

**Nuevas prácticas en la construcción de la subjetividad. Una aproximación a las
intimidaciones visibles**
Escenarios digitales

Carolina, Mazzetti
Luciana, Trimano

caro_mazzetti@hotmail.com
lucianatrimano@gmail.com

Resumen El desarrollo y el auge de las tecnologías de la comunicación impactan en la vida social generando nuevas prácticas y rituales de socialización, y por tanto nuevas subjetividades signadas por la era de la fluidez, la velocidad y lo virtual.

En esta presentación se pretende dar cuenta de las transformaciones que se producen en la subjetividad e intersubjetividad de los jóvenes, reconociendo las nuevas configuraciones de mundo que se construyen y sostienen en el uso de algunas redes sociales digitales. Se intenta indagar en la cosmovisión que poseen estos sujetos sobre el espacio y el tiempo; el territorio; las relaciones; las emociones; y los valores hegemónicos en el marco de la utilización de las redes sociales digitales. El paso del papel a la pantalla no solo evidencia el cambio del medio sino la transformación de la subjetividad que se construye en los nuevos géneros autorreferenciales y biográficos. Es decir, otras formas de constitución y consolidación de la propia experiencia y las relaciones, donde las apariencias y la visibilidad adquieren un valor preponderante en el “festival” de las vidas privadas.

Cuando se piensa en las bondades o en las consecuencias de la tecnología, en ocasiones suelen surgir debates polarizados o dicotómicos -de tinte moral o filosófico- en términos de “bueno” o “malo”. Sin embargo desde las ciencias sociales debiéramos evitar los simplismos para profundizar el debate considerando diferentes planos de análisis.

Podemos enfocarnos en lo personal o individual, es decir, en lo que representa para las personas; o podemos pensar desde lo social o global, o sea, en lo que representa o implica desde una perspectiva más amplia y general. E indefectiblemente trazar un plano de análisis de vinculación entre lo particular y lo general para observar en perspectiva, identificar conexiones y dar cuenta de las lógicas ocultas que están asociadas. Por ello, frente a la pregunta de cómo posicionarnos frente a las nuevas tecnologías deberíamos ser capaces de ver más allá de lo cercano y dar cuenta de qué lógicas están ligadas a las nuevas prácticas o propuestas de consumo que se hibridan y modelan nuestra conciencia individual y colectiva.

www.panam2013.eci.unc.edu.ar | www.eci.unc.edu.ar

Tel.: +54 351 4334160 int. 103.

Av. Valparaíso esq. Los Nogales. Ciudad Universitaria. Córdoba, Argentina.

Nuevas prácticas en la construcción de la subjetividad. Una aproximación a las intimidades visibles

Cuando se piensa en las bondades o en las consecuencias de la tecnología, en ocasiones suelen surgir debates polarizados o dicotómicos -de tinte moral o filosófico- en términos de “bueno” o “malo”. Sin embargo desde las ciencias sociales debiéramos evitar los simplismos para profundizar el debate considerando diferentes planos de análisis. Podemos enfocarnos en lo personal o individual, es decir, en lo que representa para las personas; o podemos pensar desde lo social o global, o sea, en lo que representa o implica desde una perspectiva más amplia y general. E indefectiblemente trazar un plano de análisis de vinculación entre lo particular y lo general para observar en perspectiva, identificar conexiones y dar cuenta de las lógicas ocultas que están asociadas. Por ello, frente a la pregunta de cómo posicionarnos frente a las nuevas tecnologías deberíamos ser capaces de ver más allá de lo cercano y dar cuenta de qué lógicas están ligadas a las nuevas prácticas o propuestas de consumo que se hibridan y modelan nuestra conciencia individual y colectiva.

