

Redes sociales y pertenencia: caso facebook

Odilia Sujey Bustillos Ibarra*

"No hay lugares remotos. En virtud de los medios de comunicación actuales, todo es ahora".

Herbert Marshall McLuhan

Resumen: Las Redes sociales son las nuevas comunidades, el ciberespacio provee a los cibernautas un sitio virtual de interacción, en ellas se reproducen diversos procesos sociales, de aceptación, de integración, dan sentido de pertenencia, a un grupo, a una comunidad, aun cuando las interacciones son de tipo virtual, éstas otorgan a los cibernautas un espacio para "Ser".

Actualmente la red social "Facebook" tiene considerable aceptación, demanda y uso. Los jóvenes son los que principalmente recurren a ella, ya que encuentran información, diversión, entretenimiento, espacios virtuales para interactuar, identificarse, encontrarse. ¿Porqué las redes sociales tienen tanta aceptación?, ¿porqué son tan visitadas y en su uso transcurren horas? El presente ensayo es un intento por discernir en las respuestas a estas interrogantes, analizando los medios de autocomunicación de masas. Considerando el caso Facebook como la red social de análisis.

Palabras clave: Redes sociales, identidad, Facebook.

Abstract: Social Networks are the new communities, cyberspace provides Internet users a virtual site of interaction, they reproduce different social, acceptance, integration, give a sense of belonging to a group, a community, even when type interactions are virtual, and they give surfers a place to "be".

Currently the social network "Facebook" has considerable acceptance, demand and use. Young people are the principal use of it, as they find information, fun, entertainment, virtual spaces to interact to identify, meet. Why social networks are so popular? Why are so popular and in use pass time? This essay is an attempt to discern the answers to these questions by analyzing the means of mass self. Considering the case as the Facebook social network analysis.

Key words: Social networks, identity, Facebook.

“Internet es mucho más que una tecnología. Es un medio de comunicación, de interacción y de organización social”.

(Manuel Castells).

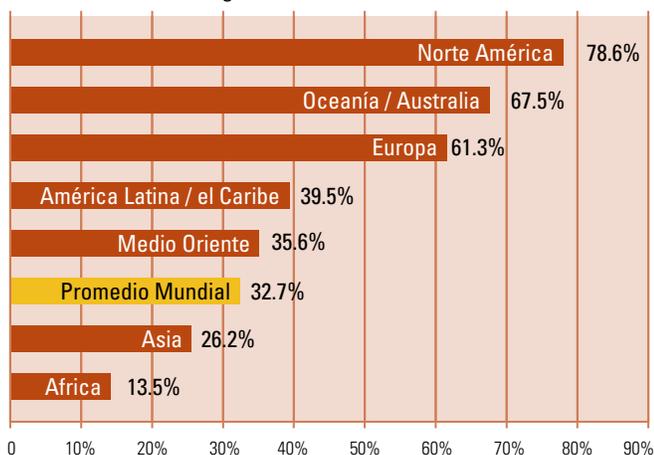
Es innegable la penetración que tiene internet en nuestras vidas, la factibilidad de su uso, el tiempo que se pasa frente a un aparato electrónico que nos permite estar en el momento en el que suceden los hechos, comunicarnos con otros, interactuar con otros, sin salir de un territorio físico, adentrándonos en una comunidad virtual, donde reproducimos una identidad virtual, cercana o lejana a la real, pero llena de significados, en la conciencia o “autocensura” de lo que queremos compartir de nosotros con el resto de los cibernautas.

El uso del internet ha acortado distancias, ha cedido el acceso a bibliotecas de información digital, se han organizado movimientos sociales, es utilizado para ventas y transacciones mercantiles, y demás. En México 36.9 % de la población tiene acceso a internet y el 27.3% de la población es usuario de Facebook. ¹

113,724,226 habitantes para 2011 - Capital: México D.F.
Internet 42, 000,000 usuarios a Dic.31, 2011, 36.9% de la población, según IWS.
Facebook 30,990,480 usuarios en Dic.31, 2011, 27.3% de la población

Fuente: <http://www.exitoexportador.com/central.htm#mx>

Penetración del Internet en el Mundo por Regiones Geográficas - Diciembre 2011



Fuente: Éxito Exportador - www.exitoexportador.com/stats.htm
 El porcentaje de Penetración del internet se basa en un estimativo de 6,930,055,154 para la población mundial y de 2,267,233,742 usuarios de internet en Dic. 31, 2011. Copyright © 2012, Miniwatts Marketing Group.

Actualmente se están ampliando los horizontes cualitativos en relación a las Tecnologías de la Información y de la Comunicación (TIC). Una década atrás era difícil y costoso el acceso a internet. Hoy en día, la red de redes está en muchos hogares, los ciber-cafés (espacios que prestan a módicos costos el servicio de internet) se popularizaron al inicio de esta década, sobre todo para quienes el acceso a este servicio en casa resultaba improbable. Llega internet a los hogares, a las escuelas y se acortaron distancias, se difundieron y comercializaron más productos, a bajos costos y de fácil acceso, se optimizaron trámites, se omitieron procesos burocráticos, etc. Internet ha permeado en casi todas las áreas del ser humano, inclusive el área amorosa. Las relaciones sociales han adquirido una nueva dimensión, a partir del surgimiento de las Tecnologías de la Información y Comunicación. La virtualidad es una opción para el desarrollo de éstas, dentro de un “espacio” continuo y/o discontinuo de tiempo, de territorio, de distancia, éste se recrea y crea conforme el sujeto interactúa en internet.

Estas relaciones mediadas por las TIC’S, principalmente por el Internet, son generadoras de cultura, la cibercultura, la cual se localiza en un espacio virtual o ciberespacio, sin tiempo cronológico ni territorio, habitado por cibernautas o internautas, los cuales crean y recrean una identidad virtual. Estos se organizan en foros de chat, redes sociales, correo electrónico en el cual se elige a los “contactos” o amigos, compañeros de tu espacio de interacción. Se forman las comunidades virtuales. “Este concepto ha sido frecuentemente utilizado en la teorización sobre la aparición de nuevas formas de sociabilidad vinculadas con el uso de las TIC’S, en las que el internet es una de las principales con acceso y uso a través de una computadora. De esta manera se define a las comunidades virtuales como los grupos sociales surgidos y sustentados mediante el uso de la comunicación mediada por computadora (CMC)”. (Ardévol, 2002:10 citado en Sandoval F.2010:31).

