



Tipo de documento: Tesis de Grado de Ciencias de la Comunicación

Título del documento: Facebook, el mundo feliz de la posmodernidad: reflexiones sobre la construcción de la/s subjetividad/es en tiempos virtuales

Autores (en el caso de tesis y directores):

Federico Muzalupo

Mariela Genovesi, tutora

Datos de edición (fecha, editorial, lugar,

fecha de defensa para el caso de tesis): 2019

Documento disponible para su consulta y descarga en el Repositorio Digital Institucional de la Facultad de Ciencias Sociales de la Universidad de Buenos Aires.
Para más información consulte: <http://repositorio.sociales.uba.ar/>

Esta obra está bajo una licencia Creative Commons Argentina.
Atribución-No comercial-Sin obras derivadas 4.0 (CC BY 4.0 AR)



La imagen se puede sacar de aca: https://creativecommons.org/choose/?lang=es_AR





Carrera de Ciencias de la Comunicación

Facultad de Ciencias Sociales

Universidad de Buenos Aires

Tesina de grado

Facebook, el mundo feliz de la posmodernidad. Reflexiones sobre la construcción de la/s subjetividad/es en tiempos virtuales.

Por Federico Muzzalupo

DNI 31010617

federicomuzzalupo@gmail.com

Tutora: Mariela Genovesi

DNI 31916259

ÍNDICE

Introducción	4
Capítulo 1 Todos los caminos conducen a Facebook	12
1.1 Primeras aproximaciones sobre la sociedad posmoderna	12
1.2 Exterioridad/intimidad, según las circunstancias	16
1.3 Es la economía, estúpido	20
1.4 Sobre la materialidad e inmaterialidad del cuerpo o Un cuerpo sin aura	26
1.5 La vida gestionada a través de un click	29
1.6 <i>Ralitys</i> y <i>talk show</i> ... hacía la reconversión y “mostración” de lo cotidiano	33
1.7 La reconfiguración de lo público/ privado en la era de Facebook: nuevas estrategias subjetivas para “estar” en el mundo	42
Capítulo 2 La moderna soledad	45
2.1 En referencia a los “modos de ser y estar en el mundo”	45
2.2 Hedonistas, narcisistas y megalómanos... pero en el fondo, inseguridad	48
2.3 Besos por celular... Vomita modelos de ficción...	50
2.4 Mundo exterior/ mundo interior	52
2.5 Me voy corriendo a ver que escribe en mi muro...	56
2.6 Yo, yo y yo	59

Capítulo 3 La nueva megalópolis	63
3.1 Descripción del territorio escénico virtual	63
3.2 Reconfiguración del paisaje urbano	68
3.3 La vida por un “Me gusta”	70
Capítulo 4	79
4.1 A modo de cierre	79
Bibliografía	83

INTRODUCCIÓN

Desde el surgimiento del nuevo período digital denominado “*web 2.0*”, inaugurado a finales de la década del ‘90 y principios del 2000, que se caracterizó por la aparición de herramientas y plataformas de publicación y distribución de contenidos en línea, Facebook se convirtió en el caso paradigmático que se emplazó en la sociedad toda.

Es a partir de la creciente dimensión que adquirió este “espacio virtual” en la cotidianidad de las personas que surge la necesidad de preguntarse: Las estrategias que los individuos ponen en juego en Facebook ¿Los representan realmente o se trata más bien de una/s subjetividad/es creada/s para la mirada de otro/s? ¿Se puede escindir la vida de los sujetos entre espacio virtual y no virtual?, y en todo caso, ¿Cómo funciona esta dualidad? ¿Que lleva a las personas a la necesidad/actitud/el deseo, de mostrarse/ al aparecer/compartir? Estos interrogantes, entre otros, son los que se indagaran en el desarrollo de esta tesina.

Para el abordaje del fenómeno Facebook que aquí se propone, fue necesario el análisis de diversas perspectivas que en su imbricación dieron como resultado el desarrollo de los tres capítulos que a continuación se presentan. Para dicha exposición fueron imprescindibles las lecturas de diversos autores, los cuales aportaron la fundamentación teórica para sustentar lo aquí descripto. Si bien algunos de ellos son utilizados explícitamente, con sus correspondientes citas, otros aportaron el bagaje conceptual que implícitamente crearon la atmósfera textual de este trabajo.

En lo que respecta a las características específicas de Facebook y a las prácticas que de su uso se derivan, fueron importantes los aportes realizados por Guadalupe López y Clara Ciuffoli (2012). Mientras que José Van Dijck (2016)

proporcionó la mirada crítica en esta materia. Por su parte, Byung-Chul Han (2012, 2014) al plantear que la tan mentada “trasparencia” en las redes sociales responde a la coacción dirigida por el imperativo económico, permitió desnaturalizar el uso de Facebook y presentarlo como un estilo de vida engendrado de forma consciente por las directrices globales emanadas del régimen económico imperante. A su vez, contribuyó a describir el microclima reinante en las redes sociales y en particular en Facebook. Mientras que Ippollita (2012) brindó las características del funcionamiento comercial de Facebook en tanto empresa.

La descripción de los principales aspectos y consecuencias del régimen mundial económico, expresado en el concepto de globalización tecnológica y científica, fue aportada por Julio Aróstegui y Jorge Saborido (2005). En consonancia, Paula Sibilia (2005, 2008) brindó la interpretación sobre la relación entre las innovaciones tecnológicas y las características de las sociedades de consumo post capitalistas. De dicha autora, además, se desprende la definición de cómo es entendida la subjetividad en este trabajo. A su vez, brindó el sustento teórico necesario para describir el tipo de construcción de personalidades que se llevan a cabo a través de las redes sociales, proceso caracterizado por la exposición de la vida íntima de las personas. También, su revisión histórica sobre cómo las directrices económicas, políticas, científico-técnicas y socioculturales imperantes de un momento histórico determinado moldean las subjetividades, permitió desarrollar la idea de que las personalidades que subyacen hoy por hoy responden a una configuración particular del mundo. Mientras que Daniel Cabrera (2007) contribuyó con las descripciones de la matriz cultural emanada por el discurso económico- tecnológico que ambienta transversalmente la tesina en general.

Philippe Dubois (2001) con su descripción sobre la estética de la representación en las máquinas de imágenes, aportó el contenido para desarrollar los conceptos de materialidad e inmaterialidad en relación al desarrollo de las nuevas tecnologías.

En este sentido, también fueron importantes los aportes de Gérard Wajcman (2011). Dicho autor, pone en evidencia que la hipervisibilidad que domina estos tiempos es producto de los desarrollos de dispositivos científicos y técnicos, siendo el objetivo hacer visibles a las personas como forma de control social.

Richard Sennett (1978) y Patrice Flichy (1993), fueron utilizados para caracterizar los tipos de sociabilización particular que prevalecieron en ciertos momentos históricos, los cuales fueron retomados en esta exposición como parte de una línea de tiempo que sirvió para la argumentación que aquí se propone.

Las descripciones del historiador Perry Anderson (2003) y del sociólogo Atilio Borón (2003) sirvieron para describir tanto las características económicas y políticas como las consecuencias culturales y sociales, de la fase del capitalismo denominado neoliberalismo. Mientras que la bibliografía de Zygmunt Bauman (2003, 2005, 2007) reforzó el análisis sobre los efectos socio-culturales y tipo de relaciones resultantes del ya mencionado modelo neoliberal.

Las tesis del filósofo, escritor y cineasta francés Guy Debord (1967), fueron la piedra basal de este trabajo. Sus postulados discurren por los tres capítulos que aquí se exponen. Sus conceptos sirvieron para caracterizar de forma específica el tipo de sociedad en la que estamos insertos y aportaron el marco teórico cultural y económico necesarios, sin los cuales no hubiera sido posible un análisis acabado de lo que aquí se trata.

Gilles Lipovetsky (1990), al caracterizar la sociedad posmoderna y las características del tipo de subjetividades específicas que de ella se desprenden, permitió vincular de forma explícita la relación intrínseca entre estos dos procesos que va desde lo general (sociedad) a lo particular (subjetividades).

Tanto de Karl Marx y Friedrich Engels como de Pierre Bourdieu, se desprende la concepción que se tiene en este trabajo sobre cómo se concibe a los individuos en tanto integrantes que ocupan una posición determinada en la sociedad y, como funciona esta relación.

Esta tesina retoma ese contexto general para pensar concretamente los modos a través de los cuales los sujetos usan a Facebook para desarrollar una/s práctica/s que están orientadas al “aparecer” en detrimento del “ser” y que los constituyen a partir de la/s mirada/s de un/os “otro/s”.

Entendiendo que [...] “las posibilidades de la innovación tecnológica están determinadas, desde un comienzo, por el espacio admitido de los usos sociales donde pueden emplazarse esas innovaciones”¹, es que me refiero a sujetos, y no realizo un recorte en particular de la sociedad que responda a las clasificaciones tales como sexo, edad, nivel socioeconómico, o cualquier otro tipo de variables, aún a riesgo de caer en la tan cuestionada generalización. De esta forma, pongo de manifiesto que estamos frente a una/s práctica/s que se emplazaron en el conjunto de la sociedad, convirtiéndose en habituales y naturales, a la altura de cepillarse los dientes, comer, dormir, hablar, y, por lo tanto, incuestionables. Como afirman López y Ciuffoli [...] “Facebook se naturalizó. Los usuarios simplemente “están” en Facebook y cada vez más tiempo están ahí”². De esta forma y parafraseando a Levis Munford (1934), Facebook se ha convertido en una segunda naturaleza del “estar”.

El camino que se recorre cuenta de tres ejes necesarios y correlativos, que obligadamente se entrecruzan para explicar las estrategias que los sujetos ponen en juego para construir una/s subjetividad/es a través de Facebook.

El primero de ellos se refiere a las características principales que predominan en la sociedad actual, en las que el uso de Facebook, precisamente, calzan perfectamente en el manejo que los individuos le dan al “espacio virtual” que aquí se analiza.

Algunas de las particularidades, que sirven de modo introductorio, hacen referencia a una sociedad en donde prevalecen los criterios de visibilidad y

¹ Mattelart, A. y Piemme, J.; *Nuevas tecnologías, nueva pequeña burguesía: la comunicación a la izquierda*, Anagrama, Barcelona, 1981, p. 70

² López, G. y Ciuffoli, C.; *Facebook es el mensaje. Oralidad, escritura y después...*, La Crujía, Buenos Aires, 2012, p. 21

apariencias; de inclinación virtualizante; donde se ha llegado al extremo en que lo vivido no es tal, sino en tanto y en cuanto sea certificado, o, mejor dicho, publicado. Como anticipó de forma premonitoria Guy Debord (1967), al enumerar la primera particularidad de la sociedad del espectáculo, “Toda la vida de las sociedades donde rigen las condiciones modernas de producción se manifiesta como una inmensa acumulación de espectáculos. Todo lo que antes se vivía directamente, se aleja ahora en una representación”³.

Con el desarrollo constante de computadoras, celulares, satélites y todo tipo de artefactos de comunicación, la matriz tecnológica de la actual etapa capitalista cumple un rol decisivo en la situación en la que nos encontramos, ya que brinda las herramientas, tanto materiales como culturales, para que los individuos construyan su identidad a través de una pantalla y las redes. Esta idea económica de producción se traslada a la vida de las personas. De igual forma es la inmediatez y practicidad con la que un modelo de celular deja obsoleto al anterior, como un sujeto realiza cambios en su vida, o por lo menos, quiere hacer constar ante los otros. De esta forma, la vida humana adquiere el estatus de mercancía, corolario de la ley del mercado imperante.

A la vez, estos instrumentos al ser cada vez más prácticos en cuanto a la portabilidad y a la multiplicidad de funciones, permiten la inmediatez con que un sujeto puede estar exhibiendo algún estado de su existencia. Ya no hay barreras geográficas y temporales para estar conectado y compartir la vida en tiempo real.

En este contexto y entrando al segundo eje, se hace referencia a la manera en que las personas constituyen su/s subjetividad/es dentro del espacio virtual de Facebook. En el capítulo subyace la idea de que las subjetividades, entendiéndolas como enuncia Paula Sibilía (2008) son modos de ser y estar en el mundo, en un primer momento se constituían en el ámbito público, es decir, en espacios donde primaba el contacto cara a cara, como ser las calles; para en una segunda instancia, desplazarse de forma progresiva hacia lo privado, o sea, hacia

³ Debord, G.; *La sociedad del espectáculo*, La marca editora, Buenos Aires, 1967, p. 32

la intimidad del sujeto, en donde los hogares se convirtieron en el lugar privilegiado; hasta llegar a la actualidad, en donde lo público vuelve a ponerse de relevancia, pero esta vez, de manera virtual y exagerada. Esta última situación se refleja con la publicación continua de los actos más banales de la vida cotidiana de las personas, los sentimientos, estados de ánimos, recuerdos, ya sea a través de una imagen o en forma de texto.

Estamos hablando de subjetividades caracterizadas por el narcisismo, la megalomanía y una saturación del “yo”, características que invaden todo el territorio de Facebook. Comportamientos que, a su vez, responden, como la otra cara de la misma moneda, a una profunda inseguridad de sí, ya que se necesita “ser” de cierta manera, la que responde al mostrar y a lo que otros muestran, para poder ser “yo”.

Cuanto más público, cuanto más facetas exhibo sobre mí, cuanto más “me gusta” recibo, más soy. Escala ascendente sin final en busca del reconocimiento digital, igual lógica que impera en el consumo. El mercado logró su mayor éxito, la “mercantilización del yo”, en donde el armado de la personalidad se exhibe en una pantalla y se desplaza por las redes, siendo que cada vez más hay que “aparecer para ser”. Como dice Carlos “Indio” Solari en la canción “Alien Duce”- perteneciente al disco titulado “Último bondi a Finisterre” de 1998- “¡Dios es digital!”.

A su vez, en este proceso, “hay un otro que mira”. Por un lado, “ese otro” consume las publicaciones que la gente “común y corriente” “sube” a su “biografía”, así como antes leía revistas para enterarse de la vida privada de las estrellas del mundo de la radio, cine y televisión; ahora “mira”, “ojea” lo que hacen sus “amigos”. En este sentido, hay una transposición que va de la antigua predilección por saber sobre las personalidades del “*star system*” a una tendencia amateurista. Pero, por el otro lado, este “otro” que “mira” compara su existencia con la de los demás, tomándolas como parámetro para evaluar su propia vida, ya que “uno” también se configura a través de un “otro”, sin sospechar que lo que se está

viendo en una biografía digital es una *performance*/ficción, en el sentido de que el material fue editado y montado por un “yo” omnipresente que, al mismo tiempo, es autor, narrador y actor, de lo que expone.

El amateurismo actual conlleva a la homogenización de la vida pública de las personas. Si en los comienzos de la década del 50, el blanco de las miradas o el otro a observar eran los artistas, seres que tenían un estilo de vida inalcanzable para las personas “comunes y corrientes”, todo los que los otros “no podían ser”; hoy en día, ese otro al que se mira “es un igual”, un “amigo”, alguien a imitar. Este fenómeno produce una especie de competencia en la cual la vida ajena sirve como espejo/reflejo a seguir. Y, al mismo tiempo, convierte a Facebook en el lugar privilegiado para no estar condenado al anonimato. De esta forma, lo que se publica produce reacciones en ese otro que “mira”, convirtiéndolo en un sujeto activo, que reacciona, siente, piensa y actúa en función de lo que ve. Todo este proceso cotidiano se desarrolla sin la menor sospecha de que lo que se observa es una puesta en escena/ montaje, en resumidas cuentas, una “apariencia proyectada”, deliberadamente y cuidadosamente armada. Ejemplos de esta situación es la publicación de imágenes de otros tiempos o de fotos producidas solo para “subir” dejando fuera el contexto de la toma.

La exteriorización verborrágica que las personas realizan en el espacio virtual para autorepresentarse, para producir ciertos efectos de su/s personalidad/es bajo la mirada de miles de otros, hace que la condición de ser uno mismo, en los tiempos que corren, no sea un elemento constituyente y esencial del sujeto sino el adecuamiento de diversas estrategias de presentación del yo a las perspectivas de las personas con las que se interactúa y a las normas en que se enmarca dicha relación. Lo que lleva a referirnos, con respecto a las peculiaridades de las representaciones identitarias, a personalidades efímeras y frívolas que se modifican según las exigencias virtuales y sociales, consecuencia de la presión por “estar” y no producto de un proceso íntimo de autocomprensión para “ser” uno mismo.

Finalmente se analizará, en el tercer eje, cómo las aplicaciones de Facebook encastran perfectamente en el tipo de sociedad descripta y las subjetividades que ella engendra. En este sentido, hay una triple alianza entre los tres apartados que aquí se tratan. Facebook calza perfectamente en este tipo de sociedad del espectáculo y, a su vez, las subjetividades que crea la sociedad se acoplan perfectamente al espacio virtual que brinda Facebook. Como dicen López y Ciuffoli “En Facebook, “usar” es sinónimo de “publicar”. Allí, el “yo” que comunica se cristaliza en las actualizaciones de estado y en la publicación de enlaces, fotos, videos y notas que el usuario comparte con sus “amigos” o contactos de la red”⁴.

A esta descripción podemos sumarle que las huellas que los usuarios dejan en Facebook van más allá de una publicación, ya que de la misma forma en que cuando se comienza la sesión “ya se está visible”, lo mismo sucede cuando se desconecta, ya que figura el tiempo desde que no se está conectado. Todas las imbricaciones de las funcionalidades apuntan indefectiblemente a la visibilidad. En este sentido es que se concibe a Facebook como algo que va más allá de una mera red social, sino como el corolario de las exigencias de la vida actual, a saber, la de “estar en todos lados, al mismo tiempo”, y la de “aparecer todo el tiempo”.

La forma efímera de cómo se publica, en donde una publicación deja obsoleta a la anterior, es un reflejo cabal de cómo este comportamiento se erigió tanto en la sociedad y, como consecuencia, en las subjetividades.

También, se indagará sobre la significación de la aplicación “Me Gusta”, considerándola como forma de legitimación y éxito social. En este sentido, se buscarán los efectos que se activan en los sujetos, al saberse mirados, la cantidad recibida ante un “posteo”. Teniendo en cuenta que donde hay un “Me gusta” hay un “otro” que está presente, que mira y hace sentir su presencia.

⁴ López, G. y Ciuffoli, C.; *Facebook es el mensaje. Oralidad, escritura y después...*, La Crujía, Buenos Aires, 2012, p. 39

CAPÍTULO 1

TODOS LOS CAMINOS CONDUCEN A FACEBOOK

1.1 Primeras aproximaciones sobre la sociedad posmoderna

A lo largo de esta primera sección se describirán los aspectos económicos, políticos, socioculturales y científico-técnicos considerados fundamentales para la reflexión que se expone. Cabe observar que busqué, espero haberlo logrado, que la estructuración tenga un sentido de “cascada”, es decir, ir desde una descripción macro a una microestructural, para que las conclusiones finales decanten en completa armonía con el desarrollo de lo planteado.