Si examinamos nuestras prácticas podemos evidenciar que cada vez más dependemos del universo virtual o digital. Revisamos el correo electrónico varias veces al día; nos conectamos con amigos o conocidos, subimos las fotos de la última reunión o viaje que hicimos, intercambiamos opiniones en facebook o twitter -sino ambas-; accedemos a sitios web en búsqueda de información; actualizamos nuestro blog o comentamos el blog de otros; accedemos al último video que está en agenda y del cual todo el mundo habla; buscamos precio y referencias antes de adquirir un producto -si es que no lo compramos de manera online-; etc. Son solo algunas de las prácticas habituales que un amplio sector de la población a nivel mundial lleva a cabo. Por ello ante las actuales amenazas a la web social algunos especialistas vienen planteando el concepto de *soberanía* o *autonomía*

tecnológica, entre ellos Tim Berners Lee¹ quien analiza las principales limitaciones del paradigma de la web 2.0 (fragmentación, centralización, control y riesgos para la privacidad)² porque son numerosas las empresas, organizaciones y gobiernos que compran datos para analizar los hábitos y tendencias de la población para lograr rédito económico o político. A propósito, en la última campaña presidencial de Obama se identificaron a los votantes indecisos y se trazaron estrategias para convencerlos de que debían votar por el líder demócrata a través de anuncios focalizados, discursos y propagandas en ciertos programas, etc.). Así de entre unos 100 millones de votantes se identificó que 20 mil estaban indecisos³.

En esta misma línea todavía es necesario redefinir el concepto de privacidad. Como afirma Javier De Rivera⁴, sociólogo especialista en redes sociales, el problema de la privacidad ya no es el problema de “nuestra” privacidad personal, sino el de la privacidad general de los datos. Es decir, el problema es una cuestión de potencialidad de acceso a los datos, en tanto facilidad de determinadas instancias para acceder a los datos de forma agregada y actuar a partir de ellos. En esta línea, De Rivera alumbra acerca de la preocupación por las nuevas formas de hacer política en la era digital y la necesidad de garantizar un futuro de libertad tecnológica y política. Por ello, la soberanía o autonomía tecnológica “implica poder ser dueño de esos datos, compartirlos de forma que no sean

¹ Tim Berners Lee, reconocido físico inglés, desarrolló las ideas fundamentales que estructuran la web. Él junto a otros especialistas crearon lo que por sus siglas en inglés se denomina Lenguaje HTML (HyperText Markup Language) o lenguaje de etiquetas de hipertexto, el protocolo HTTP (HyperText Transfer Protocol) y el sistema de localización de objetos en la web URL (Uniform Resource Locator).

² La propuesta de **Tim Berners Lee** consiste en el desarrollo de una red más interconectada donde cada persona pueda contar con su propio espacio para conectarse con los demás desde una misma plataforma. Es decir, en vez de tener diversas cuentas en diferentes servicios, contar con nuestro propio servicio-identidad personal en la red y desde allí establecer la conexión. Si bien todavía no está claro que sea una solución a Tim Berners le preocupa que la gente no pueda recuperar fácilmente su información.

³ <http://edition.cnn.com/2012/11/07/tech/web/obama-campaign-tech-team> Sitio web consultado en mayo de 2013.

⁴ Javier de Rivera sociólogo licenciado en la Universidad Complutense de Madrid (UCM). Miembro de Cibersomaguas, grupo de investigación de Cultura digital y los Movimientos sociales de la UCM y del equipo editorial de Teknokultura, revista asociada al grupo.

fáciles de agregar, que no sean fáciles de captar. Tener tu propio servidor, alquilar un hosting, hacer tu propio dominio, encriptar el correo... son algunas de las opciones para resistir ante esta centralización y acumulación ingente de datos. Pero son opciones que tienen un coste en tiempo, esfuerzo (y un poco en dinero), cuanto más autónomo, mayor la dificultad⁵.

Qué nos gusta o interesa, a qué nos dedicamos, dónde estudiamos, de quién(es) somos amigos o nos vinculamos, a donde fuimos, a donde estamos y que hacemos, que lugares visitamos, entre tantas otras son algunos de los aspectos de nuestra identidad que se encuentran en la web, fruto de publicaciones propias o de nuestras acciones y prácticas digitales. Cada clic o palabra muestra quiénes y cómo somos. En gran parte porque las redes sociales invitan a los usuarios a delinear los perfiles en esos términos. Por ello, algunos especialistas afirman que es necesario gestionar la imagen y la privacidad personal; ser cuidadosos con lo que decimos, mostramos y enseñamos. Incluso lo que publicamos se ha convertido en la nueva carta de presentación aunque más no sea una primera impresión. Por ejemplo, la red social LinkedIn está pensada para que publiquemos nuestro curriculum personal (trayectoria laboral, estudios realizados, etc.) para que esté a disposición de quien lo requiera.

