación está el por qué esto es tan importante y debido a qué proceso de construcción de sentido, los individuos justifican la creación de una versión en línea en consonancia con su subjetividad fuera de línea. En principio citemos el testimonio de Heidy; *"Bueno primero porque estaría mintiéndome a mí misma, Segundo que quedaría muy mal con personas que conozco que saben que no soy así, eso es lo que yo veo en la otra gente como que tengan un poquito de coherencia con lo que son y hacen y dicen, es como una presión de no decir cosas que no hacen o piensan"* (Heidy entrevista 2016). Más adelante concluye, *"sí porque en Facebook uno puede ser la persona que uno quiera, pero sería intentar engañarse"*. Ante todo, hay una preocupación por engañarse a sí mismo, eso quiere decir necesariamente que a pesar de la libertad y de la posibilidad de inventarse un personaje totalmente ficticio, los individuos consideran que en el Facebook están ellos de manera "auténtica" escenificados, es un espacio para ellos, no para un personaje creados por ellos, en eso se coincide con Rueda (2015) en el sentido en que esta mediación está pensada y estructurada, para crear una versión auténtica de los sujetos, en contraposición a espacio virtuales en donde sí se genera un escenario propicio para que el transformismo subjetivo y corporal de los individuos que virtualizan su existir. En esa medida, si bien es acertado pensar en el ciberespacio como el lugar de un cierto transformismo identitario, guiado como hemos dicho, por un afán de desdoblamiento de acuerdo con las apetencias del sujeto, que se mueve entre el anonimato y las máscaras, en medio de un pretendido carnaval posmoderno, ya que Internet posibilita todos los juegos de rol. (Gérard Imbert 2011). Esto no siempre ocurre así, y por el contrario en nuestro caso, hay una gran correspondencia entre las dos versiones de los sujetos analizados, ya que si bien hay razones para el transformismo, también las hay para la autenticidad. Tenemos que tener cuidado con estas ideas que tienden a generalizar y simplificar estos procesos de construcción de subjetividad en estos espacios virtuales, explicándolo a la luz de un macro proceso cultural de las sociedades contemporáneas (posmodernidad), que si bien es cierto se alimenta de este ambiente "posmoderno" es demasiado generalizador lo que no permite

ver las diferentes aristas que hay que tener en consideración, como aquí lo hemos realizado. Para terminar quisieramos citar un fragmento de la entrevista con Jeison, que evidencia las contracciones en las que se produce la escenificación de los cuerpos y las subjetividades en el marco de Facebook, y como, autenticidad, tergiversación y falsedad, están presentes en este testimonio en relación a la presencia virtual de Jeison.

L: ok, pero usted me decía hace poco que uno tenía que decir la verdad, no mentiras y ahorita cuando me dice que lo representa poco, porque esa aparente contradicción no la entiendo muy bien (J): es que yo pienso que si uno habla o publica algo no es mentiroso porque uno se puede limitar sólo a callarse en esa red social y ya. Pero uno no es mentiroso porque yo digamos en el momento de publicarlo, pero no lo quise hacer porque en realidad no quise o yo que se entonces digamos para mí no publicar cosas no es ser mentiroso sino dejarlas a un lado lo que no es importante” (Jeison entrevista 2016).

Me gustaría recalcar que la autenticidad, no sólo remite desde cierta perspectiva teórica, al modelo que hemos tomado aquí (Goffman), en donde ella se entendió como lo hemos argumentado en este contexto, como el producto de la puesta en escena y no como algo que remite a una “verdad” ontológica del yo. Esta idea se ve claramente manifestada en el testimonio de Jeison, en donde la verdad y la mentira es producto de una postura subjetiva sobre lo que es verdad, autenticidad, falsedad y mentira. Parecería que la autenticidad hay que buscarla en el trasegar, en el cambio permanente, en fluctuación de una subjetividad y un cuerpo que se edifica en el mismo momento de la escenificación virtual, guiada por una lógica del comunicarse, de comunicarse a sí mismo para otros. “Esta noción de viaje, metafóricamente, es aplicable al espacio virtual. Navegar en la red es una metáfora de viajar, una forma de estar allá estando aquí. Cuando el individuo participa del espacio virtual aparece en un proceso de viaje, donde sus códigos de pertenencia ejercen una acción que modifica al individuo mismo en su objetividad y subjetividad” (Sánchez 2010, p. 16). Y la metáfora utilizada por los autores sigue adelante.

“Internet es un universo líquido donde lo importante es navegar (y el peligro hundirse), donde uno puede deslizarse de una página a otra; un mundo poroso por la posibilidad de atravesar ventanas, que permite moverse en el tiempo y en el espacio, llegar lejos, alcanzar los confines del planeta y de las culturas, ver de cerca, meterse en la intimidad del otro, sacar el dentro hacia fuera, prestarse a todas las exhibiciones; y, sobre todo, ser otro e incluso ser otros, o no ser ninguno, (Imber 2011, p. 125).

Por ello reiteramos para finalizar, la autenticidad en el marco de Facebook no debe ser leído de espaldas a los imaginarios y los anhelos, ellos son más íntimos y definen más que, aquella subjetividad que han sido dadas y sobre la cual no se posee, en gran medida control.

4.4 Para cerrar, efecto de autenticidad en Facebook

A lo largo de este capítulo hemos querido dar cuenta de los elementos principales de la puesta en escena de los cuerpos y las subjetividades en ese territorio cultural o de mediación del Facebook, de la mano de la teoría Goffmaniana del performance social y en constante dialogo con los otros autores que han estudiado este fenómeno desde intereses investigativos diverso. En este momento, queremos cerrar este capítulo respondiendo a uno de los objetivos de la tesis de manera concreta con relación a cómo se logra el efecto de autenticidad de la puesta en escena de Facebook.

En ese orden de idea, pudimos identificar varios elementos que son centrales en esta puesta en escena “auténtica” de los sujetos en las redes sociales. El primero de ellos es la mayor libertad y simultáneamente el control más consiente que tiene el individuo sobre las impresiones; “la selección de la información que aparecerá definiendo al individuo en su perfil, qué imagen representa mejor las impresiones que quiere despertar, a qué públicos quiere vincularse en cada plataforma, etc. En este sentido, lo que en la interacción cara a cara es expresión no verbal -más o menos voluntaria- es suplido mediante signos conscientemente generados por el sujeto en la comunicación mediada por ordenador”.

(Caron 2012, p. 8). Segundo. Hemos insistido de manera reiterada, que aquí la autenticidad no tiene que ser entendida como "verdad" como una ontología del sujeto, sino más bien la autenticidad es guiada por el anhelo, por los deseos de ser de determinada manera, la tendencia del sujeto será traducirse en la plataforma tal cual es o tal cual querría ser -el yo que queremos ser es tal vez el más auténtico (Sánchez 2010), Aquí vimos como la búsqueda de la autenticidad no supone un ontología material, verdadera, trascendente del sujeto y su cuerpo que se presenta en el marco del performance social virtual, sino es precisamente una autenticidad ligada a lo que quiero ser, no lo que soy, sino lo que puedo ser, lo que deseo proyectar y como quiero que me vean. En ese orden de ideas, es una autenticidad más relacionada con una perspectiva, si se quiere cultural, entendida como producción de sentidos y significados como lo hemos manejado en esta tesis.

Cabe aclarar que no se puede confundir este efecto o estrategia de la autenticidad con una búsqueda obsesiva de la tesis por encontrar en la puesta en escena una identidad coherente, lógica, permanente entre los sujetos estudiando; nada más apartado de esta idea presenta la tesis, ya que como hemos repetido hasta la saciedad, no estamos discutiendo sobre una identidad ontológica, arraigada en una modernidad trascendente; para terminar de reforzar lo dicho vale la pena retomar la posición de Levý de *identidades digitales*, ya que para el autor la identidad del individuo se organiza alrededor de imágenes dinámicas, imágenes que él produce por la exploración y la transformación de las realidades virtuales en las que él participa (Levy 2004). Y más adelante continúa diciendo, El intelecto colectivo construye y reconstruye su identidad por intermedio del mundo virtual que lo expresa. En cuanto al individuo, a su vez, posee muchas identidades en el Espacio del saber, una por cada cuerpo virtual que segrega en los cinemapas y los cosmos de significación que explora y contribuye a crear. Y finaliza proponiendo que, Este lenguaje repele las imágenes del sujeto en forma de estructuras lineales, jerárquicas o sistémicas, estratificadas por "niveles de integración" sensatos e interconectados. Imaginemos más bien los sujetos como concentraciones caóticas de cuantos, zonas vivas capaces de engendrar nuevos signos. Tenemos aquí al hombre: una nube móvil que lanza se despliega, se erige, doblándose según los momentos y los lugares, según la geometría elástica de un plano de virtualidad ilimitada. Es indudable que este concepto del autor describe lo que aquí también encontramos entorno a la identidad en Facebook entre los sujetos investigados.

El tercer elemento identificado, es si bien no una sensación de anonimato, que desnuda su falacia interpretativa, si persiste una sensación de menor compromiso y menor consecuencia con las puestas en escena, en la medida en que no hay una reacción inmediata de aprobación (por el tiempo diferido entre la actuación y la recepción de la audiencia) o sanción de la puesta en escena por parte de las audiencias difusas. Mientras que la imagen que transmitimos off-line depende de factores que nos resultan más difícil de controlar, por la cercanía y la inmediatez, las identidades on-line dan una sensación de seguridad, de “no tener consecuencias”, que se queda muchas veces en una impresión. (Gil Posa 2010). Como cuarto elemento central encontramos el continuo sociocultural que se debe trazar entre los performances sociales en línea y fuera de línea. No se pueden seguir separando estas dos realidades que a todas luces supone, no solo interacciones mutuas, sino que se ha demostrado que se presente mutua influencia. De manera que, a estas alturas, el avance en las investigaciones de las redes virtuales y por ende su penetración profunda en la realidad, hace que resulte no sólo inseparables, sino que supone un desconocimiento de esta dinámica (Rueda 2015). Como quinto mecanismo se identificó, que no todos los componentes de la puesta en escena de las encarnaciones en Facebook son objeto igual efecto de autenticidad ya que algunas se mantienen y otros que cambian dependiendo de la interacción, coincidimos con varios autores que las máscaras que permanecieron fueron, por ejemplo, el género y la raza; las que cambiaron permanentemente fueron, la foto de perfil y en general las fotos de sí, así como las actividades de interacción y publicaciones. Es por ello, que no todo corresponde a la identidad fuera de línea, pero tampoco todo es tergiversado (Puche 2013; Calderon 2011; Cáceres 2009; Ruiz San Román y Brändler 2009;). Como sexta condición, para que la presunta autenticidad tenga éxito, es que se debe ostentar en el marco de la dialéctica entre autenticidad e idealización, para lo cual se cuenta con la complacencia y la exigencia de la audiencia, que requiere que la exposición pública de los cuerpos y los sujetos sean una mezcla equilibrada entre estos dos elementos constitutivos de todo puesta en escena. En ese dinamismo del escenario virtual, persistentemente hay una lucha por la autenticidad marcada por el reconocimiento de la audiencia, o la posible sanción del público por constuir una versión de sí mismo que no sea auténtica. Finalmente, la autenticidad es autoreconocimiento del sujeto que se constituye en Facebook. Para nosotros al interior de esta investigación, es muy importante este descubrimiento, toda vez que se constituye como un anclaje fundamental por un cuidado de sí mismo (Foucault 1984). No

se trata simplemente de que el sujeto sea conciente, que a pesar de las trasformaciones necesarias y ficticias a las que el mismo recurre para constuir su yo virtual, guaido por una indudable planeacion y por ende racionalidad; sino que, presupone ademas, que el individuo no puede, ni debe de caer en vergüenza. El individuo debe cuidarse para que su exposicion no tenga vicios de falsedad en tal alto grado, que se desplome la mascara con la que constituye su cuerpo virtual, y con ello se pasa a ser objeto de sancion, burla y el ser identificado como falso o poco autentico. De forma tal que denotaria una falta de gobiernos de su yo virtual y por ende una mala gestión de sí mismo. Con esta idea abriremos el siguiente capitulo.

5. El gobierno virtual de sí: tensiones dinámicas en Facebook; entre la pretensión de ser empresario de sí mismo, el exhibicionismo y la autopublicidad

En el siguiente capítulo intentaremos desarrollar el ejercicio que pretende vincular el modelo de la puesta en escena de Goffman, como elemento constituyente significativo de una forma de gobierno de sí mismo, enmarcada en la nueva tecnología de la gubernamentalidad que Foucault llamo neoliberalismo (2007). Con lo cual se dará respuesta a uno de los objetivos de esta tesis consistente en poner a dialogar estos dos modelos interpretativos. Uno, el de Goffman, que nos sirvió, como se mostró en el capítulo precedente, para entender la forma en la cual el cuerpo y la subjetividad se toman la escena de lo virtual en la red social Facebook, en la construcción particular que hacen los individuos de sí mismo. Para lograr esto, ellos apelaban a una serie de elementos dramáticos configurando así una presencia virtual en la que se mostraba la intimidad editada, la exhibición pública guiada por la mirada del otro, la idealización de sí mismo; mostrando una vida exitosa y finalmente con fuerte dosis de búsqueda de la autenticidad. Y dos, con Foucault, se pretende mostrar que para entender en su complejidad la construcción de cuerpos y subjetividades virtuales, no es suficiente, con el modelo pragmático anterior, por lo que debemos extender una analítica que permita identificar como estos procesos pragmáticos se inscriben en realidades de mayor envergadura. Para

El gobierno virtual de sí: tensiones dinámicas en Facebook; entre el empresario de sí mismo, el exhibicionismo y la autopublicidad

lo cual, la puesta en escena es interpretada como una forma de cuidado de sí que busca una gobernanza del sujeto sobre sí mismo de la mano de la práctica de poder neoliberal. En ese marco, las redes sociales y particularmente Facebook hacen parte de toda una serie de tecnologías y desarrollos técnicos de esta etapa del capitalismo que sintetiza las formas privilegiadas de poder, de biopoder y consecuentemente de biopolíticas. Siguiendo a García (2014) y a Rosse (2014, 2015) se dirá que hay un grupo de tecnologías que operan de otra manera, en la medida en que sintetizan el sentir, el tono, o la operatividad del poder en el neoliberalismo. En este enfoque, el poder y su ejercicio, se piensa más desde la administración de un contexto, antes que comprenderlo como unos mecanismos de control y prohibiciones hacia los cuerpos de los sujetos y de las poblaciones.

Para lograr lo anterior, comenzaremos no sólo con la definición del concepto de cuidados de sí como forma de autogobierno, y por ende elemento que ayuda a la pretendida constitución del empresario de sí, sino que trasladaremos su inserción en las formas actuales de ejercicio del poder. Para de allí entender no únicamente el concepto, sino como éste se relaciona con las tecnologías de poder actuales en las sociedades capitalistas.

Para llevar a cabo esta argumentación, se extraerá información empírica derivado del análisis de los perfiles de los sujetos estudiados, análisis que como habíamos dicho se llevó a cabo durante un mes de seguimiento diario por cada perfil, lo que supuso 6 meses de seguimiento a través de la etnografía virtual de los perfiles, concentrándonos básicamente en la forma en que administraban su perfil y las relaciones que establecían con otros usuarios. Por otro lado, de la observación sistemática de Facebook en tanto dispositivo mediático, como se explicó en el primer capítulo, se logró entender cómo este dispositivo genera un ambiente relativamente controlado en el que los sujetos despliegan sus estrategias de autogobierno. Finalmente, las entrevistas en profundidad realizadas a 5 sujetos escogidos por el método bola de nieve como se presentó en la metodología permitieron ver el punto de vista subjetivo que tenían los individuos entorno a la construcción que hacían ellos mismos en Facebook.

La categoría central de este capítulo es el cuidado de sí, concebida como forma de autogobierno que conlleva a la contribución de una búsqueda de una versión pretendida

de empresario de sí mismo virtual. Esta categoría se disgrega en subcategorías producto del análisis de los perfiles durante el trabajo de campo; tales categorías son: prohibiciones, relaciones de poder, discursos de sí, componentes y restricciones técnicas y finalmente narraciones de sí.

5.1 El gobierno de sí y cuidado de sí. A modo de introducción

Se requiere en ese momento, antes de comenzar a dar cuenta de los hallazgos del trabajo de campo, ubicar al lector en el por qué es pertinente y útil traer a colación una categoría creada por Foucault en el marco de sus estudios sobre la época clásica griega y romana, en relación con lo que los estudiosos del autor han denominado su etapa ética. En esta etapa Foucault se dedica de lleno a entender la forma de operar del poder para construir sujetos éticos y morales a través de una relación que entablan los individuos consigo mismo y por supuesto un trabajo sistemático sobre su cuerpo. Ya que como hemos argumentado, cuerpo y subjetividad están unidos en una misma analítica, de formas de poder, de tecnologías de gobierno. Es por ello por lo que para Foucault y para nuestro trabajo, el sujeto está atravesado y se constituye por medio de prácticas, discursos, saberes- poderes, relaciones de poder, juegos de verdad y dispositivos. Por ello no podemos ver al sujeto como algo fijo, éste se ha construido a lo largo de los diferentes momentos históricos, que Foucault identifica con diferentes etapas, arqueológica, genealógica y ética. *Esta última la que nos interesa de sobre manera, ya que instaaura una construcción subjetiva que recurre a las prácticas de sí, al cuidado y formas de auto gobierno que el sujeto despliega sobre sí mismo, como se pudo mostrar en el caso de Facebook. Es decir, aquí el sujeto que se virtualiza hace cuidado de sí y despliega una serie de mecanismos de autogobierno.* Esta transformación en el modelo analítico de poder lo expresa de manera clara Foucault en el tomo II de la historia de la sexualidad “La inquietud de sí” cuando manifiesta que

El gobierno virtual de sí: tensiones dinámicas en Facebook; entre el empresario de sí mismo, el exhibicionismo y la autopublicidad

“Fue igualmente necesario un desplazamiento teórico para analizar lo que con frecuencia se describe como las manifestaciones del "poder": me llevó a interrogarme más bien acerca de las relaciones múltiples, las estrategias abiertas y las técnicas racionales que articulan el ejercicio de los poderes. Parecía que sería necesario emprender ahora un tercer desplazamiento, para analizar lo que se ha designado como "el sujeto"; convenía buscar cuáles son las formas y las modalidades de la relación consigo mismo por las que el individuo se constituye y se reconoce como sujeto. (Foucault, 1999, p, 9)

Como se decía anteriormente, las prácticas de autogobierno, las debemos concebir como estas formas “liberales”, en las que el sujeto busca hacerse cargo de sí mismo, gobernarse teniendo como preocupación fundamental su cuerpo. Recordemos nuevamente de manera concreta la definición que da el autor y que presentamos en el primer capítulo. El cuidado de sí, tiene cercanía, con el concepto de Las técnicas de sí que permiten a los individuos solos, o con las ayudas de otros, algunas operaciones sobre su cuerpo y su alma, sus pensamientos, sus conductas y su modo de ser, así como transformarse, así como alcanzar cierto estado de felicidad, de fuerza, de sabiduría, de perfección o de inmortalidad. (Foucault, p. 445, 1999). Con el cuidado de sí, Foucault entiende estas maneras de operar del poder de una forma diferente a las analizadas con antelación por él. En ellas, el poder, no buscaba sujetar al individuo a través **únicamente** de los poderes externo al mismo, sino que son formas de poder, enmarcadas en la relación consigo mismo, poder que se encuadran en los procesos de subjetivación, en otras palabras, el individuo puede en **alguna medida** decidir no ser gobernado sino autogobernarse a través de una relación consigo mismo **en el marco de unos condicionamientos dados por el contexto**. Esta forma de gobierno constituye al sujeto moral que se produce a sí mismo, y que se problematiza. En palabras del autor diríamos que:

Se puede caracterizar brevemente ese "cultivo de Sí, por el hecho de que el arte de la existencia -la techn tou biou bajo sus diferentes formas- se encuentra dominado aquí por el principio de que hay que "cuidar de uno mismo"; es el principio de la inquietud de uno mismo el que funda su necesidad, gobierna su desarrollo y organiza su práctica. Pero hay que precisar; la idea de que hay que aplicarse a uno

El gobierno virtual de sí: tensiones dinámicas en Facebook; entre el empresario de sí mismo, el exhibicionismo y la autopublicidad

mismo, ocuparse de uno mismo (heautou epimeleisthai) es en efecto un tema muy antiguo en la cultura griega. (*Foucault 2003, p, 46*)

Por otro lado, habíamos dicho en el marco conceptual, que el cuidado de sí y las formas de auto gobierno que constituyen el gobierno de sí, tienen un mecanismo fundamental y que las dispone, y es a saber, que no es un ejercicio en soledad, sino una verdadera práctica social en la medida que se realiza en presencia de otros y con otros, en otras palabras, no es un ensimismamiento, depende de ciertas relaciones sociales. Este aspecto social es importante para esta tesis ya que precisamente estamos hablando de un cuidado de sí que se dan en el marco de los procesos de socialización en una red social en donde el individuo cuida de sí mismos frente a la mirada de otros, frente al escrutinio permanente de las actuaciones que son juzgadas, admiradas, sancionadas o legitimadas. Nunca es una práctica en soledad, no es en un sitio encerrado en cuatro paredes, sino es en medio del espacio público virtual en el que el individuo se constituye a sí mismo.

Por otro lado, cabe recordar que, habíamos dicho que el ocuparse de sí mismo demanda de manera simultánea, con las prácticas, las reflexiones, los trabajos, etc., unas formas rigurosas de verificación, de una medida que indique si el individuo está trasegando en el camino correcto, si la tarea de ocuparse de sí está rindiendo los frutos que se espera de ellos. (*Foucault.1987, p. 58*) Finalmente, el cultivo de sí, el ocuparse de sí, se sirve del control como una prueba de poder y una garantía de libertad. Una manera de asegurarse persistentemente que no nos sujetaremos a lo que no cae bajo nuestro dominio, es velar permanentemente sobre nuestras representaciones. *Recordemos que los internautas tienen que crear una versión de sí mismo, una forma de auto representación o una presencia virtual, por lo que es esta una práctica “de creación total de sí mismo y de su cuerpo de forma constante”. Lo que supone formas de edificación y por supuesto de auto gobierno; entre esas formas de control sobre sí mismo, podemos nombrar la observación, la exposición pública, inmersión y la presencia. En las que sí son bien vista por los demás (se tendrá más números de Likes, comentarios positivos, reproducir la publicación) sería una forma de verificación que dicha construcción de sí mismo, es exitosa, en otras palabras, se estaría haciendo un buen cuidado de sí.*

Ahora bien, no se trata aquí de volver a retomar el modelo interpretativo ya citado; de lo que nos debemos ocupar en este momento es ver cómo estas prácticas de sí mismo, de gobiernos de sí mismos; están presentes en Facebook y en la constitución de los sujetos analizados. En esa media hay que entender (y esta es la razón de poner a dialogar a Goffman con Foucault) que debemos comprender un tipo particular de gobierno de sí, el que despliegan los sujetos en Facebook, ya que este depende de la forma de gubernamentalidad privilegiada en la que se haya el sujeto que cuida de sí. A lo largo del trabajo de campo se pudo evidenciar elementos claramente diferenciadores e identificadores de un tipo de construcción de sí mismo que está en consonancia con el modelo neoliberal que ya Foucault había empezado a describir en su libro *El nacimiento de la biopolítica*, siguiendo al autor, conviene citar algunas de sus líneas, “El homo economicus es empresario y un empresario de sí mismo. Y esto es tan cierto que, en la práctica, va a ser el objetivo de todos los análisis que hacen todos los neoliberales. Sustituir en todo momento el homo economicus socio del intercambio por un homo económicos empresario de sí mismo, que es su propio capital, su propio productor, la fuente de sus ingresos” (Foucault 2007, p. 264-265).

Argumentación que es seguida, y aplicada por autores contemporáneos como (Rose 2015, 2014; Karker 2015; Sáenz 2014; Jarw 2014; García 2014; Castro Gómez 2012; Cubides 2007) para ratificar lo dicho en su momento por Foucault, en relación a que efectivamente en las sociedades actuales, cuando nos referimos a las prácticas de sí, tenemos que entender que éstas están encaminadas en algún grado a que el sujeto se vuelva empresario de sí y por ende que su construcción en Facebook puede estar encaminada a fortalecer su capital humano. Para concebir este nuevo régimen de poder de las sociedades capitalistas avanzadas, nos basaremos en los postulados de Rose, quien puntualiza de manera adecuada estas formas actuales de poder que se posicionan como determinantes para comprender las formas subjetivas de construcción de sí mismo en la contemporaneidad y que se pudieron evidenciar en los sujetos analizados en esta tesis.

El gobierno virtual de sí: tensiones dinámicas en Facebook; entre el empresario de sí mismo, el exhibicionismo y la autopublicidad

Para Rose, se debe partir del hecho que en el neoliberalismo se han gestado unos cambios importantes en la gubernamentalidad o en la razón de gobernar, en ese sentido Rose plantea un aspecto que en este marco es importante para nosotros que denomina *Una nueva especificación del sujeto de gobierno* (Rose 2014) en la que destaca una serie de factores relevantes relacionados con las variables cuerpos, sujeto y formas de poder. En ese orden de ideas dice el autor; La entronización de los poderes del cliente en tanto que consumidor define a los sujetos de gobierno de una nueva forma: como individuos activos que buscan “realizarse a sí mismos”. (Rose 2014, p. 87-88) Una de las características fundamentales del empresario de sí mismo es su condición de consumidor de servicios y por medio de ellos buscar la realización y la felicidad, es la exaltación del individualismo.

La siguiente característica es fundamental para nosotros porque Rose identifica de manera clara y central el papel de las tecnologías y los dispositivos tecnológicos como Facebook, en el seno de las nuevas formas de biopoder, en las que efectivamente no se ve de manera central la mano del Estado, éste en gran medida es substituido por la mano del mercado, por las empresas multinacionales y transnacionales que utiliza como caballito de batalla la publicidad y el marketing, como elemento moldeadores de cuerpos y subjetividades (Rose 2014, p. 87-91).

Quisiéramos finalizar esta introducción conceptual de este capítulo, enfatizado una idea que, si bien está implícita en lo dicho hasta el momento, creemos que es pertinente remarcar para evitar falsas ideas y concepciones de libertad sin restricciones en la constitución de cuerpos y subjetividades (que dicho sea de paso sería contrario al pensamiento de Foucault). Si bien las formas de auto gobierno, como del tipo que da origen al empresario de sí mismo, requieren autonomía del individuo, libertad y auto determinación, guiado por un ejercicio más o menos racional y consiente de las personas; esto no quiere decir que no posea un medio ambiente, un entorno que es controlado. Como ya dijimos en el capitalismo las formas de gubernamentalidad no apunta a los sujetos y a sus cuerpos de manera directa sino a los ambientes o contextos en los que despliegan las técnicas de sí, “no significa que el liberalismo renuncie a gobernar la conducta, pues una cosa es dejar-actuar la libertad del individuo, y otra muy distinta es dejarla sin gobernar. La tecnología liberal no reglamenta, ciertamente, la libertad de los individuos, pero sí la

gestiona; o para decirlo de otro modo: no interviene directamente sobre la libertad, sino sobre las condiciones de la libertad". (Castro Gómez 2012, p. 153).