La propuesta es recorrer diferentes procesos históricos, los cuales, a mi entender, funcionaron como puntos indispensables en una línea de tiempo que desemboca en la actualidad en ciertas estrategias/usos/prácticas que los individuos ponen en juego en Facebook para construirse a sí mismos y en su relación con los otros.

Muchos pensadores han reflexionado sobre la época actual en la que vivimos y sobre cómo llegamos al estado de situación en la que nos encontramos. En consecuencia, el análisis se hace necesario para desentrañar el perfil de subjetividades y el tipo de organización imperante que las engendra; así como

también para observar cómo las “personalidades creadas” resultan funcionales a ese orden.

En este punto se hace necesario aclarar a que me refiero con “personalidades creadas”. Dicho concepto hace mención a la forma actual en que los sujetos se muestran/crean/estructuran en Facebook por y para otro/s. Y que, justamente, encuentran en ese espacio virtual el edén para desarrollar este tipo prácticas. En este sentido, Facebook es un ambiente desordenado en el que no se puede verificar, en contraposición con la interacción presencial u *off line*, la fidelidad de las identidades exhibidas por los sujetos. Los cuales procrean versiones de sí mismos que desembocan en un prototipo ideal, repleto de virtudes y carente de defectos.

“Personalidades creadas” en el espacio virtual de Facebook para un/os “otro/s” que siempre mira/n. Bajo las directrices de la igualación del sujeto con una mercancía y de la exposición constante (sin importar si lo que se publica/postea es relevante o no) como valor supremo, los individuos despliegan “estrategias” para producir un/os efecto/s deseado/s y para mostrarse de la manera que deseen. Para este cometido están a disposición todas las herramientas de montaje y edición informáticas, en donde cada uno es director, autor y actuante, no de su propia vida, sino de la ficción creada sobre uno mismo para la gran audiencia. En donde el punto límite de la existencia actual sucede cuando no se logra discernir entre el espacio virtual y no virtual.

Hecha la aclaración, para esta caracterización recorreremos diferentes enfoques y perspectivas, las cuales, si bien denominan al tipo de sociedad actual bajo diferentes conceptos, al final del capítulo se verá como todas se complementan para caracterizar a un tipo de sociedad específica, creadora y sustentadora de un tipo particular de vínculo para relacionarnos con nosotros mismos y con los demás. Puesto que, a través de ciertos mecanismos, interiorizamos ciertas prácticas/modos de ser para que sean adquiridas inadvertidamente como naturales, sin percatarnos que fueron impuestas y naturalizadas. Es este sentido,

estoy pensado en términos del concepto de *habitus* de Bourdieu, el cual hace referencia a las formas de hacer/ actuar /pensar de los sujetos, las cuales son interiorizadas de manera no conscientes y que están determinadas por la posición social que los individuos ocupan en el sistema de relaciones objetivas en las cual están insertos dentro un determinado campo social.

Pero ¿De qué tipo de tipo de sociedad estamos hablando? ¿Cuáles son las directrices globales que presionan para que adoptemos ciertas prácticas para “aparecer” y, no para “ser”? ¿Cómo se produce este entrecruzamiento? ¿Cómo es el mecanismo que induce a las personas a pensar al espacio virtual de Facebook como “un nuevo horizonte de igualdad dentro del capitalismo”? Lo que en última instancia se refleja, como veremos más adelante, en esa necesidad imperiosa de “estar” en Facebook.

Para realizar una descripción acabada, que sirva como telón de fondo de la reflexión que aquí se propone, fue necesario el análisis de varios procesos históricos. Si bien no se pretendió hacer un análisis historiográfico de estos temas, ya que excede lo pretendido, fue indispensable indagar sobre el curso de ciertos hechos con los cuales se caracteriza a la sociedad vigente y, a su vez, realizar el entrecruzamiento pertinente para explicitar la forma en que confluyen bajo una misma idea central.

La forma fructífera que encontré para aproximarme a una descripción tan vasta y que me llevó a la lectura de varios autores, fue partir de la pregunta que me dirigió a reflexionar y que dio origen a esta tesina. En este sentido, ¿Que nos lleva a estar inmersos, en cuanto a cantidad de tiempo e interés, en el espacio virtual de Facebook en detrimento de relacionarnos a través del contacto físico /no-virtual?

Inmiscuirnos en el curso social por el cual hubo un desplazamiento desde el ámbito público a lo privado, nos da una de las primeras pistas necesarias para abordar a Facebook como el medio por el cual las personas vuelven al espacio público, pero esta vez de forma virtual, mediatizada, inmaterial, e inevitablemente

deshumanizada; en detrimento del contacto cara a cara y, lo que es más llamativo aún, menoscabando la intimidad de uno mismo.

En este punto se hace necesario aclarar que la característica deshumanizada no es utilizada antojadizamente o como forma torpe de emitir expresamente un juicio de valor, sino que siguiendo a Dubois (2001), quien en su análisis de las apuestas estéticas de las máquinas de imágenes, haciendo referencia al eje materialidad/inmaterialidad, afirma que [...] “con el sistema de imágenes ligadas a la información y producidas por computadora, el proceso de inmaterialización parece alcanzar su punto extremo [...] la imagen informática, como sabemos, es una imagen puramente virtual”⁵.

Es en este sentido que lo que se “postea” en el espacio virtual está reducido a un cálculo producto de la combinación de una serie de cifras y algoritmos, quedando de esta forma lo real mismo volatilizado/ descorporalizado en una abstracción matemática, en un sistema de representación tecnológica que carece de presencia de lo “real”. Esta explicación no solo se refiere a la imagen, sino a todo tipo de publicación (idea/ concepto/ situación/ expresión/pensamiento) que se manifiesta bajo los formatos de textos, imágenes, videos, audios, comics o la combinación de todas, en fin, a todo tipo de formato que la plataforma soporte. Es que en “En Facebook, “usar” es sinónimo de “publicar”. Allí, el “yo” que comunica se cristaliza en las actualizaciones de estado y en la publicación de enlaces, fotos, videos y notas que el usuario comparte con sus “amigos” o contactos de la red”⁶.

En una sociedad caracterizada por el desvanecimiento de los lazos sociales comunitarios a causa del repliegue del sujeto a la esfera privada y, en donde toda acción individual es medida por la vara del costo/beneficio siendo la apariencia el modo de vida reinante, Facebook se erigió como el dispositivo mediador de las relaciones sociales y del vínculo de uno mismo con su propio ser. Espacio virtual

⁵ Dubois, P.; *Maquinas de imágenes: una cuestión de línea general*, Libros del Rojas, Ciudad Autónoma de Buenos Aires, 2001, p. 28

⁶ López, G. y Ciuffoli, C.; *Facebook es el mensaje. Oralidad, escritura y después...*, La Crujía, Buenos Aires, 2012, p. 58

definido como ámbito para producir un/os efecto/s y por donde los sujetos confirman su existencia social (¿?). De aquí que el dispositivo Facebook funciona como espacio virtual mediador, con sus estrategias vinculadas, que permite la relación entre individuos y con uno mismo, más allá del contacto cara a cara y las variaciones de tiempo, espacio y presencia corporal.

De esta forma, en la actualidad, queda conformado el ámbito público; donde no solamente lo corporal si no también la representación del espacio no virtual de la vida de las personas queda bajo la órbita de la simulación proporcionada por la máscara de una pantalla. Todo queda subsumido, en última instancia, a una abstracción.

Este estado de situación reconfiguró las formas de relacionarse entre amigos, parejas, familia, conocidos y, con uno mismo. Como veremos más adelante, a partir de la posibilidad de “compartir” virtualmente la propia existencia, bajo la seguridad de que siempre a otro que mira/compara/valida, se desarrollan estrategias para producir ciertos efectos en los “otros” sobre la vida de uno. Corriendo el riesgo de creerse uno mismo la apariencia proyectada para los otros.

1.2 Exterioridad/intimidad, según las circunstancias

Es menester explicitar un antecedente histórico para observar cómo la emergencia de un nuevo paradigma de sociedad reconfigura, a su vez, las formas y prácticas en que los sujetos construyen sus subjetividades y sus relaciones con los otros. Lo que, a su vez, sirve como descripción para entrever el camino recorrido por humanidad para llegar al estado de situación actual, la cual se describirá en su totalidad una vez recorridos los caminos económicos, políticos, socioculturales y científico-técnicos pertinentes.

El punto de partida de este recorrido es la separación entre el ámbito público y privado durante los siglos XIX y XX, proceso que se realizó en las principales ciudades europeas, en particular Londres y París. Según describe Richard Sennett (1978), hasta el siglo XIX, el club inglés y los cafés parisinos, así como las calles de esas ciudades, eran lugares de convivencia e intercambio entre las personas. Esta reciprocidad del ámbito privado en los espacios públicos también acontecía en el teatro, en donde los espectadores tenían una participación activa desde dos perspectivas, lo que permite definir a los espectáculos de esa poca como ámbitos colectivos. Por un lado, no existía separación entre los artistas y la audiencia, ya que los asistentes, con la explicitación de sus reacciones sobre lo que pasaba en el escenario, intervenían en la función. A su vez, por otro lado, en la sala teatral los espectadores mantenían conversaciones sobre la vida cotidiana en sociedad. Estas dos características fueron las que llevaron a Patrice Flichy (1993) a caracterizar al espectáculo teatral, hacia 1880, como un espacio donde las personas sociabilizaban sobre la cotidianidad de sus vidas.

Sin embargo, de forma paulatina, estos hábitos se fueron desplazando hacia una práctica silenciosa y disciplinada; síntoma de este cambio fue, por ejemplo, que los aplausos ya no se realizaban en el medio de una escena, sino al final de la misma. Estas modificaciones son las que llevaron al mismo Flichy (1993) a denominar a esta nueva situación como una yuxtaposición de sesiones personales.

Paralelamente, si hasta ese momento se consideraba positivamente a las relaciones sociales en las calles, fue con los cambios en el estilo de vida urbana, producto de la emergencia de las sociedades industriales modernas, que esta concepción se trastocó. Transformaciones en lo demográfico que se evidenciaron en los centros urbanos debido al crecimiento sostenido de la población a causa de la sistemática inmigración de las personas residentes en el campo a la ciudad, por las nuevas posibilidades abiertas. A su vez, con el desarrollo de la industria creció la demanda de trabajo en las ciudades, convirtiéndose el antiguo agricultor en obrero industrial, surgiendo de esta forma el proletariado como clase social.

Además, a esta nueva situación se le agregó un factor no medible en estadísticas, ya que con el traspaso desde el taller familiar a la fábrica se dio la despersonalización de las relaciones de trabajo. Al mismo tiempo, esta nueva organización desde lo social produjo el ascenso de las capas medias de la burguesía y la irrupción del consumo de masa en las grandes ciudades industrializadas. Con estas nuevas circunstancias, se modificaron las relaciones sociales y la conformación de las subjetividades. Paula Sibilia (2008), siguiendo la línea de pensamiento de Richard Sennett, plantea que fue dentro de este marco que se estableció el desarrollo del ámbito privado como espacio de protección para el individuo y la familia burguesa. De esta forma, en los comienzos de la modernidad quedaron bien delimitados y en tensión ambos sectores, cada uno con sus condiciones específicas.

Fue bajo esta nueva dinámica que se elevaron los hogares burgueses y, en el interior de ellos, la división del espacio en cuartos propios. De esta forma, la casa familiar funcionó como “refugio” de la participación en la actividad de producción capitalista que se desarrollaba fuera del domicilio y, donde quedó protegida la privacidad individual ante la nueva configuración del espacio público, caracterizado, como toda novedad, de peligroso y amenazante. Así, el hogar se constituyó en el sitio donde las personas encontraron el lugar para indagar sobre su subjetividad. Esta tarea, realizada en soledad, se vio reforzada con la separación y la disponibilidad de los cuartos, en los cuales se desarrolló lo que Sibilia (2008) denominó como “personalidades introdirigidas”. Estamos hablando de un modo de vida que consistió en la contemplación individual retrospectiva e introspectiva sobre uno mismo. Por su parte, Sennett (1978) denominó a este resguardo en uno mismo, a esta práctica de diario íntimo, como “tiranías de la intimidad”; lo cual no solo se trató de una puesta en valor del espacio privado y la intimidad de cada uno, sino que también denotó un corrimiento del interés sobre los asuntos públicos, lo cual era funcional al contexto antes descrito.

Esta conformación del espacio privado fue un proceso que se desarrolló de forma intrínseca a la reconfiguración de un “yo” interiorizado, en el cual el sujeto

exploraba su vida interior dentro de las paredes. La soledad era el lugar propicio para la contemplación introspectiva de uno mismo, abocarse a las cuestiones íntimas, la esencia personal y los estados emocionales. Prevalecía la idea de que solo el sujeto en un contacto consigo mismo podía descubrir su “ser”. En este sentido, el dispositivo de la pared y el surgimiento de otros en tanto satélites de ella, como ser, cortinas y puertas, encapsularon/recortaron/bloquearon el espacio y tiempo de quienes detrás de ella se resguardaban del nuevo contexto amenazante que se plasmaba en las calles. En donde la introspección y concentración conformaron un conjunto de prácticas resultante de la protección en el ámbito privado de la mirada ajena/del otro desconocido.

La adopción de este hábito internalista como práctica extendida en la sociedad se vio representada en el desarrollo y proliferación de un tipo particular de escritura, a saber, el género de autobiografías/diarios íntimos. La producción de dichos escritos reflejó la habitualidad de la práctica de exploración del sentido dentro del interior de uno mismo como estilo de vida.

Ese territorio de lo íntimo, de aquel entonces, puede ser definido, siguiendo a Gérard Wajcman (2011), como la posibilidad de lo oculto, ese derecho a la sombra en donde las personas se contemplaban a sí mismas y exploraban su subjetividad para construir su identidad. Esa facultad a estar consigo mismo al resguardo de otras miradas. En la sociedad actual del espectáculo y la hipervisibilidad, este legítimo derecho humano al anonimato, a la soledad, fue arrebatado. En una época signada por la transmisión instantánea de datos, donde no solo se despliega todo el arsenal tecnológico que lo permite (plataformas sociales y soportes técnicos), sino también el discurso cultural que lo sostiene, en donde quien se atreva a no compartir en tiempo real el momento que está viviendo, ya sea por Facebook Live, Instagram, Twitter o algún estado de Whatsapp, se convierte automáticamente en sospechoso, en alguien que está ocultando algo. Es precisamente a través de este mecanismo de acusación que la sociedad del espectáculo actual, que lo necesita ver todo, despliega su violencia.

Esas viejas paredes decimonónicas, a las que se hacía referencia anteriormente, en la actualidad hipermediatizada se volvieron flexibles, fueron infiltradas por la “vida en red”. En lo tecnológico, esta permeabilidad comenzó con la instalación en las, ya prehistóricas, computadoras de escritorio de las *webs cam*; tal fue el desarrollo en tan pocos años que en la actualidad no se consigue comprar una computadora sin que tenga incorporada este dispositivo.

Este proceso descrito es la referencia para analizar cómo el corrimiento de lo público hacia el ámbito privado fue reforzando y alentando por los desarrollos económicos, políticos, socioculturales y científico-técnicos que desplegaron las sociedades. Y cómo, a su vez, se realizó un menosprecio hacia el ámbito público. Situación para nada inocente y que estuvo acorde, en el aspecto económico, al empoderamiento de la denominada “sociedad de consumo” y a la fase posterior del capitalismo llamada “neoliberal”. A ambas se hace necesario describirlas, teniendo en cuenta el entrelazamiento de los procesos que generaron; siempre considerando que estos desarrollos macroestructurales engendraron un tipo específico de subjetividades que desembocaron en las prácticas que hoy por hoy prevalecen con el surgimiento de las redes sociales y, en particular con Facebook como emblema.

1.3 Es la economía, estúpido

En este recorrido encontramos en los finales de la Segunda Guerra Mundial un ítem necesario a destacar por las implicancias que tuvo en la visión de mundo. Me refiero al establecimiento del Estado de Bienestar, en el cual la economía se basó en un círculo de pretendida armonía entre la oferta y la demanda. Por un lado, los sectores sociales de las clases medias y bajas acrecentaron su poder adquisitivo con el fin de consumir lo fabricado por los sectores industriales, los cuales, por

otro lado, aumentaron su producción y, por ende, ganancias, a partir de la incentivación del consumo. Fue así que se implantó como indispensable la producción y consumo de todo tipo de productos, con el sostén de la industria publicitaria y la venta a crédito, para el funcionamiento del sistema.

Esta doctrina se caracterizó por ser universal, es decir, los habitantes del planeta independientemente de su país de origen y cultura tuvieron los mismos patrones de consumo. Además, este sistema se determinó por las siguientes pautas, a saber, una homogenización e imitación de los productos; el acceso masivo al consumo de bienes duraderos; el desarrollo de las industrias culturales y los servicios del ocio ya que el tiempo restante al necesario para la subsistencia también se convirtió en tiempo de consumo; y, el desarrollo de industrias fabricantes de productos para el cuerpo y la imagen, debido a que la ostentación corporal estaba en consonancia con la material.

Paralelamente, este modelo económico estuvo acompañado por la conformación de una matriz sociocultural que nació en los Estados Unidos y se irradió rápidamente por los países de todo el mundo, me refiero al famoso estilo de vida americano (*american way of live*). Bajo este nuevo molde se igualó el “ser en el mundo” de los individuos con su capacidad de consumir, de forma desmesurada y ostensible, cualquier tipo de mercancías. La búsqueda del “ser” fue reemplazada por la transacción del “tener” y el bienestar individual por el volumen de la adquisición de bienes y servicios. Desde la industria cultural (cine, la radio, la televisión, diarios y revistas) fiel a su característica de afirmación del *statu quo*, se estimuló esta visión del mundo. Se “es” en tanto y en cuanto se adquiriera ciertas marcas, ya sea de bienes durables (electrodomésticos, automóviles, etc.), como de los que sirven para la mera subsistencia cotidiana de las personas. En consonancia, el funcionamiento de la industria cultural también se trastocó, los imperativos de la creación y lo artístico fueron reemplazados por la difusión y lo comercial.

Esta matriz, al tener como pilar la adquisición masiva de bienes de consumo hizo que se acortara el ciclo de vida de ellos, particularidad necesaria para la mantención del nivel de producción, el cual fue acompañado por la estimulación continua de la creación de necesidades. Este cambio en la concepción de los objetos, el paso de que “duren para toda la vida” a ser obsoletos en un corto lapso de tiempo, se hizo sentir en los valores sociales. Lo efímero, la satisfacción instantánea, fueron sobrevalorados en detrimento de lo duradero, en post de los dictámenes de la moda.

Zygmunt Bauman (2005) clarificó este funcionamiento perverso del sistema, perfectamente calculado. La tentadora propuesta de satisfacción de los deseos materiales adquirió funcionalidad en tanto y en cuanto esos mismos deseos se mantuvieran insatisfechos. Bajo este mecanismo es que los objetos en la sociedad de consumo son concebidos y fomentados, para, en un mismo movimiento, ser devaluados.