En las redes sociales somos lo que deseamos ser. Cada uno proyecta un yo perfeccionable, un camino entre lo que somos y lo que anhelamos, sin el peso de la realidad. El yo se libera del peso material de la realidad y la conciencia en internet. Es la identidad de dominio público. Un yo construido como una personalidad (o varias en función de intereses y comunidades) con la que relacionarse con los demás y con el mundo de la sociedad de la información (público) de una manera abierta, donde la privacidad tendría que reconceptualizarse,

porque se hace público, lo privado. En las redes sociales se comparten con el otro, con el cibernauta, ideas, imágenes, videos, cotidianidades, en la que la mayoría de las personas ofrecen mucho de lo que tienen, piensan o son, e interactúan con los otros integrantes de su comunidad, esperando su respuesta.

Cada uno es un caso de identidad digital, identidad virtual, todos en dominio público de diferente forma. Todos tenemos una personalidad virtual. Muchos están escondidos en el anonimato de la audiencia, casi pasivos. Otros participan con su identidad o un apodo en foros, chats, comentarios y otras posibilidades de dialogar con otros. Bastantes escriben su obra y muestran su personalidad de una forma u otra en blogs, obras digitales o una participación intensiva en la conversación, en la interacción de las comunidades virtuales, como el caso de Facebook.

El ciberespacio es un lenguaje donde construir un universo simbólico muy apegado a lo real. El yo digital no es una identidad paranoica, sino que está muy enganchada a la realidad y la reconstruye con lenguaje, narrativa, vida y, con un poco de suerte, sentido. En la interfaz aparece de nuevo el criterio social. La identidad de dominio público no es un egotista aislado, sino una persona en comunicación, nuestro yo mediatizado avanza hacia lo que queremos ser. Un yo proyecto y en progreso.²

Las redes sociales son los nuevos espacios de esta interacción, su popularidad, uso y demanda va en ascenso, tal es el caso de la red social Facebook, como el medio de autocomunicación de masas (Castells 2010: 141). Según Casasola (2011, 10) “en esta red social se articulan mensajes e interacciones que zigzaguean entre los parámetros de lo que se entendía por esfera de lo público y de lo privado”. Es por ello que su acceso es continuo, en Facebook encuentran a los amigos, a los conocidos, y/o a quien quieren conocer, encuentran sitios de interés, fotos de eventos, comidas, perfiles, de lo que sus amigos comparten, pensamientos, ideas, emociones, la interacción es constante, la información es cambiante, fluida.

La autocomunicación (Castells, 2010: 141) se realiza en las redes sociales, caso Facebook, el emisor da un mensaje, comparte su pensamiento, su estado de ánimo, su cotidianidad, inaugura un “yo”, al tiempo que, inmediatamente instaaura delante de sí a un “otro”, el que le responde, el que lo evalúa (con un me “gusta”) pero está

finalmente en un espacio físico solo, comparte un poco de su “yo” con una frase, un video, una foto. Y se queda en la espera de que su voz tenga eco, de sus “amigos” lo clickeen, le comenten.

Casasola (2011, 12) refiere: “En Facebook la comunicación no se presenta como un acto sino como una instancia procesual que se retroalimenta permanentemente. La comunicación como motor de la producción de sentido social”. “¿Qué estás pensando?” pregunta la pantalla y en respuesta a su anónima interpelación el usuario responde trasladando al pequeño renglón blanco que ofrece Facebook sus emociones, expectativas e intereses. Luego, siguiendo los pasos, “elige”: “compartir”. Las frases, videos, fotos, enlaces o simplemente palabras aisladas que desee compartir, los cuales serán sometidos al breve veredicto de su grupo de “amigos”, podrán comunicar: “me gusta”, “ya no me gusta” o retroalimentar el comentario. Recientemente el tópico “¿Qué estás pensando? Ha cambiado (2013) por “¿Qué sucede N?” “¿Qué cuentas N?”. Es decir, aparece el nombre de la persona en la pregunta, dejando de ser impersonal, ya que el cibernauta se siente directamente cuestionado en relación a lo que le está sucediendo en el instante en el cual ingresa a su página de Facebook. Entonces, se encuentran publicaciones refiriéndose a Facebook como una tercera persona, ya no mandan su mensaje al ciberespacio, a su comunidad virtual, sino que le escriben a Facebook, dotándolo de una personalidad paranoica, otros siguen escribiendo estados referidos a terceras personas y/o en relación a lo que están viviendo, cotidianidades, logros, emociones, etc. Depende de la persona y de su capacidad crítica el uso que hace de su propia privacidad. Depende de la persona y su capacidad de respuesta ante la interrogante que aparece en la página de su muro en Facebook.

Los cibernautas se comunican en el espacio que configura su comunidad virtual, se autocomunican, envían un mensaje y pueden responderse, ser emisor y receptor simultáneamente, cuando su mensaje no encuentra quien lo responda. El proceso comunicativo es distinto al espacio físico, donde la retroalimentación ocurre como un proceso. Facebook, como red social presenta la posibilidad de enviar un mensaje y responderlo en el instante, comentarlo, ponerle “me gusta”, etiquetarlo para que a determinada persona le aparezca en el momento y si el cibernauta decide puede eliminarlo.

En los años '70 Jean Cloutier presentó el modelo EMIREC³ (Emite y Recibe). Propone que, tanto el



receptor como el emisor, se transformen en un EMIREC, entendiéndose éste como el hombre de la sociedad informatizada del siglo XXI, el cual EMITE y RECIBE mensajes y para comunicarse dispone de varios lenguajes y diversas herramientas. Así, la interpretación postmoderna del proceso comunicativo podría esquematizarse agrupando a emisores y a receptores de la siguiente manera: Emirec/mensaje/canal/mensaje/Emirec. El hombre tiene la capacidad en los nuevos medios de comunicación, como lo es internet, de autocomunicarse, de que el proceso de comunicación se torne cada vez individualizado. En la red social Facebook se puede comunicar de forma simultánea o alterada.