5.2 Dispositivo Facebook. Condiciones, controles e intimidad

5.3

Buena parte del análisis de Facebook con relación a los condicionamientos técnicos que están presentes en esta red fueron tratados con mayor profundidad en el capítulo1, en donde nos dimos a la tarea de hacer un análisis minucioso y muy descriptivo de la mano de la observación sistemática que se realizó en el marco del trabajo de campo etnográfico entorno de los diferentes componentes técnicos y las formas en que, los individuos lo apropian, lo subvertían o los siguen. Aquí la descripción no va a ser tan minuciosa, (el lector si así lo desea puede remitirse al primer capítulo de esta tesis) lo que queremos hacer en este momento, es retomar algunos elementos centrales del material empírico para poder argumentar, como este elemento puede constituirse en parte de la construcción subjetiva y corporal del potencial sujeto virtual empresario de sí mismo en Facebook. A su vez de la mano del análisis de la observación del dispositivo en tanto tal y de las formas de apropiación por parte de los sujetos, se mostrará, como en su seno se despliegan ejercicios de poder en el marco de la sociedad neoliberal, ya no sólo bajo la forma de auto gobierno que hemos identificado como principal, sino que se establece como dispositivo confesional y de vigilancia

Comencemos exponiendo los argumentos que se encuentran en la red Facebook en su parte técnica y que propician que los sujetos se gobiernen a sí mismos. Facebook establece de manera importante la construcción de sí de los sujetos, en la medida en que ofrece una serie de información, ya preestablecida a todos, unas ciertas prohibiciones y controles que se aplican indistintamente a los individuos. En la misma dirección las interacciones sociales, los procesos de socialización y de contacto, son también ya performativos en esta red. Las formas de autogobierno que despliega el individuo se

presentan en el marco de estos condicionamientos técnicos, dicho de otra manera, los mismos individuos a la sazón de estas tecnicidades, adaptan estas tecnicidades haciéndolas que sean beneficiosas para ellos y que no genere efectos contraproducentes para sí mismo. De forma tal, que la etnografía virtual, nos mostró a Facebook, con una serie de condiciones que el sujeto no controla y que constituyen el perfil, que son proporcionadas por la plataforma de forma más o menos estandarizada y que el individuo está en libertad relativa de completar; tales como: Información general, información sobre grupos a los que pertenece, formación sobre gustos y consumos, información sobre empleo y educación, los lugares de visita y residencia, familia y relaciones, información de ti y acontecimientos importantes⁸. Pero no sólo es la construcción del perfil lo que tiene ciertas limitantes, también son las formas de interactuar, reacciones predeterminadas por las plataformas (entre ellas “me gusta”, “me encanta”, “me enamora”, “me entristece” etc.) y los contenidos que se pueden publicar, esto es, que no se consideren obscenos o pornográficos, así como tampoco violentos, lo que impondría el cierre de la cuenta por parte de la red. De la misma manera, hay restricciones técnicas menos obvias tales como el encuadre de las fotos esto es importante porque permite editar el cómo quiere verse, que los otros lo vean, como se explicó en el capítulo dos y que más adelante profundizaremos en la tesis, que han sido y serán objeto de un tratamiento más minucioso como lo es la administración de la privacidad del perfil

Todos los anteriores elementos pueden ser entendidos en términos de que se consigue contribuir de manera indirecta al capital humano, en la medida en que el sujeto busca cuidar su prestigio y en la forma como puede ser percibido. Asimismo, puede determinar quiénes lo pueden observar y quienes no, puede administrar las relaciones que establece, los contenidos que publica de sí y lo que piensa, etc. De forma tal que todo esto sumado, en alguna medida ayuda a cierta capitalización del individuo virtual. Podemos entonces evidenciar de manera clara un elemento de *la gubernamentalidad neoliberal expuesta por Foucault y otros autores en la medida en que* no hay un ejercicio del poder, del gobierno y la gubernamentalidad de manera directa sobre los sujetos. El mercado exige libertad del sujeto, libertad de derecho, ya no es sobre el derecho o la economía que el arte del gobernar se debe ejercer, sino sobre una nueva especialidad, la sociedad civil como

⁸ Ver Información de perfil en página de Facebook

El gobierno virtual de sí: tensiones dinámicas en Facebook; entre el empresario de sí mismo, el exhibicionismo y la autopublicidad

espacio de soberanía es una tecnología de gubernamentalidad (Foucault 2007). Es decir, que no trasgrede ni las leyes, ni se requiere una omnipresencia del gobierno para gobernar, o de las instituciones sociales de vigilancia. El individuo en Facebook, no se siente vigilado, no se percibe como controlado, por el contrario, ve en él, un espacio de esparcimiento, de liberación, en alguna medida para pasarla bien en contacto con sus amigos.

Esa libertad controlada, esa libertad que no se dirige a los individuos sino a los escenarios, es la que nos permite entender por qué cuando los sujetos escenifican sus cuerpos y su vida cotidiana a través de las interrelaciones, las publicaciones y la construcción de sí mismo por intermedio de las imágenes como forma privilegiada de construcción de cuerpos virtuales, lo realizan, siguiendo en las fotos los lineamientos técnicos. Por otro lado, También en el trabajo de campo de seguimiento a los informantes, no se vieron cuerpos desnudos o en el marco de escenas de violencia o en prácticas sexuales explícitas, porque los sujetos no les interesaban por múltiples razones profundizadas en las entrevistas, pero tampoco no se lo permitía la plataforma o debido a que podían ser objetos de sanciones. Ahora bien, con relación a la práctica de construcción del perfil de los sujetos, se evidenció una clara la regulación de datos de sí, de información íntima, de acceso a ciertos públicos y a ciertos contenidos. Se pudo establecer, que ésta es una práctica absolutamente generalizable a todos los perfiles analizados, nunca hubo un individuo que diera apertura total a su perfil y a sus publicaciones, a sus interacciones, a sus comentarios. Para tener acceso a un perfil y su contenido total, la persona tiene que ser amigo o conocido, sino es así, sólo la plataforma ofrece una información muy restringida del individuo, algunos ni siquiera aparecen con cuenta en Facebook si así lo desean ellos, como una forma de mantener su información y su privacidad sólo para algunos. Y de esto, no toda la información se muestra de manera indiscriminada, hay fotos, comentarios, intervenciones publicaciones, mensajes, etc., que solo son permitidos a ciertas personas y en ciertos momentos.

Por otra parte, en el análisis que se hizo a partir de las fotos de los perfiles de los informantes, se pudo evidenciar que alrededor del 70% tiene retoques o filtros, especial aquellas fotos llamadas de perfil, estadística básica que coincide de manera importante con la encuesta realizada en línea que arrojaron los siguiente porcentajes: los individuos contestaron que *casi siempre* utilizan estas posibilidades técnicas en un 20% y haberlas

El gobierno virtual de sí: tensiones dinámicas en Facebook; entre el empresario de sí mismo, el exhibicionismo y la autopublicidad

utilizado *pocas veces* el 46%., si sumamos los porcentaje indicarían que en última instancia en algún momento los sujetos han utilizado estas tecnicidades, en un total del 66%. Ahora también, como los vimos en el capítulo tres, las razones para estas modificaciones fueron con un 52% verse mejor, lo que concuerda con lo visto en el análisis de las fotos de los perfiles y las entrevistas. El segundo porcentaje con un 11% está encaminado a ocultar defectos, y con un 4% se encuentra que abiertamente manifiestan que la edición de las fotos tiene el fin claro de mostrarse más atractivos. Si sumamos todos estos porcentajes parciales nos da 67 % en que los sujetos manifiestas razones estéticas.

No solo a través de la observación de la plataforma y de los perfiles analizados es que podemos argumentar este punto, sino que también en las entrevistas se pudo ver esta práctica de administración que hacen los individuos sobre su cuerpo y su perfil, en este caso referido especialmente a la administración de la privacidad. Es así como Jeison nos dice que *“entonces en ese caso digamos le quiero mostrar a mi amigo como yo era cuando tenía 15 años o lo que estaba haciendo en dicha foto entonces entro a mi Facebook entonces se la muestro y ya, pero digamos él no tiene acceso desde su Facebook a ver la foto”* (Jeison entrevista 2016). Aquí se evidencia no sólo la restricción y la manera de llevarlas a cabo que no es igual para todos, sino que esta está pensada para los amigos y conocidos, mostrando ciertas cosas con ciertas intencionalidades de presentarse. Continuamos la exposición de un fragmento de la entrevista con Jesica quien sigue un pensamiento similar con relación al control administrativo de su perfil y las posibilidades técnicas, para permitir que solo ciertas personas vean y se interrelaciones con ella, *“Pero pues yo no acepto a todo el mundo..., por ejemplo, no tengo activo la opción de ver las fotos que me etiquetan (L): ¿y por qué? J: porque hay gente que sube fotos que no me gustan y así tengo la opción de que no aparezca a todo mundo solo amigos de amigos y amigos de mis familiares y así solo que tengan amigos en común conmigo* (Jesica entrevista 2016).

El control de su presencia virtual pasa efectivamente por ser muy selectivos con relación a quien acompaña al sujeto en este escenario virtual. En el seguimiento a los perfiles realizado para la investigación se puso en evidencia que el 100% de los perfiles analizados impone algún tipo de prohibición y restricción para que los demás internautas tengan acceso a su perfil y datos. De la mismas manera el 100% ejercen algún tipo de control

El gobierno virtual de sí: tensiones dinámicas en Facebook; entre el empresario de sí mismo, el exhibicionismo y la autopublicidad

administrativo, entre los más destacados cabría mencionar, ocultamiento de cierta manera y a ciertos individuos de datos personales especialmente de identificación y de ubicación. A pesar de que la plataforma es para “conocer gente”, por el contrario, los individuos prefieren tener en su red gente que conozca efectivamente fuera de línea. Manuel nos comenta *“no, no las elimino ni las bloqueo, pero si utilizo la opción de Facebook que me parece muy buena que es la que dice dejar de seguir o no quiero ver más publicaciones de esta persona para hacerse la vida más tranquila, entonces... eso es lo que uso y no las bloqueo ni las elimino y también uso la opción de conocidos.* (Manuel entrevista 2016)

En este testimonio vemos efectivamente como, si bien existe unas limitaciones técnicas, está en el individuo la posibilidad de buscar amoldarla a sus necesidades de construcción y relación, pero no solo eso, sino que por el contrario pone el reto de ver como se utilizan de la mejor forma para sí, generando los menores conflictos con los otros sujetos virtuales, especialmente si esto tiene cierta diferencia de rango o afinidad en el mundo fuera de línea. Finalicemos con el testimonio muy dicente de Adriana *“solo información básica y de contacto, creo que es lo más básico para mí y porque no me interesa que nadie me conozca y que tengan toda la información de quien soy que hago, que me gusta y que no me gusta ósea no se pierde la magia al conocerse no.* (Adriana entrevista 2016)

Ahora bien, esta tendencia a mantener contacto y mostrarse especialmente a familiares, amigos y conocidos, no escapa a la lógica del gobierno de sí. La idea es que, si el individuo quiere contribuir a esa pretendida labor de ser empresario de sí, como aquí argumentamos, debe empezar a promocionarse o auto promocionarse en un grupo conocido, al círculo que los sujetos gestionan para sí. Los datos derivados del trabajo de campo son contundentes. En la encuesta en línea el 44% de los encuestados respondieron que usan Facebook para mantener contacto con conocidos como la principal razón de estar en la red, discriminados entre conocidos unos 31%, familiares un 8% y amigos un 5%. Por otro lado, a la pregunta de “a través de qué comunidad se registró para estar en contacto con otros usuarios de Facebook”, la respuesta fue aún más contundente, el 30% respondió que, a partir de la ciudad, el 27% que de la Universidad o sitio de trabajo y con un mismo porcentaje, es decir, el 27% buscaban contacto con la identificación a la nacionalidad, sólo el 13% respondió que no tenía en cuenta ninguna comunidad conocida para registrarse en esta red. Por otro lado, al hacer el seguimiento a los perfiles, se pudo evidenciar que las personas acudían

El gobierno virtual de sí: tensiones dinámicas en Facebook; entre el empresario de sí mismo, el exhibicionismo y la autopublicidad

a sus redes conocidas para entablar amistad o para aceptar o rechazar una solicitud de amistad; buena parte de los conocidos eran amigos de la Universidad, o familiares, o conocidos de los amigos. Finalmente, también como lo expresaron los sujetos entrevistados, casi nunca, por no decir nunca, entraban en contacto con personas que no conocían apelando a razones de seguridad, protección o finalmente no despertaba interés promover amistad con desconocidos. En las pocas ocasiones en que esto se daba obedecía especialmente a que los unía una afinidad, un gusto en común, como, por ejemplo, la música, el cine y en general este tipo de consumos culturales.

Una segunda razón esgrimida, que está acorde con esta motivación más o menos consiente, más o menos planeada contribuye a que su yo virtual tenga elementos del empresario de sí mismo, está dada en la medida en que entre los individuos analizados son muy conscientes de las implicaciones que en el marco social y laboral tiene las construcciones subjetivas y corporales que ellos hacen en Facebook. Esta evidencia No se ve manera incuestionable en el análisis de los perfiles, ni de las fotos, es decir, es indudable que hay una administración, gestión y cuidado de su yo virtual, pero eso podría interpretarse a otras razones anteriormente expuestas, solo a través del testimonio directo de las entrevistas se evidencio esta conciencia subjetiva de las personas. Es partir de esta misma conciencia, que toman decisiones que permiten maximizar y no afectar su vida laboral, ejemplifiquemos con un fregamiento de la entrevista realizada a Adriana “*Pero entonces me dio miedo también porque yo dije como si ahora revisan tanto esos perfiles, no puedo en mi perfil poner en Facebook cosas muy pesadas que no vayan con una empresa por ejemplo entonces yo dije mejor no, abstenerse de esa información*”. (Adriana entrevista 2016)

En este testimonio hay dos elementos claros que proporcionan pistas de como los individuos construyen sus cuerpos y su subjetividad con una cierta visión empresarial. Primero es claro que se cuidan de poner información, pensamiento, ideología que pueda atentar contra su futura adquisición de empleo. Segundo la selección de las personas que la acompañan en la red social deben estar acorde a cierta forma de ser, a ciertas formas y gustos corporales que no generen choques y se vea afectada. Por otro lado Manuel nos dice cómo filtra cierta información que indudablemente considera él, puede perjudicarlo laboralmente, por ello lo ha eliminado de su perfil y ahora es mucho más cuidadoso y

**El gobierno virtual de sí: tensiones dinámicas en Facebook;
entre el empresario de sí mismo, el exhibicionismo y la autopublicidad**

selectivo entorno a lo que publica un tiempo *“fui swinger y pues me puse en la tarea de eliminar esas páginas y grupos a los que pertenecía lo que no cuento eh no cuento todo acerca de mi sexualidad a pesar de que soy muy abierto con el tema ehh por el tema profesional y de familia”* (Manuel entrevista 2016)

En este testimonio se denota de manera enfática como cierto tipo de prácticas corporales deben estar ausente de la escena virtual de Facebook, no sólo por un problema de prohibición de la plataforma, sino ante todo porque los sujetos saben que estas prácticas que no son bien vistas socialmente afectarían su vida laboral. Se hace claro que este tipo de prácticas y de auto gobierno afecta directamente el capital humano y social que debe tener del sujeto que las produce, es por supuesto una cuestión de prestigio social y de no ser sancionado, pero también de corte económico, ya que afecta la vida laboral. Por ello el gurú del márketing sugiere que, *“Antes de publicar algo, piense en las posibles consecuencias de la divulgación de sus comentarios y luego tome una decisión inteligente. Todo lo que publique en la red puede volverse contra usted”*. (Schawbel 2011, p. 30).

Otra razón que estuvo presente en los testimonios de los sujetos para poner controles a su puesta en escena, a su construcción de sí, es el derivado de las implicaciones en seguridad que ciertos datos brindados en este espacio podrían acarrear al individuo fuera de línea. Pero también, por que dichas construcciones subjetivas no están acorde a ciertos estereotipos deseables de cuerpos y subjetividad, lo que haría que el individuo fuera objeto de burla y sanción *“yo creo que pues yo lo hago más que todo la información básica sobre todo porque yo no quiero digamos pongo el número de celular y que una persona x me llame y me diga no es que yo lo contacte por Facebook pues no me parece que esa sea la forma y que me parece un poco inseguro”* (Jeison entrevista personal 2016). Con este testimonio no sólo se puede comprobar este proceder de los individuos, sino que salió a relucir una causa fundamental a saber, el problema de seguridad fuera de línea que supondría compartir indiscriminadamente la información en Facebook. El mismo entrevistado, más adelante continua bajo la misma línea explicativa *“no las elimino, sino que no las dejo para que no las vea cierto tipo de público, entonces digamos pueden hacer una burla,”* (Jeison entrevista 2016). Aquí se destaca no solo las implicaciones sociales sino las burlas de las que son objeto aquellos cuerpos y subjetividades que se salen de la

El gobierno virtual de sí: tensiones dinámicas en Facebook; entre el empresario de sí mismo, el exhibicionismo y la autopublicidad

norma, de lo estético, o de lo deseable, por lo que se debe tener cuidado de esos aspectos, razones similares esgrime Adriana, para quien *“digamos que porque después de un tiempo Facebook se volvió una red insegura, digamos creo que si tengo número pero lo tengo porque ese hace contacto con el celular para que se me una toda la información, digamos no está público ósea, sí el teléfono está pero no está público y yo creo que pues es un asunto de seguridad”*(Adriana entrevista 2016). También tenemos el caso de Heidi *“mm no me parece que a veces se puede prestarse para pleitos porque no todo mundo cree o piensa igual que yo... mm no yo creo que hay mucha presión social, entonces esa es la forma de encontrar en Facebook, lo mismo por lo que yo me restrinjo porque puede tomarse para burlas la presión social es la que nos restringe nos limita pienso que esa es la forma de controlar”* (Heidy entrevista 2016). Es claro que nuevamente el tema de que las presiones sociales no escapan al escenario virtual, en términos de burlas y conflictos. Finalicemos con el testimonio de Jessica nos dice de manera más concisa, al responder a la preguntarle por la no inclusión de los datos de su casa en el *“no tampoco, porque no falta el loco que le llegue a la casa, y el numero a menos de que me lo pidan y yo lo de”* (Jessica entrevista 2016). Como ya lo habíamos mencionado, no sólo se trata de un inconveniente de implicaciones de seguridad, sino ante todo de repercusiones negativas en el mundo social. Esto fue observado no sólo en los testimonios anteriores, sino en el total de los perfiles (30) en los que fue claro el cuidado que tuvieron los individuos al publicar cosas indeseables de ellos mismo, o que atentaran con su seguridad fuera de línea. Y claro, también está atribuido, a esa necesidad de cuidar la imagen de sí, no ponerse en vergüenza, no ser objeto de buling, de ridículo, y por ende de sanción, que afecta su vida social, pero también laboral.

Aquí nuevamente la dialéctica del Facebook en términos de dispositivo con posibilidades y limitaciones técnicas se hace patente toda vez que indudablemente podemos comenzar a ver elementos de gobiernos de sí, a la manera de controlar las tecnicidades de Facebook, de no sólo asumir de manera pasiva las posibilidades de las plataformas. Sino que, ante todo, estas trasformaciones que efectivamente hacen los sujetos de sus cuerpos y sus subjetividades persiguen intereses claros de auto gobierno, pero también estas formas de auto gobierno no escapan para nada a la lógica de la gubernamentalidad neoliberal. *“Los individuos se constituyen como producto entre los procesos de individualización y los de totalización homogenizadora, son el resultado, de las dinámicas de subjetivación y las de*

**El gobierno virtual de sí: tensiones dinámicas en Facebook;
entre el empresario de sí mismo, el exhibicionismo y la autopublicidad**

sujeción, motivo por el cual se sienten, simultáneamente, ciudadanos “autogobernados” y miembros de un colectivo gobernado por otros. (Cubides 2007, p. 62)

En el marco de las condiciones que configuran a Facebook en tanto dispositivo, cabe enfatizar un aspecto muy importante que fue objeto de buena parte del análisis del capítulo anterior; nos referimos aquí al hecho de que la construcción de cuerpos en Facebook pasan por una lógica de mostrar ante los demás la vida íntima, (la puesta en escena de la intimidad como efectivamente lo hicimos con Goffman como modelo interpretativo) la intimidad en el espacio público, como una suerte de espectáculo (Sibila 2008). En buena medida coincidimos con el análisis de esta autora y, de los trabajos subsiguientes también aquí citados, que apropian este modelo para entender lo que pasa en las redes sociales. Nos apartamos como nuevamente recalcamos, en el hecho que hay que ver más allá de los efectos pragmáticos inmediatos. Para ello, se debe reflexionar sobre elementos que hemos repetido también de manera insistente, el hecho que es una intimidad editada es una intimidad pensada para producir ciertos efectos, de mostrarse exitoso, feliz, deseable, bellos, saludable etc. Esta condición permite argüir que esta intimidad está en marcada en lo que Foucault llama el dispositivo de la confesión, (1986) pues lo que se confiesa consiste en exhibir parte de la intimidad, algo vergonzoso, algo pecaminosos, algo oscuro; solo que aquí en Facebook, lo que se confiesa son los éxitos, lo que se confiesa es la buena vida, la vida en familia, de cosas importantes y relevantes para los individuos. En este momento se presentarán los argumentos de tipo conceptual, junto con los empíricos que están referidos especialmente a los capítulos 1 y 2; el primero las tecnicidades del dispositivo Facebook, y el segundo la puesta editada de la intimidad, mostrando algunos de los datos más relevantes, encaminados a exponer cómo esta intimidad edita puede en un momento dado contribuir a la pretensión de la realización del empresario de sí virtual

Es así, que, aunque los escenarios identificados a través del análisis de las imágenes fueron muy variados y no hubo una tendencia muy marcada para la puesta en escena, dos cosas cabe resaltar: la primera es que dos fachadas se relacionan de manera directa con la pretensión del empresario de sí, el de fotografiarse en el lugar de formación y el del lugar del trabajo, la primera con un 8% y la segunda con un 9 %. La segunda es que, si bien los otros no están directamente relacionados con una pretendida versión del empresario de sí, es indudable que muestran unos escenarios que simbolizan ostentación y éxito

El gobierno virtual de sí: tensiones dinámicas en Facebook; entre el empresario de sí mismo, el exhibicionismo y la autopublicidad

personal, que en últimas contribuye al prestigio y por ende al apalancamiento del empresario de sí. Por otro lado, si tomamos, por ejemplo, las rutinas que exponen públicamente los sujetos, los mayores porcentajes son divirtiéndose con un 42%, viajando un 8%, que responde a la misma lógica anterior, es decir, ser registrado como exitoso y con una versión digna de admirar; pero también con un 9 % la gente le gusta mostrarse trabajando, que está directamente conexo con la perspectiva económica del empresario de sí. Finalmente, las estadísticas de las fotos analizadas nos dicen que las estrategias de idealización más representadas son con el mismo porcentaje del 31% son la del cuerpo cuidado y deseable. En la misma línea, con un porcentaje muy alto, 18 %, está las idealizaciones de éxito educativo, profesional y social que están directamente relacionado con la impresión del empresario de sí y finalmente con el capital simbólico asociado al capital humano representado en consumos distinguidos y accesorios costosos están presentes en las fotos 11 %. En definitiva, la exhibición de la vida privada a la luz de los análisis formales de las fotos muestran como efectivamente esta intimidad puesta en escena está claramente relacionada con intención más o menos consiente de ayudar a forjarse como un empresario de sí virtual, en la medida en que se recurre a visualizar aspectos relacionados con la vida económica o su preparación para futuro trabajos, así como luciendo consumos y servicios distinguidos que fortalecen el capital humano vía capital simbólico.

Esta intimidad editada está enmarcada en la lógica del dispositivo de confesión, Michel Foucault en la historia de la sexualidad tomo I La voluntad del saber (1978 Foucault), muestra como el poder de las disciplinas y la regulación de la sexualidad se ejercía sobre el mecanismo o mejor el dispositivo de la confesión. Procedimiento que se enmarca en una gubernamentalidad del poder que proviene del poder monástico, en palabras de Foucault:

“Para que la confesión fuera completa: posición respectiva de los amantes, actitudes, gestos, caricias, momento exacto del placer: todo un puntilloso recorrido del acto sexual en su operación misma. La discreción es recomendada con más y más insistencia. Pero la lengua puede pulirse. La extensión de la confesión, y de la confesión de la carne, no deja de crecer. Porque la Contrarreforma se dedica en todos los países católicos a acelerar el ritmo de la confesión anual. Porque intenta

**El gobierno virtual de sí: tensiones dinámicas en Facebook;
entre el empresario de sí mismo, el exhibicionismo y la autopublicidad**

imponer reglas meticulosas de examen de sí mismo. Pero sobre todo porque otorga cada vez más importancia en la penitencia —a expensas, quizá, de algunos otros pecados— a todas las insinuaciones de la carne: pensamientos, deseos, imaginaciones voluptuosas, delectaciones, movimientos conjuntos del alma y del cuerpo, todo ello debe entrar en adelante, y en detalle, en el juego de la confesión y de la dirección”. (*Foucault 1986, p. 27-28,*).

El dispositivo de la confesión en el actual Facebook se puede presentar como una forma de confección, una confesión de su vida privada, pero volcada hacia el público hacia lo público. Es confesarse hacia los otros, no con un especialista legitimado institucionalmente, tampoco es una forma de confesión que busque la redención de quien se confiesa, pues no se confiesa pecados ni ciertas prácticas censurables, sino por el contrario es mostrar al público la intimidad de los logros, la vida en familia, las diversiones sanas, los logros profesionales, los lugares privados en los que se desenvuelve la vida, los afectos y los pensamientos propios. Estas formas de confesar ante los demás una intimidad editada, es lo que se convierte en una forma de verdad, un discurso de verdad, un discurso de verdad sobre sí mismo, para el caso ser una persona de éxito es decir un intento de empresario de sí mismo exitoso. No es un dispositivo de confesión basado en la sanción, en la prohibición o en el saber. Razón por la cual el Facebook, es una confesión pública que puede ser liberadora en el sentido que no hay un libreto que seguir, asimismo, en el sentido que no se encuentra un manual de normas que nos indican lo permitido o no permitido, y por ende que sea objeto de confesión por parte del penitente. Facebook tampoco es vigilado por una institución central (estado o iglesia), si hay una vigilancia en el sentido que ya hemos referido aquí, que vaya en contravía de lo establecido como moral y éticamente correcto. Pero para ello se le da libertad, esa libertad vigilada de la que hemos estado argumentado. En el dispositivo de confección Facebook no se confiesa sin la presencia del otro, y el otro en el Facebook es, el público quien juzga la intimidad exhibida, publicidad del yo y del cuerpo de los sujetos, es el público difuso en potencia quien da el aval, quien glorifica la confesión o la sanciona. La confesión fue y sigue siendo la matriz que rige los discursos de la verdad, en el sentido que un elemento importante es que la intimidad confesada sea vista por esta audiencia que la juzga como auténtica, como verdadera, de lo contrario es fuertemente sancionada y el sujeto entra en desprestigio, pierde capital humano no se está contribuyendo a forjarse a sí como una empresa rentable

y mucho menos un producto. Seguimos de cerca en ese orden de ideas, la perspectiva que ubican a las ediciones de sí y entre ellas las que se sitúan en la confesión de la intimidad en el contexto contemporáneo las interacciones sociales en la comunicación (Facebook); edición de sí en el marco de los espacios virtuales que se presentan como como de fuga y libertad, individualizadoras no colectivas, des articuladoras no dirigidas necesariamente con la razón, aunque sin excluir a esta, sin la autocrítica sino al deseo, vinculadas al placer y el consumo. No institucionalizadas, ni reflexivas y relativamente autónomas; prácticas de sí, como el caso que estamos argumentado que se llevan a cabo en medios interactivos como el Facebook. Las ediciones de sí enmarcadas en el dispositivo confesional son, más seductores y menos concentrados en los saberes y los discursos de verdad, dispositivo de confesión que se presentan como auto regulados, autodominios, auto monitoreo y autodescubrimiento, de la mano de un pretendido yo empresarial virtual.