Esta misma lógica material rigió para la conformación de las identidades de las personas. Con la rapidez y desapego que se cambia un jean, campera o licuadora, de igual forma se trasforman los estados de ánimos, sentimientos y pensamientos de los individuos. A partir de ese momento, la práctica de construcción de las subjetividades se guió por la práctica de adquisición de bienes. En esta igualación, la libertad, se guió por la libertad de consumir. Bajo esta dialéctica se reduce el tiempo que transcurre desde que se tienen ganas de conseguir algo hasta el momento en que se logra, como así también el tiempo entre el momento en que nace un deseo y el momento en que se desvanece. No queda aspecto que no esté subsumido bajo el *continuum* perverso de insatisfacción propuesto por lo económico.

Este proceso se profundizó con el triunfo de las denominadas políticas económicas neoliberales. Lo que interesa remarcar, más allá de los vaivenes históricos coyunturales de su implantación, es la concepción de “estilo de vida”

que desparramó y caló hondo en la cotidianidad del funcionamiento de la sociedad.

Las políticas neoliberales tomaron relevancia en 1979 con la asunción de Margaret Thatcher al comando del gobierno de Inglaterra. Un año más tarde, en 1980, con la llegada de Ronald Reagan a la presidencia de los Estados Unidos de América, estas ideas encontraron su realización máxima. Sin embargo, fue con la caída de la URSS en 1989 que lograron propagarse por todo el mundo hasta convertirse en el modelo ideológico hegemónico. Este acontecimiento histórico dotó a esta tendencia económica de un consenso nunca antes visto, ya que fue en esta fase del capitalismo, y no en otra, que el mundo bipolar dominado por dos superpotencias se acabó para dar lugar al liderazgo absoluto a los Estados Unidos.

El programa nació después de la segunda Guerra Mundial, teniendo como punto de partida el libro *Camino a la Servidumbre* de Friedrich Hayek, quien lo escribió en 1944. Se trata de una oposición contra cualquier intervención del Estado en los mecanismos del mercado, definida su intromisión como una amenaza a la libertad tanto política como económica. Siguiendo a Perry Anderson (2003) en su análisis sobre los gobiernos de esta índole, podemos decir que las medidas que se aplicaron consistieron en la creación de condiciones para la inversión especulativa, en detrimento de la industrial, mediante la desregulación financiera que se logró con la abolición de los controles sobre los flujos financieros. Con la glorificación del mercado transnacionalizado, alentando el libre juego de sus fuerzas, se destruyeron las posibilidades de su regulación. Mientras que el sector privado fue enaltecido como sinónimo de eficiencia, lo estatal fue asociado a la ineficiencia producto de la corrupción y el despilfarro, postulado que garantizó su reducción, siendo que su crecimiento fue acusado como el origen de los problemas económicos.

La implementación de estas políticas económicas dieron como resultado, entre otros iguales de nefastos, desempleo planificado y profundización de las

desigualdades sociales, lo que produjo una sociedad aún más fragmentada y menos integrada, licuándose de esta forma los lazos sociales y solidarios. En este sentido, la descomposición social fue una de sus características primordiales, con el aumento, entre otras cuestiones, de la violencia. Como sentencia Atilio Borón “Una sociedad que [...] se ha convertido en una yuxtaposición de universos sociales que no guardan vínculos entre sí”⁷.

Este combo económico tuvo inexorablemente sus consecuencias sociales y culturales. Globalizada a escala planetaria la soledad y el vacío, el espacio virtual de Facebook encastró a la perfección al presentarse como solución para la satisfacción del “yo”. Lisiados los lazos sociales en comunidad, con un solo click se envía una solicitud de amistad sin salir ya ni siquiera del hogar, sino del cuarto. Ahí donde las apariencias dominan a los sujetos, está la vidriera global de la biografía, donde una publicación despierta los “me gusta” de aquellos que se identifican con ese “otro” que publica y de forma solapada parece gritar “¡ACA ESTOY, MIRENME!” “contemplan mi vida que es tan compleja que quiero compartirla con ustedes”, cual vendedor expone sus mercancías. Ahí cuando la soledad se hace sentir, siempre hay alguien *on line* en la barra de contactos con quien contar las penurias de la vida. Así se sociabiliza, así se vuelve a lo público, creando lazos afectivos digitales y virtuales.

“Relaciones de bolsillo” planteó nuevamente Bauman (2003), noción que utilizó para caracterizar los vínculos sociales contemporáneos. Estos se caracterizan por ser blandos, fáciles de soltar/desechar. De la misma forma y en el mismo corto tiempo en que se deja de utilizar un objeto, se finaliza el vínculo con un “otro”. Sociedad en red, dicen, haciendo referencia a la conexión instantánea con “otro”, pero también a su desconexión. Sin embargo, lo que resulta más paradójico, no es solo la obturación de la relación de un “yo” con un “otro”, sino la relación del “yo” con uno “mismo”.

⁷ Borón, A.; *La sociedad civil después del diluvio neoliberal*, CLACSO, Buenos Aires, 2003, p. 86

De la asociación entre las directrices económicas, antes descritas, y los desarrollos científico-tecnológicos, surgió la denominada “sociedad de la información”, Sibilia (2005). Dicha articulación entre tecnociencia y capitalismo post-industrial dio origen a una economía global que se encuentra determinada, tanto por el uso como por la producción, de instrumental teleinformático. Esto es, computadoras cada vez más portables, teléfonos celulares que suman constantemente funciones, satélites que hacen que la ubicación sea milimétricamente precisa, y todo tipo de artefactos que van en esta dirección virtualizante y digitalizante.

Desarrollos tecnológicos que no conocen límites, bajo las banderas del progreso solo hay lugar para una misma dirección, el avance hacia el futuro. Todo el arsenal tecnológico se erige sobre los *slogans* de superación de los límites espaciales y temporales y, de su promesa del movimiento a la velocidad de la luz. De esta misma forma, las aptitudes de la prudencia, vergüenza, inhibición y represión no son conceptos que abundan en Facebook, ni en ninguno de sus “hijos digitales”, como ser los estados de Whatsapp, Twitter o Instagram. Razón por la cual estos adelantos no se circunscriben solamente en tanto artefacto, sino que están envueltos en una matriz hegemónica de época, sin el cual no podrían realizarse. Como Afirma Daniel Cabrera:

La “técnica en sí misma” no es una realidad funcional o maquina que se puede aislar de su matriz simbólica e imaginaria. [...] La computadora, no una computadora en particular, sino el conjunto de aparatos, instituciones y discursos de las que la actual computadora participa, no puede funcionar sin chips pero tampoco sin su matriz simbólica e imaginaria⁸.

Es bajo esta idea que concibo a Facebook en tanto tecnología que funciona como marco a través del cual se ejerce una actitud hacia uno mismo y la relación con

⁸ Cabrera, D.; *Reflexiones sobre el sin límite tecnológico*, xxvi Congreso de la Asociación Latinoamericana de Sociología, Guadalajara, 2007, p. 1

un/os “otro/s”, que estructura el modo en que nos relacionamos y le damos sentido al presente. Bajo el discurso falaz de la “conectividad”, “hipervisibilidad” y de la eliminación de obstáculos temporales y territoriales, Facebook se ha convertido en el espacio por donde en la actualidad discurren los asuntos de las personas. Pero, como afirma Sibilia “Y lo que quizás sea más penoso en esta sociedad del espectáculo, en la que solo es lo que se ve: en ese mismo gesto, también se los condena a la invisibilidad total”⁹. Con este panorama, se hace imprescindible preguntarse sobre el rol en que queda, en los tiempos posmodernos, el cuerpo.

1.4 Sobre la materialidad e inmaterialidad del cuerpo o Un cuerpo sin aura

Bajo este contexto de situación, varios fueron los procesos que trastocaron la concepción del cuerpo humano, ya sea en tanto sustancia como así también los discursos que proliferan sobre él.

En tanto sustancia, el cuerpo humano se encuentra atrofiado en cuanto a su relación con el “estar” en el mundo y consigo mismo. Hoy en día el cuerpo esta inmovilizado, el afuera/lo otro, siempre y hoy más que nunca amenazante, se percibe desde el marco de una pantalla. No hay nada que no se pueda hacer en red. Por donde se mire hay ejemplos de sobra. Uno me está pasando en el preciso momento en que estoy escribiendo estas palabras. Me llega, vía *messenger* (chat de Facebook), la invitación al cumpleaños del primer año de la hija de uno de mis mejores amigos, esos de la vida, los que son contados con los dedos de una mano, ese que vivía a la vuelta de mi casa y que no necesitaba golpear la puerta para entrar, simplemente lo hacía. Se perdió toda materialidad de las cosas y con ello ganó la inmaterialidad de las relaciones. Las viejas tarjetas de invitación, esas

⁹ Sibilia, P.; *La intimidad como espectáculo*, Fondo de Cultura Económica, Buenos Aires, 2008, p.p. 30 y 31

que se entregaban en mano, implicaban algo más que el deseo de que una persona participe de un festejo, conllevaba salir de la casa, transitar calles, tener contacto físico y cara a cara con un otro. En la sociedad de la hiperconexión digital, todo, absolutamente todo, está conectado y, como la otra cara de la misma moneda, el cuerpo está agazapado detrás de una persiana virtual. Ya no se percibe el cuerpo-objeto, sino y más que nunca, una representación de él.

Hay un progreso sin límites a la desmaterialización. Si en la comunicación telefónica hay presencia corporal a través de la voz, en la comunicación a través del muro de Facebook, con la utilización de smartphones, tablets y computadoras, hay ausencia corporal. El cuerpo fue reemplazado por cálculos matemáticos. De esta forma queda moldeado el cuerpo en un mundo que, precisamente, lo necesita de esa manera.

De esta manera se trastocaron las relaciones humanas. En el contacto físico, la máxima materialidad posible, hay un/s “otro/s” al que veo/ escucho/ siento/ toco, no tiene ninguna similitud con una relación mediatizada, donde no hay ningún rastro del “otro”, solo la transcripción de un algoritmo.

En este sentido es pertinente pensar, en lo que respecta a la construcción del “yo” y de los vínculos entre las personas, en términos de las epistemologías de la vinculación y la desvinculación. Esto es, como explica Mariela Genovesi (2015):

Es decir, de las formas históricas a través de las cuales los sujetos se han vinculado o desvinculado para consigo y entre sí a partir de las construcciones epistemológicas que han posibilitado esos vínculos y/o que han surgido como reconsideración de los mismos¹⁰.

¹⁰ Genovesi, M.; *Las condiciones materiales y afectivas de la existencia: aportes para una epistemología de la efectividad*, en: Sánchez A. Rafael (Coord.) *Sentidos y Sensibilidades: exploraciones sociológicas sobre cuerpos/emociones*, Estudios Sociológicos Editora: Buenos Aires, 2015, p. 5

Como se viene afirmando, en los tiempos posmodernos que corren, las formas/ dispositivos fueron ideados para que los seres humanos se vinculen consigo mismo y los demás de forma digital y mediatizada; lo que al mismo tiempo conlleva a la desvinculación de toda materialidad en las relaciones tanto internas como externas de las personas.

El cuerpo y sus sentidos funcionan a través de artefactos técnicos. Estos se han convertido en una palpable extensión del cuerpo, privándolo a este de sentir la experiencia del conocimiento directo del mundo. De aquí el denodado esfuerzo de la prédica publicitaria en exaltar la corporalidad humana al extremo, como forma de suplir lo que ha borrado. De esta forma, en los tiempos que corren, es que se suple la incompatibilidad existente entre el cuerpo, las subjetividades y la tecnología.

En la sociedad del espectáculo actual, la percepción de la realidad depende de las pulgadas de la pantalla del dispositivo, lo que reduce el conocimiento directo, no ya del mundo, sino del “otro” y de “uno mismo”. Hoy se conoce a otra persona según su perfil de Facebook, se “stalkea” a alguien para saber cómo es, de ahí que Facebook se convirtió en el espacio donde se ¿construyen? las identidades de las personas y donde ellas gestionan su vida pública. Lo que, inevitablemente, influye en la forma en que se estructura la identidad personal, la visión del mundo, el campo de acción sobre lo real, y el sentimiento de consistencia del “yo”.

Al mismo tiempo, en la necesidad imperiosa de mostrarlo y verlo todo, el cuerpo es examinado hasta sus entrañas. Así como el desarrollo tecnológico derrumbó las paredes hogareñas e hizo desaparecer las distancias geográficas, de la misma manera le extirpó la piel al cuerpo. Con el desarrollo de la Alta Definición y la tecnología 4 K de las imágenes, lo que permite mayor resolución, ya no hay milímetro corporal que quede librado a la imaginación. Por eso, la sociedad actual es pornográfica. En dos sentidos, por un lado, en el de la mostración inmediata y sin tapujos; por el otro, en el tipo de contacto que ofrece Facebook, el cual se

caracteriza por estar desprovisto de toda reflexión y atención, sino que es un ámbito de pura reacción refleja. Como describe Byung-Chul Han (2012):

En la sociedad expuesta, cada sujeto es su propio objeto de publicidad. [...] La sociedad expuesta es una sociedad pornográfica. Todo está vuelto hacia fuera, descubierto, despojado, desvestido y expuesto. El exceso de exposición hace de todo una mercancía, que “esta entregado, desnudo, sin secreto, a la devoración inmediata”¹¹.

Lo más incógnito de la existencia humana, los sentimientos y las emociones, salen a la luz y se ponen el juego en ese “diván virtual” abierto a todos que es el muro de Facebook. Ya no más terapia individual. Cuando nos conectamos a Facebook, empieza la sesión; todos somos pacientes y analistas al mismo tiempo. Los recovecos de la intimidad son analizados con solo bajar y subir el cursor y, la autoestima alimentada a través de la cantidad de “Me gusta” recibidos.

1.5 La vida gestionada a través de un click

Otro de los procesos a mencionar es el que se dio a llamar “globalización”, el cual es indicado por varios autores que analizaron la era actual como el rasgo característico de nuestro tiempo. Resultado buscado y planeado por la política económica neoliberal a escala mundial, por las corporaciones transnacionales e instituciones financieras que vieron consagrado el pleno acceso a los mercados bajo el paraguas de un sistema mundial integrado. Este rasgo, que resalta el pensamiento en términos de niveles globales a todas las manifestaciones de la

¹¹ Han, B.; *La sociedad de la transparencia*, Herder, Buenos Aires, 2012, p. 29

actividad social, logró su hegemonía a partir del 9 de noviembre de 1989, con la caída del muro de Berlín.

Proyecto que amalgamó, por un lado, el progreso de las técnicas de la comunicación en post de un mundo hiperconectado y de un incremento exponencial en cuanto a la producción, circulación y consumo de la información; y por el otro, las constantes innovaciones tecnológicas y los adelantos científicos que dieron como resultado verdaderas revoluciones en el sector digital y de la informática. De este entrecruzamiento surgió, dentro de las sociedades postindustriales, lo que se dio en llamar “sociedad informacional”.

Producto de dicha confluencia, la/s comunicación/es han redefinido sus fundamentos bajo las consignas de su funcionamiento a escala mundial y en tiempo real, lo que representa la nula distancia entre la producción de un acontecimiento y su difusión universal. Este contexto de continua transmisión de datos, afecta tanto la vida cotidiana de las personas, como a los grandes sistemas de producción y organización de estructuras comerciales, industriales, administrativas, estatales y militares.

Según recapitulan Aróstegui y Saborido (2005), fue en la década del 80 cuando la digitalización comenzó a expandirse y a producir cambios que calaron hondo en todos los ámbitos de la sociedad. En este sentido, plantean que:

Al comenzar la década del 80, las máquinas informáticas, el hardware, experimentaron un decisivo cambio, técnico y social, al aparecer la computadora personal (PC). [...] Su uso tuvo tal difusión que en pocos años transformó las actividades profesionales y la organización de la producción. La PC se convirtió en la máquina más versátil de instrumentación de la actividad de producción y de relación que se haya inventado nunca¹².

¹² Aróstegui, J. y Saborido, J.; *El tiempo presente. Un mundo globalmente desordenado*, EUDEBA, Buenos Aires, 2005, p. 109

Y agregan que, durante los años ´90, a este proceso se le sumó el sistema de comunicación basado en las redes informáticas, más conocido como internet, la cual consiste:

En el almacenamiento de una enorme cantidad de información digitalizada en unos grandes ordenadores, los “nodos” de la red, en los que la información entra y sale a través de las líneas telefónicas o mediante la transmisión inalámbrica hacia todos aquellos dispositivos o terminales que están conectados con la red y que acceden a ella a través de los servidores. La información en el momento actual está dispuesta en unas “paginas virtuales” (páginas webs) cuyo conjunto constituye la world wide web. La segunda utilidad es que la red sirve para la circulación de un inmenso número de mensajes personalizados¹³.

Aquí es necesario hacer un punto sobre Facebook en tanto empresa. Esta utilidad no se puede pasar por alto teniendo en cuenta que, en los tiempos que corren, el saber es poder y Facebook sabe mucho, por no decir todo, de todos nosotros. Reflejo de esta situación son los casos de filtración de datos por los cuales Mark Zukerberg tuvo que dar explicaciones a los gobiernos de Estados Unidos y la Unión Europea. No se nos tiene que escapar este dato, Facebook es una empresa que genera ganancias y que tiene empleados que trabajan gratuitamente para ella. Millones de usuarios alrededor del mundo le generan contenidos de forma gratuita para que los distribuya. La situación se pone más grave cuando ese contenido tiene que ver con datos sensibles de la intimidad de las personas. Este no es un detalle menor, reduciendo la denuncia de Ippolita (2012) sobre cómo funciona internet al caso específico de Facebook, se puede decir que el precio de la gratuidad en este espacio virtual es la recogida indexación y explotación de los datos de los perfiles de los usuarios. En medio de toda esa cantidad de flujo de información, los *big data* analizan e identifican a cada individuo, según su perfil, para ofrecerle publicidad personalizada de mercancías a la carta.

¹³ Aróstegui, J. y Saborido, J.; *El tiempo presente. Un mundo globalmente desordenado*, EUDEBA, 2005, p. 112

El capitalismo lo logró otra vez. Capitalizó, a través de cálculos algorítmicos que desembocan en Facebook, un espacio común por donde hoy las personas dirimen sus cuestiones públicas y personales, sin que ellas salgan, ya no de sus dormitorios, sin ni siquiera levantar la mirada de una pantalla. Capitalismo en su máximo esplendor. Todos nosotros generamos contenidos, de forma gratuita, a una empresa que vende esos datos a otras empresas para que, según nuestros gustos, nos publiciten sus productos para que nosotros los consumamos, solamente haciendo un click, inmóviles. Por todos lados proliferan los *big data*, la profesión del posmodernismo que se sustenta en los perfiles de los usuarios de Facebook.