¿A que se atribuye la demanda de las redes sociales? La interacción es casi inmediata, se postea (escribir en el muro personal), se comenta, se responde y el EMIREC (El cibernauta quien es Emisor y Receptor en el instante) está en continua producción social, comunicativa. Ya no es necesario esperar por la respuesta de la carta tradicional días, semanas, meses. Hace más de una década que llegó email, el correo electrónico, en el cual en cuestión de minutos se tiene la respuesta si el receptor está en la red. Las interacciones se realizan en tiempo real, las familias a distancia se comunican, se observan y siguen mediante las fotografías que se publican en los perfiles de las redes sociales, los sucesos que físicamente no pueden compartir.

En los últimos dos años hemos asistido al crecimiento exponencial de las llamadas redes sociales, entre las que sin duda se destaca Facebook. Según el Universal⁴ (2012): “La red social informó que obtuvo ingresos por mil 58 millones de dólares en los primeros tres meses de este año. Alcanzó al cierre del primer trimestre del año los 901 millones de usuarios y obtuvo ingresos promedio por usuario de 1.21 dólares. De acuerdo con un informe de la compañía entregado a la Securities and Exchange Commission de Estados Unidos, esta cifra representó un aumento de 33 por ciento, en comparación con los 680 millones de cuentas registradas en el mismo periodo del año pasado.

El informe refiere que al mes de marzo lograron un promedio de 526 millones de visitas de usuarios activos diarios a la página, lo que representó un incremento de 41 por ciento en referencia a los 372 millones de marzo de 2011. En este sentido, indicó que hasta marzo había más de 125 mil millones de conexiones de amistad, además de que diariamente se registran tres mil 200 millones de «Me Gusta» y se suben más de 300 millones de fotos”.

¿Cuáles son los motivos por los cuales Facebook tiene tantos adeptos?

Aristóteles en la Política, se refiere a la sociabilidad natural del hombre *zoon politikón* <<animal social>> (Política, I, 2, 1252 b. Citado en Bárcena, 1997:88) Refiere Bárcena la definición de Aristóteles de la pertenencia del hombre a la sociedad, a la comunidad, necesitamos del hombre para diferenciarnos, para encontrarnos. Zubiri (Bárcena, 1997: 90) menciona que el acto más radical del hombre en tanto humano, es el de su *autodefinición y autoposesión*. Cada posibilidad de promoción formativa del hombre tiene que ir encaminada a que, de modo racional y libre, cada individuo, pueda hacer efectivo este acto radical de autoafirmación. No sólo hace su vida en un mundo de cosas, sino que además la hace con otros hombres.

Esto hace de la situación vital de cada uno una co-situación o situación de convivencia. Esto sucede en las redes sociales, son las esferas públicas, donde coexiste lo público y lo privado. Los espacios que anteriormente la sociedad civil tenía para el esparcimiento, la recreación y la socialización, hoy lo ocupan las redes sociales.

Es el muro personal de Facebook el boulevard, la calle o la plaza por las cuales nos asomamos a ver, conocer, reconocer lo que los otros nos comparten. Zubiri refiere: “Somos animales narradores, dotados de palabra para contar historias, y no simplemente de voz” (Bárcena, 1997: 91). Narramos en el espacio, en la nada, en el ciberespacio los acontecimientos de nuestra cotidianidad, reafirmando en el otro, mi propio yo. Narro, documento, comparto mi espacio privado, buscando el reconocimiento de los otros, la aprobación de los otros, el acompañamiento de los otros. Construyo mi identidad, según Zubiri (ídem) “en la comunidad”, esta ayuda a la configuración de este espacio, a la autodefinición, la autoposesión.

La comunidad virtual, como lo es Facebook, también participa en esta configuración de la identidad, la virtualidad es la esfera de las nuevas relaciones, de la continuación de las relaciones de la comunidad física a la comunidad virtual. El cibernauta se autodefine, se auto configura, quizá con una identidad idealizada, mejorada, pero en esa construcción añade elementos de su yo real. En la búsqueda de autoafirmarse, de encontrarse en el otro.

Según Habermas, es para el espacio público burgués lo que Aristóteles y su concepto de *polis* es para el espacio público griego. “La razón comunicativa está

directamente implicada en el proceso de la vida social, en cuanto que los actos de la comprensión mutua adoptan el papel de un mecanismo para coordinar la acción". Esta universalidad deriva del hecho de que para Habermas la vida social del hombre se basa en procesos para establecer el entendimiento recíproco. (Flyvberg, 2001, 37). Es la forma como los jóvenes, principalmente, interactúan, coordinan su vida social, en eventos públicos o privados, crean eventos con sus contactos como invitados, publican fotos de sus acontecimientos más destacados. Es Facebook, el lugar en donde continúan el entendimiento recíproco, el espacio virtual donde establecen actos de comprensión mutua, de solidaridad.

¿Por qué nos fotografiamos? ¿Y por qué que se publican en Facebook?

En las redes sociales se produce un intenso intercambio de datos privados, que van desde información personal hasta intereses y preferencias de los usuarios. Asumimos que en un ámbito público como es Facebook, todo es expuesto, todo es compartido, y el concepto de privacidad se reformula. Las fotografías, los videos es la documentación de la modernidad, es la biografía o Line Time (como hoy se conoce el muro de publicación de Facebook) del día a día.

Bourdieu, en sus estudios de la Teoría de campo, menciona "que las clases medias son las que más recurren a la fotografía. Es una práctica extraordinaria, solemniza lo cotidiano, subraya la superación de la rutina, del alejamiento de lo habitual. Nadie fotografía su propia casa, salvo que la haya reformado y quiera testimoniar un cambio. La fotografía es una actividad familiar destinada a consagrar lo no familiar. La fotografía es un signo de privilegio. Por el placer que proporciona en sí mismos y por su capacidad de distinguirnos simbólicamente de otros sectores". (García Canclini, 2004: 67).