Esta tesis sigue muy de cerca la concepción deleuciana (Deleuze 2006) referida a el papel que según este autor, tiene los nuevos medios de comunicación interactivos (léase Facebook) en la configuración de nuevas formas de ser y existir, es decir de procesos de subjetivación, en las que como hemos referido, la racionalidad gubernamental neoliberal que dispone la condición de libertad y autonomía del sujeto, antes que mecanismos de encierro, para el ejercicio del poder es, “La seguridad es aquello que Gilles Deleuze señaló en un pequeño ensayo a propósito del control, un dispositivo que opera al aire libre, que necesita y, por tanto, produce libertad y autonomía para crear y para responder a ese deseo que, según Quesnay, busca su propio interés, su propia ganancia; se trata entonces de un dispositivo que se opone punto por punto a la disciplina.” (Rodríguez 2014, p. 20). Resumiendo, este dispositivo confesional que se despliega en el Facebook como practica de sí, está guiada por ese deseo subjetivo y narcisista de mostrar una intimidad idealizada con fines de capitalización del sujeto que se expone a él y por su puesto a su cuerpo, ante un escenario y un público virtual que lo califica. Por otro parte, esta evaluación por parte de la audiencia se fundamenta en juzgar que tan atractivo, que tan interesante, es decir, en ultimas, que tan “seductor” (que se puede comprobar por ejemplo con el número de likes dadas a una imagen de perfil de un sujeto, o por el número de seguidores, que las personas tienen) se es. Es la construcción subjetiva y corporal con la que el usuario de Facebook se publicita a sí mismo. Práctica de sí que está en armonía con la ética consumista de la sociedad contemporánea, toda vez que según Lipovetsky (2016) la

seducción continua es parte constitutiva de esta etapa del capitalismo, que se posiciona no solo como un elemento de hedonismo, sino como un factor económico, teniendo a la publicidad como el lenguaje emblemático, para nuestro caso la auto publicidad que despliegan los sujetos en su versión corporal virtual de sí mismos.

5.4 Ediciones y narraciones de sí. Gestionando y contribuyendo a la administración el empresario de sí

Según Foucault, (2003) los cuidados de sí no deben ser consideradas como un mero ejercicio de auto reflexión e introspección sobre sí, sobre su vida o su existencia. Por el contrario, como su nombre lo indica, suponen un trabajo permanente del individuo sobre su cuerpo y sus diferentes rutinas diarias,

“Hay que comprender que esa aplicación a uno mismo no requiere simplemente una actitud general, una atención difusa. El término epimeleia no designa simplemente una preocupación, sino todo un conjunto de ocupaciones; es de epimeleia de lo que se habla para designar las actividades del amo de casa las tareas del príncipe que vela por sus súbditos los cuidados que deben dedicarse a un enfermo o a un herido o también los deberes que se consagran a los dioses o a los muertos. Respecto de uno mismo, igualmente, la epimeleia implica un trabajo. Para ello se necesita tiempo. Y es uno de los grandes problemas de ese cultivo de sí el de fijar, en la jornada o en la vida, la parte que conviene dedicarle. Se recurre a muchas fórmulas diversas” (Foucault 2003, p, 49).

Si hemos de seguir al autor en esta definición, tendremos que demostrar que efectivamente los sujetos que están presentes en Facebook tienen que desarrollar una serie de prácticas cotidianas, sistemáticas, tareas, ocupaciones, etc.; que configuran la construcción de sí y de su cuerpo en este escenario virtual. Es más, si queremos argumentar, como lo estamos haciendo, que estamos ante unas formas de autogobierno, que conllevan a la pretensión de un yo empresarial, debemos demostrar como en los sujetos analizados, se presentaron

El gobierno virtual de sí: tensiones dinámicas en Facebook; entre el empresario de sí mismo, el exhibicionismo y la autopublicidad

sistemáticamente estos ejercicios o rutinas. Para ello recurriremos a los resultados derivados del análisis de los perfiles, de la encuesta en línea y de las entrevistas realizadas.

En la plataforma hay una serie de prácticas regulares que son propias de este espacio virtual, en la que los sujetos y sus cuerpos sumergidos en ellas, se dedican de manera regular. En las encuestas realizadas en línea, el 45 % de las personas manifestaron que con cierta regularidad están modificando su perfil, un 29 % lo hacían con bastante frecuencia, un 17 % lo hacía mucho, un 4% decía que lo hacía poco y sólo un 4% dicen que no cambia; de los encuestados que dijeron cambiar su perfil el 54 % manifestó que lo que más cambia es su foto de perfil. Se comprobó, a través del seguimiento que se realizó a los perfiles de 30 usuarios que, en un altísimo porcentaje las personas estaban de manera permanente conectadas a la red Facebook, gracias a los dispositivos móviles con los que ellos contaban y que les daba acceso permanente y en cualquier lugar a su yo virtual. Lo que les permitía estar administrado, de diferentes formas sus presencias virtuales en red. Entre las prácticas más popularizadas y habituales se encontraron el cambio de fotos de perfil, así como la edición de ésta y de la foto portada; en ese orden de ideas, la modificación de las fotos que los autorepresenta, a través de uso de filtros y programas de edición de imágenes como vimos en el capítulo anterior, hace parte de una práctica regular y necesaria para administrar su presencia virtual. También, como se pudo constatar esta práctica, no sólo es entre los usuarios analizados, sino que entre los sujetos que contestaron la encuesta en línea, se puso evidencia este hábito como se explicó con anterioridad. Por otro lado, se pudo demostrar a través de la observación como las personas permanentemente gestionaban y administraban su información de perfil; esto en términos de suministrar o no, sus datos privados. Se identificó en la misma línea, que el mayor porcentaje del perfil completo, obedece a varias razones que son por demás, pensadas y calculadas estratégicamente por parte de los sujetos. Otra actividad recurrente entre los jóvenes investigados, aunque en un porcentaje menor, fue las publicaciones que hacían los individuos sobre sus diferentes actividades, tales como anuncio de su cumpleaños, informar sobre diversas actividades diarias, manifestar que están pensando, divulgar que opinan sobre temas de la realidad nacional, entre otras. Es decir, presentar lo que les gustaba, informar donde están ubicados, manifestar si están viajando en el mismo instante que están interactuando, mostrarse si están de rumba; etc. En fin, se trata de, con

El gobierno virtual de sí: tensiones dinámicas en Facebook; entre el empresario de sí mismo, el exhibicionismo y la autopublicidad

cierto grado de permanencia interactuar, socializar, conversar, “vivir” en la red Facebook, lo que demanda efectivamente tiempo, cuidado, trabajo y planificación por parte del sujeto, en tanto tal es indudable que hace parte de un cuidado de sí en términos de Foucault

“Cultivo de sí”. Con esta frase hay que entender que el principio de la inquietud de sí ha adquirido un alcance bastante general: el precepto de que hay que ocuparse de uno mismo es en todo caso un imperativo que circula entre buen número de doctrinas diferentes; ha tomado también la forma de una actitud, de una manera de comportarse, ha impregnado las formas de vivir; se ha desarrollado en procedimientos, en prácticas y en recetas que se meditan, se desarrollan, se perfeccionan y se enseñan; ha constituido así una práctica social, dando lugar a relaciones interindividuales, a intercambios y comunicaciones y a veces incluso a instituciones; ha dado lugar finalmente a cierto modo de conocimiento y a la elaboración de un saber. (Foucault 2003, p. 43)

Pero estas no son las únicas cosas con las que los sujetos gestionan su perfil en Facebook, también dentro de las rutinas habituales de un cibernauta se hallan las de: comentar otras publicaciones de conocidos, hacer publicaciones sobre acontecimiento de la vida nacional, hacer uso de la herramienta temporal de fotos de perfil, publicar sobre acontecimientos sociales a los que están asistiendo o van a asistir. Algunos sujetos manifiestan ciertas inclinaciones políticas en su perfil o cierta ideología respecto a su sexualidad, su identidad de género, su gusto de consumo o de afinidades en general (fútbol, entrenamiento, música, libros, cine etc.). En el marco de hablar sobre sí mismo, de los gustos e inclinaciones, es muy importante destacar, como varios sujetos hacen alusión explícita a las formas en que concibe su cuerpo. Es decir, si son atléticos, si gustan del deporte, si lo cuidan, si hacen dieta, si siguen o no ciertos estereotipos socialmente establecidos de belleza y de incorporación simbólica de ciertas marcas de distinción. Así como de su sexualidad, si están buscando pareja, el tipo de pareja que buscan, los gustos sexuales que tiene, (esto se puede inferir de manera indirecta en las fotos y las interrelaciones que hacen con otros usuarios). En fin, es un juego permanente entre la exposición pública, la puesta en escena de sí mismos y de su intimidad, pero sin caer en el exceso. Para hacer una buena administración de su perfil, no se debe exponer demasiado, no saturar a su grupo de relación, pero tampoco estar ausente, descuidar su perfil, ninguno de los dos extremos es

El gobierno virtual de sí: tensiones dinámicas en Facebook; entre el empresario de sí mismo, el exhibicionismo y la autopublicidad

beneficioso para un perfil exitoso socialmente en Facebook; *“si me cuido bastante casi no subo fotos no soy de las que publica estoy en tal lado haciendo tal cosa me parece que no es necesario puede sonar muy paranoico pero pues podría llegar a pasar algo una forma de controlar tus lugares y eso”* (Heidy entrevista 2016). Una razón similar la encontramos en otro testimonio, *“es como por ego yo creo que uno por inflarse el ego y tiene mucho que ver con el tema de los likes y la vaina entonces los likes son como para inflar el ego de las personas, es una cosa que es tonta, pero uno termina cayendo en la trampa a veces de tener muchos likes y ser como muy famoso entre comillas hay de sentirse aceptado socialmente, aunque mucha gente dice hay que Buena foto le comentan”* (Manuel entrevista 2016). Esta ausencia- presencia es un elemento muy importante en la práctica de sí que estamos identificando en Facebook, en relación con el aporte de ésta a la contribución del empresario de sí mismo, ya que *“Usted es responsable de proyectar una buena imagen de su marca sin caer en una publicidad excesiva. Demasiada promoción de uno mismo puede hacerle quedar como un egocéntrico o una persona con ínfulas de superioridad, lo cual tendría efectos desastrosos en su marca.”*. (Schawbel 2011, p. 30)

Como hemos venido argumentado esta práctica de sí mismo en Facebook, en tanto dispositivo de confesión de la intimidad editada, que se escenifica y se gestiona de manera permanente, casi que, a diario, o por lo menos algunas veces a la semana; tal y como lo muestran los datos cuantitativos presentados en el capítulo anterior y como sale a relucir en el seguimiento de los perfiles;

Gobiernos de la vida íntima que está presente también en la vida virtual de los sujetos en plataformas como Facebook, reiterando lo que hemos insistido hasta la saciedad, en la vida cotidiana de los individuos estas dos versiones de sí no están separadas, no sólo hay una relación recíproca y permanente entre su perfil de Facebook y su realidad fuera de línea. De forma tal, que no son dos realidades separadas, sino que hacen parte de la vida cotidiana del sujeto o para plantearlo desde un concepto de la fenomenología hace parte del mundo de la vida, que habitan los jóvenes a principio del siglo XXI.

Por otro lado, este trabajo permanente sobre sí mismo, esa lógica de estar permanente en mutación, de transformación del perfil, de la exhibición de las fotos corporales, anunciando las rutinas, anunciado y evidenciado las fluctuaciones. Hacen parte también de esta lógica

El gobierno virtual de sí: tensiones dinámicas en Facebook; entre el empresario de sí mismo, el exhibicionismo y la autopublicidad

con inclinaciones empresariales con las que el individuo pretende constituirse empresario de sí en la medida en que “Recogiendo la idea de re-inención constante de uno mismo inherente a la idea de capital humano, Rendueles se lamenta de que “la postmodernidad nos exige la cansona tarea de estar eternamente disponibles para el cambio, como si la vida fuese una perpetua adolescencia” (Rendueles, 2004, p. 282 en Rowan 2014, p. 178). El cuerpo y el sujeto en Facebook están insertos en esa lógica posmoderna que es funcional a esta nueva lógica de la gubernamentalidad neoliberal, son absolutamente interrelacionales la una con la otra, como lo ha demostrado Lipovetsky (2000) con su noción de cuerpo reciclados guiado por la lógica del consumo y la obsesión por la juventud y la belleza. O como lo enuncia en un argumento más reciente el mismo autor, en una época denominada de lo ligero (Lipovetsky 2016) en donde el raciocinio de un capitalismo y un poder ligero produce subjetividades y cuerpos que escapan a lo pesado de la modernidad y que cuentan con las redes sociales virtuales como lugar perfecto, paradigmático de producción. *“yo no sé si lo hago por likes o cosas así, pero supongo que dentro de mi debe haber algo que dice si no se, ósea digamos que cuando la voy a subir digo, uyyy esta foto va a tener 50 likes no, pero a veces yo subo fotos y tiene muchos likes entonces digo como la gente si la miro o si le gusto, pero ósea no lo premedito”* (Adriana entrevista 2016)

Ahora bien, el cuidado de sí, tienen por su puesto un componente discursivo y narrativo, en últimas, se trata de lo que dice el sujeto de sí, que confiesa, que historia cuenta de sí, cómo se establece una relación con la verdad, la verdad de sí mismo. En esa medida la práctica de autogobierno, el potencial empresario de sí, en esta línea, gusta mucho de narrarse; el perfil de Facebook cuenta historias, es una forma narrativa de constituirse a sí mismo, de formarse en términos de significado; en ese sentido como lo dice Ricoeur (2012) el sujeto se construye en el acto de narrar, o más precisamente de narrarse. Ahora, esta narración como ya hemos dicho en el marco de Facebook es ante todo para los demás para mostrarme a los demás. En esa medida es importante exponer aquí que dicen las historias y las narraciones de los individuos en Facebook y como esto hace parte de edificar una corporalidad de subjetividad virtual con un componente empresarial.

Las historias de cuerpos y subjetividades en Facebook están hechas de imágenes, las imágenes son la incorporación, la materialización digital (Belting 2012; Averon 20012;

El gobierno virtual de sí: tensiones dinámicas en Facebook; entre el empresario de sí mismo, el exhibicionismo y la autopublicidad

Molivueno 2012) por excelencia de los cuerpos y los sujetos, y, por ende, sus historias y narraciones tiene su sustancia narrativa en las imágenes. De forma tal que aquí vamos a narrar los acontecimientos que en lo fundamental cuentan las imágenes de sí, las auto representaciones que hacen los individuos, no como una imagen apartada del resto de imágenes y de su contexto en Facebook, son historias que son contadas gracias a la suma de las diferentes fotografías y con cierta ayuda de lenguaje escrito. A su vez, podemos decir que son historias de poco espesor diacrónico, son acontecimientos del día al día, de naturaleza sincrónica. Con algunas excepciones, fragmentos en algunos perfiles de acontecimientos asilados, pero en la mayoría son perfiles creados para el día, para el acontecimiento efímero, dentro de la lógica de la herramienta de la plataforma “que estas pensando”, que no hacen por supuesto una reflexión profunda sobre su ser y su vida en la red social. Las historias en Facebook son individuales e individualizadas, no hay dos historias iguales, aquí no se trata de encontrar una narración de sí que sea generalizable a la totalidad de los analizados, seguramente habrá regularidades como aquí se indicará, pero, lo más importante es ver como cada perfil, cada cuerpo y subjetividad cuenta una historia particular, una historia subjetiva única, como lo son los sujetos únicos que crean su materialización virtual. Ahora bien, independiente de las narraciones individuales, que no son generalizables, ni es la intención aquí, si nos interesa ver como ellas independientes de sus significados particulares, están estructuradas alrededor de emular una construcción corporal y subjetiva acordes con el individuo que busca hacer una empresa de sí. Es en ella en la que nos vamos a concentrar, es en esta narración de sí mismo y sus implicaciones lo que nos interesará, aunque en términos generales es claro que todas las narraciones que conforman el perfil de los sujetos están dentro del encuadre de la pretensión de generar una versión virtual de empresario de sí en tanto que muestra una vida ideal de éxito, de salud, de felicidad, etc., que le da prestigio y lo configura como una posible especie de marca. Hay ciertas narraciones, ciertos fragmentos narrativos que hacen más evidente esa clara racionalidad, cuidado, prácticas, y trabajos sobre sí mismo que habla de manera directa sobre una racionalidad económica, profesional y laboral y sobre ella nos detendremos especialmente.

Comencemos con hacer un breve recuento de las disimiles historias encontradas en los perfiles de los sujetos a la luz de sus imágenes y ciertas narrativas textuales. Son historias que hablan de la amistad, de grupos de amigos, de fiestas en su compañía y de ratos de

El gobierno virtual de sí: tensiones dinámicas en Facebook; entre el empresario de sí mismo, el exhibicionismo y la autopublicidad

ocio en el marco de la amistad, es por esto que los amigos ocupan un lugar central en la escena de Facebook. Así mismo, se habla de historia de familia, no es en vano que, en varios trabajos como lo aquí citados, se piense en Facebook, como una especie de álbum de fotos familiares, por supuesto al ser Facebook un espacio mediático, las historias de consumos culturas, de bienes y de servicios abundan en los perfiles de Facebook. En una sociedad del hiperconsumo, de la seducción capitalista (Lipovetsky 2016), las historias de viajes no pueden estar ausentes, son historias de cuerpos en playas, en lugares paradisiacos y distinguidos. En una línea similar hay una gran narrativa de cuerpos bellos, jóvenes, cuidados, atlético, deportivos, delgados, cool (Lipovetsky 2016, 2000). Que no solamente se muestran como la metáfora de lo narciso y de lo hedonista, sino que también nosotros lo leemos como un cuerpo cuidado, un cuerpo controlado, un cuerpo cultivado, por ende, un cuerpo que se debe poseer aquel que se gobierna y que por ende puede contribuir al empresario de sí mismo. Pero para el caso, no se trata de una forma de autogobierno centrado sólo en la racionalidad, sino ante todo en la seducción y el deseo. Vale la pena dejar de lado las generalidades narrativas y dar cuenta de algunas historias encontradas. Hay por ejemplo historias que hablan de una mujer "espiritual y mística, alternativa, medio hippie, en ese marco representa la evolución de su personalidad, de sus gustos e intereses, y la transformación ocurrida entre una joven mujer universitaria "normal" a una mujer hippie, muy influenciada por las tendencias de la nueva era. Otra corporalidad y subjetividad se muestra como integrante de un grupo musical de rock, de cómo su juventud está marcada por un tinte de rebeldía, pero también de afición por este tipo de música. Se muestran los grupos icónicos de esta tendencia cultural y de consumo y como los cuerpos copian estos simbolismos identitarios de las grandes estrellas. Otra historia encontrada en Facebook es la del músico o artista, que se muestra así mismo en esta actividad de manera central, la red es el lugar de auto promoción de su vida artística, difunde ciertas tendencias ideológicas de manera explícita, tanto en las fotos, como con ciertas alegorías como en su perfil denominándose anárquico, por otro lado, se ve acompañado con los amigos, en ciertos viajes, en rumbas asociadas con la música. En un país futbolero como el nuestro, no pueden escapar las historias de cuerpos que hablen de este deporte, de su afición, de sus equipos favoritos, fotografiándose con ídolos emblemáticos de este deporte, asistiendo a los estadios, en compañía de sus parejas y familiares; las pasiones por el futbol son encarnadas en estas presencias virtuales. Hay una historia de una mujer fatal, sexy, bella, provocadora, exitosa, que posa como modelo

El gobierno virtual de sí: tensiones dinámicas en Facebook; entre el empresario de sí mismo, el exhibicionismo y la autopublicidad

todo el tiempo, juega con la cámara, juega con el deseo de los internautas, es una mezcla de belleza inocente y mujer fatal. Gracias a su cuerpo y belleza, tiene la dispensa de tomarse fotos bebiendo, fumando, aparentemente en unas actividades de cierta pauperización social. Pero al ser ella quien las personifica o las actúa, así como por las formas en que las fotos son tomadas, el encuadre, la mirada seductora, el cuerpo seductor, no termina siendo contra productiva para la imagen de esta mujer. Otra historia que querríamos resaltar es la de una mujer practicante de artes marciales, buena parte del discurso de sí está atravesado por su práctica, pero no sólo es la realización en la escena virtual de esta actividad, ya que en la construcción de su cuerpo y su subjetividad se muestra como triunfadora, participando en torneos, exhibiendo sus medallas, su esfuerzo, su cuerpo cultivado y curtido por este ejercicio. Pero no es sólo el cuerpo el que muestra estas fortalezas, también se propone como un prototipo de una fuerte ideología moral y disciplina oriental. Hay una construcción subjetiva particular, y es la de una mujer que a pesar de su corta edad y de vivir la vida universitaria, también tiene un rol muy importante, el de mamá, se muestra en varias facetas de este rol y evidencia como su cuerpo y subjetividad acompaña a su hijo, a su vida familiar, que llena buena parte de su escena virtual.

Volviendo un poco a las historias repetidas; hay dos temas narrativos que se mostraron recurrentemente, las prácticas deportivas, ya no como aficionados (caso del fútbol arriba mencionado), ya no como el culto al cuerpo trabajado y disciplinado por el deporte, (como también lo nombramos) sino como una actividad cultural-recreativa, que se hace en compañía de amigos y que de alguna manera genera proceso de adhesión subjetiva y corporal. Por otro lado, hay una gran presencia de perfiles construidos que hacen mención a cierta inclinación ecológica, pero particularmente a la defensa de los animales representados especialmente en animales domésticos, en las que los sujetos buscan expresar su apego a esta ideología y propender por el buen cuidado de estos. Finalmente, se dirá, que hay antes que historias o perfiles que uno pudiera identificar como una narrativa contra discursiva o contra hegemónica en su conjunto, a la sazón de su situación de clase, edad y condición en formación, no se hallaron perfiles, construcciones subjetivas que fueran abiertamente rebeldes contra hegemónicas, contra discursivas o contra sistema. Eso no quiere decir que no hay algunos fragmentos; algunas alusiones, más o menos implícitas, más o menos explícitas, a ciertas ideologías contra hegemónica o

El gobierno virtual de sí: tensiones dinámicas en Facebook; entre el empresario de sí mismo, el exhibicionismo y la autopublicidad

insinuación a ciertas prácticas no aceptadas socialmente (drogas, alcohol, sexo irresponsable). Ciertas corporalidades que se escapan de los estándares legitimados, pero más como una pose, como una actuación de irreverencia, antes que como una construcción corporal que pretendiera ser tomada en serio, es decir auténtica. Se reitera por el contrario lo dicho, las narrativas de sí mismo son muy acordes con la nueva forma de gubernamentalidad neoliberal, que usa las redes sociales como espacios propicios para la creación de nuevas sensibilidades y corporalidades acordes al estado actual de las formas de poder.

En primera instancia se puede identificar que son historias de sí que no muestran todo, es que no cuentan todo, que no lo dice todo del protagonista de la historia. Para ello como ya dijimos, el sujeto hace uso de su autonomía para proporcionar, según las condiciones del medio, la información de sí que quiera dar a conocer. Esto obedece, como lo mostramos hace unas líneas, claramente a una lógica empresarial que cuida de la seguridad de sí, de su prestigio y de evitar la sobre exposición; pero también evitar efectos indeseados y de generar malentendidos que la gente se cuida de no fomentar. *“cualquier cosa que yo escriba ejemplo mi papa es como yo lo escucho por la mañana hay Adriana subió una foto triste es como... es una ironía sí? Pero como que se lo toma muy en serio y por eso que lo toma en serio omito muchas cosas o antes escribía”* (Adriana entrevista 2016). La gente también se cuida de publicar pensamientos, posiciones políticas que pueden considerarse como políticamente incorrectas, porque no sólo puede forjar una mala imagen de sí, sino que, además, puede generar efectivamente agresiones al interior de la misma red. Por ejemplo Adriana publicó en su perfil algo en contra de la muerte de un guerrillero en Ecuador y recibió varias agresiones como *“guerrillera vaya usted no sabe cuanta gente ha matado ese man pues claro bla y como que se veía la información personal entonces lo único que tenía era que era de la red de la universidad entonces dijeron como ahh javeriana tenía que ser, gomela ósea un montón de estereotipos y fue como ohhh y ya ese fue como otro problema, si me dio miedo porque la gente es muy amenazante”* (Adriana entrevista 2016). En la misma lógica Heidi dice que efectivamente hay que cuidar de la privacidad en Facebook, para evitar confusiones y conflictos como los que ella misma experimentó *“pues me parece que yo misma violaba la privacidad, ósea si chévere subir una foto pero no subir lo que hago todo el tiempo pues en las fotos de perfil me gusta más que sea como yo sola para que no exista posibles confusiones a menos que sea con mi papa que se no*

habrán confusiones”(Heidy entrevista 2016). Algo que causa a veces muchos conflicto en las redes sociales son las opiniones políticas, por eso es mejor para algunos sujetos no comprometerse con dichas opiniones, evitar entrar a controvertir temas los que ellos no tienen incidencia y que no puede hacer nada, según ellos, para cambiar algo de la realidad nacional y mucho menos en estos espacios virtuales que son considerados con poca influencia en el escenario político nacional “*si tuve como varios problemas por opiniones políticas que tenía cerca de algún post que compartían o algo así pero pues al final me di cuenta que pues no vale la pena pelear por una red social si en realidad no se hace nada sino es afuera, entonces como que comienzo si tenía como entraba en conflicto por otros usuarios*”(Jeison entrevista 2016). Por lo anterior, no solo se narra ciertas cosas, ciertas prácticas o ciertas ideologías; sino que además se modula la forma de decir, de narrar. Porque todo es importante cuando se trata de mostrar una imagen adecuada, imagen que para ser acorde con el potencial de empresario de sí mismo debe estar en armonía con la moral, o la ética que predomina y que hace parte el individuo que se gobierna.

Esta forma de gestionarse, de editarse a sí mismo, está en concordancia con esa moral, con la moral propia de este espacio, en armonía con un tipo de subjetividad adecuada a la época. Lo importante aquí es que la práctica de sí que da origen al empresario de sí mismo pasa por una constitución del sujeto moral, este a su vez debe relacionarse autónomamente con la moral gobernante. Siguiendo a Foucault, *Para que se califique de moral una acción no debe reducirse a un acto adecuado a la regla, así, toda acción moral implica una relación con la realidad en la que se lleva a cabo, así como una determinada relación consigo mismo, es decir “conciencia de sí”, (Foucault 1999).*

Situación que sigue siendo no sólo cierta, en tanto que, si bien estamos hablando de un mayor nivel de autonomía, de no basarse en las prohibiciones; que antes que controles sobre los cuerpos y los sujetos, se actúa sobre las condiciones de libertad. No por esto las normas y ciertas reglas sociales, no condicionan y están presentes en la constitución de los cuerpos y las subjetividades. Los dispositivos de normalización y seguridad conducen conductas dentro de límites de regularidad en donde las identidades ya no son rígidas, permanentes y claramente delimitadas para ser normales sino flexibles, inestables y difusas. Emergiendo una gubernamentalidad cuyo cimiento es biopolítico y su narrativa neoliberal. Nos referimos a los dispositivos de información y comunicación, cuyo efecto

El gobierno virtual de sí: tensiones dinámicas en Facebook; entre el empresario de sí mismo, el exhibicionismo y la autopublicidad

sobre las identidades ha sido evidenciado por las investigaciones en la que estas posiciones de sujeto entran en una zona de indiferenciación apareciendo la figura del supuesto prosumidor. (García 2015, p, 12).