Desde lo económico estos desarrollos permiten el intercambio de flujos financieros y de servicios en tiempo real, derribando las barreras geográficas y construyendo un mundo económicamente hiperconectado. Transacciones financieras entre personas que se encuentran a miles de kilómetros de distancia, la compra de un producto chino desde Argentina, la reserva de una habitación de hotel tres meses antes de llegar al lugar, todo está a un click de distancia. Es menester aclarar que no se trata de una cuestión de distancias solamente, sino de una matriz. De igual forma se adquieren entradas a cines, teatros, recitales, estando en la puerta de esos los lugares físicos o se contrata el servicio puerta a puerta de transporte de un automóvil, sin tener que salir a la calle y sufrir la fatiga y amenazante experiencia de levantar la mano para llamar la atención de un taxista.

Esta inmaterialidad progresiva de la economía tiene como ejemplo paradigmático el surgimiento de Bitcoin. La misma es definida como una moneda virtual e intangible, que se asemeja al dinero, solo que no se puede tocar, careciendo de toda materialidad. Según anuncian sus promotores, entre sus características más destacadas están la inmediatez y su capacidad de fluir digitalmente por cualquier parte del mundo, así como también su descentralización, lo que la hace imposible de ser controlada por las instituciones, ya sean estatales o privadas. Un eslabón más que se suma al proceso de desmaterialización de los intercambios

económicos, en donde la utilización de cheques, transferencias bancarias, tarjetas de débito y crédito, son algunos de sus antecedentes.

La proliferación de las compras *online* también se ajusta a esta tendencia. Si uno lo desea ya no es necesario salir de la casa ni siquiera para comprar los bienes de consumo cotidiano. Los hipermercados ofrecen la posibilidad de hacer el pedido vía internet, realizar el pago mediante tarjeta de crédito y enviar la mercancía en la puerta de la vivienda. En esta línea se ubican los sitios de internet como Mercado Libre, definida como la comunidad de compra y venta online más grande de Latinoamérica. Bajo los argumentos de la evolución y el futuro, el “almacén de barrio” parece quedar de a poco en la prehistoria en la línea de tiempo siempre ascendente de la humanidad.

Lo paradójico de nuestro tiempo es que el esparcimiento de esta “uberización” de la economía se trasladó a las relaciones humanas en su conjunto, no solo con el otro, sino con uno mismo. Todos estos procesos se entrelazaron de forma intrínseca con las formas de “estar en el mundo” de los sujetos y encontraron su corolario en lo que se denomina “posmodernidad”. Pero ¿De qué forma se encastraron estos procesos? ¿Cuáles son sus características? ¿Cómo se hacen perceptibles en la cotidianidad de las personas? ¿Se hacen perceptibles? Adentrarnos en las respuestas y caracterización de estos interrogantes brindan no solo el contexto necesario, sino también el acople con lo que resta de este capítulo y con el segundo.

1.6 *Realitys y talk show...* hacia la reconversión y “mostración” de lo cotidiano

Si bien siempre es impreciso establecer la fecha del comienzo de una fase histórica, varios pensadores que reflexionaron sobre la posmodernidad/sociedades

poscapitalistas, concuerdan en que fue a partir de los años ´60 y ´70 del siglo pasado cuando en las sociedades occidentales se produjeron, en todos los niveles, cambios estructurales que calaron hondo en los comportamientos cotidianos de los sujetos.

Sociedad de consumo masificada en todo su esplendor, las necesidades fueron y son creadas para todos los gustos, más precisamente, no hay variable sociodemográfica que quede exenta de ser un nicho comercial. Este sin límite económico traspasó las paredes hogareñas y copó absolutamente todo, corolario de la sociedad de consumo, asistimos a la mercantilización de la vida privada de los sujetos, en un capitalismo del “aparecer” de la existencia humana.

El concepto de “proceso de personalización” de Lipovesky (1990) resulta esclarecedor, no solo para caracterizar la época, sino también como noción operacional para el desarrollo de esta tesina ya que su contenido permite el entrecruzamiento de los tres ejes propuestos. Si bien este concepto engloba múltiples características, que responden a una idea global del autor, hago referencia a aquellas pertinentes al desarrollo de este trabajo, aquellas que permiten que las subjetividades que se moldean encuentren en Facebook el medio para canalizarlas.

Cambios en las modalidades de sociabilización, bajo el apoyo de dispositivos abiertos y plurales, como Facebook; la legitimación del individualismo hedonista y personalizado; el imperio de la indiferencia de masa, con su desconexión de los deseos colectivos correspondientes; realización personal inmediata; de estas particularidades habla Lipovesky (1990), cuando hace referencia a la sociedad posmoderna. Aquí agregamos al de las esferas de la vida “pública-virtual” de las personas.

[...] Eso es la sociedad posmoderna; no el más allá del consumo, sino su apoteosis, su extensión hasta la esfera privada, hasta en la imagen y el devenir del ego llamado a conocer el destino de la obsolescencia acelerada, de la movilidad, de la desestabilización. Consumo de la propia

existencia a través de la proliferación de los mass media, del ocio, de las técnicas relacionales, el proceso de personalización genera el vacío en tecnicolor, la imprecisión existencial en y por la abundancia de modelos¹⁴ [...].

En la misma clave habla Bauman (2007) cuando afirma que la comunidad de consumidores tiene como característica reducir las relaciones interhumanas a las que se dan entre consumidores y mercancías. Teniendo como particularidad fundamental la habilidad de metabolizar a los consumidores, antes ciudadanos, en objetos consumibles.

Estamos hablando de una sociedad basada en la hiperinformación, pero ya no de aquella “socialmente necesaria”, sino a la que hace referencia sobre la vida de uno mismo y la de los demás; expresiones sobre que sienten los sujetos, que desayunó, donde fue de vacaciones, con quien se peleó y un sinfín de situaciones/sentimientos que son básicamente las que plantea la vida. Todos los canales de expresión de esta época están basados en este sentido. En Facebook, el mayor exponente, se estimula el deseo de “ser visto”, apreciado, a participar, no importa mucho el contenido, sino la consigna es “aparecer” en post de la libre expresión y so pena de ser tildado de insignificante. Así están dadas las cosas, como si lo esencial fuera visible a los ojos. Al mismo tiempo, como la otra cara de la misma moneda, se estimula la necesidad de este consumo de la intimidad ajena.

Bajo esta tendencia se encuentran el espectro de las redes sociales, cada una con sus características específicas. En estos canales proliferan fotos y videos virales. Gente desconocida manteniendo relaciones sexuales, cual estrella porno; lejos quedó hacerse amigo del dueño del videoclub para conseguir un vhs con estas situaciones. Ya no hay que pedir las, nos llegan cotidianamente, a montones y para todos los gustos; personas realizando una acción graciosa bajo los efectos del

¹⁴ Lipovesky, G.; *El imperio de lo efímero*, Editorial Anagrama, Barcelona, 1990, p. 10

alcohol, cual comediante del segmento de un programa de televisión. Todo, como dice Lipovsky (1990) “a la carta”.

Otra línea subterránea, que se amalgamó a los procesos antes descritos, es lo que se denominó como el sistema de *star system*, el cual en la actualidad mutó al amateurismo/voyerismo y desembocó de forma desenfrenada en lo que Sibilía (2008) denominó como “exhibición de la intimidad”. En este sentido, hablamos de una trasposición por el interés de consumir vidas ajenas. Esta actitud chimentera generalizada hace referencia a la compulsión actual de las personas a la publicación/exposición de sus vidas privadas y, en un mismo movimiento, a consumir la intimidad de otras personas, convirtiéndose los individuos en el verdadero objeto de consumo.

Como antecedente a la exposición de la privacidad, cual mercancía, se encuentran la de las denominadas “estrellas” de *Hollywood*. Esta estrategia comercial del *star system* se desparramó a las diferentes industrias culturales, como ser la radio, televisión, el teatro y las editoriales, componentes todos de un mismo sistema que se retroalimentaba bajo la misma lógica. Este proceso giraba en torno a los actores y actrices cinematográficos, ya que atraían a la masa de espectadores y por consiguiente a las inversiones publicitarias. Este interés, no solo por lo profesional, sino también por la vida privada de estos iconos, desarrolló todo un mercado de consumo sobre su intimidad. Con los años este sistema se fue acrecentando e invadió otros ámbitos, como el deportivo y otras disciplinas. Las revistas del corazón y los programas denominados de entretenimientos, son satélites de esta industria.

Luego, cuando la televisión dominó absolutamente todo, este modelo sumó a otros protagonistas que dieron como resultado el surgimiento de los “*reality show*”. Dicho género se originó en los Estados Unidos en 1973 cuando la cadena PBS estrenó la serie “*An American Family*” (una familia americana). En ella se puso al aire, durante siete meses, la vida cotidiana de una familia californiana.

Con el éxito en audiencia quedó inaugurada la trasposición del interés por consumir vidas ajenas de las denominadas “estrellas” a la de inmiscuirse en la de la gente denominada “común y corriente”. Preferencia que se constata con la proliferación de este tipo de programas, a través de los años, y con los subgéneros que engendró.

Estos programas se caracterizan por presumir la trasmisión de emociones verdaderas e historias, diálogos y situaciones que no se basan en un guión predeterminado, en resumidas cuentas, de “la vida misma”. Según José Ignacio Varela Mejía (2001) sus características más distintivas son que sus protagonistas no son actores profesionales, sino gente “común y corriente” que interactúan entre sí. La existencia de un espacio para que los participantes expresen, frente a las cámaras y de forma íntima, sus impresiones sobre situaciones ocurridas. En general su trasmisión no es en tiempo real, sino que se editan y estructuran momentos, acciones y discursos para crear historias y de esta forma acoplarse a las normas de la televisión comercial. Su trasmisión continua, en vivo y directo puede observarse en canales por cable, mientras que, en televisión abierta se transmiten en horarios predeterminados.

Como desprendimiento de los *reality show* se encuentran los *talk show*, los cuales hicieron su aparición en la pantalla chica a finales de los '90. Se trata de programas en donde las personas “comunes y corrientes” exponen sus problemas personales, situaciones de conflictos, confesiones, y todo aspecto de su vida; respondiendo a la lógica de cuanto más íntimo y escandaloso, mejor. Todo sucede bajo la mirada del conductor del programa, los panelistas, el público asistente y la audiencia.

Otro sub género son los denominados pseudo – documentales, los cuales en la actualidad proliferan en los canales de cable. Consisten en reproducir la vida de un grupo de personas puestos en una situación fuera de lo normal. Los

participantes están inmersos en un concurso en el que el premio es de gran importancia para la vida personal de ellos.

Este fenómeno de dos caras, la exhibición de la intimidad y el deseo por consumir voyeurismo, quebró todos los límites entre lo público y lo privado conocidos cuando se amalgamó con el desarrollo constante de la industria científico-tecnológica, en sus vertientes digitalizante y virtualizante. A este combo se le sumó la proliferación del uso de las redes sociales, siendo Facebook su máximo exponente. Esta idea de conversión de cualquier tipo de material privado de la vida cotidiana de las personas en espectáculo, matriz sociocultural que predomina en la sociedad, supone indefectiblemente la intermediación/mediatización para “ser” en el mundo, bajo la idea contemporánea de que se “es” en tanto se “aparece”. Es en este contexto que en el terreno virtual los sujetos despliegan estrategias para inventarse un “ser”, una estética fría de la exterioridad de sí mismo. En un regocijo social del placer de la apariencia y el espectáculo, las personas producen un efecto de sentido sobre sus vidas, tanto para un otro que siempre mira y, para uno mismo, que siempre necesita ser observado y mimado con un “me gusta”.

En la época de la hipervisibilidad hasta el hartazgo, en la que el acto más banal en la existencia de las personas acredita ser mostrado, bajo el discurso de la transparencia y donde no hay lugar para el anonimato, todos somos pequeñas estrellas en el gran *plató* en que se convirtieron las redes sociales. En donde Facebook se constituyó como el exponente más acabo seguido por sus “hijos digitales”, (Instagram, Twitter y estados de Whatsapp) los cuales se reproducen constantemente en post de un mundo cada vez más “conectado”.

Bajo esta forma el capitalismo actual fabricó dos procesos que están íntimamente ligados. Por un lado, propugna un supuesto horizonte de igualdad entre los sujetos. Mediante la imposición de un estilo de vida regido por el “aparecer” pretende que las personas “comunes y corrientes” salten al estrellato y experimenten una simetría con el modo de existencia de aquellos que el *star*

system consagró, ya sea actores, cantantes, deportistas, y todo tipo de personajes. Paralelamente, se da otro fenómeno que tiene más que ver con el amateurismo. En este sentido, las personas “comunes y corrientes” logran, a través de la exposición en las redes virtuales, salir de esfera privada y volver a la esfera pública compartiendo su intimidad, desde un dispositivo técnico. De esta forma tienen la posibilidad de “hacerse conocidos”, sentir lo que las estrellas iluminadas experimentan.

La proliferación y relevancia que han tomado los *YouTubers* e *Instagramers*, personas que logran el *status* de celebridad gracias a la publicación de contenido propio en alguna plataforma digital, en el primer caso en YouTube mientras que en el segundo en Instagram, es un reflejo de los procesos que se vienen describiendo. En este sentido, las redes sociales ya son un sistema de medios, independiente de los tradicionales, que funciona con sus propias lógicas y dinámicas, aunque sin un marco de reglamentación como sí lo tienen la televisión, radio y diarios.

En dicha estructura, los “actores 2.0” logran, además de la tan ansiada popularidad, una forma de ganarse la vida, obtener un trabajo rentado. El patrocinio de alguna empresa, el *caché*, va a depender de la cantidad de seguidores, comentarios y *likes* adquiridos, en donde existen diferentes niveles que determinan la calidad del *sponsor*. Bajo esta lógica competitiva, todo vale, hasta la compra de seguidores, a la hora de incrementar el *ranking* virtual y por ende popularidad y ganancia.

Prueba de esta situación es la existencia en nuestro país de los premios Martín Fierro Digital entregado por Aptra, entre cuyas categorías se encuentran: “Mejor *Youtuber*”, “El más interactivo en *Instagram*”, “*Twitero* más influyente”, “Estrella Digital” y “Rey de redes”. Los medios digitales son definitivamente un sistema; que un individuo pueda transmitir contenido a un público, sin que lo contrate un medio tradicional, ha cambiado los vínculos y prácticas hasta el momento conocidos en lo que respecta a la relación entre medios y audiencia.

Por otro lado, volviendo al caso Facebook, el capitalismo a través de este espacio virtual realiza una homogenización colectiva donde se borra toda diferencia y no existe conflicto, ya que en ese espacio virtual impera una atmósfera que se podría denominar de la “buena onda”. Reflejo cabal de este mecanismo es la inexistencia del botón “no me gusta” para calificar las publicaciones. En palabras de Ippolita “Facebook promueve la homofilia, la fascinación recíproca de quien se siente parte de la misma identidad, que no tiene nada que ver con la afinidad”¹⁵. Bajo el paraguas de un estilo de vida que envuelve a todos, “los posteos” giran como una rueda que retroalimentan el ego y el narcisismo. Los comentarios de las publicaciones son reservorios de adjetivos que van en este sentido. Facebook funciona como un espacio paralelo donde no hay lugar para aquello que las personas experimentan en la realidad no virtual de la vida. No se muestra el fracaso, el dolor o cualquier otro sentimiento negativo, y en el caso que así fuera, impera una banalización de esos estados que los devuelve al terreno de la positividad.

Replegado del espacio público y amotinado dentro de pulgadas, el individuo encuentra en el espacio virtual de Facebook el terreno propicio para relacionarse con “lo/s otro/s” y “consigo mismo”. Para esto despliega estrategias que desembocan en una mostración caracterizada por el narcisismo, hedonismo y la megalomanía. Es que en Facebook, y es precisamente en donde reside su encanto, no hay negatividad, conflicto, soledad; solo retroalimentación positiva de seres que en el espacio no virtual están aislados de todo lazo robusto y que pactan virtualmente consentirse entre sí.

Ya en 1967, Debord vislumbró un modo de vida a través de las imágenes y las apariencias, denominó “sociedad del espectáculo” a las relaciones sociales mediadas por imágenes, modos *performáticos* de ser y estar en el mundo, que se configuran con la mirada del otro. Sería interesante escuchar su opinión respecto a este tema en tiempos de Facebook, donde el “me gusta” a una publicación

¹⁵ Ippolita; *En el acuario de Facebook*, Enclave libros, Madrid, 2012, p.27

representa lo que es para la radio y la televisión el *ranking* de audiencia. Así como el valor del espacio publicitario de un programa sube a mayor cantidad de audiencia, así el goce de una persona aumenta al recibir más “me gusta”. Misma lógica de mercado, se está en una etapa diferente a la de la sociedad de consumo, aunque la integra, resultado de los procesos descriptos. Ya no se “es” en tanto “tener”, sino en tanto “aparecer”. Así lo sentencia en su tesis número cuatro: “El espectáculo no es un conjunto de imágenes, sino una relación social ante personas, mediatizada a través de imágenes”¹⁶.

En una actualidad exponenciada a la que describió Debord, el hecho a destacar es la mediatización y el conjunto de estrategias que ella conlleva en los vínculos sociales entre las personas y, de la relación de los sujetos con ellos mismos. Entendiendo que Facebook es el canal por el cual se manifiesta la dificultad de los sujetos para conectarse de forma estable y fuerte en una sociedad con las características analizadas en este capítulo. Pero, de la misma manera que la compulsión permanente a consumir mercancías no suple la conformación del ser, el espacio virtual de Facebook no reemplaza la rotura de los lazos sociales, producto de las directrices y procesos que rigen la sociedad actual. Este conjunto de hechos hace que, en Facebook, los sujetos conformen sus subjetividades para el gran público. De esta forma, este espacio virtual se convirtió en un soporte de emociones que excede a una mera red social. Es a través de él que se compatibilizan las subjetividades de esta época tecnológica, caracterizadas por modos de ser visibles, conectados y dispersos.

¹⁶ Debord, G.; *La sociedad del espectáculo*, La marca editora, Buenos Aires, 1967, p.32

1.7 La reconfiguración de lo público/privado en la era Facebook: Nuevas estrategias subjetivas para “estar” en el mundo

Es teniendo en cuenta, entre otros factores explicitados a lo largo del capítulo, el debilitamiento del espacio público no virtual así como la reclusión de las personas en su esfera privada, que se enfoca la cuestión Facebook. Este espacio virtual se convirtió en el terreno donde los sujetos estructuran su identidad, tanto para “sí mismos” como para la “mirada de los otros”, poniendo en práctica las estrategias para ello necesario.

Es en este sentido que las personas están emplazadas de forma binaria, en tanto y en cuanto estamos atravesados por dos espacios que cada vez más se superponen y en donde Facebook acrecienta su zona de influencia en detrimento del espacio físico. Es en este sentido que cuando el sujeto no-virtual vive una experiencia que le resulta significativa, lo que en la actualidad básicamente incluye a todas las acciones que realiza un ser humano, su reflejo virtual la representa de inmediato utilizando las diferentes herramientas informáticas que tienen a su disposición. Esta situación permite que los sujetos pongan en práctica estrategias precisamente para conformarse como tal, en una sociedad donde Facebook representa el lugar posmoderno donde las personas pueden y deben mostrarse de forma ideal, sin que haya autenticación y verificación posibles. Cada vez más, Facebook encarna las aguas donde Narciso se zambulló en busca de sí mismo, siendo incapaz de separarse del reflejo que lo llevó a enamorarse de su propia imagen idealizada.