En Facebook, como en otros espacios de socialización en línea, los cibernautas buscan: retomar, crear o reforzar contactos interpersonales; demarcar su pertenencia a un grupo o grupos determinados según gustos musicales, deportivos, políticos, religiosos, culturales, etc.; invertir sus horas de ocio y tiempo libre; finalmente satisfacer la curiosidad natural del ser humano por saber más acerca de algo o alguien; no sólo reafirmando sus relaciones sociales, a su vez las relaciones amorosas, ya que publican esos estados, "Soltero", Comprometido, "es complicado",

"casado." El divulgar fotografías es un acto constante de autoafirmación, de la búsqueda del reconocimiento social, de buscar la aceptación social, la necesidad de pertenencia a un grupo social, de compartir con el otro un poco de lo que soy o de lo que hago, plasmar en una imagen una parte de la vida, de lo privado compartida en público.

Facebook es una red social, donde se reúnen contactos-amigos-conocidos en torno a la socialización, al intercambio continuo, pero cuando sus integrantes se agrupan en torno a intereses, gustos y experiencias en común, se convierten en comunidad virtual, en esta red se llaman grupos, donde compartir sus intereses/aficiones, mediante la publicación de vídeos, fotos, opiniones, intercambio de conocimientos, que es de su interés. Grupos en torno a un aspecto de su vida real, su grupo musical favorito, lo siguen en Facebook al crear un grupo de fans, un grupo escolar en el cual comparten asignaturas y materiales académicos en común, etc. En la red social el cibernauta elige el tipo, el grado y la forma de interactuar que él desee, forma las comunidades virtuales que considere necesarias dentro de su red social, se adhiere a ellas, comparte con la censura que el cibernauta determine.

Bauman (2003: 107) en la modernidad líquida, hace referencia a los "no lugares" ese lugar sin lugar, cerrado en sí mismo, de compras/consumo deben gran parte de su magnético poder de atracción a su colorida y calidoscópica variedad de sensaciones sensoriales. Pueden disfrutarse sin temor: una vez que la aventura ha sido despojada de riesgos, lo que queda es una diversión pura e incontaminada. Los lugares de compras/consumo ofrecen lo que ninguna "realidad real" puede ofrecer afuera: un equilibrio casi perfecto entre libertad y seguridad. Dentro de estos templos, los compradores/consumidores pueden encontrar lo que vanamente han buscado afuera: el consuelo de pertenecer –la confirmadora impresión de formar parte de una comunidad-. Tal como señala Sennet (1996, citado en Bauman, 2003: 108) la ausencia de la diferencia, el sentimiento de "todos somos iguales" y la sensación de "no hay necesidad de negociar nada, ya que todos compartimos la misma opinión" son los significados más profundos de la "comunidad" y la causa última de su atractivo, que, según se sabe, aumenta proporcionalmente a la pluralidad y la multivocalidad del entorno de la vida. Esa comunidad es el atajo hacia la reunión: "nosotros, que somos de la misma clase", una reunión de esta clase no requiere

vigilancia, verdaderamente preordenada; una clase de reunión que no es una tarea sino que está dada, y está “dada” antes de emprender cualquier esfuerzo destinado a darle vida.

Internet es parte de la modernidad líquida, que postula Bauman ya que el desarrollo, traducido en la ciencia y la tecnología, así como también en lo político, económico, intercambio cultural, apertura de mercados, globalización, ha llevado al ser humano a alejarse de aquello con lo que se mantenía unido, la sociedad. Es decir, de una sociedad sólida se transita a una sociedad líquida, maleable, escurridiza, que fluye, en un capitalismo liviano.

¿Por qué el acceso constante a Facebook?

Las redes sociales son los nuevos espacios de opinión, las voces se masifican, se narran historias, se piden colaboraciones, es un espacio de encuentro, la respuesta es casi inmediata, es el acompañamiento del otro, que aun cuando no está en tu espacio físico inmediato, está en un espacio virtual que te acompaña. Es el espacio para compartirte, los jóvenes publican su estado de ánimo y reciben consuelo, del contacto que le comenta, o del contacto que le pregunta los porqués, es el espacio donde los jóvenes se autodefinen, se acompañan, se solidarizan. También los adultos jóvenes están ingresando al uso de las redes sociales, debido en gran parte al servicio de telefonía celular, que trae integradas las redes sociales como Facebook, Twitter, Linked, aplicaciones que permiten la comunicación inmediata, se enteran de lo que viven sus hijos, su familia, etc.

Castells (2000), refiere: “¿Y qué hacen los adolescentes, en general? Inventarse identidades, experimentar identidades, pasarse ratos de cháchara sobre cualquier cosa, siempre que pueden, crear una contracultura propia de experimentación identitaria. Y esto también lo hacen en internet. Pero, estudiando a través del conjunto de la sociedad, fuera de los mecanismos de adolescentes, lo que se observa es, más bien, que el internet instrumental, es decir, la utilización de este para desarrollar tareas políticas o personales, o de intereses concretos, es lo que realmente genera los niveles de interacción más fuertes. Por tanto, más que ver la emergencia de una nueva sociedad, totalmente on line, lo que vemos es la apropiación de internet por redes sociales, por formas de organización del trabajo, por tareas, al mismo tiempo

que muchos lazos débiles, que serían demasiado complicados de mantener off line, se pueden establecer on line”. Las redes más populares son de información, de ayuda, de solidaridad, de reforzamiento de una vivencia compartida, etc.

Teorías de la comunicación, el hoy de las redes sociales

La Agenda Setting,⁵ es una teoría que postula cómo los medios deciden que noticias influyen en el público directa o indirectamente, no en las opiniones o dictámenes que estos enuncian; sino procurando la relevancia o el espacio informativo a temas o cuestiones que los medios elijen. Ejemplo: dos personas en una cafetería con un periódico entre los dos. Hablarían, lo más seguro, de lo que aparece en portada, o de lo que han escuchado en la radio, o en la televisión por la mañana. Actualmente el Trending Topic es la teoría de la comunicación actual. Las palabras clave (y por tanto los temas) que se repiten con más frecuencia en medios como Twitter. Es decir, los temas sobre los que más habla la gente. Su esperanza de vida se mide en horas pero la importancia es tanta o mayor que los temas que marcan los medios. Además, la gran repercusión que están teniendo en la prensa ha provocado que esta expresión sea utilizada también para denominar un tema de gran interés. La libertad de expresión en los medios virtuales hace más atractivo el acceso constante, el único que puede censurar es uno mismo.