Una de las cualidades hoy del sujeto que se hace cargo de sí mismo, es tener la capacidad de identificar y de capturar conocimientos, principios, valores y saberes sociales, como elemento esencial para la producción de una subjetividad deseable, acorde con una subjetividad que no sólo exhiba los valores de éxito; sino que, en su construcción, sea exitoso es sí mismo, para el caso, un perfil exitoso. Para lo cual debe ser una corporalidad que seduzca, que captive, que muestre lo sensible, lo sensitivo; que este forjado con lineamientos estéticos propios de una sociedad basada en el consumo, la moda, la sensualidad, la sexualidad y la búsqueda del placer (Lipovetsky 2016)

Ahora bien, ahora es fundamental presentar de manera más clara los testimonios en donde se puede dilucidar que los individuos son conscientes de las implicaciones económicas, profesionales y laborales, que supone construir de una determinada manera sus cuerpos y subjetividades en la red social Facebook. Y como este aspecto les puede contribuir a su éxito profesional o laboral, o por el contrario se puede transformar en un obstáculo importante. En esa media las narraciones, las historias subjetivas, van encaminadas a contar o evidenciar estas realidades subjetivas. Un caso de ellos fue Adriana, ella tenía muy claro las implicaciones que, para el mercado laboral, para su vida laboral y profesional, tenía su perfil de Facebook. Durante nuestra entrevista fue reiterativo el tema y ello hacía que ella racionalizara mucho la forma en que su ser se digitalizaría en esta plataforma. No era sólo una cuestión de percepción por parte de ella, pues precisamente ella se encontraba en la consecución de empleo en el instante de la entrevista y ella se enteró de manera directa que las empresas estaban viendo su perfil de Facebook, como un criterio para tener en cuenta en su contratación. Ella nos decía durante la entrevista *“creo que eso tiene una respuesta y es que siento que si es un poco de estatus el poner o no donde trabaja si tiene empleo o no, Entonces como que no hay algo lo suficientemente fuerte para que pueda mostrar. Porque la universidad javeriana, a mí me parece que primero me siento orgullosa de la universidad y me siento orgullosa donde estoy entonces como si”* (Adriana entrevista 2016) En últimas, no se trataba entonces de que vieran o no su perfil, sino que adicionalmente, ella quería sólo mostrar experiencia y trabajos que le dieran prestigio, que

El gobierno virtual de sí: tensiones dinámicas en Facebook; entre el empresario de sí mismo, el exhibicionismo y la autopublicidad

jugaran su favor. El manejo de la imagen de sí es vital para propiciar un yo empresarial en las redes como Facebook, de allí, que las personas estudiadas se plantean la manera de hacer que sus edificaciones subjetivas y corporales mostraran ciertas actitudes, ciertas cualidades personales que lo pudieran posicionarse mejor en el mercado laboral. Este hecho fue evidente en los perfiles en donde alrededor del 90 % de los analizados registraban información profesional y educativa, también en las fotos, analizadas en relación con los escenarios, aunque había un gran abanico de lugares deseables y prestigiosos, dos destacaban: los escenarios de la universidad con el 8% y con un 9% el sitio del trabajo. De la misma manera las rutinas en las que se escenificaban los sujetos en sus fotos se destacan con un 8% la Universidad y con un 9 % el trabajo. Por otro lado, la foto de perfil, está guiado simultáneamente por elementos estéticos, de narcisismos o de egolatría; y de manera paralela busca capitalizarse a través de esta imagen, para lo cual tener un cuerpo que represente sus cualidades profesionales y laborales es muy importante; veamos lo que nos dice Manuel “Me da vaina que de pronto alguien entre a la información de uno y vea datos incorrectos o erróneos o que uno en la loca juventud haya puesto cosas feas ese tema es bien complicado porque yo quisiera tener unas fotografías más profesionales, hay gente que si hace lucir sus perfiles muy profesionales y tiene una estética muy propia muy profesional yo intenté y creo que aun la sigo buscando”.(Entrevista Manuel 2016).

Tenemos que decir que efectivamente el supuesto sujeto empresarial en Facebook no es aislado de esta racionalidad gubernamental neoliberal. Las subjetividades que pretenden construir los sujetos de sí mismos en Facebook, no son una excepción en la vida cotidiana de las personas, por el contrario, como hemos indicado la redes sociales o los espacio virtuales hacen parte de ese continuo del mundo de la vida en la que el individuo se desplaza continuamente; en ese orden de idea esta intención, racional o no, planeada o no, de capitalización de sí mismo, cuenta con un posible escenario más llamado Facebook. El ser humano en tanto sujeto previsor se enfrenta a los diferentes mercados (laborales, financieros, de mercancías, etc.) ejecutando o calculando lo que puede invertir, ganar o perder. Provee, en el marco de esta lógica, sus saberes, sus experiencias, sus contactos, o para nuestro caso sus redes sociales que se constituyen en los recursos de los que dispone y que puede o pretende en algunos casos poner en circulación”. (Rowan 2014 en evaluación, gestión y riesgo)

El gobierno virtual de sí: tensiones dinámicas en Facebook; entre el empresario de sí mismo, el exhibicionismo y la autopublicidad

En ese marco de hacer de su perfil un espacio de construcción de un **posible** yo empresarial, los sujetos se auto publicitan, cuenta lo que realizan en términos laborales o académicos, dan a conocer sus diferentes actividades y saberes. Es el caso de Heidi que durante toda la entrevista fue enfática en como el perfil de Facebook, antes de ser un medio de exponer su intimidad hacia los demás, o que le sirviera para mostrarse de manera permanente, lo utilizaba para revelar una actividad lúdica derivada de su actividad académica que llenaba mucho su vida, ésta era su participación en la tuna de la Universidad Central. El perfil de ella permanentemente mostraba actividades en relación con su participación en la Tuna, en esa medida buena parte de sus autorretratos, de sus auto representaciones se hacen en este ámbito, en este rol, a su vez anunciaba conciertos, invitaba a estos a sus amigos conocidos, publicaba los logros, se mostraba rodeada de integrantes de la tuna, en fin, el Facebook le servía para estos fines de manera central. *“Yo lo que más público además de la tuna es cosas sobre libros es otro tema que me gusta mucho yo publico muy pocas fotos de mí siempre son en grupo (de la tuna) o de algún festival”* (Heidy entrevista 2016). Un caso muy similar, es el de Jeison, para quien la música ocupa un lugar privilegiado en su vida, no sólo como aficionado de las industrias culturales y como un divertimento, sino como una actividad profesional. También y en igual manera, su formación profesional en comunicación es importante y Facebook le sirve para crear contactos, para intercambiar información para mantenerse actualizado sobre el campo de su formación profesional. *“como yo estoy como por los lados del campo de la música, entonces como que comparto más que todo información de entretenimiento musical, canciones ehh obviamente con mi carrera digamos noticias que me parecen a mí sinceramente relevantes de nuestro campo y ya. Pero obviamente si me he preocupado de cómo me veo en la red social más que todo digamos la parte laboral”* (Jeison 2016 entrevista). Vemos aquí entonces con estos dos testimonios, como se puede dilucidar esta pretendida estrategia del empresario de sí, en la medida en que Facebook, les permite a los individuos mostrar sus saberes, sus experticias, utilizando para ello su red de amigos, que a su vez no sólo avalan dichos saberes y conocimientos, sino que le ayudan a publicarlos en la medida en que pueden compartir muchas veces esta propaganda y por otra parte pueden invitar a otros a seguirlo. Así mismo, los jóvenes, buscan extender su red de contactos profesionales, que la red Facebook se constituya efectivamente en un

**El gobierno virtual de sí: tensiones dinámicas en Facebook;
entre el empresario de sí mismo, el exhibicionismo y la autopublicidad**

lugar en donde ellos se muestren como competentes y aptos para la vida laboral, no solamente por sus saberes sino, ante todo, por encarnar por una forma de vida “correcta”

Dentro del cuidado de sí, que fomenta la creación de una corporalidad y subjetividad con elementos empresariales, está la capacidad que tenga el individuo, de no sólo capitalizarse a sí mismo, sino de generar lo que Bourdieu llama capital social. Es decir, relacionarse con gente importante y prestigiosa al interior del campo en el que el individuo se mueve, ya que esto necesariamente da prestigio y buena imagen a la persona. Si el individuo quiere ser exitoso, debe rodearse de gente también exitosa, de forma tal que se identifique a él como parte de este círculo triunfante. Como hemos venido mostrando la red que se establece en Facebook, está guiada por una racionalidad que pretende que el sujeto se rodee bien hoy *“me relaciono con varias figuras públicas, managers, bandas artistas de pronto alguien, que menos me disgustan profesional espero si me gustaría le apostamos no como tal un discurso que se opone si no prefiero llamarlo* (Manuel entrevista 2016).

Es por ello, que todos los entrevistados manifestaron de manera clara cuales eran esos filtros, esos criterios que ellos tenían para escoger a las personas a quien aceptaban en su red, no todas las invitaciones son aceptadas, no se envía invitaciones a todos. Usualmente este grupo de jóvenes universitarios en formación, que están capitalizando su fuerza de trabajo y así mismo, se rodea de profesores, profesionales del medio en que se desenvuelven o aspiran a moverse, personas de cierta clase social (media y alta) y por supuesto conocidos. Esta es una estrategia también que permite, gracias a una red prestigiosa; generar más oportunidades, no sólo de negocio, sino de crecimientos profesional, de adquisición de trabajo y de desarrollo profesional. Ahora bien, esta estrategia de, a su red vincular a personas conocidas de prestigio, no es solo una decisión autónoma, subjetiva y racional del individuo (prácticas de subjetivación) sino que el mismo dispositivo y la comunidad virtual que conforma la red, han visto y explota la fortaleza de ésta para generar vínculos laborales y de formación profesional. *Pero pues uno también piensa que por ese medio también se comparten ehhh trabajos para la universidad. Los mismos profesores envían grupos en Facebook para tenernos informados acerca de la clase...: si lo he creado básicamente lo utilizo para buscar información, pero para entablar comunicación con una persona* “(Jeison entrevista 2016). Finalmente, en este punto, quisiera citar el caso de Jessica, quien en realidad manifestó a lo largo de toda la entrevista,

utilizar su Facebook, antes que, como una red de amigos, como un espacio promocionar de su actividad económica, su restaurante, a través de Facebook. Ella daba a conocer este negocio, lo publicitaba entre amigos, estaba anunciando permanentemente los eventos que realizaría y las bondades del mismo.

Schawbel (2011) y *Rowan* (2014) proponen una categoría interesante para identificar esta nueva forma de gubernamentalidad neoliberal basada en el sujeto que se gobierna a sí mismo en el marco de las redes sociales virtuales y los actuales procesos del capitalismo avanzado, que se denomina sujeto marca. Este sujeto marca es, como lo hemos dicho, aquellas subjetividades y corporalidades que están efectivamente destinadas a hacer del sujeto un producto de sí mismo. Sin llegar a comprometernos con la misma, creo que se hace evidente las relaciones que podemos establecer entre esta y nuestros hallazgos en Facebook; podemos efectivamente trazar puentes con este autor en la medida en que claramente hemos encontrado elementos en los que justamente las subjetividades y las corporalidades, aquí presentadas, pueden y han sido leídas como una forma de auto publicidad, la auto representación. No sólo es mostrarse y construirse a sí mismo de determinada manera, sino que ésta busca promover a través del sujeto que encarna en su cuerpo ciertos consumos culturales (música, sitios de viaje, comidas, eventos etc.); sino se trata en últimas, de venderse a sí mismo, a su forma de vida, a su forma de existir; no como un ideal a seguir (eso será narcisismo exclusivamente), sino como un sujeto empresario apto para desempeñarse eficazmente en el mercado laboral.

Muchas personas pueden no ser consiente de buscar convertirse o forjarse en una marca (por lo menos no del todo y no todos los casos), ni que sea la intención explícita conseguir esta subjetividad particular; pero indudablemente se ha visto que las persona racional y estratégicamente en un alto porcentaje, (aunque varían de unos a otros) llevan a cabo estos pasos. Siguiendo la dinámica sujeción-subjetivación, se podría pensar que los sujetos se transforman en marca de sí mismos, ya que el mismo ambiente lo propicia, no de manera explícita, pero innegablemente todos intuyen, que más o menos de eso se trata esta red. Es decir, de mostrarse y relacionarse de la mejor forma para sí y para los otros.

5.5 Cuidados de sí y formas de auto gobierno.

El gobierno virtual de sí: tensiones dinámicas en Facebook; entre el empresario de sí mismo, el exhibicionismo y la autopublicidad

En este último apartado, se constituye en una especie de resumen de la investigación, en la medida en que, de alguna manera, tanto las narraciones y las prácticas de sí, así como los controles del dispositivo que condicionan los cuerpos y las subjetividades y que son administrados por los sujetos, se establece en última instancia, en los cuidados y las formas de auto gobierno, que son a la postre las constitutivas de lo que Foucault llamó el gobierno de sí y que aquí lo estamos trayendo a la actualidad de las redes sociales virtuales para dar cuenta de las formas en que los sujetos se constituyen a sí mismos y a sus cuerpos.

El cuidado de sí mismo y las formas de auto gobierno hacen parte de la etapa del desarrollo intelectual de Foucault, en el que el autor se desplaza hacia la analítica de las formas de proceder del poder centradas en el individuo y en la medida en que el poder se desarrolla en el marco de la libertad de los individuos. Esa autonomía de la persona es la encargada, o mejor, propicia el hacerse cargo de sí mismo, de estar atento, de cuidarse a sí mismo. (*Foucault 2003, p. 39 y 40*).

De forma que cultivo de sí que sirven para forjar al individuo y sus cuerpos no son cualquier tipo de ejercicios, de actividades sobre sí mismo y sus cuerpos; sino que estos suponen una vigilancia sobre sí mismo que permiten alcanzar un gobierno de sí, un control sobre los placeres; formando así, a un sujeto moral y ético. Se hace necesario identificar esos regímenes de verdad que son el ambiente en el que se nutre y producen las subjetividades y le dan una sustancia ética y moral. En el caso de Facebook, es importante entender, que para dar cuenta de los procesos de construcción de las subjetividades, uno no puede olvidarse de las condiciones socio-históricas de emergencia, condiciones que se enmarcan en esta forma de gubernamentalidad neoliberal, es decir, no podría en este caso, hacer un análisis asilado de Facebook en tanto dispositivo de construcción de ciertas subjetividades, sin encuadrarlo dentro de una nueva analítica del poder, (Redes sociales virtuales), una nueva constitución y mecánica del poder. Que se conciben a su vez en estas nuevas formas de capitalismo globalizado y de sociedad.

El sujeto y las corporalidades virtuales en Facebook cabalgan en el marco de este ambiente cultural contemporáneo; los nuevos escenarios comunicativos, como las redes sociales, incentivan la creación del prosumidor, esa figura que en el marco de la

El gobierno virtual de sí: tensiones dinámicas en Facebook; entre el empresario de sí mismo, el exhibicionismo y la autopublicidad

comunicación interactiva crea contenido, para nuestro caso, el contenido es él mismo, en tanto producto que tendería a venderse a sí mismos por medio de la auto publicidad. La publicidad es una forma ligera de comunicación-sedución. Las industrias culturales se esfuerzan por hacer soñar y distraer al público El capitalismo del consumo explota por doquier y a mansalva los recursos de la seducción: novedad, facilidad, sorpresa, belleza estrellato, emoción, puesta en escena. (Lipovetsky 2016).

En las líneas anteriores hemos mostrado como hay una preocupación por parte del sujeto de cuidar de sí mismo. Hemos dicho que estar atento a la imagen proyecta de sí mismo, saber con quién se relaciona y con quién no, así como el saber que se ofrece en esa relación; hace parte del cuidado de sí. En esa misma medida, el cuidado entorno a la intimidad, que si bien como ya hemos argumentado se exhibe hacia el público, tiene como objetivo final mostrar cierta intimidad que es conveniente para la pretendida construcción empresarial del sujeto, de forma tal que hace parte de estos cuidados de sí mismo. En este momento se quiere reforzar lo dicho hasta ahora con el análisis derivado de la observación de los perfiles, particularmente esta reflexión, que se dirigió a develar de manera concreta de esos cuidados racionales y no racionales, sistemático y voluntarios que los individuos realizaban en la administración de sus perfiles. Este análisis se realizó bajo cuatro aspectos, cuidado y gobierno de las imágenes de sí mismo, el manejo de perfil en relación con la restricción o no de los datos, tercero el cuidado de sí en relación a vender una imagen exitosa de felicidad de sí mismo y finalmente un cuidado de sí mismo en correspondencia con las implicaciones en el ámbito académico

Comencemos con los cuidados de sí referidos particularmente a los cuerpos y sus encarnaciones en las redes virtuales a través de las imágenes de sí, de las autorepresentaciones. Se observó total ausencia en todos los perfiles analizados, de cuerpos desnudos, con expresiones vulgares o en imágenes explícitamente sexuales; aunque no podemos decir que no haya habido presencia de fotos de mucha piel, en estos casos los individuos se cuidaron en que no se pudiera determinar quién era el protagonista de estas imágenes. O si lo eran, las fotos deben ser leídas como sensuales o muchas veces sexys, pero nunca vulgares o sexuales. Con esto no estamos diciendo que a pesar de las políticas de Facebook al respecto que prohíben este tipo de fotos, no se encuentre en esta red social fotos vulgares, de desnudos o sexuales; lo que estamos expresando es

que en la población objeto, que tiene unas particularidades específicas y unos usos de la red social específicas(pretendidos empresarios de sí mismo), estos tipos de fotografías de sí mismo no se pudieron identificar o no fueron por lo menos públicas, lo que constituye de por sí un cuidado de sí. También fueron muy poco los cuerpos descuidados, enfermos, o desarreglados; por el contrario, como se mostró en el capítulo precedente, el control de la expresividad fue uno de los aspectos más recurrentes de los cuerpos escenificados. También dentro de ese cuidado de sí mismo, que haría parte del yo empresarial, se pudo identificar el uso recurrente, pensado, planeado y dirigido, del uso de programas de mejoramiento de las imágenes de sí mismo. Práctica que como argumentamos también en el capítulo anterior (y al comienzo de éste, con datos derivados de la encuesta en línea, las fotografías de perfil y la observación total a la construcción del perfil), no sólo está presente entre los jóvenes analizados directamente en esta investigación a través de las diferentes herramientas de recolección de la información, sino sobre los sujetos que respondieron la encuesta en línea y que en un alto porcentaje utilizan o en algún momento han utilizado este tipo de programas. En la misma perspectiva de cuidado de la imagen corporal está, ya no sólo el uso de ciertos programas de edición, sino del uso propiamente de las técnicas de captura de la imagen, como lo son; el cuadro de la fotografía, los diferentes planos, el uso de colores, los escenarios escogidos, etc. Todo ello con el fin de cuidar de la imagen de sí que se presentaba a los demás y que por supuesto es fundamental en esta labor de constituirse como un posible empresario o de esta lógica de la autopromoción y de la autopublicidad. Pero también porque la idealización de sí mismo constituye una edición de sí encaminada a mostrarse como una especie marca, como un potencial producto en el marco de pretensión de ser empresario de sí mismo. La capitalización de sí mismo es en lo fundamental, el marco de Facebook, "invertir" en ámbitos inmateriales como la belleza, el amor, la sexualidad, el conocimiento, la espiritualidad, las buenas maneras, pues ello puede contribuir a la movilidad económica del individuo. (Castro Gómez 2012 cita a Deleuze 2006)

Cabe recordar lo expuesto en el primer capítulo de esta tesis en relación con los aspectos teóricos que guía esta disertación; y es que cuando nos referimos aquí a como los sujetos se hacen cargo de la imagen de sí mismo, es decir de sus cuerpos, con las características arriba mencionadas, debemos recordar que, siguiendo la idea de (Belting 2012) según la cual la imagen del cuerpo es en sí misma el cuerpo del sujeto en Facebook. Esto a partir

El gobierno virtual de sí: tensiones dinámicas en Facebook; entre el empresario de sí mismo, el exhibicionismo y la autopublicidad

de entender que el cuerpo es la imagen de la persona, el ser humano vive en su cuerpo, la materialidad del cuerpo es una imagen que nos representa, el cuerpo es un yo encarnado, una subjetividad encarnada; derivado de la triada indisoluble que propone el autor, imagen-cuerpo- medio; en esa medida los sujetos en Facebook tienen una imagen de sí mismos que al igual que en el mundo material, sólo es mental. Ahora bien, la imagen de sí que se corporaliza en el cuerpo, para el caso, las fotografías de sí mismo, son las que dan cuerpo al sujeto, y que son escenificados en el ambiente virtual de Facebook, por lo que ese cuerpo pasa a tener una materialidad y una encarnación virtual, que es una imagen de sí mismo. En últimas, lo que queremos decir, es que la auto fotografía es una edición de sí, una forma de vincular al sujeto con su cuerpo en el espacio virtual, siguiendo el objetivo de auto publicitarse por medio de máscaras digitales, como las arriba enunciadas, con las cuales los sujetos dejan una huella o una imagen de sí mismo que los dota de las condiciones de posibilidad de empresario de sí mismo que se vende así mismo como una especie de producto. Un producto a todas luces apto para el trabajo, en la medida en que la imagen está ligada a aquello que representa, la imagen del cuerpo que en este contexto es el cuerpo, nos remite a las potencialidades de ser empresario de sí mismo. La publicidad es un lenguaje propio de la gubernamentalidad neoliberal, ya que se basa en la seducción, en el primado de la imagen, es una industria que atrapa los cuerpos y las subjetividades; “la publicidad que prescribe en el sistema capitalista el ideal de cuerpo difunde entre el público una obligación de asemejarse a las imágenes y de imitar modelos corporales que paralizan nuestra propia sensación de cuerpo. Por otro lado, el propio cuerpo es sometido a un entrenamiento de optimización casi maquinal en el fitness” (Belting 2012, p. 116)

La subjetividad y los cuerpos deben incorporar virtualmente el capital simbólico que le permita ostentar o mostrar hacia los otros, signos de prestigio, de éxito, de valía social; que lo posiciona como una subjetividad y un cuerpo de un sujeto – marca que ha cuidado de sí, que es estratégico y que, efectivamente siguiendo la lógica de Bourdieu, conoce el “campo”, es decir, las redes sociales, y por ende incorpora de manera adecuada los símbolos prestigiosos que los asume para sí. De allí, que la belleza, el cuerpo cuidado, el mostrarse seductor o interesante, no es sólo una cuestión de narcisismo, de egolatría y de vanidad como han sido aquí mostrado en numerosos trabajos sobre la puesta en escena del cuerpo en las redes sociales; se trata ante todo de un sentido práctico, de un sentido

El gobierno virtual de sí: tensiones dinámicas en Facebook; entre el empresario de sí mismo, el exhibicionismo y la autopublicidad

práctico económico, de venderse de la mejor manera, de constituirse ante los demás como exitosos. “En los medios actuales, los cuerpos manipulan a sus espectadores: se muestran como como cuerpos de una belleza sobre humana, o bien como cuerpos virtuales que han abandonado las fronteras del cuerpo natural” (Belting 2012, p. 111). Hablando de cuerpo y su construcción, según el autor Rekedder, éste está fuera de la política, su constitución se debe buscar en la publicidad, nuevamente este lenguaje ocupa un lugar privilegiado en la práctica de poder contemporánea. “Su visa no se debe buscar en la estatutaria política sino en la publicidad, en sus afiches, sus anuncios, sus imperativos. El dictamen del cuerpo ya no procede de la iglesia ni de la ideología de un partido (ya sea comunista, nazi o fascista) sino de la publicidad”. (Redeker 2014, p. 19).

Ahora bien, en este contexto, la publicidad no debe ser entendida en un sentido restrictivo, a la industria de la publicidad, sino que, por el contrario, coincidiendo con el autor, al decir que la publicidad debe ser entendida en el marco de los regímenes gubernamentales contemporáneos, como otra manera en la que se puede identificar las formas de autogobierno y cuidado de sí. En ese orden de ideas, los sujetos se cuidaban de no brindar ninguna información comprometedor, en todo caso, se manifestó ausencia de información "negativa sobre sí mismo", en la que no se incluía, imágenes desagradables y vergonzosas, así mismo, los individuos no se mostraron con muchos defectos ni atentando contra sí mismo. En esa medida podemos decir de manera contundente que de las 260 fotos analizadas el 100%, muestran imágenes positivas, agradables, deseables, seductores, etc., ninguna fue desagradable o inapropiada. También de manera contundente podemos decir que en los 6 meses de seguimiento, diario a los 30 perfiles, tampoco se pudo identificar información, imágenes, interacciones, etc., que atentara contra la buena imagen de los sujetos indagados, en el capítulo 2 nos dimos a la tarea de hacer un análisis más pormenorizado de este hecho, aquí solo estamos retomando los datos ya citados.

Como hemos revelado, el control de la expresividad se da en un alto porcentaje, este es muy bien cuidado y planeado. En ese orden de ideas, tampoco conviene para el pretendido empresario de sí, enfrascarse en discusiones políticas o ideológicas muy radicales, por lo que tampoco relució este aspecto en los perfiles, es por ello que no hicieron manifestaciones violentas o agresivas que se manifestaran en público. Igualmente, se

El gobierno virtual de sí: tensiones dinámicas en Facebook; entre el empresario de sí mismo, el exhibicionismo y la autopublicidad

editaba con mucha rigurosidad la información privada en la red, los individuos se guardaban de dar información sobre familiares y preferían hacer publicaciones solo para un grupo selecto de amigos. En muchos de los perfiles analizados se pudo determinar que prácticamente no daban información de sí, ni de sus familiares y amigos. Muchos sujetos prefirieron dar poca información pública, pero por el contrario en numerosos perfiles, las personas gustan de una cierta alusión a unos mensajes morales, normas de conducta, que no solo manifestaban practicar, sino que los proponen a otros como ideales a seguir.