Mutilados los lazos de sociabilización e interacciones cara a cara, Facebook es el espacio ideal ideado para que las personas se muestren según las características impuestas por la humanidad. En el espacio virtual, el sujeto es referente y mensaje al mismo tiempo. El precepto es “aparecer” en detrimento del “ser”, el porqué. Lo

mismo da si el sujeto se “postea” desayunando, almorzando, merendando, cenando o por irse a dormir; con un paisaje de fondo o trabajando; mostrando al hijo recién nacido o escribiéndole a ese mismo bebe alguna dedicatoria, como si el niño lo pudiera leer. Todo vale en la era de la transparencia y lo pornográfico. El anonimato y el resguardo de la intimidad son actitudes seriamente castigadas por una sociedad que tiene la necesidad imperiosa de querer ver y mostrar todo, aunque eso nos lleve a tener el mismo destino que Narciso.

De esta forma es que se hace referencia a las subjetividades, entendiéndolas como “modos de ser/estar en el mundo” históricamente constituidas/moldeadas por procesos externos a ella y, como estos, en un mismo movimiento, inhiben otras. En una actualidad caracterizada por la hipervisibilidad ligada al repliegue del sujeto a la esfera privada, desposeído de cualquier tipo de vínculos sociales estables y fuertes a través del contacto cara a cara, es que se vuelve a lo público pero esta vez de forma virtual y sin la presencia física antes requerida.

Como se viene diciendo, estos procesos trastocaron no solo la interacción de los sujetos con ellos “mismos” y con los “otros”, sino también los espacios en donde se configuran la sociabilización y, con ellos, las prácticas vinculantes que cada lugar conlleva.

En Facebook el sujeto ya no es tal, sino que se convierte en un usuario. Es a partir de ese momento en el que se puede diseñar las versiones que quiera de él mismo, configurarse según características ideales emanadas por el tipo de sociedad en el que vivimos. De esta forma se ejerce la subjetividad, creándose una/s identidad/es, real/es o no, pero que al fin de cuentas estructuran a un “yo” virtual idealizado del “yo” no virtual. Es que al fin y al cabo la organización de la identidad del usuario es una representación, ya que al trascender lo físico y no estar sujeta a verificación no guarda relación con la sociabilización física y la experiencia. En Facebook se puede ser quien se quiera ser para la mirada de “otro”, ese “otro” que también se re significa, que es al mismo tiempo público y actuante, en un círculo vicioso que se retroalimenta hasta el hartazgo.

Es que borrado el cuerpo en tanto materia, la vidriera digital permite y necesita, con la saturación, que los sujetos subrayen una presencia digital que maquille la retirada y alejamiento de lo físico, para de esta forma estimular el cada vez más remoto recuerdo del “otro”. En la sociedad posmoderna los sujetos revalidan su existencia dentro del espacio virtual, lo que indefectiblemente hace que pasen más tiempo frente a una pantalla en detrimento de su estadía en el espacio no virtual. A mayor presencia virtual, más ausencia corporal. En la actualidad, tanto la subjetividad como el cuerpo están enredados en este juego de presencia/ausencia.

En cuanto a la reconfiguración de las formas de relaciones y vinculaciones que habilita Facebook, estas tienen su correlato con el tipo de identidad que en él se crean. Las interacciones se caracterizan por ser flexibles, débiles y banales. Apuntan a una sociabilidad para fortalecer un nosotros compacto y homogenizante, que se rige por las pautas de la positividad y las apariencias. En la habitabilidad de este espacio virtual el “yo” se re-significa, no solo la esencia del sujeto y como se percibe él mismo, sino como quieren que lo perciban. Y es precisamente este comportamiento el que necesita de personalidades narcisistas y megalómanas para que la rueda virtual siga girando.

CAPÍTULO 2

LA MODERNA SOLEDAD

2.1 En referencia a los “modos de ser y estar en el mundo”

Ya caracterizada la época actual en la que vivimos y los procesos por los cuales se llegó al estado de situación vigente, se hace necesario indagar sobre las características del tipo de subjetividades particulares que este tipo de sociedad moldea. Y como consecuencia, las prácticas que de ellas se derivan y envuelven a los sujetos. Si bien para el desarrollo de este capítulo utilizo predominantemente un enfoque desde la psicología, por lo que prevalecen citas que explican términos técnicos de la disciplina, también se entremezclan conceptos derivados de los autores utilizados para la primera sección de la tesina, es decir, pensadores más emparentados con la sociología.

Me pareció interesante que en el trascurso de esta sección predominen conceptos derivados de la psicología, ya que me proporcionó caracterizar de forma específica las subjetividades que describo. Es necesario aclarar que en oportunidades me fue complejo utilizarlos debido a que no son nociones con las que estoy habituado a trabajar, por esta razón opté por citar a autores que explican a los creadores de conceptos teniendo la certeza de la validez de las “construcciones de segundo grado” o “explicaciones de explicaciones”,

emparentadas con la línea subjetivista en la investigación de Ciencias Sociales, acabadamente analizada durante el desarrollo de la carrera Ciencias de la Comunicación.

También, es menester remarcar que en estos casos fue debidamente documentada la procedencia de los escritos y autores que realizaron las interpretaciones. A su vez, traté de no abusar de la utilización de este procedimiento explicativo, por eso procuré utilizar la cantidad de citas estrictamente necesarias para la adecuada claridad de las ideas que expongo en el desarrollo de este capítulo.

En este comienzo se hace necesario aclarar desde qué perspectiva y de qué forma se considera a la subjetividad. En este sentido, y como se anticipó en la introducción y en el capítulo anterior, se entiende que son “modos de ser y estar en el mundo”. A su vez, esta afirmación lleva a preguntarse ¿Cómo los sujetos son y están en este mundo actual? Las características de la sociedad contemporánea ya fueron descritas, por lo cual queda poner de manifiesto las subjetividades que ella moldea y como se realiza la imbricación con Facebook, considerado como espacio virtual por donde hoy en día los sujetos ponen en práctica estrategias para constituirse como tales y en relación con los otros.

Con respecto a la elección del marco teórico que sirve como referencia para abordar la cuestión de la “subjetividad”, hubo que tomar una decisión epistemológica clave entre dos líneas históricas de pensamiento claramente opuestas. Estamos hablando entre aquella que plantea a la producción individual, de las ideas y las representaciones de la conciencia como productos inmanentes de los hombres; y la que se puede resumir en el postulado marxista “No es la conciencia la que determina la vida, sino la vida la que determina la conciencia”.

En este sentido opté por el segundo enfoque, teniendo la certeza de que:

La subjetividad está determinada por características sociales y culturales en el marco de un sistema histórico-político. Se

producen transformaciones históricas que impactan en el psiquismo humano y en el ordenamiento espacio-temporal del mundo. La subjetividad como construcción psico-social es la consecuencia de prácticas sociales identificables y tipificadas que la producen¹⁷.

Ahora bien, pero ¿Cómo se caracterizan las subjetividades posmodernas? ¿Qué tipo de prácticas resultan de ellas? ¿Por qué se sostiene que encastran a la perfección y se refuerzan en Facebook? ¿Cómo se compatibilizan las subjetividades con la era tecnológica actual? ¿Cómo se produce el entrelazamiento entre las directrices que gobiernan a la sociedad y la constitución de los sujetos con ellos mismos y los demás?

Estas son algunas de las preguntas que sirven como guía para el desarrollo de este capítulo y la articulación global de la tesina. Es en la tercera sección donde se analiza a Facebook propiamente dicho, no desde un aspecto semiótico, sino como se viene afirmando, como un espacio virtual donde los sujetos despliegan estrategias para constituirse como tales en su relación con los otros.

Llegados a este punto se está en condiciones de plantear la primera aproximación sobre las características de las subjetividades que moldea la sociedad posmoderna y que se reflejan en Facebook. Estamos hablando de directrices globales que incentivan personalidades hedonistas, narcisistas y megalomanías. Adentrarnos en estos conceptos nos brindan las pautas del tipo de estrategia que los sujetos despliegan en Facebook para saciar los imperativos que rigen la época posmoderna que habitamos.

¹⁷ Goldstein, B.; *Cultura de consumo y subjetividad adictiva*, en revista digital *Intersecciones en Psi* www.intersecciones.psi.uba.ar, disponible en http://intersecciones.psi.uba.ar/index.php?option=com_content&view=article&id=419:cultura-del-consumo-y-subjetividad-adictiva&catid=15:actualidad&Itemid=25

2.2 Hedonistas, narcisistas y megalómanos....pero en el fondo, inseguridad

Abordar el concepto de hedonismo desde la psicología permite entrecruzar esta idea con varios síntomas que caracterizan a la sociedad posmoderna. Indicios que, al relacionarlos con la estimulación de la necesidad constante de la utilización/ adquisición de cualquier novedad tecnología de comunicación, producen un combo que encuentra en Facebook el terreno virtual apropiado para su expresión.

Antes de desarrollar estas cuestiones es necesario aclarar el origen del significado de tal comportamiento. Como describe Darío Galante (2008) el hedonismo fue un principio originado en la antigua Grecia, el cual planteaba que el placer es el único bien de la vida, por lo que la conducta de las personas tiene que estar orientada en la búsqueda de este ideal. Dentro de esta doctrina convivieron dos escuelas. Por un lado, los cirenaicos planteaban que el fin máximo de la existencia era la satisfacción de los deseos personales inmediatos, sin tener en cuenta a otras personas; por lo cual no tiene sentido realizar un sistema de valores morales, eligiendo así la conveniencia de los placeres inmediatos sin tener en cuenta el dolor que pudieran causar en el futuro. Por el otro lado, los epicúreos resaltaban que el placer verdadero es alcanzable a través de la razón; subrayaban como virtudes el dominio de sí mismo y la prudencia.

La compulsiva publicación que los sujetos realizan en Facebook está emparentada con la primera tendencia descrita. Nada importa a la hora de saturar la necesidad individual de gozar a partir de aparecer/ser visto, ser consumido y recibir la mayor cantidad de “me gusta” posibles, como forma de valoración de la vida. En este sentido el imperativo es “aparecer”, no importa mucho de qué forma, sino que toda estrategia es válida para no quedar condenado al tan temible anonimato.

En consecuencia, las personas desarrollan prácticas *on line* de forma constante, como si la aparición repetitiva en un espacio virtual determinara la personalidad, la inteligencia emocional y las marcas dejadas por la experiencia. Donde, al mismo tiempo, el anonimato, la reflexión introdirigida, el silencio, son actitudes no contempladas y mal vistas por la carrera sin sentido de la instantaneidad, la cual no deja lugar a la reflexión y refleja, paradójicamente, la “desconexión” con el momento vivido.

Facebook es el lugar donde los sujetos gozan moldeando su existencia comparándola con la de “otro”, en donde ambos, sobre la base virtual de una publicación/ comentario/ me gusta, se regocijan al saberse mirados. Sitio donde no hay lugar para la restricción de la libido, castración y represión de las pulsiones, como tampoco para la sensatez, prudencia y vergüenza. En este sentido, Facebook aparece asociado a la lógica pornográfica en tanto se atrofia la fantasía, corolario de la pérdida del aura benjaminiana de las personas. Fin de las distancias no solo los temporales y espaciales, sino también de aquella necesaria para la protección de la vida íntima de los sujetos. Es que las prácticas de sociabilización *on line* requieren, precisamente lo contrario, demandan la mayor cercanía posible. Como se viene afirmando, en Facebook impera la lógica de la obscenidad de las confidencias personales en post de una supuesta transparencia y autenticidad; ambas necesarias y estimuladas, rigurosamente, para afirmar lo que se ha borrado.

La proximidad virtual producto del distanciamiento emocional en el espacio no virtual de la vida resulta de la inestabilidad existente en las relaciones personales y de la fragmentación que el sistema económico agudiza cada vez más para asegurar su bienestar, sin tener en cuenta las alteraciones que produce en el estilo de vida de las personas. Estas variaciones afectan indefectiblemente la construcción de la identidad de los sujetos debido al vacío interior que se produce por la incapacidad de envolver y sentir de forma directa a las cosas y seres.

Publicaciones compulsivas, aceptación de “amigos” a mansalva, necesidad imperiosa de recibir la mayor cantidad de “me gusta”, el estar “conectado” las 24 hs., comentarios banales, toda participación en Facebook es de carácter repetitivo. De esta forma se busca evadir al dolor, frustración, tristeza, angustia, depresión y sufrimiento, que causa la soledad reinante por la incapacidad posmoderna de establecer lazos afectivos fuertes y estables, los cuales no pueden ser sustituidos por la virtualidad de las redes sociales. Círculo vicioso de insatisfacción permanente, sin advertir que es una solución momentánea y como tal parcial, por lo que el sujeto se ve llevado a repetirla una y otra vez. Volviéndose una práctica tóxica por repetición, producto de preferir la compañía de un dispositivo electrónico a la de un ser vivo.

Todo está permitido en “Face”, declaraciones de amor, exclamación de estados de ánimos, desayunos, juntas con amigos, hasta la no publicación se convierte en una estrategia. La eliminación como “amigo” de una ex pareja se vive como un segundo duelo. En este punto, el de las relaciones románticas, es interesante observar el despliegue de ciertas estrategias posibilitadas por las nuevas dinámicas sociales y la tecnología (en sus vertientes digitalizante y virtualizante) las cuales alteraron las formas tradicionales de relacionarse, en pos de una despersonalización que, al mismo tiempo, produce nuevas consecuencias emocionales.

2.3 Besos por celular... Vomita modelos de ficción...

Como explica la socióloga Sherry Turkle (2016) en este aspecto se destacan los fenómenos del "Ghosting", "benching" y "zombing". El primero se caracteriza por ser un comportamiento en donde alguno de los integrantes de una relación deja de comunicarse con el otro a través de la eliminación como amigo en Facebook y, en

todas las restantes redes sociales en conjunto, como el bloqueo de WhatsApp. Se dice que si alguien "ghostea" a otro, el vínculo está terminado y listo para atravesar todas las etapas del duelo.

El "benching" es una conducta especulativa. Consiste en brindar una señal ocasional, como un comentario o un "me gusta" en una foto antigua en la biografía del otro. De esta forma no se termina la relación, pero tampoco se habilitan progresos que puedan continuar en el espacio no virtual.

Se hace referencia al "zombing" cuando se termina una relación y uno de los integrantes desaparece en el espacio no virtual de la vida, pero sigue mandando mensajes a través de Facebook; se puede decir que es un "histeriqueo" permanente. Ejemplos de esta conducta son un texto por la noche para "tantear" qué onda, una charla trivial descontextualizada, una interacción inesperada.

A estas prácticas hay que sumarle el *sexting*. Esta palabra designa al intercambio, entre dos personas, de mensajes, fotografías o videos con contenidos sexuales, en donde tanto el emisor como receptor son los actores de dicho trueque.

Prácticas tóxicas en tanto no hay satisfacción posible, así como el jugador no la encuentra con su apuesta, el alcohólico con sus licores y el drogadicto con sus sustancias. Se considera adicción en tanto dependencia a una sustancia, actividad o relación, la cual trae consecuencias negativas en la vida personal y social de quienes realizan un abuso permanente y compulsivo de las mismas. En este caso, de Facebook como forma de interacción.

Hábito en cuanto su uso es constituyente de los sujetos y de las relaciones con los otros, lo que refleja la obturación/inconsistencia existente en el espacio no virtual producto de los procesos descritos en primer capítulo. Obstrucción que de ninguna forma se compensa en Facebook, sino que la refuerza y la pone en evidencia, llegando a producirse una saturación insoportable del "yo".

Subjetividad cosificada en la propiedad numérica de una imagen, de las palabras, de un video o, de la mezcla de todos; en Facebook las técnicas de edición y

montaje permiten, bajo las estéticas de la publicidad y el videoclip, el placer de moldear la vida que cada uno quiere proyectar a un “otro”, que siempre mira. Pero, en una dualidad intrínseca, esa presencia virtual, refleja la ausencia física de esos otros. Ese mismo vacío que se experimenta al adquirir compulsivamente mercancías a mansalva, es el mismo que surge de la veborrágica publicación en la biografía digital, en donde se ofrece un sujeto, sin sujeto.

Ruptura de los lazos sociales en comunidad, erosión de las identidades, traspaso del individualismo económico a la vida cotidiana, igualación del “ser” con el “tener”, la apariencia/exhibicionismo como valor supremo, desarrollos técnicos-científicos de los medios de expresión al alcance de la mano. Esta conjunción de factores moldean un tipo particular de subjetividades, las cuales se caracterizan por un narcisismo exacerbado, que encuentra en Facebook su escenario por excelencia para desplegar las estrategias de un “yo” omnipresente. Territorio virtual donde se refleja “Toda la potencia de ese yo que narra, firma y actúa [...]”¹⁸. Ese “yo” que, precisamente al coparlo todo, no deja lugar a una construcción fuerte de la identidad, ya que se la ha vaciado de uno de sus aspectos constituyentes, a saber, la “diferencia” que brinda la experiencia directa y estable con los demás.

2.4 Mundo exterior/mundo interior

En el espacio virtual solo hay lugar para la proyección, sin alteridad, de uno mismo, por lo cual tampoco existe intercambio enriquecedor entre un “yo” y “otro”. En el sentido de que todo sucede en un territorio que puede caracterizar como de la “buena onda”, en donde hay un acuerdo de coexistencia entre todos.

¹⁸ Sibilia, P.; *La intimidad como espectáculo*, Fondo de Cultura Económica, Buenos Aires, 2008, p. 271

Producciones de fotos y videos están dirigidos en este sentido, las de recibir la mayor cantidad de “me gusta” posibles y comentarios empalagosos de la magnitud de “hermos@”/ “bell@”/ “geni@”. Y en los casos en donde se expresa un sentimiento/estado de ánimo /situación negativa, bajo la mediatización de Facebook, se banaliza retomando ese carácter reinante de positividad. Como señala el filósofo Byung-Chul Han, haciendo referencia a los espacios virtuales:

Borra toda forma de negatividad. Con ello se olvida de pensar de una manera compleja. Y deja atrofiar formas de conducta que exigen una amplitud temporal o una *amplitud de mirada*. Fomenta la visión a corto plazo. Fomenta el corto plazo, y ofusca la *larga duración y lo lento*. El *me gusta* sin lagunas engendra un espacio de positividad¹⁹.

En un espacio donde se resalta la positividad e instantaneidad, quedando el entendimiento y la reflexión fuera de juego, y en donde el “yo” es una yuxtaposición de discursos editados por uno mismo, Facebook se establece como una maquina narcisista del ego que produce una sobreoferta de “unos” y los “otros”.