La teoría de Gatekeeping⁶ o filtro de la red, ha investigado los distintos procesos por los que los nodos se incluyen o excluyen de la red, demostrando el papel fundamental para de la capacidad de filtro para imponer el poder colectivo de algunas redes sobre otras, o de una determinada red sobre las unidades sociales desconectadas. El Gatekeeping o guardabarreras (término acuñado por Kurt Lewin y posteriormente desarrollado por David Manning White en 1945) es la teoría por la cual se analiza la manera en que los editores de las diferentes secciones de un periódico seleccionaban ciertas noticias y rechazaban otras. En Facebook, el guardabarrera es el usuario, él es que tiene el poder de la autocensura, comparte sus ideas, estados de ánimo, relaciones sociales, afectivas, actividades cotidianas o extraordinarias, etc. Sólo él decide que compartir, si participa o no del Trending Topic.

El poder de la red, se entiende según Castells desde la conceptualización de Grewal, David, (2008:23. citado Castells: 2010:73.) el cual “teoriza sobre la globalización desde la perspectiva del análisis de redes: La idea del poder de la red consiste en los estándares de coordinación son más valiosos cuanto más gente los usa y esta dinámica, puede llevar a la progresiva eliminación de las acciones en las cuales se puede ejercer la libre elección colectivamente”. Por lo tanto refiere Castells los protocolos de comunicación, determinan las reglas que hay que aceptar cuando se está en la red. El poder se ejerce no por la exclusión de las redes, sino por la imposición de reglas de inclusión. Dependiendo del nivel de apertura de la red, estas reglas pueden negociarse entre sus componentes. Pero una vez establecidas, se vuelven obligatorias, ya que el respeto a estas normas es lo que posibilita la existencia de la red como estructura comunicativa. (Castells, 2009: 75).

El poder de la red

Las páginas de mayor uso como Facebook, Youtube, Hotmail, han cambiado paulatinamente las normas de uso, tratando de dar protección ante los hackers y ladrones de identidad, se establecen más criterios y procedimientos para restablecer contraseñas, en Facebook si no se tiene amigos en común con la persona a la cual le solicitas la amistad, la cuenta puede sufrir un bloqueo de 5 a 30 días sin poder realizar solicitudes de amistad, y si el usuario solicitante es bloqueado por el otro usuario que estableció que lo desconocía, se bloquea por más tiempo las solicitudes de amistad y otras aplicaciones. Alertando respecto al acoso y a la posible cancelación de la cuenta. Aun así la red permite entre muchas opciones, el anonimato, o el “gender swapping” e1 cambio de género, que ha sido utilizado en algunas ocasiones para fines delictivos. Siendo éste uno de los riesgos de estar en red.

El poder de contactar en red se refiere al poder de los actores y organizaciones incluidos en las redes que constituyen el núcleo de la sociedad red global sobre los colectivos o personas que no están integradas en ellas. Esta forma de poder opera por inclusión/exclusión. (Castells, 2010: 73). Es decir, las formas de exclusión no se confieren a grupos indígenas, clases sociales bajas, desempleados, homosexuales, de género, sino que en nuestros días quien no accede a la red de redes, esta desconectado, excluido.

García Canclini (2004: 73) refiere “La sociedad concebida antes en términos de estratos y niveles, o distinguiéndose según identidades étnicas o nacionales, es pensada ahora en la metáfora de la red. Los incluidos son quienes están conectados y sus otros son los excluidos, quienes ven rotos sus vínculos al quedarse sin trabajo, sin casa, sin conexión. Estar marginado es estar desconectado o “desafiliado” según la expresión de Robert Castel.” De ahí deriva parte del éxito de la red social Facebook, nadie quiere quedar excluido, es parte de la era moderna, el estar conectado, el estar en red.

El éxito de la persona conexionista no depende solo de su plasticidad: “si se limita a ajustarse a las nuevas situaciones que se le presenten corre el riesgo de pasar desapercibido, de que se le juzgue sin grandeza y se le asimile a los pequeños. Para sacar partido de los contactos que establece, tiene que –interesar-, o sea aportar algo que a su vez conecte con –otros mundos-. En la medida que su persona, su personalidad, contenga “ese algo” susceptible de interesarlos y seducirlos, será capaz de atraer su atención y obtener su apoyo o informaciones. Pero para ello tiene que ser *alguien*, es decir, llevar consigo elementos ajenos a su mundo, percibidos como característicos suyos”. (Boltanski y Chiapello, 2002: 584 Citados en García Canclini: 2004: 76). Es por ello que en sus muros, los adolescentes, publican fotos de lo que realizan, fiestas, paseos, excursiones, comparten el día a día, inclusive actividades o pensamientos que sus padres censurarían, tienen ese espacio aun exclusivo para ellos, para ser, hay libertad de expresión, es el medio multicultural y democrático, en las redes sociales confluyen todo tipo de personas, el usuario es quien decide a quienes acepta en su comunidad virtual, con quienes compartirá su privacidad-pública.

En los medios virtuales también se da el proceso de acumulación, de propiedad, García Canclini (2004: 77) refiere “que en los medios masivos de comunicación, se crea la ilusión de conectividad global, se seleccionan patrimonios culturales susceptibles de ser codificados para insertarlos en el proceso de acumulación”. En relación a cuantos amigos tengo como contactos en mi red social, cuantos me gusta o comentarios tiene mi publicación, se cuantifican las relaciones sociales y su interacción. Además es innegable cómo la publicidad se ha apropiado de estos medios virtuales de comunicación por ende las ganancias de las empresas que hacen uso de los mismos para publicitarse han sido cuantiosas.