Como hemos dicho todo el perfil lo hemos interpretado, *no sólo como una puesta en escena de sí mismo, sino que esa puesta en escena además configura una práctica de sí tendiente a generar en el individuo una forma de autogobierno propiciada por la red, que podría llevarlo a forjar un cuerpo y una subjetividad acorde al empresario de sí mismo*. De forma tal que a lo largo de este trabajo se ha hecho evidente este proceso de construcción de sí y hay que rastrearlo a lo largo de todos los capítulos de esta tesis. Más, sin embargo, vale la pena citar algunos breves testimonios que van cerrando el material empírico probatorio de este enfoque. Veamos lo que nos dice un fragmento de la entrevista con *Heidy* “*mm no yo creo que hay mucha presión social entonces esa es la forma de encontrar en Facebook, lo mismo por lo que yo me restrinjo porque puede tomarse para burlas la presión social es la que nos restringe nos limita pienso que esa es la forma de controlar*” (Heidy Entrevista 2016). Aquí nuevamente encontramos lo que hemos manifestado hasta la saciedad; libertad y control, están presentes en el marco de lo que he denominado unas tensiones de dinámicas de la construcción de sí en Facebook. Hay indudablemente una libertad controlada, una libertad dirigida, una libertad que deja autonomía a los sujetos; mientras que la estructura macro de la gubernamentalidad neoliberal rige las relaciones y los ambientes

En tanto la ética se refiere al ámbito del consejo práctico sobre cómo uno debería preocuparse por sí mismo para conducirse en su propia existencia cotidiana. El neoliberalismo, entendido como una tecnología de gobierno de sí y de los otros, no busca prevenir o restringir las conductas sino promover la constitución de una subjetividad que reformule las identidades disciplinarias por nuevas identidades culturales en las que los mecanismos de control social se internalicen de tal modo que se hagan cuerpo en los

El gobierno virtual de sí: tensiones dinámicas en Facebook; entre el empresario de sí mismo, el exhibicionismo y la autopublicidad

sujetos y sean entendidos como producto de la voluntad y decisión personal en tanto ejercicio de la libertad. (García 2015, p. 15)

Finalmente, en el marco de la construcción de los perfiles, de los 30 que se analizaron y derivado del análisis de las 260 fotos clasificadas, descritas, estudiadas, interpretadas, se denota esas formas de auto gobierno, en donde podemos identificar una perspectiva constitutiva de los mismos, que pretende administrar y generar un perfil, ideal y sin conflictos. En esa medida cuerpos y subjetividades se muestra amables, cordiales, felices y muy sociables; también se muestran muy bien arreglados y en los mejores momentos, viviendo instantes agradables, en eventos y en fiestas. Por otro lado, algunos sujetos, se presentan realizando ejercicio, sin enfermedad o dolencia, siendo muy afectuosos y con muchos amigos y familiares. Presentando un cuerpo y una subjetividad muy “seductora”, cuidando su figura y practicando un deporte, es por ello por lo que representarían un ejemplar con algunos los atributos de un deportista de competencia a la vez que como encarnando un sujeto moral guiado por la filosofía oriental de artes marciales, y con actitud positiva. Nuevamente vale la pena citar a Foucault “Ese tiempo no está vacío: está poblado de ejercicios, de tareas prácticas, de actividades diversas. Ocuparse de uno mismo no es una sinecura. Están los cuidados del cuerpo, los regímenes de salud, los ejercicios físicos sin exceso, la satisfacción tan mesurada como sea posible de las necesidades” (Foucault 2003, p .50). Los cuidados de sí mismo, en el marco del modelo neoliberal, deben ser terriblemente reflexivas, no como una manera una construcción racional que cabalga tras el conocimiento y la disciplina; sino una reflexión sobre sí, en el marco de una línea de consumo, de una lógica del consumo en donde el sujeto no sólo hace parte de este, sino que se suma como producto “Las tecnologías de sí-mismo nos interpelan para que asumamos nuestro auto-gobierno, nos “empoderemos” de nosotros mismos y, fundamentalmente, consumamos todo tipo de productos y servicios como condición de posibilidad para ser más libres, jóvenes, sanos y deseables tanto para nosotros mismos como para los otros capturándonos en un doble movimiento de totalización e individuación”. (García 2015, p. 13). Este cuidado de sí mismo apela a una ética diferente a la “moderna” en la medida en que es una ética muy en armonía con las nuevas formas de existir de las manos de los nuevos escenarios tecnológicos, estos nuevos espacios mediáticos que, están atravesados por la virtualidad, la lógica modular y ligera

El gobierno virtual de sí: tensiones dinámicas en Facebook; entre el empresario de sí mismo, el exhibicionismo y la autopublicidad

Quisiéramos finalizar esta exposición sobre los argumentos que a través de las formas de auto gobierno y de cuidado de sí que contribuyen al sujeto empresario de sí, presentando los datos empíricos que más están relacionados con los aspectos económicos, laborales y profesionales que son los más evidentemente afines con esta realidad empresaria de sí. De allí que como también hemos demostrado a lo largo de la tesis, una cantidad importante de la escenificación de sí mismo es cubierta por roles, personificaciones, actividades e información de este tipo. Los acontecimientos importantes están relacionados con su formación profesional, información territorial y laboral, como lo dice explícitamente el testimonio de Jeison *“eh sí pero los he utilizado para arreglarme el aspecto físico sino más que todo la parte de composición de las fotografías entonces le mejoro el color, le coloco desenfoque y esas cosas”*(Jeison entrevista 2016) Y más adelante continúa diciendo que *“sí pero pues digamos primero nunca nadie me ha dicho que me veo ñero o que soy de clase alta pero obviamente sí me he preocupado de cómo me veo en la red social más que todo digamos la parte laboral”* (Jeison entrevista 2016). Resumiendo lo dicho hasta aquí, el gobierno de sí en el marco de la tecnología de gubernamentalidad liberal, que puede hacer del sujeto un empresario de sí, en donde busca capitalizarse subjetivamente, debe invertir en su capital humano, que no solo se trata de vender su fuerza de trabajo sino, hacer de su subjetividad una “empresa” que se capitaliza, se invierte. El sujeto y su cuerpo en la totalidad debe ser objeto de un fuerte cuidado, de administración de sí mismo y de sus diferentes parcialidades, a partir de su libertad, de su propia voluntad y esfuerzo. Pero no se debe pensar que en las redes sociales y particularmente en Facebook hay más libertad, de lo que se trata es que el neoliberalismo de la mano de las fuerzas “invisible” del mercado, piensa que no es necesario imponer restricciones y prohibiciones a la libre empresa, ya que, al ganar el sujeto empresario, gana el sistema. Es por este motivo, que lo que hay que regular no sería a los sujetos y a sus cuerpos propiamente, sino al medio ambiente, al contexto en el que los sujetos se podrían volver empresarios de sí, es decir, es algo así como generar las reglas de juego sin intervenir directamente en los jugadores, ya que ellos se regularan a través de estas reglas. Para explicarlo de otra manera, en las nuevas formas de física del poder, no hay que crear formas de sujeción, sino de subjetivación. En este sistema, en esta tecnología gubernamental que es el neoliberalismo, no hay un soberano, no hay un poder total que regule, dirija la vida de la sociedad, de la sociedad civil. El poder se vuelve difuso, descentralizado, abarca todo el tejido social y particularmente las formas de o los escenarios de socialización como las redes sociales,

**El gobierno virtual de sí: tensiones dinámicas en Facebook;
entre el empresario de sí mismo, el exhibicionismo y la autopublicidad**

en donde el individuo aprende a hacerse cargo, el poder no requiere del estado ni las formas más modernas de la sociedad disciplinar.

5.6 Entonces concluyendo; buscando forjar el empresario de sí, encarnándolo virtualmente en Facebook

Para finalizar, aspiramos recalcar la utilidad que, esperamos se haya evidenciado a lo largo de este escrito, sobre los conceptos que nos presenta Foucault para el fenómeno que estamos analizando. Pero no solo eso, sino que también nos interesa insistir, en los elementos metodológicos que están de manera implícita en estos argumentos. El primero de ellos es que, el cuidado y la edición de sí, uno no se puede quedar en la noción abstracta, ni menos las encontradas en Grecia y Roma, sino que en este caso hay que “atinar, identificar, describir y descubrir” esas prácticas de sí, en la realidad social que uno está identificando o investigando. Esperamos fuera suficientemente demostrado que a pesar de la distancia que separa el cultivo de sí descrito por Foucault, tanto en el tiempo, como en el espacio (tanto geográfico como material); se pudo identificar de manera clara una serie de prácticas, cuidados y formas de auto gobiernos que, configuraron la presencia de los sujetos y sus cuerpos en Facebook y lo que les permitió constituirse en una especie producto, con pretensiones de transformarse en una empresa de sí mismo. Igualmente, de manera paralela, hemos mostrado que las ediciones de sí se producen al interior de contextos sociales y culturales, en donde lo que se construye en los sujetos, no es sólo una cuestión de prácticas o de procedimientos del individuo sobre sí mismo, sino que persiguen unos ideales socialmente cimentados. Se identificó un elemento central en las sociedades liberales y neoliberales que es muy importante para entender las formas en que Facebook opera como dispositivo de auto gobierno en los sujetos. Estas formas gobierno se caracterizan por la esperanza de que van a ser una inversión rentable para los sujetos. Se soportan en discursos en diferentes campos que pregonan que libertad y derechos deben de ser respetados como principio político y legal. Estas estrategias de gobierno, según Rose, se hacen, dependientes de toda una serie de dispositivos (escuela, familia domesticada, manicomio, reformatorios) que prometen crear individuos que no necesitan ser gobernados por otros, sino que se gobernarán y se controlarán por sí mismos, y se cuidarán solos. (Rose 2014).

El gobierno virtual de sí: tensiones dinámicas en Facebook; entre el empresario de sí mismo, el exhibicionismo y la autopublicidad

Entendemos, con Rose, que no sólo se ve claramente estos cambios en los regímenes de poder, sino como efectivamente esta metamorfosis en el ejercicio del poder se vio claramente dilucidado en Facebook. En el análisis de las nuevas tecnologías de la información y la comunicación se debe abandonar esas visiones románticas de una libertad sin límites, de una especie de paraíso sin restricciones sociales; por el contrario, este fenómeno hace parte de un modelo ya estructurante de entrada. En esa medida los sujetos están obligados a ser libres y a conducirse a sí mismos responsablemente, que den cuenta de sus propias vidas y sus vicisitudes en términos de libertad. También está la obligación de maximizar la vida de uno como una suerte de empresa que es una de las principales estrategias de lo que Rose llamó gobierno liberal avanzado. (Rose 2012, p. 126)

A su vez, es muy importante entender este contexto actual de las nuevas formas y ejercicio de subjetivación y, su consecuente incorporación en el material virtual de los cuerpos en Facebook, como una transformación muy importante que se halla en el marco de nuestra época, y que ha estado presente a lo largo de esta tesis de manera implícita. Ella es, la dicotomía claramente establecida en la modernidad entre lo público y lo privado, en donde lo privado era el primado de lo social, era sinónimo de lo secundario, de lo frívolo, de lo poco trascendente y, por lo tanto, se restringía a momentos particulares de la vida de las sociedades. En tanto lo público se valoraba como lo pesado, lo trascendente, lo importante, lo profundo; era lo central en la vida de la sociedad. Ahora bien, si hemos de creer a Lipovetsky esta ecuación se ha invertido; *Lo ligero, en el pasado, remitía a la esfera de la vida social consideradas secundarias y periféricas. El cambio es radical en este plano: producida y exigida por el propio sistema económico, difundida por los medios de masas, la ligereza es hoy un clima general, al mismo tiempo que una dinámica central que se aloja en el núcleo del mundo productivo y comercial.* (Lipovetsky 2016, p. 28).

Estudiar Facebook y sus habitantes parecería que es un tema ligero, seguramente algunos podrían tomarlo así; pero lo que es evidente, es que en estas redes sociales lo que se está jugando es la consolidación de la gubernamentalidad neoliberal, el afianzamiento del sistema capitalista, en su fase de consumo. Es decir, nada más alejado de lo ligero, como esperamos, se haya demostrado en esta tesis

El gobierno virtual de sí: tensiones dinámicas en Facebook; entre el empresario de sí mismo, el exhibicionismo y la autopublicidad

En ese marco, logramos identificar una serie de prácticas regulares, continuas, periódicas y sistemáticas, que realizaron los sujetos; por lo cual se evidencia un cuidado de sí mismo de manera indiscutible, que da como resultado una construcción con claros indicios, aunque no exclusivamente, de ser pensada, racional y para el caso, con elementos de administración de sí mismo y de su cuerpo. Ahora bien, se demostró autonomía y libertad en las prácticas de sí como una condición necesaria e irrevocable para constituirse así mismo, pero también vimos cómo es una libertad, que no escapa a los sistemas de sujeción del poder, tanto los que podríamos llamar tradicionales (prohibiciones y condicionamientos del dispositivo), como las que se despliegan más sobre las condiciones, el medio ambiente o las reglas de juego, antes que sobre los agentes. En esa medida la analítica del poder debe correr paralelo a los dos ejercicios; *“Si bien la cuestión del sujeto sigue siendo pensada como efecto del ensamble entre sujeción (técnicas disciplinarias) y subjetivación (técnicas de sí-mismo), en la sociedad actual adquirirían preeminencia nuevos modos de subjetivación espectacularizados, digitalizados, globalizados y eminentemente consumistas.* (García 2015, p. 11).

También vimos como dentro esas formas de auto gobierno; un elemento muy importante es la edición de una intimidad editada con ideales empresariales, que muestran una versión idealizada de una intimidad que se despliega en ese espacio público, rompiendo de alguna manera esa dicotomía moderna entre lo público y lo privado. Ahora, lo privado del sujeto se transforma en una cosa pública, pero para el caso, una vida privada íntima que se muestra al público con intenciones de capitalizar al sujeto que se exhibe. El individuo en las redes sociales no solo puede ser un sujeto marca a través del cuidado y las prácticas de sí que, se extienden en las diferentes interacciones con los otros y en la construcción de su cuerpo y de su perfil; sino que él mismo se podría volver en una especie de producto a partir de su vida, sus consumos, sus relaciones y su cuerpo. Puede ser a la vez, la empresa, la marca y el producto de sí mismo.

Constituirse como una especie de marca, supone nuevamente la tensión entre idealización y la autenticidad; el sujeto que **virtualiza** su existir manteniendo un fuerte control de toda su puesta en escena; transita en una línea muy angosta entre la idealización que es creíble y que recibe la admiración y la aceptación por parte de la audiencia y el peligro de caer en el desprestigio y transformarse en una caricatura, una pantomima de su presencia virtual.

El gobierno virtual de sí: tensiones dinámicas en Facebook; entre el empresario de sí mismo, el exhibicionismo y la autopublicidad

En esa medida también hay un cierto grado de idealización de sí mismo en las narrativas, en las historias que son puestas en escena en el Facebook, y que muestran una subjetividad y una corporalidad deseables, no sólo en el sentido que apela a una serie de mediaciones sociales establecidas, sino que, también como se evidencio en el capítulo anterior debe tener fuertes componentes de autenticidad. Es decir, la idealización no debe sacrificar la autenticidad, para lo cual hay que saber que se idealiza y con qué fines y no quedar nunca con una construcción de sí mismo que termine desprestigiando al poseedor, porque eso va en detrimento de la imagen y en últimas de la marca de sí mismo y el prestigio que se está forjando.

La configuración de sí mismo como una especie de producto de sí mismo o como un potencial empresario de sí, se forma a través de la encarnación corporal y subjetiva en Facebook de la imagen de sí mismo, el cuerpo como hemos dicho no es sólo una representación, ni apela a una serie de imaginarios establecidos, es un cuerpo virtual hecho de imágenes, esa es su carne, su materialidad; y en ella se trabaja de manera sistemática, el mismo sujeto es quien se forja. En esa medida coincidimos con Rose en el sentido que el neoliberalismo en sus prácticas de gobierno es consciente que es necesario abandonar la razón de estado, en la que el estado podía controlar y gobernar todos los escenarios de la vida de los sujetos, se tiene que ser consiente que los sujetos tienen agendas propias, intereses propios, a su vez, son sujetos dotados de derechos. Así mismo, el neoliberalismo abandona la idea, según la cual los individuos carecen de conocimientos y habilidades para gobernarse (Rose 2014). Esa capacidad de gobernarse sin la intermediación del Estado, ni de sistemas de sujeción pesados y sólidos, se logra precisamente en ese control de su alter ego, de su versión digital hecha de imágenes. En un principio estamos de acuerdo con Redeker, en lo referido a la interpretación que le da a la relación del yo virtual con la imagen cuando dice que, *“mira estas pantallas, inconscientemente se propone un objetivo; debo adherirme a mi imagen tal como aparece en aquellas pantallas. Esta imagen le dicta lo que él es _ vivir consiste en alcanzar esta imagen”* (Redeker 2014, p. 71) y más adelante continua el mismo autor *“Narciso de los tiempos modernos, no debe su ser sino a las pantallas a las que adhiere sus existencias”*. (Redeker 2014, p. 71) pero hay que entender que las pantallas aquí (en la investigación)

El gobierno virtual de sí: tensiones dinámicas en Facebook; entre el empresario de sí mismo, el exhibicionismo y la autopublicidad

son entendidas sin reflejo, no son pantallas que reflejan una imagen de sí mismo, sino que terminan siendo el sujeto mismo, no sólo su representación en la pantalla.

Finalizamos diciendo algo que hemos recalcado, entender Facebook, es concebirlo no como una red asilada, una pantalla asilada, un evento aislado; sino que hace parte, no solo de una forma de gubernamentalidad neoliberal, sino un sistema tecnológico total, como una Mediación. En ese sentido nos sirven las palabras del autor Redeker, para saber que no sólo se trata de una simple imagen del individuo lo que produce Facebook, “Quien utilice Facebook no se sitúa por fuera como cuando se toma un martillo, para clavar un clavo, sino dentro de un conjunto compuesto por maquinas, hombres y mujeres, en pocas palabras una red. Facebook, aquí sirve como modelo para comprender el sistema de internet en su globalidad”. (Redeker 2014, p. 19).

En definitiva, no sólo los individuos son conscientes y se perciben más que una imagen reflejada en una pantalla, sino que, en el marco de esta comunidad virtual, los otros sujetos, perciben a los demás como seres digitales, propiciados por un mundo tecnológico. Y al ser esto así, también los individuos son conscientes de las continuidades y las mutuas implicaciones que se presentan entre los dos mundos (virtual y material), de forma tal que la tarea de forjarse como un potencial empresario de sí mismo, debe ser llevada a cabo por las personas de manera simultánea en sus diversas realidades, en sus diversas subjetividades y en sus diferentes corporalidades. Pues ya desde hace algún tiempo el Facebook, hace parte del mundo de la vida y ha dejado de ser un mero divertimento y un pasar tiempo ligero, o un sitio para la frivolidad posmoderna; y se trasformó en un escenario que se debe tomar muy en serio, pues las implicaciones son cada vez más importantes para la vida de las personas, sin dejar de ser divertidas, estimulantes, placenteras y narcisistas.

6. Cuando las encarnaciones virtuales atraviesan el espejo: conclusiones en tono de incertidumbre (conclusiones)

Desde hace alrededor de 30 años se ha generado un fuerte debate en torno a lo que se ha dado por llamar las corrientes poshumanistas, con sus diferentes variables y aristas; concepto que pretende dar cuenta de ese proceso según el cual, en la actualidad se han producido fuertes procesos de hibridación entre las máquinas digitales e inteligentes y el cuerpo humano. Realidad que al ser interpretada por una postura un tanto alegre, un tanto deslumbradora, considera que estamos en una época en la que se asoma el fin del humano en tanto ente natural. Se genera, como hemos comentado en el marco de esta tesis, posturas antagónicas y excluyente: las primeras piensan que este es el fin de la humanidad (inhumanismos), perspectivas que presume una visión catastrófica, pesimista; sería el de fin lo humano y la humanidad, instaurando por ende el dominio de la máquina (Redeker, 2014; Molivueno, 2006; Sibilia, 2005; Fischer, 2004; Yehya, 2001; Derek, 1996). Discurso o contexto cultural en el marco de los nuevos desarrollos tecnológicos, que no se queda solo en el discurso académico, sino que ha llegado a varios niveles culturales, hasta el punto de que la cultura popular y mediática ha producido y está produciendo una serie de imaginarios y presentaciones en torno a esta perspectiva (es abundante en este marco la generación de varias producciones de las industrias culturales, como literatura de ciencia ficción, cine de ciencia ficción y varias producciones televisivas, entre otras). Por otro lado, este fenómeno en sus versiones antagónicas (Heredia, 2011; Yehya, 2010; Machado,

2005; Sibilía, 2005; Derek, 1996), los poshumanismo supone una etapa nueva, un paso más allá de la evolución humana, que cree no solo en una nueva era, sino una fase mejor, esto debido a que gracias a la hibridación máquina hombre, se estarían superando los límites biológicos que tendría el cuerpo humano y por ende supone una mejora. Estaríamos hablando de un súper hombre, más allá de los lastres que supone la carne, los órganos, los tejidos; y nos adentraríamos a desarrollos de alta tecnología (nanotecnología, inteligencia artificial, redes interactivas inteligentes, etc.) que nos transforman desde dentro de nosotros mismos y, por ende, dejan de ser solo prótesis o extensiones de nuestro cuerpo como las tecnologías de antaño que ayudaban a mejorar ciertos sentidos o ciertas capacidades de los cuerpos, sino que, por el contrario, las nuevas tecnologías pasarían a ser parte constitutiva de nosotros mismos, modificándonos e incorporando las tecnologías (Redeker, 2016; Yehya, 2010).

Si bien es cierto que esta tesis que indagó sobre la producción de cuerpos y subjetividades en el marco de Facebook, como una nueva forma de cuerpo y una nueva forma de subjetividad, amén de este nuevo escenario virtual y de las nuevas formas de gubernamentalidad neoliberal, se aparta de manera fundamental del anterior debate al considerarlo como falso en la medida en que desde el momento mismo que consideramos el cuerpo como una construcción social y de sentido, estamos partiendo de un hecho de entrada innegable: al hablar de cuerpo y su construcción se debe entender que el cuerpo no es una entidad natural o biológica, sino que es por definición una entidad cultural, es decir, artificial; en otras palabras, lo natural en el ser humano es que es un ente artificial. Esto es así ya que desde que el hombre comenzó su proceso de hominización es *homo faber*, es decir, hombre que fabrica herramientas. Desde el inicio de la humanidad, las tecnologías no solo han general tanto transformaciones en nuestros cuerpos, sino que se han forjado proceso de hibridación con las diferentes máquinas y conjuntos tecnológicos. Con ello queremos decir que desde los albores de la humanidad estaríamos en la época de los “poshumanismo” en tanto que siempre el cuerpo está siendo modificado por las tecnologías y a su vez el cuerpo condiciona el uso, producción, circulación y apropiación de la tecnología. Solo que en la actualidad esta hibridación se remite a la mezcla con máquinas inteligentes, usualmente conectadas al ciber espacio (Cuervo, 2016).

Ahora bien, el lector atento a esta tesis habrá notado que, en muchos de sus apartados, hemos utilizado significaciones que estarían en el marco de estos desarrollos conceptuales, tales como Ciborg, Avatar, cibercuerpos, cuerpos nómadas virtuales, etc. Proliferación de conceptos que dan cuenta del fuerte debate que se está generando en el ámbito académico; este tipo de asuntos sobre la construcción de corporalidades en el sello del desarrollo de las nuevas tecnologías de la comunicación, como es el caso de esta tesis, pero antes que considerarlos como nociones que darían cuenta de una significación que encerraría un modelo interpretativo de una nueva realidad social, enmarcada ya sea en el poshumanismo, tras humanismos o el inhumanismo (Cuervo, 2016), los consideramos útiles en tanto que dan cuenta de unas características empíricas observables, ello a raíz del escenario en donde se construyen los cuerpos que analizamos en esta tesis y en donde, según las corrientes, habitaría de los Ciborgs. También nos apartamos de estas dos perspectivas en tanto que, en sus dos versiones, pesimista u optimista, el telón de fondo es pensar que la tecnología por sí misma produce revolución, determina los cambios culturales y sociales; y nada más apartado de la perspectiva teórica de esta investigación en la cual las Mediaciones tecnológicas son producidas en el marco de la sociedad y la cultura. Como hemos nombrado en el capítulo uno, la tecnología no produce los cambios sociales, sino que es lo contrario, en la medida en que los cambios sociales, culturales y económicos propician la aparición, el consumo y la distribución de nuevas tecnologías, para el caso presente, las nuevas tecnologías de la información y la comunicación.

También es importante desnudar una idea que subyace a este debate, consistente en pasar de una fe, una esperanza en el conocimiento, en la ciencia, en el progreso, en fin, en los pilares sobre los que descansa el proyecto moderno, a volcar esos mismos ideales a algo más pragmático como lo es la tecnología (Fischer, 2004). Lo anterior provoca algo muy grave, que es la pérdida de la capacidad crítica del hombre, esa racionalidad crítica en la que de manera fundamental descansa la modernidad; y retomando y a la vez cayendo, por otro lado, a una ideología que dominó el ambiente intelectual del principio del siglo XX, como lo denuncia Berman (1982), cuando había, como en la actualidad, con apologetas de los nuevos medios, una fe ciega en la que se creía que la tecnología, el

avances de las máquinas, era no solo la solución para los problemas sociales, sino que por sí mismas estas generan cambio y revoluciones sociales .

En definitiva, el cuerpo en Facebook no está enmarcado en algo absolutamente novedoso, sin parangón en la historia de la humanidad, no es este un espacio de un fin del cuerpo humano, ni una etapa de algún poshumanismo⁹, entendiéndolo como una nueva etapa sin precedente en la historia del cuerpo que pone entre paréntesis la biología del ser humano y su corporalidad y resaltando más bien el papel del cerebro y sus funciones en esa concepción de lo humano. Ahora bien, nos parece más adecuado identificar estas corrientes llamadas poshumanistas, imbricadas en proceso de la tecnociencia, de la ciencia fáustica, en la que el cuerpo y la subjetividad se hallan inmersas en proceso de apropiación por parte de las corporaciones multinacionales, sus saberes y sus poderes (Cuervo, 2016; Sibilia, 2008, 2005), en definitiva el poshumanismo en el marco de las diferentes formas de gubernamentalidad neoliberal, de la cual aquí solo exploramos una: contribuir en Facebook que el sujeto y su cuerpo se forjen como una empresa de sí.

Ahora bien, eso no quiere decir que Facebook no sea un “nuevo” escenario de producción de cuerpos y subjetividades, sino que es nuevo en el sentido de que es una nueva tecnología a partir de sus características mediáticas y de dispositivo, como lo vimos en el capítulo dos, pero no es nuevo en el sentido de que no presenta antecedentes en la relación cuerpo-máquinas. Como ya se ha dicho, esta correspondencia está presente desde que el hombre apareció en la faz de la tierra, de forma tal que no es para nada algo inédito. Por otro lado, es nuevo en el sentido de que dadas sus condiciones tecnológicas propicia un tipo particular de corporalidad, una nueva materialidad (virtual y digital); es una nueva corporalidad en el marco de una nueva forma de gubernamentalidad, como lo analizamos en el capítulo cuatro. También se podría decir que es nueva en lo

⁹ Es más, según algunas corrientes, el poshumanismo no ha llegado todavía a ser una realidad en la sociedad, sino un proyecto hacia un futuro cercano. Ahora estaríamos en una etapa en tránsito llamado Transhumanismo (Cuervo 2016) Mientras hay otros que sostienen que de hecho el poshumanismo, que es de cuño posmoderno, ha quedado en el pasado, como una falsa utopía, y ahora se presenta más bien como distopía (Molinuero, 2006).

relativo a que la escenificación del cuerpo en este espacio virtual tiene una serie de condicionamientos propios del escenario, de la audiencia, de la capacidad particular de agencia del individuo que corporaliza virtualmente su existir, como lo vimos en el capítulo tres.

En definitiva, el cuerpo en Facebook no representa una etapa del poshumanismo optimista, ya que, que como propone este trabajo, el cuerpo que se escenifica en Facebook está claramente enmarcado dentro del capitalismo, dentro de su estructura, dentro de sus intereses, dentro de sus dinámicas, dentro de sus ejercicios de poder, dentro de los intereses corporativos; en definitiva, al interior de una forma particular de gubernamentalidad, la llamada neoliberalismo y por ende el cuerpo que se produce es un cuerpo entendido como una encarnación del empresario de sí mismo, que lejos de ser novedoso (menos lo tecnológico) hace parte y es coherente en muchos aspectos con este contexto contemporáneo, con el saber y el poder hegemónico actual. En esa medida, no es ni una mejora (poshumanismo) ni una pérdida de su humanidad (inhumanismo).