Es usual que las empresas obtengan y crucen datos personales para ofrecer publicidad direccionada en función de los perfiles identificados, acrecentando con ello las posibilidades de venta. Por ello, como afirma De Rivera, la privacidad se ha convertido en la moneda con la que pagamos muchos de los servicios online aparentemente gratuitos. Inclusive, las políticas de privacidad de los espacios cambian y no son fácilmente entendibles para el usuario. Cuando aceptamos los términos de uso de determinados servicios, como Facebook, Twitter, Whats App, entre tantos otros, estamos habilitando a que una aplicación acceda a nuestra libreta de contactos o que rastreen nuestra actividad.

⁵ <http://sociologiayredessociales.com/2012/11/soberania-autonomia-tecnologica-redes-sociales/> Sitio web consultado en mayo de 2013.

Según el Eurobarómetro sobre conductas de los internautas en materia de privacidad de junio de 2011, el 42% de internautas españoles no lee la política de protección de datos. Asimismo el 42,5% de los internautas que utilizan redes sociales en España le resultado difícil gestionar la privacidad de su perfil. Un 7,2% reconoce que ha sido imposible hacerlo, según el estudio publicado en diciembre de 2012 sobre la percepción de los usuarios acerca de su privacidad en Internet elaborado por el Instituto Nacional de Tecnologías de la Comunicación (Inteco)⁶. Jorge Flores, responsable de Pantallas Amigas⁷, web que promueve el uso responsable de las nuevas tecnologías, afirma que nos hacen creer que podemos controlar la privacidad. De Rivera cree además que los usuarios se sienten abocados a aceptar las condiciones porque para estar socialmente integrado tenemos que renunciar a esa privacidad. Además, el problema no se resuelve con ser usuarios responsables y cuidadosos porque la identidad y la reputación *en las redes* no solo depende de lo que difundimos, sino también de lo que otros dicen de nosotros. Y en este sentido Flores afirma que muchas veces lo que se sepa de uno depende de las configuraciones de otros.

El proceso por el que se están desarrollando las nuevas tecnologías implica esa pérdida de privacidad porque la forma en que funciona la economía tiene mucho que ver con esa lógica; la presión sistémica nos obliga a renunciar a nuestra privacidad para acceder a los servicios de la sociedad de la información. La tecnología avanza a pasos agigantados. Y así los celulares e Internet se transformaron en herramientas imprescindibles para muchísima gente, en especial para las generaciones más jóvenes. El dominio tecnológico se presenta como un elemento de disociación generacional. Hasta que no haya un recambio generacional seguirá habiendo hijos digitales con padres analógicos. Esto

⁶ http://sociedad.elpais.com/sociedad/2013/03/17/actualidad/1363555505_736818.html Sitio web consultado en mayo de 2013.

⁷ Es una iniciativa que tiene como misión la promoción del uso seguro y saludable de las nuevas tecnologías y el fomento de la ciudadanía digital responsable en la infancia y la adolescencia. <http://www.pantallasamigas.net/> Sitio web consultado en mayo de 2013.

evidencia, en términos de Paula Sibilía (2008), la *crisis del valor de la experiencia*. Para muchos adultos (padres, profesores, etc.) existe una barrera tecnológica porque no dominan ciertos códigos fundamentales para la vida de los más jóvenes. Y esto ocasiona un impacto en nuestra organización socio política porque la espectacularización de la intimidad como en el culto al cuerpo (temas relacionados) son ideales a los que cierta franja de la población aspira. Y, según Sibilía (2008), son cada vez más los sectores de la población que aspiran a esta nueva utopía. Paradójicamente hemos descartado otros ideales y utopías por considerarlos inviables o ingenuos y llegamos a esto, una nueva utopía que hasta parece menos discutible.