El tener amigos o “contactos” en la red social no es equivalente de que sean amigos en la vida real o fuera del área virtual. Ya sea que en la vida real se tenga esa relación, sean conocidos, cercanos, pero sin interacción, la red social les da la comodidad de socializar y compartir, “entre amigos todo es –común-, público, hasta formar una comunidad virtual, un grupo con características y experiencias afines. “Todo se hace patente y visible; la amistad es, como ocurre también en la vida pública, un mundo de apariencia, pues lo aparente es lo primero que se ve, la realidad sin más. En la amistad hay una mezcla extraña de intimidad y publicidad. Hay publicidad porque hay cosas que se comparten, espacios comunes, un mundo de cosas en común. Y hay intimidad, pues los amigos guardan para sí los frutos de la relación que cultivan”. (Gadamer, citado en Bárcena, 1997: 101). En la amistad se da un encuentro entre dos y al mismo tiempo un encuentro de ambos consigo mismo. Porque al compartir nos encontramos, vemos en el otro lo que es diferente y a la vez en lo que somos iguales o parecidos, necesito del “otro” para reconocermelo diferente o único. En los otros se puede establecer una clase de encuentro consigo mismo.

En el mundo digital la identidad asume una dimensión diferente a la existente en el mundo real. Mientras que en este último la identidad representa los atributos que definen a una persona, organización e institución, “el mundo digital se refiere al proceso por el cual un usuario - individuo, puesto de trabajo, periférico, punto de acceso - es reconocido por el sistema de tratamiento de datos al introducir un nombre unívoco. En respuesta, el sistema inicia el proceso de autenticación que verifica la identidad declarada”. (Ballester Fernández, 2005. Citado en Lozano 2007:35).

A diferencia de lo que ocurre en el mundo real, donde los sujetos interactúan en medios concretos y sincrónicos, reglados por coordenadas de tiempo y espacio; en Facebook tiempo y espacio no son simultáneos. Se desdibujan los límites del contexto. “En el ciberespacio se dislocan esos espacios y los sujetos pueden moverse en escenarios diacrónicos y sincrónicos, divergente-convergentes, únicos y múltiples a la vez”. (Merejo, 2009: 89. Citado en Casasola, 2011: 14). Es por ello que pueden pasar horas frente a la computadora y les parecerán minutos, la inmediatez del contexto, la continua interacción hace que la percepción del tiempo se altere, existen demasiados estímulos que los atraen haciendo que las actividades que realicen en el red, los lleve a

escenarios distintos, y navegar sea sin rumbo y sin sentido, dejando en ocasiones de realizar otras actividades en la vida real o postergándolas.

No se ha precisado en el DSM-IV (Diagnostic and Statistical Manual of Mental Disorders) un trastorno propio del uso del Internet, a menos que el uso compulsivo del mismo afecte cualquier área de la vida de esa persona. “Aunque la adicción a Internet no es oficialmente una categoría diagnóstica, las investigaciones realizadas hasta la fecha indican que el uso problemático de la red requiere una mayor atención, sobre todo si causa problemas o interfiere en la vida diaria, especialmente durante la adolescencia”. (Gracia, Blanco, et al: 2002: 278). Internet es un instrumento que desarrolla pero no cambia los comportamientos, sino que los comportamientos se apropian de internet y, por tanto, se amplifican y se potencian a partir de/ lo que son.

Esto no significa que internet no sea importante, quiere decir que no es internet lo que cambia el comportamiento, sino que es el comportamiento el que cambia Internet. Castells (2010: 251) refiere: los adolescentes que en su “mundo real” son reservados, probablemente en su “comunidad virtual” también sea así. Depende de las personas que accedan a la red de redes, los motivos de su interacción, los resultados que de ella resulten.

¿Quieren los usuarios ser identificables en todo momento o prefieren utilizar la oportunidad de mantener el anonimato?

Internet permite la coexistencia de ambas situaciones: es posible utilizar la identidad digital para acceder a ámbitos que demandan un reconocimiento efectivo – empresas, banca, universidades, administraciones - o hacer uso de la identidad virtual ocultando la identidad real. La construcción de un perfil en Facebook, guarda ciertos aspectos ficcionales. Nos mostramos como queremos que nos vean, llevamos a este espacio público la imagen que deseamos tengan de nosotros. No sólo a nivel de la foto o imagen que identificará nuestro perfil (*Facebook* significa libro de fotos en inglés) sino también en la configuración total de los datos que publicamos a nivel de nuestras preferencias, ideología política y creencias religiosas (categorías así explicitadas dentro de la información personal de cada perfil).

La “identidad virtual” es un fenómeno creciente e imparable, favorecido por la proliferación de los procesos

de registro en internet. En este universo de identidades ficticias, las situaciones internas son conflictivas, motivadas por el interés de unos usuarios de proteger su identidad real y de otros usuarios interesados en descubrirla para distintos usos. Un ejemplo de esta doble dirección de intereses se constata en los foros, blogs, páginas web personales, por un lado, y la posibilidad de rastreo de identidad que ofrecen los buscadores, por otro. El adolescente debe ser consciente de la repercusión que tiene su actividad en la red y la importancia que tiene su propia identidad digital.

Para Castells (2000: 129) Internet es la sociedad, expresa los procesos sociales, los intereses sociales, los valores sociales, las instituciones sociales, es la sociedad red. ¿Cuál es, pues, la especificidad de internet, si es la sociedad? La especificidad es que constituye la base material y tecnológica de la sociedad red, es la infraestructura tecnológica y el medio organizativo que permite el desarrollo de una serie de nuevas formas de relación social que no tienen su origen en internet, que son fruto de una serie de cambios históricos pero que no podrían desarrollarse sin internet.

Es la realidad de nuestros adolescentes, y es a ellos a quienes impacta más, porque es principalmente su espacio social, donde crean y recrean su identidad virtual, donde establecen relaciones sociales, se comparten ideas, pensamientos estados de ánimo, momentos capturados en fotografías, ideologías, gustos e intereses. Y finalmente esa interacción les dota en su “yo real” de elementos de identificación para concluir con la tarea primordial de la adolescencia que es la “crisis de identidad” resuelta.