Ahora bien, aclarado este contexto general, conviene dar respuesta de manera concreta y analítica a nuestra pregunta de investigación que dio origen a esta investigación y que es, a saber: *Cómo la edición de sí en Facebook entre jóvenes universitarios de Bogotá logra mediante la puesta en escena de sí mismo, generar la consolidación de una versión pretendida de autenticidad de sí, enmarcada dentro de la lógica del empresario de sí mismo.* Para lo cual, se debe ir dando respuesta a cada uno de los objetivos por medio de los cuales se buscó llegar a la concreción de este objetivo general.

En esa medida, el primer objetivo específico de esta tesis es *Explicar el funcionamiento de Facebook, en tanto dispositivo mediático que condiciona la construcción de la subjetividad.* Para contestar a esta pregunta, se recurrió a dos tradiciones teóricas suficientemente reconocidas y validadas: la primera, de la mano de la noción de dispositivo en la línea teórica que comienza con Foucault; en segunda instancia, se acude al concepto de

Mediación de Martín-Barbero que condiciona la posterior puesta en escena de los sujetos y sus cuerpos. Se pudo identificar la existencia de algunas características importantes para comprender el Facebook en tanto dispositivo mediático; en principio, se debe decir que el Facebook hace parte de las nuevas tecnologías de la comunicación que se conectan a través de redes electrónicas ancladas a una pantalla de computador o cualquier dispositivo tecnológico; pero que van más allá de este mero hecho, ya que no se agota en las redes tecnológicas o en la comunicación, y no es propiamente una máquina o una red inanimada.

El Facebook, en la medida en que es un dispositivo mediático nuevo, requiere un nuevo régimen comunicativo, como lo es la interactividad, alejándose así de la comunicación de masas, forma de comunicación que, por lo demás, propicia la aparición de no solo una manera particular de comunicar, sino que supone un cambio en las narrativas de la subjetividad. La comunicación interactiva encarna la metáfora de ciertas transformaciones sociotécnicas, tales como la virtualidad, la velocidad, la fluidez, la fragmentación, el reciclaje, lo simbólico sobre lo material y la desterritorialización, entre otros aspectos (Molivueno, 2009; Machado, 2006; Levy, 2004; Piscitelli, 2004; Castells, 2000). Tecnicidades que no solo son propias de este entramado tecnológico, sino que representan cierta tonalidad de la sociedad actual. En esa medida, la lógica de las redes no es, o no debe ser pensada, bajo la lupa de una clausura o el cierre, sino a la sazón del entendimiento de las conexiones múltiples infinitas (Kerckhove, 1999).

También se debe tener claro que las redes no son solo un universo tecnológico, sino que la presencia humana está todo el tiempo en ellos, desde los diseñadores de las estructuras, los habitantes, las comunidades virtuales, hasta los programas y buscadores (Redeker, 2014; Scolari, 2009; Molinuevo, 2009; Levy, 2004). Por otro lado, Facebook es un territorio esencialmente artificial, tecnológico, que depende de la máquina; por ello, los cuerpos y las subjetividades en el Facebook, deben ser entendidos a la luz de este mundo artificial, en tanto el Facebook es de condición digital, es decir, informático y energético: la “materia” del cuerpo y la subjetividad en Facebook, es digital, lo que lo hace un espacio de creación

de apropiación por parte del sujeto que lo programa, lo amolda a sus propias necesidades y gustos.

Segundo, vimos a su vez, como Facebook, estaba estructurado de cierta manera, de allí que permitía ciertas actuaciones, ciertas identificaciones y desechara otras, pedía ciertas informaciones, delimitaba la socialización a ciertas aplicaciones, las fotos debían tener cierto encuadre, los datos proporcionados por los sujetos eran determinados por la planilla de la información de perfil. Así mismo, esta red social ofrece ciertas maneras estereotipadas de actuación y socialización. Es así como la información de contacto remitiría a la identidad, la formación y empleo remitiría a competencia económica, lugares donde vivió; nos indicaba su realidad experiencial, los datos sobre familia y relaciones, nos refería a un aspecto emocional, los acontecimientos importantes a un aspecto situacional y, finalmente, las fotos e imágenes nos remitirían al cuerpo.

También, como lo desarrollamos en el capítulo siguiente, dada la condición de ser un escenario en donde la interacción social se da en tiempo diferido, permite que los sujetos tengan más control sobre la puesta en escena y, particularmente, sobre el control expresivo. De la mano de lo anterior, pudimos ver como esta mediación aprobaba a los individuos a crear una versión de sí mismos guiada por un tipo particular de narrativa, es decir, los perfiles contaban historias, describían sus propias historias, relataban y construían acontecimientos que se iban escenificando en su escenario virtual y que permitían a los sujetos y a sus cuerpos, mostrarse con ciertas particularidades ante los demás. A la luz de lo anterior, en ese juego entre estructura del medio y la capacidad de agencia de los individuos, es decir, los usos que ellos hacían de este, en la manera como en la persona se presentan, así como los discursos, prácticas, relaciones, etc., que ellos producían sobre sí mismos y que están enmarcadas en la cultura, si se quiere hegemónica, se pudo identificar de la misma manera, que hay también elementos de cultura contrahegemónica, de ciertos elementos que encarnan en los cuerpos alguno valores o algunas opiniones, ciertas representaciones de sí divergentes, tales como consumos ilícitos, ciertas estéticas que no encajan en el canon de belleza, opiniones políticamente

incorrectas, historias de dolor y fracaso, etc., que son abiertamente opuestas a esa construcción subjetiva y corporal hegemónicas (escenificación del empresario de sí) que aquí hemos identificado como recurrente, aunque estas líneas de fuga sean en menor porcentaje.

Y tercero, el Facebook en tanto mediación (Martín-Barbero, 2003) es un espacio que potencia y es capaz de llevar al acto los imaginarios de los cibernautas, es decir, de los sujetos que se sumergen y digitalizan su existencia; en otras palabras, es un escenario de realización de ciertos imaginarios y también de experimentación de nuevas prácticas sensitivas, físicas y culturales; la virtualidad posee una serie de reglas y características propias de digitalización de la realidad que permite manipularla, tocarla y modificarla. En ese orden de ideas, vemos claramente esa suerte de mediación, en tanto que no determina la construcción de cuerpos y subjetividades (claro está, entre la dinámica de la condición y la apropiación arriba descrita), sino que los individuos estudiados demostraron que han apropiado su puesta en escena como empresarios de sí en Facebook, dando lugar a lo que se ha llamado el prosumidor, y que precisamente rompe esos viejos esquemas de la comunicación mediática de masas en tanto que hay en sentido estricto productores y consumidores, o productores y audiencias, sino interactuantes, que producen y consumen contenidos de manera simultánea, de forma tal que la lógica mediática es clara en el Facebook (Scolari, 2008; Machado, 2009). Con una particularidad, y es que en el marco de estas redes sociales hay también una lógica de inmersión en este escenario virtual, no solo de contemplación sobre una pantalla, que es una interfaz, pero lo que ocurre detrás de la pantalla es otro escenario, por lo que se ve una lógica de inmersión, de la necesidad de atravesar la pantalla, pues la construcción de los cuerpos y las subjetividades en el marco del dispositivo mediático del Facebook no está en el espacio frío y plano de la pantalla, sino el ciberespacio.

De la de la mano del comentario anterior, se pudo determinar una serie de restricciones, prohibiciones de estructuras que determinan las subjetividades, por lo cual es indudable su naturaleza de dispositivo, como lo vimos a la luz de la teoría de Foucault, Deleuze (2006) y Agamben (2006), en tanto que está atravesado por formas y ejercicios de poder, que son

a veces contradictorias y que cabalgan en sentidos opuestos, atravesando, configurando los cuerpos y las subjetividades. Es ese marco, indudablemente Facebook es de la forma de esos nuevos dispositivos de poder anclados a nuevo ejercicio de gubernamentalidad, que son a su vez fluidos, que no requieren encierro, que, si bien tiene cierto grado de prohibiciones y de controles, especialmente por su condición técnica, se basan especialmente en lógicas de poder más posmodernas, más neoliberales, es decir de proliferación, de poder más centrado en la seducción y el deseo, que en el encierro, el castigo, incluso más allá del saber y la verdad, como lo desarrollamos en el capítulo cuatro, en el que mostramos que es un tipo de analítica del poder que no se ejerce sobre los cuerpos sino sobre el entorno, sobre las reglas de juego, en la medida en que las formas neoliberales de poder requieren que los sujetos se conciban como libres, actúen como sujetos libres, como condición necesaria para las formas de poder operen sobre ellos (Rose, 2014).

De manera simultánea, cuando hablamos de dispositivo, discutimos sobre el papel que tiene el sujeto en la misma, no solo de manera pasiva, en tanto que el dispositivo construye subjetividades, sino que el individuo mismo hace parte activa de las formas de poder. Bajo ese horizonte, distinguimos de manera clara, como los sujetos mismos, a través de esos cuidados de sí mismos, de sus formas de autogobierno, haciendo uso de los condicionamientos de Facebook, los apropiaban de determinada manera, los utilizan de manera conveniente, racional y planificada para administrar sus perfiles, por ende, sus cuerpos y sus subjetividades.

El segundo objetivo de este trabajo investigativo se proponía *Analizar cómo se logra el efecto de autenticidad de la puesta en escena de la subjetividad y el cuerpo en Facebook de los individuos analizados en correspondencia con la versión fuera de línea de los mismos*. Partimos de problematizarnos la forma como las personas hacen versiones de sí mismas y de sus cuerpos en un mundo virtual, en la que a la luz de los primeros trabajos al respecto (Planells, 2002; Pominier, 2002; Turke, 1997), se partían de tres presupuestos: el primero proponía que, dadas las supuestas condiciones de anonimato y libertad, así como el relajamiento de las normas sociales, y las relaciones de poder que se diluía de manera importante, los individuos en muchas ocasiones “falseaban” o, mejor, creaban una

encarnación virtual, muy diferente a su yo fuera de línea. El segundo presupuesto partía del hecho de que, amén de las condiciones anteriores y sumado las posibilidades tecnológicas del dispositivo (la posibilidad de explorar los deseos y fantasías de los usuarios para la creación de otros “yo”), los sujetos optaban por dar rienda suelta a esos anhelos, en ese mundo mágico, que disponía –gracias a la hibridación máquina hombre (corrientes poshumanistas anteriormente presentada) – de potencialidades tecnológicas dadas (digital, energética, virtual) por la ciencia fáustica para concretar imaginarios culturales en los nuevos escenarios tecnológicos (Yehan, 2010; Sibilia, 2005;; Levy, 2004; Dery, 1998), que la realidad material corporal no permitía y que ahora, gracias a la tecnología, se podían lograr. El tercer presupuesto es que las redes sociales, en donde se incluye Facebook, eran una especie de válvula de escape en la que el individuo se liberaba de los lastres de su vida material y volcaba en el espacio virtual todas sus carencias. (Gálvez, 2006; Turke, 1999) y en esa medida se desprenden de lo indeseable de sus vidas y crean una versión de sí mismos idealizada, sin sufrimiento, en la que proyectan todas sus carencias y deseos.

En nuestro trabajo, estos antecedentes son fuertemente cuestionados, no es que se descarten de todo, ni mucho menos, en la medida en que indudablemente se identificó la presencia de buena parte de esos elementos, como lo son: el relajamiento social, cierto grado de anonimato, pero antes que eso, de repercusiones inmediatas, de menos evidencia de sanciones sociales y relaciones de poder; así mismo, se pudo demostrar que se puede presentar una versión idealizada de sí mismo como un elemento constitutivo de la puesta en escena de sí mismo. Pero a pesar de estos elementos que siguen vigentes, se pudo determinar que la búsqueda de la autenticidad era un elemento que debía ser central para comprender este fenómeno. No fuimos los primeros, ni mucho menos, en encontrar este componente –como lo mostramos en el capítulo tres–, donde se entabló un diálogo con bastante bibliografía académica reciente, la que por supuesto también daba cuenta de esta realidad en el marco de las redes sociales virtuales. Pero sí creemos que, como lo hemos nombrado, esta búsqueda de la autenticidad va más allá de los elementos pragmáticos de la puesta en escena, por lo que consideramos conveniente ir más allá y relacionar la autenticidad no solo como elemento central en la puesta en escena, sino como

un mecanismo central en la constitución del sujeto que a través del gobierno de sí mismo se pretende forjarse como un empresario de sí mismo.

En ese orden de ideas, conviene retomar en este momento, brevemente, las características centrales de esta puesta en escena. El primero es indudablemente la mayor libertad en la construcción subjetiva y corporal, y de forma simultánea el mayor control que de manera consiente tiene el individuo sobre las impresiones, es decir que los individuos pueden –y así lo realizan– dirigir hacia su audiencia las opiniones que quieren dejar en ellos (Puche, 2013; Caron, 2012). Segundo, ya hemos presentado las razones de orden conceptual, tanto desde la teoría del performance de Goffman, como desde la perspectiva de Foucault sobre la construcción historia, social y cultural del sujeto que se edifica, por las cuales aquí la autenticidad no tiene que ser entendida como “verdad”, como una ontología del sujeto, sino que la autenticidad es guiada por el anhelo, por los deseos de ser y mostrarse de determinada manera, y por lo tanto la tendencia del individuo será traducirse en la plataforma tal cual es o tal cual querría ser –*el yo que queremos ser es tal vez el más auténtico*–, retomando aquí las palabras de Goffman (1959). De forma tal que debemos entender que la búsqueda de la autenticidad no supone una ontología material verdadera, trascendente del sujeto y su cuerpo que se construyen en espacio como es el caso de Facebook, sino que es indispensablemente concebir una autenticidad ligada a lo que el individuo quiere ser, antes de lo que es, es decir, lo que puede ser, lo que desea proyectar, como desearía que lo vean los demás. Es por ello que, en el marco de esta investigación, cuando nos referimos a este elemento de la autenticidad entre los jóvenes universitarios que construyen su existir en la red social Facebook, esta es interpretada desde una perspectiva si se quiere cultural, en su vertiente de producción social de sentidos y significados, como lo hemos manejado en esta tesis.

Cuando empezó hacia principios y mediados de los años noventa del siglo pasado, los fenómenos socioculturales y comunicacionales, intervenidos por los nuevos medios de comunicación interactivos, había un elemento que generó fuerte debate académico y la vez una sensación de libertad entre los usuarios, el llamado anonimato con el cual los

usuarios de Internet podían sentir que alcanzaban no solo desfasar su yo “verdadero”, sino que esto era posible pues el sujeto se diluía tras el escenario virtual. En la actualidad, tanto la comunidad académica como los usuarios son conscientes de la fragilidad de este argumento y, por el contrario, gracias a las tecnicidades, que aquí no es menester analizar, se sabe que siempre el mundo digital deja una huella que puede ser rastreada, con lo que el supuesto anonimato de los territorios en el ciberespacio no es solo más que falacia interpretativa.

Es así como el tercer elemento identificado en la puesta en escena para la construcción de sí mismo y que dota esta edificación de un fuerte componente de autenticidad, ya no es el anonimato, sino simplemente *una sensación de anonimato*, que lo que permite es una sensación de menor compromiso y por ende una aparente menor consecuencia con las puestas en escena. Este efecto de anonimato se nutre del hecho bien conocido, de no existir una reacción inmediata de aprobación (por el tiempo diferido entre la actuación y la recepción de la audiencia) o rechazo de la puesta en escena por parte de las audiencias, ya que esta es por definición difusa; en otras palabras, la actuación no se dirige de manera directa a un público particular, por ende, no puede ser pensada y construida para un evento, un contexto social particular y por ende un auditorio particular. La imagen de sí mismo que realiza el individuo en el escenario rutinario del *off-line* depende de factores que se escapa en buena medida de su control, por la cercanía y la inmediatez, las construcciones corporales, subjetivas e identitarias *on-line* dan una sensación de seguridad, de “no tener consecuencias”, que se queda muchas veces, como fue claro para esta tesis, solo en eso, en una impresión (Gil Posa, 2010; Cáceres, 2009). Es por ello que podemos proponer de manera categórica que los individuos que construyen sus cuerpos virtuales en Facebook ya no confían totalmente en ese anonimato. Por lo que no solo son conscientes de las consecuencias de su puesta en escena, sino que hacen que la misma tenga una mayor correspondencia con su “yo” fuera de línea; en otras palabras, para nuestro caso, contribuyen con este hecho de manera fundamental a ese efecto de autenticidad con el que su busca dotar la construcción subjetiva de los sujetos en Facebook.

Cuando comencé a interesarme por investigar socioculturalmente estos territorios virtuales, a comienzo de siglo XXI, había una clara necesidad en el mundo académico de diferenciar analítica, metodológica y ontológicamente, los espacios virtuales, de los espacios materiales de existencia, ya que se consideraban realidades apartes, pero ante todo la realidad virtual, como una mera proyección de la realidad material (Piscitelli, 2002; Planells, 2002.). Hoy no hay nada más alejado del saber actual, en donde se ven claramente dos realidades separables analíticamente, pero no socioculturalmente y menos pensar que la realidad virtual es apenas un sustituto o proyección de la realidad material.

El cuarto elemento de las puestas en escena en Facebook presupone el continuo sociocultural que se debe trazar entre los *performances* sociales en línea y fuera de línea; no se pueden separar estas dos realidades que a todas luces suponen no solo interacciones mutuas, sino que se ha demostrado que se influyen mutuamente; para decirlo de manera más categórica, estas dos realidades hacen ya parte del continuo mundo de la vida de los sujetos analizados de la segunda década del siglo XXI. De manera que a estas alturas el avance de las redes virtuales y por ende su penetración profunda en la realidad, hace que resulten no solo inseparables, sino que supone un desconocimiento de esta dinámica (Rueda, 2015). Para buscar la autenticidad fuera de línea, los sujetos tienen cierta capacidad de agencia, que hacen que la puesta en escena sea creíble y otras puestas en escena no; así mismo, como vimos en puntos anteriores, la posibilidad de generar impresiones es un componente muy variable en el mundo *on-line*, este era controlado en buena medida por los individuos.

En sentido contrario, se identificó como quinto mecanismo, que no todos los dispositivos de la puesta en escena de las encarnaciones en Facebook son objeto igual efecto de autenticidad, ya que algunas se mantienen y otros cambian, debido a los tipos particulares de interacción que establece el individuo; en esa medida, coincidimos con varios autores que las máscaras que permanecieron invariables fueron el género y la raza, siendo por otro lado las máscaras que más trasmudan, las fotos de perfil y en general las fotos de sí y

las actividades; de forma tal que no todo corresponde a la identidad fuera de línea, pero tampoco todo es tergiversado (Puche, 2013; Calderon, 2011; Cáceres, 2009; Ruiz San Román y Brändler, 2009).

Como sexta característica identificada entre la población analizada, está la que comprende que para que la hipotética autenticidad tenga éxito, se debe desarrollar en el marco de la dialéctica entre autenticidad e idealización, para lo cual se debe contar con la complacencia y los requerimientos de la audiencia que es la que de manera permanente está juzgando como válida o no la puesta en escena; es ella (la audiencia) la que solicita que la exposición pública de los cuerpos y los sujetos sea una mixtura equilibrada entre estos dos elementos constitutivos de toda puesta en escena; en ese dinamismo del escenario virtual, se presenta de manera permanente una lucha por la autenticidad marcada por el reconocimiento de la audiencia, o la posible sanción del público por construir una versión de sí mismo que no sea auténtica.

Finalmente, y esta característica me abre la puerta al siguiente objetivo a responder, es que la autenticidad debe ser leída como autoreconocimiento del sujeto que se constuye en Facebook, es decir, la autenticidad está mediada por lo que considera el sujeto que es el sí mismo auténtico, de manera si se quiere honesta, no solo como una actuación cínica (Goffman, 1959) sino un compromiso del sujeto que se construye en el escenario social por mostrarse como es “en realidad”. Para esta investigación, es muy significativo este hallazgo, toda vez que se establece como un anclaje fundamental que me remite al cuidado de sí mismo (Foucault, 1984), pues no es simplemente de que el sujeto sea conciente, que a pesar de las metamorfosis necesarias y fingidas a las que el mismo recurre para construir su yo virtual (guiado por una incuestionable planeación y por ende racionalidad); este reconocimiento presupone además que el individuo no puede ni debe de caer en vergüenza, desprestigio, de ser considerado como un mentiroso. De forma tal que queda necesariamente excluida que su exposición, su construcción corporal y subjetiva tenga vicios de falsedad en tan alto nivel que se le derrumbe la máscara con la que forma su cuerpo virtual y con ello la sanción, la burla, la mofa; en fin, el ser identificado como falso,

poco auténtico, etc. Es por ello que una construcción no auténtica, como aquí la hemos referido, revelaría una falta de gobiernos de sí, de su “yo” virtual y, por ende, una mala gestión de sí mismo.

Es indudable que, si dejamos el análisis de los perfiles a solo elementos pragmáticos, renunciamos a los elementos más significativos con los cuales podemos determinar cómo un fenómeno particular contribuye a la comprensión de la sociedad en la que este se desarrolla, como diría Clifford Geertz (1994) cuando se preguntaba por el provecho en la actualidad de la antropología como ciencia. Él decía que la antropología se desarrollaba y estudiaba en las aldeas, pero no estudiaba las aldeas, en la medida en que estas no eran su objeto. Bajo la misma lógica diremos que lo relevante para las ciencias sociales no es solo estudiar el Facebook y las redes sociales en general, en sí mismas, independiente de las riquezas que indudablemente puedan tener en estudios descriptivos y de caso, sino que ante todo este fenómeno nos debe interpelar sobre la sociedad en las que esta se produce.

Es evidente que las tecnologías no son neutras, pueden y han sido pensadas para producir cambios específicos en la sociedad y otras tienen un carácter eminentemente político y son orquestadas para producir efectos sociales (Mackenzie y Wajcman, 1999). Por otro lado, un cambio tecnológico también tiene que ver mucho con los beneficios de tipo económico, una mayor utilidad, eficiencia, etc. Las necesidades del mercado y las industrias son factores que hay que tener en cuenta, en el cambio tecnológico, aunque por supuesto por sí solos estos no garantizan el éxito, dado que hay una serie de factores heterogéneos que brindan la posibilidad de implementación de ciertas tecnologías, así como del contexto y de las particularidades de la cultura (Jasanoff, 2004; Sismondo, 2010; Nishat, 2013). Así que, como hemos insistido hasta la saciedad, como las diferentes tecnologías se convierten en metáforas muy vigorosas para comprender la sociedad en la que estas se desarrollan (Levy, 2004; Deleuze, 2004,) no solo en el sentido que en alguna medida refleja los ideales, los valores y las ideas que en ellas se concretizan, sino también –como lo hemos reiterado–, en los usos que de las mismas hacen los individuos y cómo son apropiadas; y, finalmente, en el uso de los sistemas tecnológicos se pueden rastrear

los procesos sociales y culturales(ya que son Mediaciones) que han posicionado a estas y no otras en un lugar privilegiado de la cultura.

Bajo la anterior reflexión, es preciso comprender que el efecto de autenticidad no es solo un requerimiento para que la puesta en escena tenga éxito en términos pragmáticos; este necesariamente nos remite a aquellas subjetividades que pretenden constituirse como metáforas del empresario de sí mismo en consonancia con los actuales desarrollos tecnológicos, que se posicionan como elementos constitutivos de la economía neoliberal y su forma de gubernamentalidad. Para ello nos corresponde, en el marco de esta tesis, mostrar cómo respondemos al tercer objetivo que dice: *Comprender cómo la construcción del perfil en Facebook se constituye en una forma de cuidado y edición sí mismo con la cual los sujetos pretenden construir un sí mismo empresarial.* Rindiendo culto a Foucault, pero antes que al autor, a la utilidad metodológica de sus conceptos de prácticas de sí, cuidado de sí y gobierno de sí, conviene decir que, primero, en las prácticas de sí, uno no se puede quedar en la noción abstracta, y menos esperar encontrar las mismas prácticas de sí que se hallaban en otros momentos históricos analizados por el autor, sino que en este caso hay que “encontrar, identificar, describir, descubrir” esas prácticas, en la realidad social que uno está identificando o investigando; para nuestro caso, se pudo constatar la presencia de una serie de prácticas, cuidados, formas de autogobiernos que configuraron la presencia de los sujetos y sus cuerpos en Facebook, lo que les permitió constituirse en un producto y en una empresa de sí mismos.

En segunda instancia, en diálogo con otros autores (Rose, 2014), se ratificó cómo las ediciones de sí en Facebook no se apartaron de los ideales sociales y culturales, no es solo una cuestión de prácticas o de procedimientos del individuo sobre sí mismo, sino que persiguen unos ideales socialmente cimentados. Junto con Rose, se identificó una serie de elementos de la mecánica del poder actual que son centrales y que son muy importantes para entender las formas como Facebook opera como dispositivo de autogobiernos en los sujetos. En primero de ellos es que los sujetos son activos, que participan en su propio gobierno; por otro lado, que los sujetos son individuos cuya libertad y derechos deben de ser respetados, que las formas de poder prometen crear individuos que no necesitan ser gobernados por otros, sino que se gobiernan y se controlan por sí

mismos, y se cuidan solos (Rose, 2014). Entendemos Rose que no solo se ven claramente estos cambios en los regímenes de poder en el marco de la sociedad y las tecnologías actuales, sino como efectivamente esta metamorfosis en el ejercicio del poder se vio claramente dilucidado en Facebook. Ahora bien, esta libertad con la que cuenta el individuo para cuidarse y gestionarse a sí mismo, no supone fomentar una posición romántica de una libertad sin límites, de una especie de paraíso virtual sin restricciones sociales. Cabe recordar que las redes sociales hacen parte de un modelo ya estructurante de entrada, los sujetos deben ser libres y se deben conducirse a sí mismos responsablemente; siguiendo a Rose, entender que la libertad no se oponía al gobierno, sino que, al contrario, la libertad como opción, autonomía, responsabilidad de sí, y la obligación de maximizar la vida de uno como una suerte de empresa era una de las principales estrategias de lo que Rose llamó gobierno liberal avanzado (Rose, 2012).

También un hallazgo importante, en esta tesis que demuestra la validez del concepto de cuidado y edición de sí mismo propuesto por Foucault y que utilizamos aquí para rastrear al empresario de sí, sigue la lógica anterior, entre libertad y regulación, consiste en la identificación de una serie de prácticas regulares, continuas, periódicas y sistemáticas que realizaron los sujetos (creación de perfil, administración del mismo, interactividad con otros sujetos, conectividad permanente), que da como resultado una construcción pensada, racional y para el caso administrada de sí mismo y del cuerpo. Ahora bien, así como se pudo demostrar autonomía y libertad en las ediciones de sí en Facebook como una situación necesaria e irrevocable, de manera simultánea mostramos cómo es una libertad, que no escapa a los sistemas de sujeción del poder (Cubides, 2007 p. 64) tanto aquellos llamados tradicionales (prohibiciones, condicionamientos del dispositivo), como las que se despliegan más sobre las condiciones, el medio ambiente o las reglas de juego, antes que sobre los agentes (Castro, 2012; Nishats, 2013). Es por ello que, en el Facebook se conciben dos sistemas, o formas de ejercicio del poder en la construcción de los cuerpos y los sujetos, que lejos de ser excluyentes entre sí, hacen parte de la misma lógica de gubernamentalidad neoliberal: el primero sigue siendo los mecanismos disciplinares que actúan por fuera del sujeto y el segundo mecanismo que apelan al sujeto mismo, es decir, a su proceso de *subjetivación* (técnicas de sí-mismo). Dos formas de poder que, como hemos repetido, se enmarcan en los mercados globales, dentro de las estructuras

económicas pesadas, así como escenarios espectacularizados, digitalizados, globalizados y eminentemente consumistas, es decir, Facebook (García, 2015).