Narcisismo en tanto desarrollo del “individualismo total”, de la “sobreevaluación de las cuestiones subjetivas” afirma Lipovesky (1990). Como se viene describiendo, subjetividades específicas moldeadas por un tipo específico de sociedad, la posmoderna:

El narcisismo sólo encuentra su verdadero sentido a escala histórica; en lo esencial coincide con el proceso tendencial que conduce a los individuos a reducir la carga emocional invertida en el espacio público o en las esferas trascendentales y correlativamente a aumentar las prioridades de la esfera privada²⁰.

¹⁹ Han, B.; *En el enjambre*, Herder, Buenos Aires, 2014, p. 43

²⁰ Lipovesky, G.; *El imperio de lo efímero*, Editorial Anagrama, Barcelona, 1990, p. 13

A este análisis de Lipovsky, aquí se agrega, regreso a la esfera pública a través de Facebook, es decir, ya no a través de la carne y el hueso sino de forma virtual. De esta forma se conforma la triada que se viene sosteniendo a través de las descripciones de los procesos del primer capítulo, PÚBLICO-PRIVADO- PÚBLICO VIRTUAL, con las estrategias que esta vuelta conlleva. Narcisismo virtual donde la expresión del “yo” busca realizarse/congraciarse a través del “me gusta” y los comentarios, lugar donde no hay oposición, sino alabanzas a todos los “yoes narcisistas”.

En este ameno microclima virtual de la vida donde no hay represión alguna sobre lo que se muestra, sino que toda estrategia está destinada a “aparecer por el solo hecho de aparecer”, es en donde se define precisamente el narcisismo posmoderno. Sesión psicoanalítica pública donde los sujetos liberan sus sentimientos y emociones, este exhibicionismo del espacio privado refleja los “modos de estar en este mundo” posmoderno. Sujetos conectados, visibles y dispersos; “personalidades alterdirigidas”, sentencia Sibilia (2008).

Los comportamientos de los sujetos en Facebook se caracterizan por el exceso inconmensurable de narcisismo, producto de la liberación del “yo” que se realiza en ese espacio virtual donde las personas eligen indagarse sobre sí mismas y constituirse como tales de forma pública-virtual. Es precisamente por esa lógica que la construcción de la identidad muta según los imperativos de la moda, esto es, según lo que haga recibir mayor cantidad de “me gusta” y comentarios. De aquí se desprende la yuxtaposición de discursos sobre la personalidad que desembocan en el exceso de múltiples configuraciones sobre uno mismo, lo que al fin de cuentas evidencia la ausencia, imprecisión y fragilidad de la propia existencia de uno mismo. Esta conducta proyectada para la aprobación del otro refleja la necesidad de publicaciones veborrágicas para acaparar la mayor cantidad de atención posible.

“Personalidades alterdirigidas”, ansiosas y estresadas por la sujeción a otro que siempre mira. Pero cuando la pantalla se apaga, aunque sea solo un momento, la cantidad de energía volcada en las complejas y diversas personalidades expuestas virtualmente, se vuelve proporcional a la sensación de vacío de la existencia en el espacio no virtual de la vida. Allí donde la propia imagen inventada no tiene más espectadores que uno mismo, producto de la imposibilidad posmoderna de constituir lazos sociales fuertes y estables en el espacio no virtual. Este hábito exhibicionista que los sujetos realizan a través de Facebook, y de otras redes sociales, es lo emblemático de nuestra época. Esta “tiranía de la intimidad”, a la que hace referencia Sennett (1978) retrata la pérdida de cualquier tipo de vínculo con uno mismo y la conversión de las emociones en mercancía. Traspolarización de la norma de lo efímero del consumo de artículos a la de constitución de la personalidad de los sujetos. En la vidriera global de Facebook los sujetos despliegan continuamente estrategias para cambiar su apariencia, cual sobreoferta de productos en el mercado. Cuando se pensaba que la flexibilización laboral era el fin último del régimen económico, el capitalismo lo logró otra vez, en los tiempos posmodernos la flexibilización pasa por las subjetividades. Así, hoy en día, se constituyen los diferentes aspectos de la vida de los sujetos y su relación con los demás. Así, desde la comodidad de un click, se gestionan las emociones constituyentes de la subjetividad.

La sobrevaloración de las cuestiones subjetivas, característica del narcisismo posmoderno, encontró en el espacio público virtual de Facebook el lugar propicio para que los sujetos canalicen la liberación sin filtros de los sentimientos de las emociones. Producto de la falta de un anclaje emocional estable y del aislamiento social imperante en el espacio no virtual de la vida, toda esa carga emotiva es volcada en Facebook por todos los “yoes” que realizan, cotidianamente y sin reservas, un *streptase* emocional donde todos se regocijan ante el placer de saberse mirados. Exaltación del “yo” hasta la saturación, la exposición continua de las emociones y pasiones íntimas responde a la liberación de ese “yo” que no soporta el angustiante anonimato, la posibilidad de no ser. Para su ascenso al

estrellato los sujetos despliegan estrategias que moldean su identidad según las circunstancias para ser visto y reconocido por todos los demás “yo” que siempre miran; se puede ser runner, intelectual, familiar, amigüero, todos los moldes de estilos que se deseen estar al alcance de un click. Estas adulteraciones afectan indefectiblemente el proceso de construcción de la subjetividad de las personas, las cuales quedan vacías de su particularidad constituyente. De esta forma, la identidad queda huérfana de lo estable y queda a merced de lo instantáneo/ efímero/ lo que está de moda.

La evaporación de la noción de identidad deja expuesta la fragilidad del “yo” que acontece en los sujetos posmodernos. Incesante transmutación del “yo” para la apariencia externa. Bajo la moral de la hipervisibilidad, el ser mirado/ el reconocimiento virtual se convirtió en el fin último de la existencia. De esta forma trivial queda configurada “las formas de ser y estar de los sujetos” en el mundo.

Los postulados que se desprenden de la obra de Lipovsky (1990) describen de forma tajante como las características de las subjetividades y del tiempo histórico de una sociedad dada están relacionadas intrínsecamente. En este sentido se imbrica la triada de conceptos que se vienen tratando, a saber, posmodernidad-espectáculo- narcisismo.

2.5 Me voy corriendo a ver que escribe en mi muro...

Una muestra de estos comportamientos de los sujetos en Facebook son los “posteos” que cada uno de ellos realiza. En este sentido, elegí algunos casos de “amigos” vinculados a mi perfil. Los ejemplos fueron clasificados en cuatro categorías, a saber, viajes, hijos, personal y profesiones. Cabe aclarar que la muestra no responde a una metodología estricta ni tampoco pretende mostrar

resultados acabados, sino que simplemente son ejemplos que se pueden encontrar, cotidianamente y de forma aleatoria, en los perfiles de las personas que componen Facebook.

“Disfruto el viaje con vos”, es uno de los ciento once comentarios que una usuaria recibió al postear una foto de ella, sintiéndose encantada en Beijing. Las fotografías de viajes es una de las categorías que predominan en el espacio virtual de Facebook. La sesión de fotos siguió por todas las ciudades que dicha usuaria recorrió. Mientras que en Osaka se sintió bendecida y en Shangai encantada. La serie de fotos realizada durante su gira oriental tuvo un pico de ciento treinta seis “me gusta”. Uno de los últimos comentarios exclamaba, *“Es hermoso vivir este viaje a través de tus fotos”*. Ante tanta muestra de cariño, la protagonista cerró su excursión con el comentario, *“Gracias a todos por acompañarme en este viaje”*. El denominador común en esta categoría, no solo en este ejemplo, son los primeros planos de la protagonista con el paisaje de fondo.

Otra usuaria hace conocer, cual agente de viajes, lo paradisiaco que son las playas de Miami. Con el encabezado *“#EXISTEOTROMUNDO”*, se muestra, de cuerpo entero y con una sonrisa indisimulable, disfrutando de las aguas de dicho lugar.

Otra de los géneros que convocan la mayor cantidad de comentarios y “me gusta” son los dedicados a los niños, en particular a los hijos. La máxima expresión en este rubro la realizó un padre que el día en que su hija cumplió cuatro años la homenajeó posteando la filmación del parto, bajo la leyenda *“Momentos que nunca se olvidan. Así te conocimos”*.

Otra usuaria, con una foto de su hija sentada en el asiento del conductor de un auto, escribió la siguiente dedicatoria, *“Agradezco mucho tenerte en mi vida, no lo leerás, pero me llenas la vida de felicidad”*.

La categoría denominada personal se refiere a aquellas publicaciones que constan de auto fotos hechas por el protagonista en primer plano y realizando algún tipo de pose.

Este es el caso de una usuaria que “subió” una serie de nueve fotos en el balcón de su departamento, donde modela varios tipos de pose con el epígrafe “*Simplemente yo*”. Dicha *performance* recibió treinta y siete “me gusta”, siete comentarios, entre el que se destaca “*Diosa del olimpo*”.

“*Bella mi amiga*”, fue uno de los tantos halagos que recibió una usuaria al “postear” una foto suya en el planetario, con el correspondiente look de runner.

Por último, está el género profesiones. Con esta denominación me refiero a que en Facebook todos pueden salir del anonimato y convertirse en aquello que las nuevas tecnologías permiten. Se puede ser DJ, enlazando una canción por Spotify o un video de YouTube; en este sentido, un usuario musicalizó un “*Buen sábado*” con la canción *Color de Tierra* de la banda *Arbolito*. También se puede ser periodista, comentado la realidad política y económica del país; una usuaria describe, con respecto a la suba del precio de combustible, “*Y sigue subiendo el costo de vida. Maravillas de la era macrista, en realidad la promesa de campaña era pobreza enserio, no pobreza cero. Lo que pasa es que escuchamos mal*”.

Estos simples ejemplos seleccionados representan la matriz de lo que sucede en Facebook cotidianamente. Donde los usuarios, como se viene afirmando, despliegan estrategias para “aparecer” en ese espacio y dirimir de forma virtual cuestiones públicas; así como también su subjetividad, mostrando su intimidad.

Es que en Facebook las personas buscan denodadamente suplir la deriva identitaria y de relaciones que se sucede, por la organización del estilo de vida imperante, en su cotidianidad. Superar aquello que Adrián Scribano denominó como “dolor social”, el cual es entendido como:

El sufrimiento que se percibe; como el resquebrajamiento o quiebre de la articulación entre cuerpo subjetivo, cuerpo social y cuerpo individuo frente a esta lógica de la constitución de la subjetividad. El sufrimiento resquebraja la articulación de los modos sociales de vivir (se) y con-vivir asegurando la distancia (corporal y sensible) con la acción disruptiva. El dolor social es esa iteratividad y regularización de tribulaciones, des-ventajas y depreciaciones. El dolor social es un sufrimiento que resquebraja ese centro gravitacional que es la subjetividad y hace cuerpo esa distancia entre el cuerpo social y el cuerpo individuo. En esta sensibilidad que se construye, hay un sufrimiento que se produce como desanclaje y desconexión entre el cuerpo social, el cuerpo individuo y el cuerpo subjetivo.²¹

2.6 Yo, yo y yo

De la amalgama entre capitalismo avanzado, con el desarrollo tecnológico sin límites, y sociedad del espectáculo, con las subjetividades particulares que engendra, en la era posmoderna, “el modo de ser y estar en el mundo” de los sujetos es en “modo *selfie*”. Este estilo de vida, producto del uso intensivo de la tecnología y las redes sociales, permite dar rienda suelta a una verdadera cultura del narcisismo. Facebook les devuelve a los sujetos el reflejo de la imagen que quieren dar. Una exposición editada, con filtros y retoques, de la vida de los “yo” para que luzcan ideales y así conseguir, llamando la atención, ese “me gusta” que proporciona satisfacción instantánea, en detrimento de la construcción de vínculos robustos y duraderos. Al mismo tiempo, esta dependencia a la aceptación del “otro” virtual genera un alto grado de ansiedad en las personas, ya que la vigilia de ese click refleja la inseguridad y baja autoestima reinante.

En este sentido, Simon Sinek (2017), caracterizando a los *millennials*, los nacidos después de 1984, plantea que los sujetos de esa generación son narcisistas,

²¹ Scribano, A.; *Mapeando Interiores. Cuerpo, Conflicto y Sensaciones*, CEA-UNC-Jorge Sarmiento: Buenos Aires, 2007, p. 6

egoístas, inseguros, poco enfocados y banales. Con respecto a la tecnología y a las relaciones personales, enuncia que es una generación con poca autoestima y capacidad de desarrollar relaciones duraderas y estables, “Las relaciones profundas, que llevan mucho trabajo y dedicación, no son un signo presente de estos tiempos”.

En una sociedad caracterizada por la fragmentación de un individualismo con sesgos narcisistas donde no hay espacios para la construcción de identidades con el desorden y desestabilización que esto produce en el plano de la subjetividad y, donde la autoestima pasa por el hecho de ser reconocido, hace que los sujetos encuentran en Facebook, bajo una modalidad catártica, impulsiva y sin reflexión, ese espacio para mostrarse ante los “otros” de la mejor forma posible. Esta impulsividad, refleja la dificultad actual para dominar y tramitar las pulsiones desde el “yo”.

Mecanismo mentiroso, que al fin de cuentas no logra subsanar la frustración, angustia y la falta de autoestima que produce en el espacio no virtual el régimen económico y sociocultural imperante. El cual presiona sobre los cuerpos y las subjetividades para que ambos se exhiban según sus cánones.

En un tiempo histórico donde las formas de lazos sociales, es decir, las maneras en que las personas se vinculan, piensan y comparten la vida se produce *on line*, el postear, comentar, recibir y dar “me gusta” de forma compulsiva es la prueba que se “existe”. Estos comportamientos digitales funcionan como estímulos que dan placer, generando la dependencia antes mencionada. Pero, precisamente, al ser un goce momentáneo se vuelve recurrente en busca de la inalcanzable satisfacción. Dinámica sin fin que lleva a que el límite entre lo que se publica y el espacio íntimo de las personas se disuelva cada vez más.

Como sucede en los medios de comunicación tradicionales, donde la pauta publicitaria está dada por la cantidad de *rating* obtenido, el éxito social de las personas se verifica por la cantidad de “me gusta” y “comentarios” recibidos ante

una publicación. Esta competitividad, que causa stress y ansiedad, rige hoy por hoy las estrategias que los sujetos realizan en Facebook para constituir sus subjetividades y relaciones con los otros. De esta forma, las personas dejan de estar “conectadas” con sus propias sensaciones para constituir su identidad y tienden, en cambio, a construir su perfil para la mirada del “otro”. La ecuación es la siguiente: cuanta más conexión *on line*, menos conexión con uno mismo. Esta edificación a través de estímulos externos hace que, en los tiempos posmodernos que corren, sea pertinente hablar de representación más que de identidad. El saturamiento de la exterioridad digital es proporcional al vacío de interioridad que tienen los sujetos, como consecuencia de la pérdida de un anclaje emocional y sentido en un mundo fragmentado.

Las directrices globales que rigen los modelos a seguir penetran en la conciencia de las personas dictaminando las conductas a seguir en cuanto a la forma de que los sujetos se relacionan y le dan sentido a la realidad. Este intercambio social, caracterizado por el reemplazo de lo físico por lo virtual, se reproduce en Facebook evidenciando una mentalidad contaminada por los estándares de la competitividad y la apariencia. En este sentido se despliegan todo tipo de estrategias para competir en el mercado/comercio digital de emociones que representa Facebook. La sociedad de consumo entremezclada con los tópicos desarrollados hasta el momento, dan como resultado la conversión de las emociones en productos mercantiles.

De esta forma, las dinámicas que se dan en Facebook están caracterizadas por el narcisismo, exhibicionismo y por una supuesta transparencia emocional. Supuesta en el sentido que se exhibe el mejor lado de la existencia y en un mismo movimiento se busca el peor de los demás. Toda práctica, táctica y estrategia desarrollada por los sujetos alude a un “yo” omnipresente. No estamos hablando de cualquier yo, sino a aquel que responde a la lógica de la visibilidad y exteriorización, moldeado por un régimen económico, técnico-científico, político y sociocultural específico. La subjetividad, en la era posmoderna, es visible. Una “forma de ser y estar en el mundo” que se moldea para mostrarse y originar el

efecto deseado ante otros “yoes” que también utilizan las herramientas digitales de autoestilización disponibles para espectacular su “yo” y ficcionalizar su intimidad.

De esta forma son configuradas las personalidades para el gran público, cual *celebrity*. Se puede afirmar que en Facebook, impera en los sujetos la misma lógica que define a las *fake news*, esto es, información falsamente descriptiva que busca manipular a la audiencia sin importan su propósito.

CAPÍTULO 3

LA NUEVA MEGALÓPOLIS

[...] “En lugar de confesiones extraídas con tortura, tiene lugar un desvelamiento voluntario. El Smartphone sustituye a la cámara de tortura. El Big Brother tiene un aspecto amable. La eficiencia de su vigilancia reside en su amabilidad”²².

3.1 Descripción del territorio escénico virtual

En este punto del desarrollo, se analiza la arquitectura del territorio virtual de Facebook con el fin de exponer las interacciones que ese espacio propone. Lo que, al mismo tiempo, conlleva a dar cuenta de la forma en que los sujetos, a través de estrategias, constituyen su subjetividad y la relación con los otros. Remarcando que estas descripciones encajan a la perfección con el sistema económico, técnico-científico, político y sociocultural imperante, analizado en el primer capítulo y con las particulares subjetividades que engendra, enunciadas en la segunda sección.

²² Han, B.; *Psicopolítica. Neoliberalismo y nuevas técnicas de poder*, Herder, Buenos Aires, 2014, p. 61

En este sentido, es menester dar cuenta de ciertas pautas arquitectónicas de Facebook, para entender el funcionamiento de esta ciudad emblema de la posmodernidad.

Uno de los tópicos que sobrevuela este trabajo es la idea que, en cuanto a la construcción de la/s subjetividad/es de los sujetos y su relación con los demás, existen tres momentos históricos configurativos. Recapitulando, en una primera instancia la constitución estuvo moldeada en el ámbito público; mientras que en un segundo momento dicha conformación se desplazó a la esfera privada. Para en una tercera instancia, que es en la que nos encontramos, la relación de los sujetos consigo mismo y los demás se configura de forma pública-virtual, para un/os otro/s. Y es precisamente aquí cuando Facebook se erigió como espacio capital. En una línea de tiempo imaginaria, los grandes traslados de los sujetos quedaron reducidos al mínimo movimiento. De la migración del campo a la ciudad, de las calles a los hogares, la movilidad del cuerpo quedó reducida al movimiento de los ojos a una pantalla.

En esta ciudad virtual, de relaciones algorítmicas, los sujetos ya no son caracterizados como ciudadanos y/o consumidores, sino como usuarios. Ellos se construyen a través de perfiles donde consta la información que los constituyen, ya sean datos duros, nombre y apellido, fecha de nacimiento, edad, como sus gustos personales en cuanto a literatura, música, cine, etc. Dicha configuración se realiza a través de textos, fotos, videos, audio, o la combinación de todos ellos, es que una de las características de Facebook es que permite el entrelazamiento de todos los soportes.