Sibilía (2008) afirma que el individualismo del siglo XXI supone una exacerbación de todo. El sujeto tiende a aislarse. En este escenario se evidencia una crisis de los proyectos colectivos. La novedad sería una suerte de *encapsulamiento progresivo* y su contracara, la soledad. Al administrarnos a nosotros mismos como una empresa o una marca, la mirada del otro se torna más necesaria porque necesitamos que nos vean. No tener alguien que nos confirme quienes somos, es un problema. Y en este sentido, las redes sociales funcionan como un mercado de la observación del otro y de redistribución de retribuciones. Cuando a uno lo ven, uno tiene que ver; cuando nos dejan un mensaje o un comentario, tendemos a hacer lo mismo. La visibilidad es lo que las redes fomentan. Incluso en el mismo “ranking” de internet estar entre las primeras búsquedas, tener presencia en redes sociales, conseguir que los líderes de opinión hablen de nosotros y propaguen nuestros mensajes nos posiciona en un lugar de mayor importancia y de mayor visibilidad. Para ganar la lucha por la atención del usuario es imprescindible ser visibles.

Lo que nos sucede es fruto de un proceso histórico. Y el éxito de las redes sociales no deja de ser parte de ese proceso histórico. En su libro *La intimidad como espectáculo*⁸,

⁸ (2008). *La intimidad como espectáculo*. Pag 173. Fondo de Cultura Económico.

Sibilia se remite a la edad media para recordarnos que muchas de las obras medievales eran anónimas porque lo que importaba era el objeto creado y no su autor. El artista de esa época era un artesano cuya habilidad se definía por su capacidad de producción y no por su distinción de poseer una subjetividad especial. Mientras que la concepción de la singularidad individual del genio creador es propia de esta época. En las redes se evidencia que aunque no haya mucho para decir, el comentario se espectaculariza; incluso muchos usuarios se construyen a sí mismos como si fueran una celebridad. El culto al cuerpo es el común denominador. El ideal a parecer joven, flaco y atractivo no es un ideal obligatorio pero sí una obligación sutil y más eficaz. Anhelamos ser de determinada manera porque, las redes de dominación de la sociedad contemporánea nos incitan a adoptar un modelo de cuerpo deseado. En términos de Deleuze (2010), las redes de poder fueron adensando su trama en los últimos tiempos, intensificándose y sofisticando los dispositivos desarrollados en las sociedades industriales. Ahora, atomizadas en redes flexibles las relaciones de poder están irrigadas por las innovaciones tecnocientíficas, envolviendo todo el cuerpo social.

En esta misma línea de análisis la banalización de la argumentación tiene que ver con la crisis de la palabra que ha sido influida por los medios audiovisuales desde mediados del siglo pasado (primero el cine, luego la televisión y ahora los medios interactivos). En la arena política se torna peligroso porque el lugar que históricamente se presentaba como el espacio de discusión de ideas con argumentos se ha transformado en un espectáculo guionado por el marketing y la publicidad. Como resultado el vocabulario se ha empobrecido, y por ello Sibilia (2008) advierte sobre la pérdida del arte de la palabra asociado al desprecio por la política como acción sobre el mundo. Desde el siglo XIX se ha exacerbado la intimidad en detrimento de lo público. Se estigmatizó lo público y se le restó valor. Y algo sucedió para que la intimidad se haya vuelto publicable. Mostramos nuestra intimidad pero ¿en qué modificamos nuestro mundo al hacerlo?. En este

escenario, las nuevas tecnologías ofrecen una retórica de la participación porque por ahora significa mostrarse y exhibirse, sin pensar en transformar el espacio público.

La identidad se construye por la interacción con los demás, y esa interacción adquiere ciertas particularidades específicas a partir del uso de las redes sociales; por ello en parte la identidad y la subjetividad se está modificando. Está cambiando la forma en que construimos nuestra identidad por medio del diseño de los servicios de la red social. ¿Por qué compartimos tanta información personal, opiniones y sentimientos en Internet?. A la luz de los ejes planteados al comienzo, podríamos indagar en el usuario de manera particular pero entendemos que hay esquemas más generales de vinculación entre lo particular y lo general. Muchos especialistas afirman que no se trata sólo de pensar en los usuarios sino en cómo está diseñada la sociedad porque Internet es el resultado de lo que grandes empresas crean porque tienen el poder para hacerlo y en ese hacer configuran tendencias sociales. De Rivera afirma que se está diseñando una nueva forma de control social totalmente nueva, que potencialmente puede ser mucho peor de cualquier régimen que hayamos conocido. Un claro ejemplo está dado por el aumento en el número de amigos que propicia facebook, motivado por el uso de la red que también aumenta y porque consiste en una aplicación propia de la herramienta. Si bien facebook estimula la sociabilidad y las relaciones (con sus propias particularidades), porque fue diseñado para eso, la tendencia hace que el concepto de amistad y las formas de vinculación se modifiquen sutilmente y de forma constante hasta que al cabo de unos años adquieran sentidos distintos. Si bien existe una preocupación por la autonomía tecnológica, la tendencia es tan fuerte que se torna difícil resistir. Y en este marco, la privacidad en la era digital plantea enormes desafíos. De Rivera afirma que lo *digital* quiere decir que cualquier información es transferible; cualquier significado es computable y puede ser analizado, medido y estandarizado. Mientras que la privacidad tiene un sentido contrario porque los datos son privados en tanto que no aspiran a ser transferidos. La privacidad implica limitar