Por otro lado, en varios trabajos aquí citados, analizan la importancia de la intimidad, de la manera como esta se ha constituido en una pieza importante en el análisis de las subjetividades en las redes sociales virtuales (Di prospero, 2012; Sibilia, 2008;). Para nosotros, la intimidad debe ser leída como parte del conjunto de esas prácticas de sí, de esas formas de autogobierno; un elemento muy importante es la edición de una intimidad editada con ideales empresariales, que exponen una versión ennoblecida de la intimidad. En el Facebook, ahora lo privado del sujeto se trasforma en un objeto público, pero para el caso, una vida privada íntima que se muestra al público con la posibilidad de capitalizar la persona que se exhibe. Esa dicotomía claramente establecida en la modernidad entre lo público y lo privado, siendo lo privado en las sociedades modernas lo que concebía como el primado de lo social, este era sinónimo de secundario, de lo superficial, de lo poco trascendente y, por lo tanto, se restringía a momentos particulares de la vida de las sociedades. Por otro lado, lo público era lo pesado, lo trascendente, lo importante, lo profundo, lo central en la vida de la sociedad. Estudiar temas relacionados con las redes sociales, con ciertos escenarios de entretenimiento, en alguna medida distantes de los grandes temas de las ciencias sociales, parecería un tema ligero, y seguramente algunos podrían tomarlo así; pero lo que es evidente es que en estas redes sociales lo que se está jugando es la consolidación de la gubernamentalidad neoliberal, la consolidación del sistema capitalista, en su fase de consumo (o, tal vez, hiperconsumo), es decir nada más alejado de lo ligero, como espero que se haya demostrado en esta tesis.

El individuo en las redes sociales (Facebook) puede reunir algunos elementos, por supuestos no todos como lo hemos dicho a lo largo de toda la tesis en una especie empresario de sí mismo como la metáfora de un sujeto marca, forjado por medio del cuidado y, al mismo tiempo o de manera simultánea, deviene en una especie de producto, y su vida, sus consumos, sus relaciones, su cuerpo, son a la vez la empresa, la marca y el producto que se vende. La autenticidad pasa a ser de suma importancia, se debe ser auténtico, gozar de excelente reputación; es así como –en pocas palabras– podemos aseverar que para ser una “marca” se debe ser auténtico. Si el individuo ofrece en el

Facebook una “la publicidad engañosa”, este hecho va en detrimento del sujeto que se autopublicita y, en ese orden de ideas, la publicidad de sí mismo es contraproducente. Quienes fingen ser lo que no son, corren el riesgo de verse desenmascarados. (Schawbel, 2011). En conclusión, en este aspecto, podemos decir que, de acuerdo con nuestra hipótesis y nuestro objetivo, constituirse como una marca supone, nuevamente, la tensión entre idealización y la autenticidad; el sujeto que virtualiza su existir debe conservar el control de manera exhaustiva, de toda su puesta en escena, con el fin de mostrarse como una especie de producto o una marca codiciada. Esta subjetividad empresarial transita en una línea muy estrecha entre la idealización que es creíble y que recibe la admiración y la aceptación por parte de la audiencia, y el peligro de caer en el desprestigio y transformarse en una caricatura, una pantomima de su presencia virtual. También se identificó que se presentan procesos idealización de sí mismo en las narrativas, es decir en las historias que son puestas en escena en Facebook, relatos que cuentan de una subjetividad y una corporalidad deseables tanto en el plano laboral, como social, sentimental y familiar, no solo en el sentido de que recurren a una serie de repertorios sociales de belleza, de éxito, de seducción, de vidas sin conflictos, sino que estas historias deben tener fuertes componentes de autenticidad, como lo hemos mencionado, y la idealización no debe sacrificar la autenticidad, para lo cual hay que saber qué se idealiza y con qué fines, no exagerar, no convertirse en una parodia de sí mismo.

Queremos ir cerrando esta tesis y sus conclusiones con una idea central que por momentos se pierde. Es el convencimiento fundamental expresado en varios lados y en varios momentos de esta tesis, que lo que aquí hemos descrito como puesta en escena de sí mismo, no es solamente una representación, una narración de sí mismo hecha de lenguajes, sino que lo que estamos presenciando es una forma particular de encarnación (virtual), para decirlo en otras palabras, de una subjetividad que se encarna en el cuerpo, que es incorporada, una forma cultural de cuerpo que, como ha sucedido en diferentes momentos de la historia (Le Breton; 2002, 1995), constituye una imagen de sí mismo (por ello hemos insistido que el cuerpo es una representación social y de sentido, es decir, representa una imagen del yo que encarna); el cuerpo –hemos dicho– es una imagen del sujeto que lo posee (Belting, 2012), lo que pasa es que en antaño estas imágenes de sí mismo solo eran de sustancia material. Ahora, el posible empresario de sí mismo que se

podría forjar en las redes sociales (Facebook) tiene una imagen incorporada virtualmente, es decir un cuerpo, que del sujeto fragua en el marco de los nuevos desarrollos de lo cultural tecnológico; dicho en otras palabras, se forma a través de la encarnación corporal y subjetiva en Facebook de la imagen de sí mismo, es un cuerpo virtual, cuya sustancia o materialidad está hecha de imágenes, esa es su carne, y en ella se trabaja de manera sistemática, y el mismo sujeto es quien se edifica. En esa medida, coincidimos con Rose (2014) en el sentido en que esa capacidad de gobernarse sin la intermediación del Estado ni de sistemas de sujeción pesados y sólidos, se logra precisamente en ese control de su alter ego, de su versión digital hecha de imágenes. El sujeto en esa construcción de sí mismo, se pliega, se adhiere a esa imagen de sí mismo que, en últimas, es el sí mismo virtual; no hay, como dice Redeker (2014), inconscientemente una intención de parecerse a la imagen proyectada en la pantalla, ya que no se deben separar las dos versiones de sí mismo, pues las dos hacen parte de la misma construcción general que el individuo despliega en diferentes escenarios. Indudablemente esta imagen que **es** el individuo en el mundo virtual sigue un proceso de idealización, de forma tal que la persona busca, en cierto grado, de manera racional y consciente, ser la imagen en sentido puro (idea) que posee el individuo sobre sí mismo, guiada por su encarnación virtual. También –como lo hemos mostrado–, esta versión idealizada es regida por cierta sensación, cierto impulso narcisista, como lo han presentado los estudios aquí citados, pero que nuevamente caen en el error de la simplificación y de no identificar la importancia que tienen en la actualidad las redes sociales.

No podríamos terminar estas reflexiones finales en torno a esta investigación, sin dejar abiertas las puertas de nuevos interrogantes y de nuevas aventuras investigativas que se pueden gestar a partir de lo planteado en esta tesis. Para lo cual, se quiere proponer un orden jerárquico que parte de los dilemas macros que se desprenden de este estudio para terminar en desarrollos mucho más relacionados con las conclusiones y, por supuesto, la pregunta de investigación que se fortaleció a lo largo de este escrito. En ese orden de ideas, un tema que seguramente merece la atención de la comunidad académica y que aquí se palpó, pero que, por supuesto merece un tratamiento más central, diversificado y mucho más investigativo y menos especulativo, son los diferentes poshumanismo. Es claro que este es un tema que se ha posicionado como relevante en los últimos años (Cuervo,

2016; Yehya, 2010; Ihde, 2004; Herve, 2004), pero todavía debe ser desligado de posiciones antagónicas, y más bien enfatizar en la multiplicidad de matices y formas de abordar, este fenómeno desde los diferentes autores y sus perspectivas; pero ante todo se debe estudiar de manera más empírica, es decir, hacer estudios de casos, de análisis concretos en los que se profundicen los significados, las construcciones de sentido y las prácticas para los sujetos que son considerado como ciborgs, es decir, sujetos híbridos máquinas cuerpo humano, en el marco de nuestros contextos nacionales y regionales. Por la misma línea conviene aterrizar de manera más vigorosa y analítica a nuestro entorno, las implicaciones explicativas que tendrían para nosotros las adopciones de teorías pos humanistas de cuño antropológico que enfatice la relación entre los humanos y las tecnologías virtuales y como estas afectan la cultura (Cuervo, 2016; Nishat, S 2013; Piscitelli, 2004, 2002; Levy, 1999; Fischer, 2004; Ihde, 2004), comenzado por preguntas centrales, como: ¿vale la pena realmente hacer investigaciones de este tenor? y ¿qué fines seguirán o perseguirían?, si no más son discusiones que todavía se escapan a buena parte de a nuestro contexto, donde el desarrollo tecnológico no es tan importante .

En relación con el tema anterior, la pregunta por la subjetividad debe seguir siendo profundizado. Para lo cual valdría preguntar si es conveniente, en este contexto, pensar no solo en una categoría genérica de sujeto y subjetividad, sino en tanto que, como ya se ha avanzado bastante en las ciencias sociales, que las formas de sujetos son variadas, raza, género, política, etc., estas condiciones son reproducidas y de qué manera en indagar las diferentes formas, los nuevos espacios, los nuevos territorios culturales que emergen del ciberespacio y de la cibercultura, las recrean , es decir no solo saber si en el espacio virtuales estas categorías se mantienen y de qué modo, o si ante esta nueva forma de subjetividad hay cierta correspondencia entre los sujetos en línea y fuera de línea (Rueda, 2015; Sibilia, 2009; Machado, 2009; Scolari, 2008). En esta tesis exploramos una forma de construcción subjetiva (la escenificación de un posible empresario de sí), pero es indudable que esta no puede ser generalizable a todas las formas de subjetividad y de corporalidad en Facebook; eso no lo hemos dicho y tampoco se sostiene; este empresario de sí mismo es acorde con las características de la población que elegimos para este estudio (Zúñiga, 2012), es decir, jóvenes universitarios, clase media y alta, con acceso permanente a la red y haciendo uso de diferentes artefactos tecnológicos. No es plausible

que esta construcción subjetiva sea aplicable por ejemplo a poblaciones mayores de edad, o de una población rural o de ciertos grupos populares, minorías étnicas o raciales; puede que haya coincidencias, pueden encontrarse cosas en común en tanto medio masivo y en tanto sus tecnicidades, pero no pueden ser iguales en la medida de la apropiación particular que hace cada tipo de subjetividades. De forma tal que es pertinente hacer una serie de investigaciones que aborden estas construcciones subjetivas en la red.

Así mismo, como se evidenció en el estado del arte de esta investigación (Cabra, 2013), faltan muchas más investigaciones, también de carácter empírico en nuestro país, que den cuenta de las formas, las construcciones, las maneras, las condiciones, etc., en las que el cuerpo se relaciona con los espacios tecnológicos credos por las nuevas tecnologías de la información y la comunicación, ya que —a juzgar por los investigadores de este estudio—, si bien hay ejercicios investigativos en nuestras latitudes en torno a las redes sociales y los espacios de socialización, o de la participación política, o los consumos culturales que se diversifican, solo por nombrar tres de los temas más recurrentes, poco se habla del cuerpo sometido a inmersión de los espacios virtuales. No solo los referidos aquí de manera directa, es decir en las redes sociales, sino en la multiplicidad de espacios virtuales que se producen en el internet, tales como juegos en línea, videos chat, blogs, etc.

Se debe seguir preguntando por la analítica del poder que se despliega en las redes sociales y como estas están en el marco de los diferentes regímenes de poder contemporáneo. Analizar, en estos escenarios, cómo se combinan el poder saber, el poder disciplinario, las prohibiciones y restricciones, a la par del poder que utiliza la seducción, el deseo, el placer. Hay que mirarlos efectivamente como regímenes que no se excluyen o que suplantán uno del otro, sino que actúan de manera coordinada. Si es verdadera la hipótesis desplegada por Rose (2014) Deleuze (2004), Agambe (2006), Castro (2012), Sáenz (2014), entre otros, en el sentido que las redes sociales son un lugar idóneo para investigar de manera concreta, las formas en que la gubernamentalidad neoliberal se afianza; y corroborada en esta tesis, se debe en esa medida, replicar trabajos investigativos de este corte que analicen las redes sociales para determinar ¿cómo operan las diferentes formas de poder y si están en consonancia y de qué manera con los regímenes, del mercado, de las tecnociencia, del capitalismo globalizado, de la

racionalidad. También con la intención de seguir entendiendo la relación entre las redes sociales y las formas de ejercicio del poder o como la estrategia del poder se vuelve flexible; para ser más precisos, en la forma como el poder se instauro en un dispositivo mediático que es a la vez individualizante, especializado, particular, fragmentado, interactivo; y de manera simultánea y masivo, con tendencias homogeneizadoras, gobernado por intereses hegemónicos, de consumo, de industrias culturales, de cierto tono o “sabor posmoderno”, de velocidad galopante, etc.

Cabría preguntarse si es posible que las formas de autogobierno y cuidado de sí que identificamos aquí como una edificación particular de una población particular, en el marco del Facebook, pudieran estar presente en las otras redes sociales virtuales, si no es un fenómeno aislado o si, por el contrario, es una forma ya moldeada de construcción de la subjetividad y de los cuerpos de los sujetos que tiene diferentes versiones de sí mismo en disímiles redes sociales. En las conclusiones utilizamos, en varios momentos, las palabras *redes sociales virtuales* para referirnos a los hallazgos encontrados en el marco de esta investigación de Facebook, y lo hicimos como una manera de anticiparnos a una hipótesis que pretendemos dejar como posible conjetura en próximas investigaciones, en la medida en que consideramos que estas construcciones del sujeto halladas en Facebook se reproducen en otras redes sociales. Por ejemplo, la red virtual LinkedIn puede ser una red en la que sea mucho más evidente esta construcción subjetiva, toda vez que es precisamente una red social laboral que promete no solo ayudar a encontrar trabajo, sino generar empresa, a poner en contacto a los gremios de la misma profesión, a apalancar procesos empresariales del sujeto. En fin, es una red que de manera más directamente está relacionada con el componente económico. Ahora bien, no solo consideramos, como ya lo hemos dicho, que la construcción de una subjetividad cuidada y editada, sea particular de una sola red, Facebook, como ya se ha mostrado en este trabajo, o LinkedIn, por su naturaleza evidentemente económica; sino también se debe rastrear en redes aparentemente más alejadas de esta lógica, como Instagram, que es una red mucho más visual, más de fotos de sí mismo y en la que se desplegaría una fuerte idealización de sí, así como una lógica de la exposición pública y de un narcisismo exacerbado. Snapchat y Tinder son redes cuya naturaleza se encuentra en la búsqueda de amistad o de pareja, que pueden quedarse en el espacio virtual, pero que usualmente buscan encuentros fuera

de línea; la hipótesis es que aquí también podríamos pensar que se hallan lógicas de escenificación, idealización, de puesta en escena, de un manejo muy riguroso y de cuidado del cuerpo virtual, componentes que hacen parte del empresario de sí mismo.

Ahora bien, se esperaría que estas investigaciones no solo se queden en el análisis de los perfiles y la perspectiva del sujeto que se edifica, sino que deberían ver la manera como las empresas e instituciones perciben a través de las mediaciones de las redes a los sujetos, es decir sería pertinente preguntar cosas como: ¿cómo los evalúan a los sujetos en las redes?, ¿cómo los ven?, ¿qué esperan de ellos?, ¿qué interesa de los perfiles a las empresas?, ¿qué es lo más relevante para las empresas? En definitiva, qué evaluación, en términos de empresario de sí, observa el mercado entre los sujetos que se construyen a sí mismos con fines empresariales y de cuidados de sí.

7. Bibliografía

Aced, C. (2012). *Facebook para Dummies*. Barcelona: Grupo Planeta España.

Aguilar D. y Arroyo, G (2016). "De la Polis al Facebook: sobre la esfera pública y la reconfiguración ciudadana". En *Comunicación política, relaciones de poder y opinión pública en la red*. Barranquilla: Editorial Universitaria de la Costa EDUCOSTA Corporación Universitaria de la Costa CUC.

Adele. L. (2010). Marketing en medios de comunicación social: Facebook y Twitter. Octubre 2016, de La gran época. En línea <http://www.lagranepoca.com/archivo/articulos/2010/08/24/5186.html>

Agustin, M (2011). "El contenido de las imágenes y su análisis en entornos documentales". En *polisemias visuales aproximaciones a la alfabetización visuales en la sociedad intercultural*. Editorial Colecciones Aquila fuentes, Universidad de Salamanca. Versión en línea.

<file:///E:/docuemtos%20sobre%20analis%20de%20imagen/el%20contenido%20de%20las%20imagenes%20y%20su%20anlisi.pdf>

Arcila, C. (2011). "Análisis comparativo de la presentación personal virtual en diferentes espacios de interacción". En *Journal of Communication*, n. ° 3, pp. 153-169. Línea. file:///C:/Users/jsotof/AppData/Local/Packages/Microsoft.MicrosoftEdge_8wekyb3d8bbwe/TempState/Downloads/Dialnet-AnalisisComparativoDeLaPresentacionPersonalVirtual-3823048.pdf

Ayala, M. (2012). *Expresión personal y empatía en las redes sociales: los estudiantes universitarios y el uso de Facebook*. Universidad Nacional de La Plata Facultad de Periodismo y Comunicación Social. Laboratorio de Estudios en Comunicación, Política y Sociedad pp. 1- 13.

Agamben G. (2006) *Qué es un dispositivo en línea*. <http://ayp.unia.es/r08/IMG/pdf/agamben-dispositivo.pdf>

Acquistic, A. & Gross, R. (2006). "[Imagined Communities: Awareness, Information Sharing, and Privacy on the Facebook](#)". En Golle, P. and Danezis, G. (Eds.). *Proceedings of the 6th Workshop on Privacy Enhancing Technologies*. (pp. 36--58). Cambridge. U.K. Robinson College. June 28-30. (Conference paper)

Ardevol, E. *et al.* (2003). "La etnográfica virtualizada: la observación participante y la observación semiestructurada en línea". En *Atenea digital, revista de pensamiento e investigación social*, 72-92. <https://ddd.uab.cat/pub/athdig/15788946n3/15788946n3a5.pdf>

Ardèvol E, Nora Muntañola (coordinadoras) (2004). *Representación y cultura audiovisual en las sociedades contemporáneas*. España: Editorial UOC.

Back, M. *et al.* (2010). "Facebook profiles reflect actual personality, not self-idealization". En *Psychological Science*, XX, pp. 1-3

Bachrach, Y.; Kosinsk, M.; Graepel T.; Kohli, P. y Stillwell, D. (2012). *Personality and Patterns of Facebook Usage Web Science'12*, June 22–24, Evanston, IL, USA.

Back, M. D., Stopfer, J. M., Vazire, S., Gaddis, S., Schmukle, S. C., Egloff, B., Gosling, S. D. (2010). Facebook profiles reflect actual personality, not self-idealization. *Psychological Science*, 21, 372–374.

Barthes, R. (1989). *La cámara lúcida. Notas sobre la Fotografía*. Editorial Paidós Comunicación: Barcelona 10ª edición

Batres, R. (2010). "Diseños mixtos de investigación". En *Portafolio Investigación*, 1 – 19.

Belting, H. (2012). *Antropología de la Imagen*. Madrid, Buenos Aires. Editorial Katz.

Boyd, D (2008). "Facebook's Privacy Trainwreck Exposure, Invasion, and Social Convergence". En *The International Journal of Research into New Media Technologies London, Los Angeles, New Delhi and Singapore* Vol 14(1): 13–20 Harvard University and University of California-Berkeley, USA

Boyd, D.; Hargittai, E.; Schultz, J. & Palfrey, J. (2011). "[Why Parents Help Their Children Lie to Facebook: Unintended Consequences of the 'Children's Online Privacy Protection Act'](#)". En *First Monday*, 16 (11). (Journal article).

Baubio, R. (1985). "Cuerpo y cultura, una teoría de la corporalidad". En *Análisis*, pp 20 41-42.

Barrios, Andrés. (2009). "Los jóvenes y la red: usos y consumos de los nuevos medios en la sociedad de la información y la Comunicación". En *Signo y Pensamiento*. pp. 265-275 Pontificia Universidad Javeriana Bogotá, Colombia

Barreiro, A. (2004). "La construcción del cuerpo en las sociedades contemporáneas. España- Cataluña". En *Papers: Revista de sociología*, (73), 127-152, en Línea <https://ddd.uab.cat/pub/papers/02102862n73/02102862n73p127.pdf>

Bourdieu, P. (1999). *La distinción. Criterios y bases sociales del gusto*. Madrid: Editorial Taurus.

_____ (1979). "Sobre la fotografía. Introducción del texto". En *Un art moyen. Essai sur les usages sociaux de la photographie*. Paris: Les Editions de Minuit, 1965. Edición en español, "La fotografía: un arte intermedio", Trad. Tununa Mercado, México, Nueva Imagen, pp. 15-26. versión digital

Cabra, N. y Escobar, M. R. (2013). *El cuerpo en Colombia. Estado del arte*. Bogotá Universidad Central IESCO.

Cáceres y Román, (2009). "Comunicación interpersonal y vida cotidiana. La presentación de la identidad de los jóvenes en Internet Universidad Complutense de Madrid CIC". En *Cuadernos de Información y Comunicación* vol. 14 213-231. En línea <https://es.scribd.com/document/182310346/Caseres-M-et-al-2009-Comunicacion-interpersonal-y-vida-cotidiana-PDF>

Castaño, C. (2012) "Identidad mosaico - La encarnación del yo en las redes sociales digitales". En *Revista TELOS (Cuadernos de Comunicación e Innovación)* | Madrid pp. 1/8 |Abril – Junio. En línea. <https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=3923260>

Castells, M. (1999). *La era de la información*. (Tomos I y II, 3ª edición). Siglo XXI.

Castañeda, L.; González, V. & Serrano, J.L. (2011). "Donde habitan los jóvenes: precisiones sobre un mundo de redes sociales". En Martínez, F. y Solano, I. *Comunicación*

y relaciones sociales de los jóvenes en la red. Alicante: Marfil. pp 47-63. En línea.
https://digitum.um.es/jspui/bitstream/10201/25353/1/castaneda_gonzalez_serrano.pdf

Casilimas, C, (2002). *Investigación Cualitativa*. Bogotá: Instituto Colombiano Para El Fomento de la Educación Superior, ICFES.

Castro Gómez S. (2012). *Historia de la Gubernamentalidad. Razón de Estado, liberalismos y neoliberalismo en Michel Foucault*. Editorial siglo del hombre editores y Universidad Javeriana. Bogotá

Catanese, S. De Meo, P., Ferrara, E. & Fiumara, G. (2010). "[Analyzing the Facebook Friendship Graph](#)". En *Proceedings of the 1st International Workshop on Mining the Future Internet*. (pp. 14-19). (Conference paper)

_____ (2011). "[Crawling Facebook for Social Network Analysis Purposes](#)". En *Proceedings of the International Conference on Web Intelligence, Mining and Semantics*. (pp. 52:1-8). ACM. (Conference paper).

_____ (2011a). "[Extraction and Analysis of Facebook Friendship Relations](#)". En *Computational Social Networks: Mining and Visualization*. Springer. (book chapter).

Cornejo M., Francisca Mendoza y Rodrigo C. Rojas (2008). *La Investigación con relatos de vida: pistas y opciones del diseño metodológico PSYKHE*.

Christofides, E., Muise, A., Desmarais, S. (2009). Information disclosure and control on Facebook: Are they two sides of the same coin or two different pro-cesses? *Cyberpsychology & Behavior*, 12, 341–345.

Crovi, D. (2012). "Jóvenes, migraciones digitales y brecha tecnológica". En *Revista Mexicana de ciencias políticas y sociales*, pp. 119-132. México. En línea.
http://mibibliotecatec.weebly.com/uploads/5/4/5/7/54577939/jovenes_migraciones_digital_es_y_brecha_tecnologica.pdf

Cubides H. (2007). *C. Política y subjetividad, experiencia o cuidado de sí y la creación de otros mundos*. En *Revista Ciencias Humanas UPT*.

Cvijikj, I., Spiegler, E., Michahelles, F. (2011). The effect of post type, category and posting day on user interaction level on Facebook. 2011 IEEE Third International Conference on

Privacy, Security, Risk and Trust and 2011 IEEE Third International Conference on Social Computing (pp. 810–813). Los Alamitos, CA: CPS.

Danto A. (1999). *El cuerpo/El problema del cuerpo*. España: Síntesis.

Danah, B. & Hargittai, E. (2010). "[Facebook Privacy Settings: Who Cares?](#) " En *First Monday*, 15 (8). (Jornal article)

Deleuze, G. (2004), *Postdata sobre la sociedad del control*. En red <http://www.scribd.com/doc/5021934/GILLES-DELEUZE>.

Di Próspero, C. (2011). "Autopresentación en Facebook: un yo para el público". En *Revista Latinoamericana de Estudios sobre Cuerpos, Emociones y Sociedad*. Nº6. Año 3. Agosto-noviembre Argentina, pp. 44-53. En línea. [http://lenguajeycomunicaciongloriaarce.weebly.com/uploads/5/3/2/4/53241289/autopresemtaci%C3%B3n_en_facebook_un_yo_para_el_p%C3%ABlico_\(1\).pdf](http://lenguajeycomunicaciongloriaarce.weebly.com/uploads/5/3/2/4/53241289/autopresemtaci%C3%B3n_en_facebook_un_yo_para_el_p%C3%ABlico_(1).pdf)

D'Antonio, S. (2014). *Investigación a través de redes sociales: Aspectos teórico-metodológicos y técnicos del análisis de los likes de Facebook*. (Trabajo investigativo). Auditorio – Medialab-Prado Vol.17, Nº 1, 29-39. ISSN 0717-0297

Ellison, N.; Hancock, J.; Toma, C. L. (2012). "Profile as promise: A framework for conceptualizing veracity in online dating self-presentations". En: *New Media & Society*, 14 (1), pp. 45-62.

Ficher, M. (1992). *Fragmentos para una historia del cuerpo*. (Tomos 1, 2, 3). Madrid: Editorial Tauros.

Escobar, R. y Román, H. (2011). "La presentación del yo en el ciberespacio un análisis de las autodefiniciones personales en blogs y redes sociales". En [Revista de Psicología Social, Vol. 26, Nº 2,](#) , págs. 207-222. En línea <https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=3626390>

Espinosa, E. y Arrellano A. (2010). Hacia una epistemología de la comunicología: la teoría de la comunicación en Serres y en Martín-Barbero. En revista de ciencias sociales Convergencia No 52, enero-abril, pp. 289-318. Versión digital

Felice, M. & García, M. (2013). "La "imagen virtual". Nuevas formas de sociabilidad de los jóvenes de la ciudad de Buenos Aires en Facebook". En *Sujetos, miradas, prácticas y*

discursos: Segundo Encuentro sobre Juventud, Medios e Industrias Culturales / coordinado por María Gabriela Palazzo y Pedro Arturo Gómez. - 1a ed. - Tucumán: Universidad Nacional de Tucumán. Facultad de Filosofía y Letras. Inst. De Investigaciones Lingüísticas y Literarias pp. 135-142. En línea. <http://www.psicopsi.com/IMAGEN-VIRTUAL-NUEVAS-FORMAS-SOCIABILIDAD-JOVENES-facebook>

Ferman, J. (2010). *Faceboom. El libro que Facebook no quieres que leas*. Editorial Alienta. España

Foucault, M. (1978). *Vigilar y castigar Nacimiento de la prisión* (2ª edición). México: Editorial Siglo XXI.