Bajo el imperativo cultural posmoderno de la hipervisibilidad, Facebook es el lugar privilegiado “para ver y ser visto”. En este sentido, diversas son las funciones que permiten este tipo de interrelación social virtual. Al iniciar sesión se encuentra la *columna de notificaciones*, la cual proporciona al instante noticias de personas y páginas; también están los *toques* que sirven para llamar la atención; el *estado* funciona para mantener al resto de la comunidad informada sobre la vida de uno o

para dar a conocer cambios en su existencia. Al mismo tiempo, existen funciones como *personas que quizá conozcas* y *etiquetar* a personas en fotografías para buscar, encontrar e identificar *amigos*, ambas responden al imperativo de conectar a las personas según algún tipo de interés.

En paralelo se encuentra el formato *línea de tiempo*, el cual es ofrecido por Facebook como forma de organización de la *biografía* de los usuarios. Dicha configuración, que anota la vida hasta el presente, jerarquizando retrospectivamente los acontecimientos que las propias personas *postean*. En este sentido, a partir de la fecha que transcurre, los meses se superponen desde los más recientes hasta convertirse en años cuando se recorre hacia abajo. De esta forma, ya que dicha narración imita los principios del relato, los usuarios se relacionan de forma estrecha e íntima con Facebook. Esta es una de las bases específicas del espacio virtual descrito que hacen, sumadas a los tópicos analizados en los capítulos anteriores, que en Facebook las personas encuentren el lugar propicio para constituirse como tales, de manera pública y virtual. De forma visible y conectada, exteriorizada; con las herramientas de edición y montaje a disposición para constituirse para la mirada/s de otro/s de la mejor manera. A su vez, La *línea de tiempo* incita a los sujetos a postear, por ejemplo, fotografías de alguna etapa de la vida previa a Facebook lo que brinda a los usuarios la posibilidad de mostrar su vida personal entera.

Dos cuestiones más se hacen necesarias destacar con respecto al funcionamiento de este espacio virtual, las cuales llevan a sostener la idea de Facebook como punto de encuentro abierto y conectado y, que extiende esta lógica a la conformación de las subjetividades de las personas y su relación con los demás.

Por un lado, Facebook, a través de la ligazón corporativa con otras empresas, permite la comunicación en vivo y directo, derribando de esta forma las fronteras espaciales, temporales y físicas. Es en este sentido que se inscriben las *conversaciones en grupo* y *videollamadas*. En este apartado, toma particular relevancia la posibilidad que tienen los usuarios de transmitir en vivo y directo

acontecimientos y, que dicha transmisión quede plasmada en la *biografía* de sus *muros*. La instantaneidad, es uno de los requisitos básicos de una matriz cultural, en comunión con los desarrollos técnico-científicos, que necesita ver todo. Así como también, entrelaza con las personalidades que necesitan mostrarlo todo.

Por otro lado, es de resaltar la existencia de un conjunto aplicaciones que entrelazan a Facebook con otros servicios y plataformas de la web. Esta situación convirtió al espacio virtual analizado en la nave insignia de la vida virtual de las personas. Además, dicha integración permite a los usuarios *compartir*, y por ende recibir apreciaciones de los demás, en tiempo real sobre lo que está haciendo, como escuchar música o utilizando algún juego.

De esta manera, Facebook dispone todo el terreno para que los usuarios se desplacen no ya sin salir de sus casas, sino sin tocar un botón virtual de más. Es que Facebook es el panóptico digital posmoderno que administra los contenidos, datos y la sociabilidad online comercializada. Es más, y como se viene afirmando a lo largo de este trabajo, Facebook es el espacio público virtual en donde los sujetos, ya no solo lo utilizan para organizar su vida online, sino en el cual dirimen sus cuestiones íntimas offline.

Con el ofrecimiento de todo este herramental, Facebook se constituyó en la vidriera ideal para la autopromoción de todos los “yo”. Encastrando a la perfección con las directrices emanadas por el orden económico, científico-técnico, político y sociocultural, así como también con las características de personalidades que dicho régimen impone. Con el acto de dar a conocer y compartir información sobre su “yo”, para lo cual despliegan estrategias que responden al interés de mostrarse de manera ideal, los individuos posmodernos construyen su identidad. Es por esto que se afirma que Facebook, al ofrecer una exposición a escala planetaria, es el *plató* donde los individuos constituyen una imagen de sí mismo para un/os otro/s.

En cuanto a la relación que los sujetos establecen con los demás, en Facebook *la amistad* es el resultado de una sociabilidad programa por relaciones algorítmicas que vinculan entre sí a los usuarios. En este sentido, el principio rector de *tener*

amigos es regido por la idea de construir una red de contactos lo más extensa posible, ya que de esta forma se establece el índice de popularidad de que se goza. No importa mucho qué tipo de relación se entable, de hecho no es necesario que se establezca ninguna, lo único importante es que la cifra de *amigos* crezca día a día. Lo único a destacar es el número, ya que al ser visible es un indicador de legitimación social. En la vida cotidiana, el mínimo intercambio de palabras con otra persona significa el aseguramiento de *aceptación de amistad*, automáticamente se convierte en *amiga de face*.

De esta forma, las actividades sociales que antaño se realizaban en la esfera privada *offline*, pasaron a convertirse en interacciones intervenidas algorítmicamente por una empresa. Lazos que, como se describe en los capítulos anteriores, son débiles y superficiales, pero funcionales al tipo de relación que el sistema postcapitalista impone.

Como afirma Van Dijck:

El sostenido aumento de la cantidad de usuarios es prueba suficiente de que el sitio poco a poco va convirtiéndose en una fuerza centrípeta en la organización de la vida social de las personas. La principal ventaja que ofrece a los usuarios es, en primer lugar, *entrar y permanecer en contacto* y, en segundo lugar, *estar (bien) conectado*. [...] “Entrar en contacto” y “seguir en contacto” son en la actualidad actividades completamente centradas en los sitios de la red social: los servicios facilitan la superación de las distancias de espacio y tiempo y ayudan a que las personas se mantengan informadas acerca de la vida de sus amigos. [...] Una vez que alguien se ha inscripto como miembro, la presión social para mantenerse conectado es enorme, sobre todo entre los jóvenes, en la medida en que *no estar* en Facebook supone no ser invitado a fiestas o no recibir información sobre eventos importantes; en síntesis, quedar desconectado de una dinámica de la vida pública que parece muy atractiva.²³

²³ Van Dijck, J.; *La cultura de la conectividad. Una historia crítica de las redes sociales*, Siglo Veintiuno Editores, 2016, p. 85

3.2 Reconfiguración del paisaje urbano

El mundo *offline* contemporáneo se caracteriza por la fragmentación de los espacios que antaño eran fuertes y sólidos, con la falta de conciencia de destino común, involucramiento y aislamiento que como sociedad ello conlleva; por la dominación en absolutamente todos los aspectos de los preceptos económicos como el de la competencia constante y la utilidad. De esta forma, se les niega a las personas la capacidad de soportar el dolor, sufrimiento e incomodidad y, la posibilidad, al estigmatizar al afuera/ otro/ distinto como amenazante con el temor que ello produce, del contacto físico. Bajo este panorama es que Facebook se convirtió el gueto posmoderno del individualismo, en donde a través del denominado *muro* los sujetos muestran y reciben la percepción de todos los “yo” que lo componen, teniendo como consecuencia el apaciguamiento de los sentidos corporales.

De esta forma, bajo el resguardo virtual, el régimen imperante le arrebató a los sujetos el contacto sensorial en la construcción de su relación con ellos mismo y los demás. Es esta lógica la que produjo la migración de los sujetos al espacio público-virtual de Facebook. Transitar por este nuevo territorio exige poca dedicación física y por lo tanto involucramiento. Dicho lugar se rige por la inmediatez, fugacidad y la velocidad, son bajo estos parámetros que se construye la identidad, haciendo que las personas experimenten las relaciones de forma narcótica, insensibilizada, sin sentirse incomoda.

Es precisamente al limitarse el contacto a través de la interacción cara a cara/directa, que el orden virtual imperante necesita sobreestimar una terminología que solape la desconexión que provoca. De aquí que los conceptos como *compartir* y *hacer amigos* se convirtieron en ideas ideológicas que invaden

todos los ámbitos de la cultura, afectando el sentido de la sociabilidad. Y, por otro lado, el derrame de estos conceptos naturalizaron el hecho de la trasmisión de datos personales entre las personas, una de las actividades actuales postcapitalista por excelencia. En un mismo movimiento, el orden imperante logró la dispersión física entre los seres humanos, pero los volvió a unir virtualmente, haciéndolos proporcionar datos para que el sistema siga funcionando.

Facebook, al convertirse en el espacio urbano virtual donde las personas dirimen sus cuestiones, trastocó la forma en que las personas experimentan su identidad y los espacios en que la constrúan. Es que si cada época asigna sus propios espacios y usos singulares a la forma en que las personas construyen su subjetividad, en la posmodernidad es virtual. Es más, siendo que la interacción social cotidiana se da a través de Facebook, es en este espacio donde se configura colectivamente un discurso cívico. Pero ya no como el entrelazamiento de un destino común entre las personas, sino que la vida en común queda reducida a la yuxtaposición de relatos de la vida íntima de los sujetos, manifestando un individualismo narcisista y megalómano. Donde el individuo muestra a un “yo” pleno, autosuficiente. Diferenciándose del espacio *offline* donde la incompletud y dolor son partes constitutivas de los seres humanos.

Es bajo este contexto que el concepto *compartir*, palabra insignia de Zuckerberg, no se reduce solamente a una función de una mera red social, sino que su significado connota un concepto ideológico que rige las prácticas de sociabilización y comunicación, tanto *online* como *offline*, posmodernas.

3.3 La vida por un “Me Gusta”

En este nuevo ordenamiento social-virtual juega un rol decisivo la aplicación “me gusta”. En lo formal el botón permite a los usuarios manifestar y compartir de forma inmediata su aceptación ante una publicación. Sin embargo, culturalmente, en el mundo posmoderno, su utilización tiene un rol ideológico significativo. Es la marca distintiva de esta época contemporánea. El empleo de dicha expresión virtual expresa dos caras de la misma moneda. Por un lado, el recibimiento de “me gusta” se relaciona con la idea de popularidad. En tiempos caracterizados por el entrelazamiento entre una cultura de la mostración y de la competencia económica, cuanto más me gusta recibo, más soy. Es bajo esta lógica que los usuarios postean todo tipo de publicaciones, todo vale para obtener la mayor cantidad de *ranking* personal. El cumplimiento a rajatabla de este mandato es uno de los causantes del desplazamiento de los límites entre el espacio público e íntimo de las personas. Aquí juega un rol predominante el posteo de fotografías, ya que dicho formato es el que despierta los mayores clicks. Es en este contexto que se inscribe el modo *selfie* en que los sujetos “son y están en el mundo posmoderno”.

Bajo esta lógica, según como nos califican los demás, es que los sujetos construyen hoy por hoy su identidad. Es aquí donde el “me gusta” adquiere su verdadera dimensión como concepto que estimula la popularidad con un alto grado de valor emocional, en detrimento de lo racional y la coherencia, para lo cual no hay lugar en el espacio virtual de Facebook. De esta forma se estimula la empatía entre los seres humanos, hacia los otros. Facebook se ha convertido para los sujetos en el lugar por excelencia para ser reconocido y visible. De este modo es que la construcción de la personalidad y la relación con los demás de las personas quedan reducidas a números y algoritmos. Como sociedad nos entregamos sin más al espacio virtual, quedando la convivencia cívica humana a

un mero formalismo. En la era de la conectividad y la transparencia, vivimos juntos virtualmente pero separados físicamente.

En este punto es interesante resaltar ejemplos que grafican de cuerpo entero el modo en que las personas aprehenden el mundo en el que viven.

El portal de noticias *Infobae*²⁴ publicó una investigación plasmada en la revista *Journal of Family Medicine and Primary Care* y en la *Biblioteca Nacional de Medicina de Estados Unidos*, del cual se desprende que hasta la actualidad el número de heridos graves y fallecimientos en situación de tomarse una fotografía tipo *selfie* asciende a 281 personas. La trágica marca se inauguró el 15 de octubre de 2011 cuando tres adolescentes, en el afán de tomarse una *selfie* frente a un tren y subirla a Facebook al instante, encontraron la muerte al ser atropelladas por la locomotora. En la fotografía, que quedó como testimonio de la tragedia, se ve la cara de las chicas en primer plano y la locomotora detrás de ellas.

La lista de este tipo de acontecimientos encuentra casos en todo el mundo y bajo las circunstancias más variadas. Pero siempre bajo un mismo denominar común, esa necesidad imperiosa de mostrarse para la mirada de un/os otro/s. Para cumplir con ese mandato sociocultural posmoderno, las personas arriesgan sus vidas, despliegan estrategias. Es que, como están dadas las cosas en la época de la hiperconectividad digital, el momento vivido no es tal sino se comparte con la mayor inmediatez posible. Dos casos de usuarios de Facebook sirven para ejemplificar este sin límite pornográfico. Ambos fueron seleccionados porque la temática de sus publicaciones dan un parámetro de que hasta qué punto se ha borrado la barrera que protegía la intimidad, en el afán de satisfacer la necesidad de mostrarlo todo y recibir a cambio comentarios y “me gusta”. Al mismo tiempo, para quien/es realiza/n ambas acciones, dichas aplicaciones funcionan para

²⁴ (04/11/2018) *Selfies mortales: 5 gráficos para entender la tragedia más absurda de nuestra era*, en portal de noticias *INFOBAE*, disponible en www.infobae.com/america/tecnologia/2018/11/04/selfies-mortales-5-graficos-estadisticos-sobre-las-tragedias-mas-absurdas-de-nuestra-era/

“estar” presentes, sin estarlo. Ya no hace falta ir al hospital a visitar a un enfermo, ni tampoco llamar al familiar para enterarse de un parte médico.

Los ejemplos se refieren a situaciones médicas, esas que gozaban de confidencialidad, del secreto médico. Los muros de estas dos personas se convirtieron en verdaderos partes médicos abiertos y virtuales. Así como también, los profesionales de la salud realizan sus operaciones para el gran público. En este sentido se inscribe la suspensión de un equipo médico que se sacó *selfies*, las cuales fueron posteadas, mientras realizaban una operación en el Hospital de Capilla del Señor, Córdoba, el año pasado. En las dos imágenes se observa a los médicos posando alrededor de la cama donde estaba acostado el paciente²⁵.

Volviendo a los ejemplos, ambos del 2018, el primero se refiere a una sola publicación pero es muy elocuente por la potencia e impacto que tiene. El 24 de junio de 2018 a las 12:52 p.m. con la leyenda “*Hola como andan a todos quiero contarles que me dio un ACV pero ya estoy bien y bueno tranquilo que todavía estoy internet pero voy a estar muy prontito en mi casa Gracias*”, un usuario publicó dos fotos, acostado en una sala hospitalaria. Dicha publicación recibió la suma de 210 comentarios, los cuales, con diferentes palabras, le deseaban al paciente una pronta recuperación; todos fueron contestados por el paciente. Al mismo tiempo, dicha publicación cosechó la cantidad de 179 me gusta.

El segundo ejemplo fue reconstruido paso por paso, ya que su seguimiento pormenorizado da cuenta de la forma en que funciona Facebook, la cual fue descrita al principio de este capítulo. El caso consta de una zaga de publicaciones cotidianas de una usuaria manifestando el delicado estado de salud de su padre. Dicha narración tiene todos los componentes de la estructura del relato, como ser, principio, desarrollo y final. Y al mismo tiempo, los condimentos

²⁵ (31/07/2018) *Suspenden a un equipo médico que se sacó selfies en plena operación* en portal de noticias del diario *Clarín*, disponible en www.clarin.com/sociedad/suspenden-equipo-medico-saco-selfies-plena-operacion_0_S1C1-0TN.html

de suspenso, drama, manejo de tiempos, disgregues, dignos de cualquier telenovela.

El 10 de octubre a las 10:01 p.m. de 2018 la autora comenzó con la entrega de capítulos con el posteo de 9 fotos de su padre en diversas situaciones anteriores de caer en desgracia, bajo la leyenda "*Vamos Papi x muchos momentos más juntos... Te necesito, tenés que ser fuerte... esto va a pasar, y solo va a hacer un mal recuerdo... Te amo... te amamos*". Este comienzo recibió 66 me gusta y 28 comentarios, cifra nada despreciable para ser el capítulo inaugural. Diez minutos más tarde, la usuaria compartió la publicación de un familiar, la cual contenía una oración pidiendo por la salud de su padre. Recibió 6 comentarios y 17 me gusta.

El 11 de octubre a las 1:58 p.m. la autora compartió la publicación de una foto familiar de parte de su madre, bajo la leyenda "*Vamos Papi... que te necesitamos!!!*" En esta ocasión no hubo comentarios, solo 19 me gusta.

Ese mismo día, a las 3:56 p.m., subió una foto con su padre, anterior a la internación, con el título "*Vamos papi no me dejes*". Esta publicación hizo que repuntará el ranking, ya que midió 30 comentarios y 51 me gusta. Un minuto más tarde, dicha foto se convirtió en la actualización de la foto de perfil de la usuaria.

Al día siguiente, el ranking se empezó a estabilizar. A las 10:24 a.m. posteo una imagen que decía: "*Donde hay esperanza hay fe, donde hay fe suceden milagros*", con el título "*Te amo papa... Todos estamos pidiendo por vos*", recibiendo 25 comentarios y 59 me gusta. A las 1:47 p.m., la exclamación "*Así para toda la vida... Vamos que sos fuerte!!! Hay una luz de esperanza, las oraciones llegan... sigan pidiendo!!!*" acompaña una foto digital de una fotografía en papel de la usuaria cuando era niña junto a su padre. Dicha producción recibió 22 comentarios y 71 me gusta.

El 13 de octubre a las 11:30 a.m. posteo una imagen con la siguiente frase: "*Seguimos en cadena de oración por mi papa... "Si hay vida, hay esperanzas"*...

Vamos viejito que hay mucho x hacer". En este caso obtuvo 24 comentarios y 75 me gusta.

El 14 de octubre hizo dos posteos en su muro. El primero fue a las 12.35 p.m. cuando compartió una publicación que consistía en una oración para su papa, bajo la leyenda *"Desde Tilcara haciendo fuerzas por vos ... Vamos q vos podés!!!"* El segundo fue a las 3.25 p.m. con el título *"Te extraño un montón... No te rindas Pa, te amo por siempre"* expuso una fotografía familiar. Ambas entregas recibieron un total de 83 me gusta y 14 comentarios.