la forma en que nos comunicamos con los demás para establecer relaciones más intensas. Entonces, y habiendo esclarecido los dos conceptos, el especialista se pregunta: ¿cómo puede ser lo nuestro -privado- tan fácilmente transferible?. A lo cual, en un ensayo de respuesta, el autor afirma que no se trata de no usar internet sino de buscar alternativas que no comprometan la privacidad, y para ello es necesario el conocimiento, el esfuerzo personal y la concienciación social. De Rivera es optimista en que debemos seguir experimentando alternativas para que el desarrollo tecnológico de nuestra época no se transforme en una herramienta de control mental y social -donde nuestras acciones sean monitoreadas y pasen con formar parte de las estadísticas con fines políticos y económicos- sino que realmente permita amplificar las posibilidades creativas del ser humano. En términos de Deleuze (2010), quien realiza una mirada de lo social y lo subjetivo desde una lectura deconstructivista, el valor del conocimiento elaborado por este autor reside en brindarle a los individuos herramientas para poder “nombrarse” sentir y organizar su propia “experiencia”, evitando así toda forma de opresión que niegue el principio de igualdad esencial.

En el marco de la vinculación de los fenómenos sociales a la evolución tecnológica, y viceversa, Sibilia (2005) expone acerca de las perturbaciones atraviesan en la actualidad ciertas nociones básicas de la tradición occidental, como las ideas de vida, naturaleza y ser humano. Transformaciones que están afectando no sólo la forma en que pensamos esos conceptos, sino también las maneras en los experimentamos. De esta manera la intervención de los programas de edición digital en las fotografías de los cuerpos que se presentan como “cuerpos bellos”, configuran ese ideal de imagen corporal que acarrea un culto al cuerpo (a un determinado tipo de cuerpo) y que es viabilizado por las herramientas informáticas en tanto dispositivos del biopoder, donde el yo se estructura alrededor del cuerpo. Hoy más que nunca se torna oportuno evocar el concepto de Michel Foucault. Un tipo de poder que apunta directamente al corazón de la administración de la vida, y que se ha sofisticado hasta el nivel molecular.

Deleuze (2010) afirmaba que cada época tiene las verdades que se merece. En este sentido, es valioso el aporte del autor que motiva al cuestionamiento permanente incluso en aquello que se presenta como verdad irrefutable. Solo estando alertas y manteniendo una actitud de sospecha será posible no tomar como natural o como dado las verdades de nuestro mundo; y por ello, asumir el compromiso de definir lo que somos y lo que queremos ser. Tarea eminentemente política y creativa.

Bibliografía

DELEUZE, Gilles (2010): *Derrames. Entre el Capitalismo y la Esquizofrenia*. Buenos Aires. Editorial Cactus, Seria "Clases".

- "Posdata sobre las sociedades de control", en Christian Ferrer (Comp.) *El lenguaje literario*, Tº 2. Ed. Nordan, Montevideo.

SIBILIA, Paula (2005). *El hombre postorgánico. Cuerpo, subjetividad y tecnologías digitales*. Fondo de Cultura Económico.

- (2008). *La intimidad como espectáculo*. Fondo de Cultura Económico.

FOUCAULT, Michel (1998). *Las palabras y las cosas. Una arqueología de las ciencias humanas*. Buenos Aires, Siglo XXI.