Lo importante de este proceso es la continua presencia de los padres, que se informen de las páginas que navegan sus hijos, que se integren a la comunidad virtual de sus hijos, que es un fenómeno cada vez más en aumento, padres de familia en las redes sociales, interactuando, pero principalmente reconociendo lo que sus hijos plantean y comparten de su identidad virtual, acercándose a lo que sus hijos son en la red. Acortando la brecha generacional que en ocasiones los separa.

Conclusiones

Facebook es una de las redes sociales que más adolescentes utilizan, es el espacio donde disertan del Trending Topic (el tema que más se discute, del que más se habla: vacaciones, eventos importantes, etc.), es el lugar donde

expresan sus estados de ánimo, se autocomunican, comparten un mensaje, son EMIREC, donde este tipo de comunicación es palpable.

Los adolescentes interactúan en la vida real y llevan sus interacciones a su red social, a la comunidad virtual a la cual se han integrado. Ellos son su guardabarrera, y en esas decisiones morales de qué es lo que comparte al otro y en la inmediatez de la respuesta transcurren minutos, incluso horas. Sus amigos, sus contactos, son sus acompañantes en la construcción de su identidad virtual, en la construcción de su yo. Todo sucede en el aquí y en el ahora, todo es en el momento, la historia la construyen día a día.

Accesar al muro del Facebook, mediante el correo electrónico y una contraseña (como el pase de acceso a la ciudadanía virtual) es como entrar al boulevard, a la casa de los otros, a la plaza de tu comunidad, al mercado, a la calle, en ella encuentras lo que el otro compartió a sus múltiples contactos, esperando la respuesta, el comentario, la aceptación al clicar “me gusta”.

El acercamiento es continuo, aun cuando existan distancias geográficas considerables. Mediante Facebook y su uso, la privacidad se replantea, en el muro del Facebook y en la invitación de ¿Qué estás pensando? Es una invitación abierta a compartirte con los otros, subir un trozo de tu yo, de tus vivencias de tu cotidianidad, sin considerar que esa foto tuya cualquiera la puede descargar en su computadora, que le estas mostrando a millones de personas que navegan las redes sociales y la red de redes, mucho de lo que tú eres, de lo que es tu vida real. Ese es un aspecto que a los adolescentes no les ha detenido, no les da temor y se fascinan ante la inmediatez de la red social y su pronta respuesta, se fascinan por subir todo, por compartir todo.

En Facebook se enuncian las vidas privadas sin mayores objetivos que la autopromoción de sus propias existencias a través de experiencias personales, fotos o relatos que no aportan nada a los “otros”, más que la posibilidad de la contemplación. “Los Emirec ahora poseen los medios y se apropian de una parte del ciberespacio para autopromocionarse convirtiendo a la comunicación en un acto, muchas veces, narcisista” (Aparici 2010:31. Citado en Casasola, 2011: 22).

Por la página de inicio de Facebook aparecen las historias fragmentadas, discontinuas de los que cronológicamente comparten su yo. Son los nuevos espacios de socialización, o donde se continúa la socialización, lo importante es regular su uso, lo importante es que los



padres conozcan quiénes son sus hijos en la red social, a que comunidades virtuales pertenecen. Qué es lo que comparten y que regulen el tiempo que dedican a navegar, sin detrimento de sus actividades en su vida real.

Facebook es una red social que continuará en expansión su uso, las formas de acceder a este cada vez aumenta, como programas en los celulares para descargarlo gratuito, internet inalámbrico en los principales centros de reunión, plazas comerciales, escuelas, etc. Somos la Sociedad Red. La modernidad líquida que se escurre entre el capitalismo, entre el consumo de la inmediatez. Una sociedad consumista, que busca satisfacer cada vez más y más rápido, dadas las condiciones de expiración de los productos ofertados, y no necesariamente en productos alimenticios. Tales son los casos de las colecciones de la moda, lo último en tecnología, que hoy lo es y mañana dejará de serlo.

El poder está en las redes, pero también el contrapoder y la posibilidad de alterar y cambiar la realidad en la que nos encontramos. En Facebook los Emirec encuentran un espacio público y privado desde el que pueden aspirar a un mundo diferente: "Participando en la producción cultural de los medios de comunicación horizontal, los ciudadanos de la Era de la Información son capaces de inventar nuevos programas para sus vidas con los materiales de sus sufrimientos, miedos, sueños y esperanzas. Construyen sus proyectos compartiendo su experiencia. "Subvierten las prácticas de comunicación tradicional ocupando el medio y creando el mensaje. Superan la impotencia de su solitaria desesperación interconectando sus deseos. Luchan contra los poderes establecidos identificando las redes establecidas" (Castells 2010: 552).

Los medios de autocomunicación de masas, como Facebook, se convierten en tribunas invaluable para conocer, adherir y propagar nuevas formas de pensamiento, interacción y vida en sociedad. No sólo la reproducción de la vida en una comunidad virtual, sino también espacios de construcción social, espacios multiculturales, democráticos, con libertad de expresión y pensamiento, donde nuestros jóvenes interactúan continuamente para encontrarse en el otro, para complementarse en el otro.

Es por ello que es mi interés, tomar como punto de análisis para la tesis de Maestría el uso socioafectivo que los adolescentes, principalmente los estudiantes de Bachillerato, hacen de Facebook. La red social que les permite continuar el proceso de socialización del espacio

físico al espacio virtual los nuevos espacios de interacción, integración, donde expresa y comparten de manera pública, su intimidad, su privacidad, su pertenencia.

Este tipo de investigaciones, se puede enmarcar dentro de los nuevos estudios de la Ciencias Sociales, ya que el uso de las TIC'S, es inherente a los tiempos que estamos viviendo, es parte de la Modernidad, de la inclusión. Las ciencias sociales no pueden quedar al margen de las transformaciones sociales, hemos transitado de la imprenta al internet y es evidente esta transformación. Hoy los jóvenes tienen otros espacios de encuentro, de interacción, con pros y contras, por lo cual es importante delimitar su estudio, dando a conocer los resultados que de ello deriven. Se puede abordar desde lo fenomenológico, desde la subjetividad. Buscando la interpretación, la explicación el sentido de la acción del ser humano.