El 16 de octubre hubo un parcial paréntesis en la desgracia familiar, ya que fue el cumpleaños número 4 de la hija de la usuaria, o sea, la nieta del convaleciente. Ese día comenzó a las 10:11 a.m. cuando la usuaria subió 23 fotos, en primer plano, sobre acontecimientos de la corta vida de su hija con el texto: *"Llegaron los 4!! Muy feliz cumple a la princesa de mis sueños, a mi payasa preferida, a mi artista favorita, a la personita más dulce que existe ... a la que entiende todos mis estados de ánimo... gracias por ser parte mía, gracias a Dios tengo la bendición de ser tu mama... Te amo muchísimo... Hoy es un día muy especial y muy movilizador... yo sé que vos me entiendes... Te adoro mi pequeña gigante. Que pases el mejor de tus cumple. A festejar!!!"*

A continuación le siguen 4 publicaciones en donde se la etiqueta a la usuaria con el fin de saludar a su hija por el cumpleaños.

A las 12.27 p.m. la usuaria retoma la cadena de oración por su padre, al publicar una imagen con la leyenda, *"Cadena de oración por mi papa. Hoy entre las 13 y 14 hs. Es sometido a un estudio muy importante. Necesitamos de sus oraciones"*. La intriga de dicho posteo se hizo sentir en el público, al recibir 23 comentarios y 49 me gusta.

La jornada terminó a las 11:38 p.m. cuando subió 6 fotos del festejo de su hija con sus compañeritos.

A partir del 17 de octubre, el protagonismo del padre es total. A las 12:22 a.m. la usuaria subió una foto junto a su hija y padre, con el título *“Te amo tanto... Mucha luz para vos Papa... Sé que puedes, sé que no quieres irte. Te extraño muchísimo”*. La apelación a la emoción cosechó 14 comentarios y 80 me gusta.

El día siguiente estuvo marcado por el cumpleaños del enfermo. Dicho acontecimiento mereció, a las 7.39 a.m., el siguiente posteo, *“Feliz cumple para mi papa. Hoy más que nunca deseo con ansias tu recuperación... Mucha fuerza, seguí así... no me bajes los brazos que somos muchos los que te necesitamos... Te Amo... A la tarde nos vemos”*. Dicha dedicatoria estuvo acompañada de una foto de su padre antes de la internación. El número final fue de 22 comentarios y 72 me gusta.

Luego de 4 días de silencio total, de incertidumbre informativa, el 22 de octubre la usuaria retoma el relato con dos posteos. El primero fue a las 3:28 p.m. con una imagen que reza: *“Te amo Pa... Estas en mi corazón siempre... No me bajes los brazos... vos puedes!!!”* 14 comentarios y 44 me gusta. El segundo fue a las 9.49 p.m., con una fotografía familiar que se titulaba *“Juntos siempre... Te Amo tanto viejo!!! Mucha luz”*. Ambas publicaciones recibieron 93 me gusta y 20 comentarios.

Dos días tuvieron que transcurrir para tener alguna certeza sobre la salud del enfermo. Fue a las 11:16 a.m. cuando la usuaria brindó un parte médico detallado, al escribir, junto a una foto de su padre, *“14 días en coma... y la estas peleando como un campeón... estoy orgullosa de vos... Todo va a salir bien... Tu Santa Rita te está ayudando. Te amo muchísimo. Mucha luz para vos Pa”*. El conteo arrojó como resultado 24 comentarios y 69 me gusta.

Para el 29 de octubre la situación se había complicado aún más y el desenlace estaba al caer. Tanto es así que la usuaria expresó como estado que se sentía *devastada*. Con una foto de su padre en la cama hospitalaria y con ella en primer plano sacando la selfie, escribió a las 12.56 p.m. *“Nuestra última foto juntos Papi... Te amo con todo mi corazón. Estas en las manos de Dios... No quiero verte sufrir”*

más, dejo de lado mi egoísmo.... Te amo muchísimo...” Esta publicación marcó el pico de ranking de la zaga con 79 comentarios y 101 me gusta.

Domina el silencio durante los días que restan para que termine octubre. El relato entra en un vacío. Durante las primeras jornadas de noviembre el silencio sigue, se hace insoportable, la calma antes de la tormenta.

El relato es retomado el 7 de noviembre a las 9.47 a.m. Todo es intriga. Solo palabras, *“Hoy te entregan la medalla por los 25 años de municipal... Felicitaciones Papi... Seguí así... portándote bien... cada vez falta menos, los milagros si existen!!!”* A la 1.30 p.m. la usuaria compartió una transmisión en vivo del Intendente de Lanús, Néstor Grindetti; en ella se lo ve al Jefe comunal entregando distinciones a los empleados que llegaron a los 30 y 25 años de trabajo. En solo 11 palabras la usuaria le puso punto final a la entrega por capítulos. *“Vamos papa. Acá esta tu premio, hoy te lo hago escuchar”*.

Este final, dividido en dos entregas, cosechó una audiencia de 119 me gusta y 25 comentarios.

En un contexto de aislamiento social planificado, donde la relación directa entre los individuos con el cuerpo social se encuentra resquebrajada, con el impacto que esta situación tiene en la conformación de la subjetividad de las personas, Facebook, dentro del sistema económico imperante, funcionaría, en términos de Adrián Scribano (2007), como un “mecanismo de soportabilidad social” y “dispositivo de regulación de sensaciones”, siendo el objetivo de ambos la “cooptación de la naturalización del mundo” por parte del sistema. En palabras del autor, el primero “[...] se estructura alrededor de un conjunto de prácticas hechas cuerpo que se orientan a la evitación sistemática del conflicto social”²⁶. Como se viene afirmando, desanclados los lazos sociales en comunidad, las

²⁶ Scribano, A.; *Contigo Aprendí... Estudios Sociales de las Emociones*, en: Luna, R. y Scribano, A. (compiladores), Copiar: Buenos Aires, 2007, p. 6

“publicaciones” en Facebook funcionan como una válvula de escape que le brindan a las personas la sensación de “estar conectadas”, sin sospechar que son prácticas funcionales, por lo tanto, permitidas y estimuladas, al sistema económico imperante. Funcionales en tanto y en cuanto posibilitan un tipo específico de comunicación, a saber, mediatizada a través de un arsenal de dispositivos tecnológicos que, precisamente, evitan el vínculo directo entre las personas. De ahí que la exposición pública, de la situación clínica de un enfermo, por ejemplo, sea una práctica natural y no ya solamente socialmente aceptada, sino también necesaria, para una sociedad que no concibe otra forma de “conexión”.

Mientras que el otro procedimiento configurado por el orden mundial reinante para garantizar su sustentabilidad, el de los “dispositivos de regulación de las sensaciones” que consisten en:

Procesos de selección, clasificación y elaboración de las percepciones socialmente determinadas y distribuidas. La regulación implica la tensión entre sentidos, percepción y sentimientos que organizan las especiales maneras de “apreciarse en- el-mundo” que [...] los sujetos poseen. Las “prácticas del sentir” estructuran percepciones que construyen mediaciones sociales de las “formas adecuadas” de oler, mirar, tocar, gustar y oír. Las maneras socialmente válidas y aptas de sentir se cruzan con las lógicas de los sentimientos que constituyen unas formas de sensibilidad social particular donde se anidan las visiones, di-visiones y no-visiones del mundo naturalizadas y por ende aceptadas y aceptables²⁷.

En este sentido, como se viene exponiendo a lo largo del trabajo, es a través de Facebook, en tanto dispositivo de regulación, que las personas exponen y posicionan sus cuerpos, perciben al mundo, establecen un tipo específico de relación consigo mismo y los demás y, ponen en juego sus sensaciones y emociones, en resumidas cuentas, realizan la aprehensión del mundo. Dichos

²⁷ Scribano, A.; Contigo Aprendí... Estudios Sociales de las Emociones, en: Luna, R. y Scribano, A, (compiladores), Copiar: Buenos Aires, 2007, p. 7

posicionamientos responden a una estructuración particular del mundo, la cual es emanada por las directrices económicas, científico-técnicas, políticas y socioculturales imperantes, descritas en esta tesina.

CAPÍTULO 4

4.1 A modo de cierre

A lo largo del trabajo se pretendió dar cuenta de la forma en que los sujetos constituyen su subjetividad y relación con los demás, lo que a su vez llevó a explicitar las estrategias que de dichas prácticas se derivan. Teniendo como faro la idea que, en los tiempos posmodernos que corren, estas acciones se llevan a cabo de forma virtual, siendo Facebook el espacio emblema por donde los seres humanos se convocan para tal fin.

En este sentido, el desarrollo de esta tesis necesitó el abordaje, la reflexión y caracterización de ciertos tópicos que en su conjunto dieron como resultado la construcción de un análisis estructural, cuyas partes encajaron de forma coherente en el armado de la idea que se plantea.

Para tal efecto, partiendo de la base de que son los procesos económicos, científico-técnicos, políticos y socioculturales que imperan en una época los que moldean el tipo de subjetividad/es y relaciones entre los sujetos, es que en el primer capítulo se describieron dichos desarrollos. Como así también aquellos que predominaron en otras épocas y forjaron un tipo particular de relación del individuo consigo mismo y los demás. Con el fin de plantear que los “modos de ser y estar en el mundo” de las personas no son naturales, sino implantadas, naturalizadas e interiorizadas.

Como se afirma en la tesina, la manera de ser y estar de los sujetos posmodernos es de forma visible, conectada y dispersa. Producto no solo de los desarrollos antes mencionados, sino también de los discursos que proliferan y sustentan un tipo específico de interacciones sociales. Las cuales, en la actualidad, se realizan de forma *on line*, es decir, mediatizada por un dispositivo, en detrimento del contacto cara a cara/*directo/off line*.

Otro de los puntos tratados fue el de las características específicas de las subjetividades y, como estas encuentran en Facebook el lugar ideal para desarrollarse. En este sentido, se afirmó, por un lado, que son narcisistas y megalómanas y, por el otro, que su constitución está guiada para un/os otro/s que siempre mira/n, es decir, de forma exteriorizada. En este aspecto, el recorrido efectuado por el territorio virtual es prueba suficiente para tal afirmación. Para dicho fin fueron insertados en el trabajo ejemplos cotidianos de publicaciones, para dar cuenta del modo *selfie* en que viven las personas; con la precaución de no caer en la generalización, pero con la certeza de que los casos responden a un denominador común. En este sentido, es válido mencionar un último ejemplo. El 15 de noviembre de 2018, el portal de noticias de diario *Perfil*, en referencia al ataque anarquista perpetrado el día anterior en el cementerio de la Recoleta, tituló la siguiente información, “la militante anarquista se sacaba una *selfie* cuando estalló el explosivo casero”. Y agregó, “los investigadores accedieron al teléfono celular de la mujer donde quedó registrada la imagen del estallido”²⁸.

Como se viene planteando, es tan penetrante y exigente la cultura de la hipervisibilidad que una persona, hasta en el caso en donde está en juego su vida y libertad, necesita certificar el hecho que está llevando a cabo para que el mismo exista como tal. Aún en perjuicio de no lograr el objetivo, como en el ejemplo mencionado, el de hacer estallar un artefacto explosivo. Es que en la era de la

²⁸ (15/11/2018) *La militante anarquista se sacaba una selfie cuando estalló el explosivo casero* en portal de noticias del diario *Perfil*, disponible en <https://m.perfil.com/noticias/policia/la-militante-anarquista-se-sacaba-una-selfie-cuando-estallo-el-explosivo-casero.phtml>

posmodernidad aparece una doble finalidad a la de realizar una acción, a saber, la de registrarla en tiempo real.

Bajo este contexto es que el ámbito íntimo de los sujetos salió de las sombras y vio la luz a través de una pantalla. En tiempos donde ya no rigen los conceptos del “ser” y “tener”, sino del “aparecer”, la constitución de identidad de las personas quedó sujeta a la cantidad de “me gusta” recibidos, en este sentido es que se habla de una “*rankinización*” de la vida.

Para tales análisis fue indispensable explorar, con sus aplicaciones específicas, el territorio virtual que propone Facebook. Con la idea de que dicha geografía es, hoy por hoy, el lugar por donde los sujetos construyen su subjetividad y sus relaciones con los demás. De esta forma, Facebook queda constituido como el espacio público posmoderno, por donde las personas dirimen sus cuestiones personales y con el resto de los sujetos, con el despliegue de estrategias correspondientes las cuales responden al imperativo del aparecer. Así, en la actualidad, los seres humanos, por la cantidad de “amigos”, comentarios y “me gusta” adquiridos, miden su popularidad; y, establecen sus “lazos”, pero a diferencia de otras épocas, esta vez de manera virtual. Lo que, a su vez, supuso, una reconfiguración del cuerpo cuya materialidad y contacto sensorial, quedó reducido a la mínima expresión, a una inmovilidad calculada y planeada por el sistema postcapitalista imperante, con el objetivo del aislamiento social.

El desarrollo de estos tópicos, a lo largo de la tesina, no tiene la pretensión de verdades absolutas como tampoco de conclusiones acabadas, sino, como reza el título, son reflexiones que partieron de una inquietud personal. La mirada crítica, esa característica inculcada a través de las materias de la carrera, me motivó en el afán de desnaturalizar/deconstruir las prácticas que en este trabajo se plantean. Dicho puntapié se fue robusteciendo y tomando forma a partir de la lectura y análisis de los autores que sirvieron como sustento teórico para darle cuerpo a la tesina que aquí se presenta.

Con la certeza de que el tema tratado, con sus pertinentes derivaciones, amerita una mirada desde las Ciencias de la Comunicación, es que elegí dicha cuestión para cerrar mi carrera de grado. Además, considero que la imbricación entre subjetividades y redes sociales es un tema que, por su actualidad y creciente dimensión en la sociedad, valía la pena ponerlo sobre el tapete desde el punto de vista académico.

Bibliografía

Anderson, Perry (2003) *Neoliberalismo: un balance provisorio*, en: *La trama del neoliberalismo. Mercado, crisis y exclusión social*. Buenos Aires: CLACSO, Consejo Latinoamericano de Ciencias Sociales.

Aróstegui, Julio y Saborido, Jorge (2005) *El tiempo presente. Un mundo globalmente desordenado*. Buenos Aires: EUDEBA.

Bauman, Zygmunt (2003) *Amor líquido*. México D.F.: Fondo de cultura económica.

Bauman, Zygmunt (2005) *Vida líquida*. Barcelona: Paidós.

Bauman, Zygmunt (2007) *Vida de Consumo*. México: Fondo de cultura económica.

Borón, Atilio (2003) *La sociedad civil después del diluvio neoliberal*, en: *La trama del neoliberalismo. Mercado, crisis y exclusión social*. Buenos Aires: CLACSO, Consejo Latinoamericano de Ciencias Sociales.

Cabrera, Daniel (2007) *Reflexiones sobre el sin límite tecnológico*, en xxvi Congreso de la Asociación Latinoamericana de Sociología. Guadalajara: disponible en www.aacademia.org/000-066/73

Debord, Guy (1967) *La sociedad del espectáculo*. Buenos Aires: La marca editora (4ª ed. 1ª reimp., 2012)

Dubois, Philippe (2001) *Maquinas de imágenes: una cuestión de línea general*, en: *Video, Cine, Godard*. Ciudad Autónoma de Buenos Aires: Libros Del Rojas.

Flichy, Patrice (1993) *Una historia de la comunicación moderna: Espacio público y vida privada*. México: Gustavo Gili.

Galante, Darío (2008) *La adicción al hedonismo*, disponible en: www.revistavirtualia.com/articulos/472/dossier-el-empuje-al-hedoismo-en-la-civilizacion-contemporanea/la-adiccion-al-hedoismo revista digital *Virtualia* www.revistavirtualia.com

Genovesi, Mariela (2015) *Las condiciones materiales y afectivas de existencia: aportes para una epistemología de la afectividad*, en: Sánchez A. Rafael (Coord.) *Sentidos y Sensibilidades: exploraciones sociológicas sobre cuerpos/ emociones*. Buenos Aires: Estudios Sociológicos Editora.

Goldstein, Bárbara; *Cultura de consumo y subjetividad adictiva*, disponible en: http://intersecciones.psi.uba.ar/index.php?option=com_content&view=article&id=419:cu_ltura-del-consumo-y-subjetividad-adictiva&catid=15:actualidad&Itemid=25
revista digital *Intersecciones en Psi* www.intersecciones.psi.uba.ar

Han, Byung-Chul (2012) *La sociedad de la transparencia*. Buenos Aires: Herder.

Han, Byung-Chul (2014) *En el enjambre*. Buenos Aires: Herder.

Han, Byung-Chul (2014) *Psicopolítica Neoliberalismo y nuevas técnicas de poder*. Buenos Aires: Herder.

Ippolita (2012) *En el acuario de Facebook*. Madrid: Enclave libros.

Lipovetsky, Gilles (1990) *El imperio de lo efímero*. Barcelona: Editorial Anagrama.

López, Guadalupe y Ciuffoli Clara (2012) *Facebook es el mensaje. Oralidad, escritura y después...* Buenos Aires: La Crujía.

Mattelart, Armand y Piemme, Jean-Marie (1981) *Nuevas tecnologías, nueva pequeña burguesía y Apertura: la comunicación a la izquierda*, en *La televisión alternativa*. Barcelona: Anagrama.

Munford, Levis (1934) *Técnica y civilización*. Madrid: Alianza editorial.

Scribano, Adrián (2007) *Contigo Aprendí... Estudios Sociales de las Emociones*, en: Luna, R. y Scribano, A. Buenos Aires: Copiar.

Scribano, Adrián (2007) *Mapeando Interiores. Cuerpo, Conflicto y Sensaciones*. Buenos Aires: CEA-UNC-Jorge Sarmiento.

- Sennett, Richard (1978) *El declive del hombre público*. Barcelona: Edicions 62.
- Sibilia, Paula (2005) *El hombre postorgánico: cuerpo, subjetividad y tecnologías digitales*. Ciudad Autónoma de Buenos Aires: Fondo de Cultura Económica.
- Sibilia, Paula (2008) *La intimidad como espectáculo*. Buenos Aires: Fondo de Cultura Económica.
- Sinek, Simon; (11/02/ 2017) en: *Más selfies y menos parejas: avanza la cultura del narcisismo y amarse a sí mismo está de moda*. Citado en el portal digital del diario *Clarín*, disponible en www.clarin.com/sociedad/selfies-parejas-avanza-cultura-narcisismo-amarse-mismo-moda_0_Sk7g16nue.html
- Turkle, Sherry; (04/08 2016) *Del “ghosting” al “benching”, las nuevas formas de crueldad romántica*. En entrevista al portal digital del diario *La Nación*, disponible en <http://www.lanacion.com.ar/1924451-del-ghosting-al-benching-las-nuevas-formas-de-crueldad-romantica>
- Van Dijck, José (2016) *La cultura de la conectividad. Una historia crítica de las redes sociales*. Buenos Aires: Siglo Veintiuno Editores.
- Varela Mejía, José Ignacio (2001) *La dura realidad: Usos y Gratificaciones aplicada a los “Reality Shows”*, disponible en www.razonypalabra.org.mx/antecedentes/n24/24_jvarela.html revista digital *Razón y Palabra* www.razonypalabra.org.mex
- Wajcman, Gérard (2001) *El ojo absoluto*. Buenos Aires: Manantial.