_____ (1986). *Historia de la sexualidad* (tomo I). México: Editorial Siglo XXI.

_____ (1987). *Historia de la sexualidad* (tomo II). México: Editorial Siglo XXI.

_____ (1990). *Tecnologías del yo*. Barcelona: Editado Paidós, Ibérica y Universidad Autónoma de Barcelona.

_____ (1991). *Espacios de poder*. Madrid: Editorial La Piqueta.

_____ (1994). *Hermenéutica del sujeto*. Madrid: *Genealogía del poder*, Editorial La Piqueta.

_____. "La gubernamentalidad". En *Obras escogidas* 3 pp. 175-190

_____ (2000). "Una entrevista: sexo, poder y política de la identidad" en *Obras escogidas* 3, pp. 417-429;

_____ (2003). "Las técnicas de sí". En *Obras escogidas* 3, pp. 443-474.

_____ (1999). "Foucault". En *Estética, ética y hermenéutica. Obras esenciales, volumen 3*, Barcelona: Paidós, pp. 363-368

_____ (2006). *Clase del 18 de enero de 1978*, en *Seguridad, territorio, población. Curso en el Collège de France 1977-1978*, México: Fondo de Cultura Económica, pp. 45-71.

_____ (2007). *Nacimiento de la biopolítica* Clase del 17 de enero de 1979 y Clase del 24 de enero de 1979, en. *Curso en el Collège de France 1978-1979*, México: Fondo de Cultura Económica.

_____ (2009) *El Gobierno de sí y de los otros*. Curso en el *Collège de France 1982-1983*, México: Fondo de Cultura Económica.

García, L. (2015). *Neoliberalismo y sociedad de la normalización*. *Unidad sociológica*, Volumen 2 Numero 4 paginas 9- 17. En línea. [file:///D:/carpeta%20investigaciones%20sobre%20foucault/Luis%20Garcia%20Fanlo%20\(2015\).%20Neoliberalismo%20y%20sociedad%20de%20normalizacion.pdf](file:///D:/carpeta%20investigaciones%20sobre%20foucault/Luis%20Garcia%20Fanlo%20(2015).%20Neoliberalismo%20y%20sociedad%20de%20normalizacion.pdf).

Galves, A. & Tirado, F. (2006). *Sociabilidad en la pantalla. Un estudio de las interacciones en los entornos virtuales*. Colección Nuevas tecnologías y sociedad. Editorial Universidad de Cataluña

Garay, G. & Viveros, M. (compiladoras) (1999) *Cuerpo, diferencias y desigualdades. Memorias del VIII Congreso colombiano de Antropología*. Bogotá: Universidad Nacional de Colombia.

Goffman, E. (2006). *Estigma La identidad Deteriorada*. Editorial Amorrortu Buenos Aires
_____ (1979). *Relaciones en público. Micro estudio del orden Público*. Editorial Alianza. España

_____ (1959). *La presentación de la Persona en la Vida cotidiana*. Editorial Amorrortu.

Gonzales, J. & Gómez, R. (2010). *Formas de presentación pública de la persona en la red social Facebook*". En *Revista Universidad del Valle*. Cali. Pp. 55-65. En Línea <http://bibliotecadigital.univalle.edu.co/bitstream/10893/6024/1/formas%20de%20presentacion%20publica.pdf>

Gil, M (2010) *Identidad: (re)creación y (re)presentación en las tecnologías digitales*. Universidad de Santiago de Compostela. *Espéculo. Revista de estudios literarios*. Universidad Complutense de Madrid. En Línea <https://pendientedemigracion.ucm.es/info/especulo/numero45/tagmeid.html>

Guber, R. (2005). *El salvaje metropolitano. Reconstrucción del conocimiento social en el trabajo de campo*. Editorial Paidós Comunicación. Barcelona

_____ (2001). *Le etnografía Método de campo y reflexividad*. Editorial Norma Bogotá

Deleuze, F & Guatarri (1985). *El Antiedipo. Capitalismo y esquizofrenia*. Barcelona: Editorial Paidós.

_____ (1994). *La revolución molecular*. Cali: Universidad del Valle.

_____ (2006). *Micropolítica. Cartografías del deseo*. Editora Vozes Ltda. Petropolis. Edición virtual.

- Guzmán, E. (2012). *Diversión y entrenamiento en la cibercultura de Facebook. Representaciones sociales en adolescentes de San Cristóbal*. Tesis maestría Universidad Nacional.
- Herve, F. (2004). *Ciberprometeo. El instinto de poder en la era digital*. Madrid: Editorial Eduntref.
- Heredia, C. (2011) *Antropología de los mundos virtuales. Avatares, comunidades y piratas digitales*. Quito: Ediciones Ab ya-Ya la. Flacso. En línea. <https://es.scribd.com/document/260077446/Antropologia-de-los-mundos-virtuales-avatares-comunidades-y-piratas-digitales>
- Hide, C. (2004). *Etnografía virtual*. Barcelona: Colección Nuevas Tecnologías y Sociedad. Editorial UOC.
- Hueso A. & Cascant (2012). "Metodologías y técnicas cuantitativas de investigación". En *Cuadernos docentes de desarrollo*. Universidad Politécnica de Valencia. España.
- Imbert, G. (2011). "La tribu informática: identidades y máscaras en Internet. Madrid. En Catedrático de Comunicación". En *Revista de estudios de juventud. Adolescentes digitales* n.º 92. Audiovisual de la Universidad Carlos III en línea. http://www.edumargen.org/docs/curso60-1/unid01/apunte03_01.pdf
- Jason A, (2008). *I'm on Facebook, Now What? How to Get Personal, Business, and Professional Value from Facebook*.
- Jasanoff, S. (2004). The idiom of co-production. In "States of Knowledge. The co-production of science and social order" (S. Jasanoff, Ed.), pp. 1-12. Routledge, London and New York
- Jeffey, A. (2005). "Pragmática cultural: Un nuevo modelo de performance social". En *Revista Colombiana de Sociología*. Bogotá: Universidad Nacional de Colombia, pp. 9-67.
- Jerjes, L. (2016). "Nuevas corporalidades juveniles en las tecnologías virtuales. Un análisis de las redes sociales desde un enfoque del cuerpo y las emociones". En *Revista Conjeturas sociológicas*. Lima.
- Joinson, A. N. (2008). Looking at, looking up or keeping up with people? Mo-tives and use of Facebook. In Proceedings of the 26th Annual SIGCHI Confer-ence on Human Factors in Computing Systems (pp. 1027–1036). New York, NY: ACM.

Jones, S (2003). *Cibersociedad 2.0 Una nueva vista a la comunidad y la comunicación mediada por el ordenador*. Editorial Nuevas tecnologías y sociedad.

Karam, T (2011). Introducción a la semiótica de la imagen. Portal de estudios de comunicación. Barcelona. En línea file:///E:/docuemtos%20sobre%20analis%20de%20imagen/Introduccion_a_la_semiotica_de_la_imagen.pdf

Kerckhove, D (1999). *Inteligencias en conexión. Hacia una sociedad de la web*. España: Editorial Gedisa.

Lassere, Adele (2010). *Marketing en medios de comunicación social: Facebook y Twitter*. Octubre 2016, de La gran época Sitio web: <http://www.lagranepoca.com/archivo/articulos/2010/08/24/5186.html>

Le Breton, D. (1995). *Antropología del Cuerpo y la Modernidad*. Buenos Aires: Editorial Nueva Visión.

_____ (2002) *Sociología del cuerpo*. Buenos Aires: Editorial Nueva Visión.

León C. (2015). *Regímenes de poder y tecnologías de la imagen revista AKADEMOS Volumen 1. Agosto. En Línea* <file:///D:/carpeta%20investigaciones%20sobre%20foucault/regimenes%20de%20poder%20y%20tecnologias%20de%20la%20imagen.pdf>

Levy, P. (2007). *Cibercultural: La cultura en la sociedad digital*. Barcelona: Editorial anthropos

_____ (1999). *¿Qué es lo virtual?* Barcelona: Editorial Paidós.

Lipovetsky, G. (2016). *De la ligereza. Hacia una civilización de lo ligero*. Editorial Anagrama. Barcelona.

_____ (2000). *La era del Vacío. Ensayos sobre el individualismo contemporáneo*. Editorial Anagrama. Barcelona

Machado, A. (2009). *El sujeto en la pantalla*. España: Editorial Gedisa.

Mackenzie, D. and Wajcman, J. (1999). Introductory Essays and General Issues. In "The Social Shaping of Technology" (D. F. MacKenzie and J. Wajcman, Eds.), pp. 3-27. Open University Press, Buckingham.

- Mandoki, K (2003). "Cuerpo, lugar y discurso; reflexiones en torno a la producción del poder. México". En *Estudios de Comunicación y Política #13. Semiótica y poder*. 247- 269. Universidad Autónoma Metropolitana. En línea <https://es.scribd.com/document/327877095/Cuerpo-Lugar-y-Discurso-Reflexiones-en-Torno-a-La-Produccion-Del-Poder>
- Mark, D. (1995). *Velocidad de escape. La cibercultura en el final del siglo*. Madrid: Ediciones Siruela.
- Martín, A. (2008). *Antropología del género. Culturas, mitos y estereotipos sexuales*. Madrid: Editorial Cátedra. En línea
- Martin-Barbero, J. (1998). *De los medios a las mediaciones*: Bogotá: Editado por el Convenio Andrés Bello.
- _____ (2003). *El oficio del cartógrafo. Travesías latinoamericanas de la comunicación en la cultura*. México: Editorial Fondo de Cultura Económica.
- _____ (2009) Una aventura epistemológica An epistemological adventure. Entrevista con Jesús Martín Barbero. En Revista Matriz es año2 volumen 2. Pág.144-162. Brasil.
- Martín Bonacci (2013). "Los jóvenes de perfil: una aproximación a las representaciones corporales de adolescentes y jóvenes usuarios de Facebook". En *Sujetos, miradas, prácticas y discursos: Segundo Encuentro sobre Juventud, Medios e Industrias Culturales / coordinado por María Gabriela Palazzo y Pedro Arturo Gómez*. - 1a ed. - Tucumán: Universidad Nacional de Tucumán. Facultad de Filosofía y Letras. Inst. De Investigaciones Lingüísticas y Literarias pp 68-75. en línea <http://psicopsi.com/JOVENES-PERFIL-REPRESENTACIONES-CORPORALES-ADOLESCENTES>
- Marichal, (2012). *Facebook Democracy: The Architecture of Disclosure and the Threat to Public Life*. Ashgate Publishing.
- Mitchell, W. (2009). *Teoría de la imagen. Ensayos sobre representación verbal y visual*. Akal. Madrid. pp. 19-99.
- Montaldi, Z. y Chorny, V. (2013). "Yo me narro, yo me muestro. Usos del Facebook en adolescentes 206 de entre 15 y 17 años". En *Sujetos, miradas, prácticas y discursos: Segundo Encuentro sobre Juventud, Medios e Industrias Culturales / coordinado por María*

Gabriela Palazzo y Pedro Arturo Gómez. - 1a ed. - Tucumán: Universidad Nacional de Tucumán. Facultad de Filosofía y Letras. Inst. De Investigaciones Lingüísticas y Literarias, pp. 206-213. En línea <http://psicopsi.com/JOVENES-PERFIL-REPRESENTACIONES-CORPORALES-ADOLESCENTES>

Morales, J. (coordinador). (2005). *Sociedad mediatizada*. Barcelona: Editorial Gedisa.

Murolo, L. (2009) "Sobre los estereotipos de belleza creados por el sistema". En *Cuadernos de Existencia Lesbiana*. Buenos Aires. En Revista Question volumen 1 n.º 22

Miller, D. (2013). *Tales from Facebook* John Wiley & Sons Estados Unidos.

_____ (2005). *Materialidad*. Introducción. Duke University Press, Durham traducción Andrés Laguens 2009. En línea.

Muñiz, E. (2010). *Disciplinas y prácticas corporales. Una mirada a las sociedades contemporáneas*. Barcelona: Editorial Anthropos.

Molinuevo, J. (2006). *La vida en tiempo real. La crisis de las utopías digitales*. Editorial Ensayos Biblioteca Nueva Madrid.

Nishat S (2013). *The Technosocial Subject and New Conditions of Governance*. En línea.

Paola, L. (2011). "Ecografías del "Yo": documental autobiográfico y estrategias de (auto)representación de la subjetividad". En *Comunicación y Medios*, n.º 24. ISSN 0719-1529. pp. 60-80. Instituto de la Comunicación e Imagen. Universidad de Chile. En línea <https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=5242693>

Plaza, A. (2011). *Facebook para aburridos*. Barcelona: Editorial Club Universitario.

Paredes, M. (2008). *Facebook y el cambio social* Analista asociado ENTER-IE. En línea. <https://es.scribd.com/document/314237318/El-Cambio-Social>

Pasqualli, A. (1998). *Bienvenidos a Global Village*, Venezuela: Monte Ávila.

Pech, C. (200). *La presencia del cuerpo en el discurso feminista*. México: Universidad Autónoma de la Ciudad de México. En línea.

Pedraza, S. (1999). *Cuerpo y alma: visiones del progreso y la felicidad*. Bogotá: Universidad de los Andes.

Pinzón, C. & Suárez, R. (1992). *Las mujeres lechuzas, historia, cuerpo y brujería en Boyacá*. Bogotá: Editado por ICAN y Colcultura.

Pinzón, C. Garay, G. (2012). *El efecto telaraña. Reflexividad y autoetnografía en las ciencias sociales*. Buenos aires. Editorial SB paradigma indicial.

_____ (2008). *Para cartografiar las diversidades de I@s jóvenes*. Bogotá. Universidad Nacional de Colombia y Colciencias.

_____ (2003). *Antropología de la salud*. Bogotá: Universidad Nacional de Colombia.

_____ (1997). *Violencia cuerpo y persona. Capitalismo, multisubjetividad y cultura popular*. Bogotá: Universidad Nacional de Colombia.

Planells, J. (2002). *El género chat o cómo la etnográfica puso un pie en el ciberespacio*. Barcelona: Editorial Gedisa.

Piscitelli, A, (2002). *Ciberculturas 2.0 en la era de las máquinas inteligentes*. Buenos Aires: Editorial Paidós.

_____ (2002a). *Meta-cultura. El eclipse de los medios masivos en la era de internet*. Buenos Aires: Ediciones La crujía.

Pominier, G. (2002). *Los cuerpos angélicos de la posmodernidad*. Buenos Aires: Editorial Nueva Visión.

Quintana, G. (2009). "Narrativas de la imagen: Memoria, relato y fotografía". En *Revista Chilena de Antropología Visual* – n.º 13 - Santiago, pp.79/103 - ISSN 0718-876x... En línea <http://www.rchav.cl/imagenes13/imprimir/raposo.pdf>

Quintana, A. y Momgomery. W. (eds.) (2006). "Metodología científica de investigación cualitativa". En *Psicología tópicos de actualidad*. Lima. En línea <http://es.slideshare.net/aliriotua/metodologia-deinvestigacioncualitativaaquintana>.

Raynes-Goldie, K. (2010). Aliases, creeping, and wall cleaning: Understanding privacy in the age of Facebook. *First Monday*, p. 15.

Redeker, R. (2014). "Egobody. La fábrica del Hombre nuevo". Fondo de Cultura Económica. Bogotá

Reguillo, R. (2012). "Navegaciones errantes. De músicas, jóvenes y redes: de Facebook a YouTube y viceversa". En *Revista comunicación y sociedad* pp. 135-17. Guadalajara.

Rodríguez, J. (2007). *13 Motivos para hablar de cibercultura*. Bogotá: Segunda Edición Editorial Libros de Arena. Con el apoyo del Centro de Educación Asistida por Nuevas Tecnologías CEANTIC Pontificia Universidad Javeriana.

Rodríguez, D. y Hung, E. (2010). "Identidad y subjetividad en las redes sociales virtuales: caso de Facebook". En *Revista del Instituto de Estudios en Educación*. Barranquilla: Universidad del Norte, pp. 190-207.

Ricoeur, P. (1985). *Hermenéutica y acción*. Buenos Aires: Docencia.

_____. Identidad narrativa. En línea.

Ribera, J. (2005). "Pedagogía y hermenéutica del cuerpo simbólico. Barcelona". En *Revista de educación*.

Rodríguez, R. (2014). *Pro-scriptum sobre las sociedades de control*. En Gastón Molina Domingo Raúl Rodríguez Freire. compiladores. (2014) *Evaluación, gestión y riesgo Para una crítica del gobierno del presente*. Universidad de Chile. Versión en línea. <file:///D:/carpeta%20investigaciones%20sobre%20foucault/evaluacion,%20gestion%20y%20riesgo.pdf>

Rose N. (2012). Gubernamentalidad. En Traducción: Germán Díaz y Valentín Huarte para Astrolabio Nueva Época N°8. Revisado por Mariana Valvedere. En línea <file:///E:/archivos%20lisandro%20soto/para%20leer%20posteriormente/gubernamentalidad%20Nikolas%20Rose.pdf>

____ (2014). *El gobierno en las democracias liberales "avanzadas": del liberalismo al neoliberalismo*. En Gastón Molina Domingo Raúl Rodríguez Freire. compiladores. (2014) *Evaluación, gestión y riesgo Para una crítica del gobierno del presente*. Universidad de Chile. Versión en línea. <file:///D:/carpeta%20investigaciones%20sobre%20foucault/evaluacion,%20gestion%20y%20riesgo.pdf>

Roser, Benito (2011). "Comunicación interpersonal y emociones". En [Experiencia de usuario, Interacción, Interactividad](#). En línea.

Rowan, J. (2014). *La invasión de los sujetos-marca y otras aberraciones del capitalismo neoliberal*. En Gastón Molina Domingo Raúl Rodríguez Freire. compiladores. (2014) *Evaluación, gestión y riesgo Para una crítica del gobierno del presente*. Universidad de Chile. Versión en línea.

<file:///D:/carpeta%20investigaciones%20sobre%20foucault/evaluacion,%20gestion%20y%20riesgo.pdf>

Rueda, R. (2015). La imagen de perfil en Facebook. Identidad y representación en esta red social. Universidad Pedagógica Nacional. Revista Folios No 43, pp. 119-135. Versión en Línea <http://revistas.pedagogica.edu.co/index.php/RF/article/viewFile/3521/3113>

____ (2014). *De usuario al artista mundano: Facebook como ámbito de creación y poetización de la vida*. Cali: Universidad del Valle, pp. 231-245. En línea <https://es.scribd.com/document/260488312/Del-Usuario-Al-Artista-Mundano-FACEBOOK-COMO-AMBITO-DE-CREACION-Y-POETIZACION-DE-LA-VIDA>

____ (2012). *Formas de presentación de sí mismo en Facebook: esbozo de una estética y una poética dialógica*. Doctorado Interinstitucional en Educación. Universidad Pedagógica Nacional. Universidad del Valle, Cali, pp. 205-217.

____ (2004). "Tecnocultura y sujetos Cyborg. Esbozo de una tecnopolítica educativa". En *Revista Nómadas*. Instituto de Estudios Sociales Contemporáneos, IESCO Universidad Central. Bogotá, pp 70-81.

____ (2003). "Apropiación social de las tecnologías de la información: Ciberciudadanías emergentes". En *Revista Nómadas*. Instituto de Estudios Sociales Contemporáneos, IESCO Universidad Central. Bogotá.

Ruiz Méndez, María del Rocío; Aguirre Aguilar, Genaro (2015). "Etnografía virtual, un acercamiento al método y a sus aplicaciones". En *Estudios sobre las Culturas Contemporáneas*, vol. XXI, n.º 41, 2015, pp. 67-96 Universidad de Colima, México. ISSN: 1405-2210.

Ruiz, E. & González, M. (2009). "Jóvenes en las redes sociales virtuales. Un análisis exploratorio de las diferencias de género". En *Revista Feminismo*. Universidad de Alicante, España, pp. 87-106. En línea <http://rua.ua.es/dspace/handle/10045/13302>

Rubio, A. (2009). "Los jóvenes y la red: usos y consumos de los nuevos medios en la sociedad de la información y la comunicación". En *Signo y Pensamiento* 275. Bogotá: Pontificia Universidad Javeriana, vol. XXVIII, n.º 54, enero-junio, 2009, pp. 265- 275.

Sampiere, R. (2006). *Metodología de Investigación*. Editorial McGraw-Hill Interamericana. México. cuarta edición.

Sánchez, J. (2010) *La comunicación sin cuerpo. Identidad y virtualidad* México Universidad Autónoma Metropolitana, plantel Xochimilco, Departamento de Relaciones Sociales. En línea <https://es.scribd.com/document/305844391/La-Comunicacion-Sin-Cuerpo-Identidad-y-Virtualidad>

Sánchez, A. (2009). "Cuerpo y sexualidad, un derecho: avatares para su construcción en la diversidad sexual". En *Sociológica*, año 24, n.º 69, enero-abril México.

Schawbel, D. (2011.) *Yo 2.0 Guía completa para aprovechar el potencial de los medios sociales en la promoción personal. Traducido por Efrén del Valle Peñamil* editorial Random House Mondadori, S. A. Barcelona versión en línea <file:///D:/carpeta%20investigaciones%20sobre%20foucault/9788493869342.pdf>

Sempere P. (2008). *McLuhan en la era de Google. Memorias y profecías de la aldea global*. España: Editorial popular.

Sennet, R. (1994). *Carne y piedra: el cuerpo y la ciudad en la civilización occidental*. Madrid: Alianza Editorial.

Serrano-Puche, J. (2013). "Vidas conectadas: tecnología digital, interacción social e identidad". En *Historia y Comunicación Social*. Vol. 18 Nº Especial Noviembre, p. 353-364. En línea https://www.researchgate.net/publication/277673212_Vidas_conectadas_tecnologia_digital_al_interaccion_social_e_identidad

_____ (2012). "La presentación de la persona en las redes sociales: una aproximación desde la obra de Erving Goffman". En *Análisis* 46, pp. 1-17. Facultad de Comunicación. Universidad de Navarra. En línea. <http://dadun.unav.edu/handle/10171/27407>

Scolari C. (2008). *Elementos para una teoría de la comunicación digital interactiva*. Editorial Gedisa. España

Sibilia, P. (2009). *La intimidad como espectáculo*. México: Editorial Fondo de Cultura Económica.

_____ (2005). *El hombre postorgánico. Cuerpo, subjetividades y tecnologías digitales*. México: Editorial Fondo de Cultura Económica.

Sismondo, S. (2010). Two questions concerning technology. In "An introduction to science and technology studies" pp. 93-105. Wiley-Blackwell, West Sussex

Soto, L. (2011). "En donde los límites se borran: Construcción de los cuerpos entre lo humano y lo tecnológico". En *Revista Aquelarre*. (20), pp. 145-163.

_____ (2004). *El cuerpo en el chat*, Tesis de Especialización en la Universidad Pedagógica Nacional, Especialización en Investigación en Ciencias Sociales, Inédito.

Soto, J. (2012). "Las imágenes y la sociedad (o las imágenes, la sociedad y su desciframiento)". En *Athenea Digital* - 12(3): 217-224 -ENSAYOS- Universidad Autónoma Metropolitana México ISSN: 1578-8946.
https://ddd.uab.cat/pub/athdig/athdig_a2012m11v12n3/athdig_a2012m11v12n3p217.pdf

Stutzman, F., Kramer-Duffield, J. (2010). Friends only: Examining a privacy-enhancing behavior in Facebook. In CHI 2010 Proceedings (pp. 1553–1562). New York, NY: ACM

Tanius, Karam (2011). "Introducción a la semiótica de la imagen". En *Portal de la Comunicación InCom-UAB: El portal de los estudios de comunicación*, Institut de la Comunicació (InCom-UAB) ISSN 2014-0576. En Línea
http://www.portalcomunicacion.com/lecciones_det.asp?id=23

Torres, M. & Morón, D. (2004). *Representaciones corporales*. Bogotá: Universidad Nacional de Colombia, Escuela de Estudios de Género.

Torregrosa, J. (2010). "Modelos para el análisis documental de la fotografía". En *Documentación de las Ciencias de la Información* vol. 33, 329-342. España: Universidad Rey Juan Carlos. ISSN: 0210-4210. En Línea
https://www.researchgate.net/publication/277270156_Modelos_para_el_analisis_documental_de_la_fotografia

Traversa, O. (1997). *Cuerpos de papel*. Barcelona: Editorial Gedisa.

Turkey, S. (1997), *La vida en la pantalla: la construcción de la identidad en la era de la Internet*. Barcelona: Editorial Paidós. Carlos Eduardo Valderrama, Humberto Cubides, María Cristina Laverde (eds.)

Ugander, J., Karrer, B., Backstrom, L., Marlow, C. (2011). The anatomy of the Facebook social graph. Retrieved from <http://arxiv.org/abs/1111.4503>

Varios autores (2005). *Corpus Digitales. Semióticas del mundo digital*. España: Editorial Gedisa.

Vásquez, A. (2011). "El ensayo fotográfico, otra manera de narrar". En *Revista Quórum Académico* Vol. 8, n.º 16, julio, pp. 301-314 Universidad del Zulia _ ISSN 1690-7582.

Audiovisual en la sociedad contemporánea Editorial UOC. Barcelona.

Vega Pérez (2012). "Identidad y redes sociales: construcción narrativa del yo Hipertextual". En *Revista Austral comunicación*. Universidad Austral. Argentina Volumen 1 Número 1 - junio pp. 3-17. En Línea https://www.researchgate.net/publication/273575772_Identidad_y_redes_sociales_construccion_narrativa_del_yo_hipertextual

Vespucci, G. (2015). "Identificaciones sexuales politizadas y modos de vida lésbicos: un análisis sobre Cuadernos de Existencia Lesbiana". En *Revista Questión*. Volumen 1 No 47. Buenos Aires. En línea.

Villanueva, E. (2006). *La comunicación interpersonal en la era de la información*. Bogotá: Editorial Norma.

Vilches, L. (2001). *La migración digital*. Bogotá: Editorial Gedisa.

Viñolas, J. (2009). *El culto al cuerpo*. Madrid: Editor Bubok Publisghing.

Virilio, P. (1997). *El ciber mundo, la política de lo peor*. Madrid: Editorial Cátedra.

Visa, M. (2012). "Una metodología sociológica y narrativa para el análisis de relatos fotográficos". En *Estudios sobre el Mensaje Periodístico* Vol. 18 Núm. especial noviembre 929-939 Universidad de Lleida en Línea https://www.researchgate.net/publication/261871729_Una_metodologia_sociologica_y_narrativa_para_el analisis_de_relatos_fotograficos

Viveros, M. y Garay, G. (Comp.1999). *Cuerpo diferencias y desigualdades*. Bogotá: Universidad Nacional de Colombia. Facultad de Ciencias Humanas, Centro de Estudios Sociales.

Walder, P. (2012). "El cuerpo fragmentado". En *Polis*, Revista de la Universidad Bolivariana Santiago de Chile. En línea. <https://bernaltieneunblog.wordpress.com/2011/02/10/237-la-percepcion-del-cuerpo-fragmentado/>

Wang, S., Moon, S., Kwon, K., Evans, C., Stefanone, M. (2010). Faceoff: Implications of visual cues on initiating friendship on Facebook. *Computers in Human Behavior*, 26, 226–234.

Zimmer, M. (2010). “But the data is already public”: On the ethics of research in Facebook. *Ethics and Information Technology*, 12, 313–325.

Zúñiga, R. (2012). “Jóvenes urbanos integrados, nuevos repertorios tecnológicos y trabajo educativo”. En *Revista Educación y Pedagogía*, pp. 19-31. Bogotá: Universidad pedagógica Nacional.