Notas

¹ <http://www.exitoeportador.com/central.htm#mx>

² <http://periodistas21.blogspot.com/2006/10/identidad-de-dominio-publico.html>

³ <http://educacionparatodosydetodos.blogspot.mx/2009/04/Emirec>

⁴ <http://www.eluniversal.com.mx/articulos/70485.html>

⁵ <http://www.banrepcultural.org/blaavirtual/ayudadetareas/periodismo/per35.htm>

⁶ <http://teocoms.blogspot.mx/2007/06/el-concepto-de-gatekeeper-seleccionador.html>

Bibliografía

- Ávila, Raúl. (2009). *De la imprenta al internet: la lengua española y los medios de comunicación masiva*. 2ª ed. México: El colegio de México. P.p. 307.
- Bárcena, Fernando. (1997). *El oficio de la Ciudadanía. Introducción a la educación política*. Barcelona: Editorial Paidós. P.p. 301.
- Bourdieu, Pierre (s/a). García Canclini, Néstor. *La Sociología de la cultura*.
- Castells, Manuel. (2010). *Comunicación y poder*. Madrid: Alianza Editorial. P.p. 679.
- Castells, Manuel (2000). *Globalización, sociedad y política en la era de la información*. Revista Bitácora. México.
- De Ugarte, David. (2007). *El poder de las redes. Biblioteca de las Indias*.
- García Canclini, Néstor. (2004). *Diferentes, desiguales y desconectados. Mapas de la interculturalidad*. Barcelona: Gedisa Editorial. P.p. 223.
- León, Osvaldo, et al. (2001). *Los movimientos sociales en la red*. Agencia Latinoamericana de la Información. Quito Ecuador.
- Lozano, José Carlos. (2007). *Teorías e investigación de la comunicación de masas*. 2ª ed. México: Pearson Educación. Prentice Hall. P.p. 248.
- Sandoval, F. Eduardo A. et al (2010). *Migrantes e indígenas: acceso en comunidades virtuales interculturales*. 1ª ed. México: UAIM.
- Sartori, Giovanni. (1999). *Homo videns. La sociedad teledirigida*. Taurus
- Tapiador, A. et al. (2000). *Identidad extendida en redes sociales*. Universidad Politécnica de Madrid.
- Zygmunt Bauman (2003). *Modernidad líquida*. Fondo de Cultura Económica. México.
- _____ *Que significa Internet* <http://secundariodigital.blogspot.com/2009/03/que-significa-internet.html>. Recuperado el 2 de julio de 2011.
- _____ *Estadísticas en Internet* <http://www.abcelinternet.com.stats.htm> Recuperado el 1 de julio de 2011.
- _____ (2006) <http://periodistas21.blogspot.com/2006/10/identidad-de-dominio-publico.html> *Identidad de dominio público..* Recuperado el 5 de julio de 2011.
- _____ (2006) <http://periodistas21.blogspot.com/2006/11/identidad-virtual-un-desafio-real.html> *Identidad Virtual, un desafío real*. Recuperado el 8 de julio de 2011.
- _____ (2012) <http://www.eluniversal.com.mx/articulos/70485.html>. *Facebook supera los 900 millones de usuarios*. El Universal. Recuperado el 3 de mayo de 2012.
- Boladeras C. Margarita (Universidad de Barcelona. Facultad de Filosofía) <http://www.comminit.com/es/node/149938/37> "La opinión pública en Habermas" Fecha de publicación: 2004. Recuperado el 08 de mayo de 2012.
- Casasola, Ma. Soledad (2011) *Redes sociales: nuevos espacios para la configuración de lo público y lo privado*. <http://confidercom.org/anais2011/pdf/254.pdf>. Recuperado el 4 de mayo de 2012.
- Otero, león Lourdes. (2008) *Ciudadano de dos mundos según Gadamer*. <http://serbal.pntic.mec.es/~cmunoz11/otero57.pdf>. Recuperado el 4 de mayo de 2012.
- Flyvberng, Ben. (2001) *Habermas y Foucault. Pensadores de la Sociedad Civil*. <http://redalyc.uaemex.mx/pdf/598/59819201.pdf> Recuperado el 8 de mayo de 2012.
- Gracia Blanco, M. et al. (2002) *Problemas conductuales relacionados con el uso de Internet: un estudio exploratorio*. <http://digitum.um.es/xmlui/handle/10201/8002>. Revista: Anales de psicología. Recuperado el 9 de mayo de 2012.
- Lupiañez, T. Isabel (2011) *La dimensión social de la realidad humana en el pensamiento Zubiri*. http://www.csicsif.es/andalucia/modules/mod_ense/revista/pdf/Numero_42/ISABEL%20LUPIANEZ%20TOME_1.PDF. Recuperado el 8 de mayo de 2012.
- <http://www.banrepcultural.org/blaavirtual/ayudadetareas/periodismo/per35.htm> *Agenda Setting*. Recuperado el 8 de mayo de 2012.

Referencias Electrónicas

- Castells, Manuel (2010) *Internet y la Sociedad Red*. <http://www.mvdenred.edu.uy/download/destacados/castells.pdf> Recuperado el 9 de julio de 2011.
- Mosquera V. Manuel A. (2008) "Ciberetnografía: comunidad y territorio en el entorno virtual". <http://www.saber.ula.ve/bitstream/123456789/28656/1/articulo4.pdf> Recuperado el 1 de julio de 2011.



- (2011) <http://es.twirus.com>. *Trending Topic*.
Recuperado el 8 de mayo de 2012.
- (2011). *Emirec y constructivismo*
[http://educacionparatodosydetodos.blogspot.mx/
2009/04/Emirec-y-constructivismo.html](http://educacionparatodosydetodos.blogspot.mx/2009/04/Emirec-y-constructivismo.html)
Recuperado el 8 de mayo de 2012.
- (2011) *Estadísticas Mundiales sobre el uso de internet*
<http://www.exitoexpórtador.com/stats.htm>
Recuperado el 8 de mayo de 2012.