

# facebook

## Nuevas Formas de sociabilidad en la cultura electrónica. Internet y Redes Sociales



 Tienes un libro para leer

1

 Aplicaciones



 Chat (50)



 Editar

Universidad



Universidad Nacional de Cuyo

Facultad



Facultad de Ciencias Políticas y Sociales

Carrera



Licenciatura en Comunicación Social

 Editar

 Editar

Tipo de trabajo



**Tesina de Grado**

Título



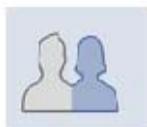
**Nuevas formas de sociabilidad en la cultura electrónica. Internet y redes sociales: El caso de Facebook**

Directora de tesis



**Dra. Valeria Fernández Hasan**

Autoras



**Emilce Palazzo  
Karen Noelia Yusef**

Año



 Editar

# facebook

Nuevas formas de sociabilidad en la cultura electrónica. Internet y redes sociales



Me gusta Comentar

Etiquetar esta foto

## Introducción

A Emi Palazzo y Karen Noelia Yusef le gusta esto.



Escribe un comentario...

Álbum: **Tesina de Grado**

Foto compartida con:  Público

Etiquetar esta foto

Descargar

Denunciar esta foto



Anuncios

## 1. Introducción

Las Nuevas tecnologías no sólo representan el avance científico-técnico de la sociedad, sino que, se inscriben en un proceso de transformación cultural global mucho más amplio. Así, inscriptas en un complejo proceso conocido como cultura electrónica, las NTIC favorecen el surgimiento de nuevas formas de sociabilización desde el ámbito privado (Castells, 1999; Thompson, 1998, Jameson, 1998).

La problemática de investigación de este trabajo será la visibilidad, entendida como la posibilidad y la voluntad de las personas de participar en redes sociales virtuales, en el marco de una sociedad transformada por la cultura electrónica, definida ésta, como la cultura de la absoluta accesibilidad y cuyo protagonista es el ser humano formado por imágenes (Renaud, 1990).

De acuerdo a la temática seleccionada, se considera importante tomar como punto de partida la consolidación del nuevo paradigma tecnológico de los 80, que se caracteriza por la generación y tratamiento de la información; el objeto mismo de las nuevas tecnologías va a ser la información, así como también su producto final. Este nuevo modelo de producción y administración económico-social ha profundizado y transformado los vínculos entre los países, impulsados también, por la globalización económica, financiera y cultural (Anderson, 2001; Rappaport, 2005; Castells 1989).

Otro aspecto importante a tratar es el surgimiento del neoliberalismo, como una reacción teórica y política contra el Estado intervencionista y de Bienestar, que favoreció el avance del proceso globalizador. Este nuevo modelo tiene como consecuencia transformaciones sociales y culturales como el individualismo,

reclusión en el ámbito privado, consumo de medios variados pero restringidos en el acceso, una sociedad consumista y hedonista (Anderson 2001; Bauman 1999).

Se pretende analizar el impacto de este nuevo paradigma en América Latina, principalmente en la Argentina. La década de los 80 es considerada la década perdida. Latinoamérica necesitaba producir cambios y los Organismos Financieros Internacionales recomendaban cómo realizarlos para obtener el mejor resultado posible. La aplicación de las políticas neoliberales en la Argentina generó crisis de representación, mediación y participación en la cosa pública, provocando el quiebre de instituciones tradicionales de sociabilización como la partidos políticos, la escuela y la Iglesia (García Delgado, 1995; Ferrer, 1998).

Se hará especial hincapié en cómo los cambios sociales, al ser tan espectaculares como los procesos de transformación, tecnológicos y económicos, provocaron una redefinición fundamental de las relaciones entre mujeres, hombres y niños y, de este modo, de la familia, la sexualidad y la personalidad (Castells, 1999; García Canclini, 2001).

Por lo tanto, ante una sociedad fragmentada y un individuo librado a su propia suerte es relevante indagar si el fenómeno de las nuevas formas virtuales de sociabilidad, como el mail, Chat, comunidades virtuales, redes sociales, blogs, etc., vienen a reemplazar a las instituciones tradicionales en crisis, dado que, permiten ampliar no sólo la capacidad humana de dialogar, de comunicar, sino también la de encontrarse, estar presentes y actuar juntos en un lugar mediante la representación de un "tercer lugar" virtual independiente de las coordenadas espacio temporales del mundo real. Estas redes, requieren menos compromiso, sacrificios y renunciaciones

personales que las antiguas formas de sociabilización (Follari 1990; Bettetini y Fumagalli, 2001).

Para esta investigación se seleccionó el caso de Facebook por ser la red social más usada y que más ha crecido en los últimos años (cuenta con aproximadamente 600 millones de usuarios en todo el mundo). Además es sencilla en sus usos y aplicaciones, ofrece la posibilidad de agregar álbumes de fotos, buscar amigos, ser utilizada como blog y restringir la información a un grupo de contactos seleccionados. También los usuarios pueden crear aplicaciones que serán usadas en toda la red (<http://www.facebook.com/>).

Este trabajo de investigación tiene como objetivo general, contribuir al conocimiento respecto de las transformaciones en las instancias de sociabilidad, como consecuencia del impacto de la cultura electrónica en la vida cotidiana de las personas.

Por otro lado, se han planteado en este estudio tres objetivos específicos. En primer lugar, definir los alcances de lo que se ha denominado cultura electrónica: características principales, modalidades de funcionamiento y de relacionamiento, rol de las comunidades virtuales y de las redes sociales virtuales.

En segundo lugar, reconocer en qué consiste y cuál es la función de una red social electrónica, identificando usos diferenciales.

Por último se considera un objetivo específico contribuir al análisis de las redes sociales, en cuanto a su capacidad de convertirse en nuevas modalidades de

sociabilidad, cuyas características sobresalientes están dadas por la alta visibilidad, la comunicación en tiempo real y la exposición de la vida privada de las personas.

En cuanto a las hipótesis que sirvieron como anticipaciones de sentido, éstas no buscan el establecimiento de correlación entre variables, sino la sistematización de relaciones que derivan de supuestos teóricos y operan como guías de investigación:

- Las transformaciones económicas, políticas, sociales y culturales de los últimos años, es decir, lo que se ha denominado *globalización*, han venido de la mano de transformaciones en la conformación de las subjetividades y las modalidades de socialización de las personas.
- Las viejas instituciones como la familia, la escuela, el trabajo, etcétera, comparten hoy con otros espacios, como la Red a través de sus comunidades virtuales, las instancias de conformación de las subjetividades y las modalidades de intercambio y socialización.
- En las redes sociales electrónicas, la alta visibilidad hace posible una nueva construcción de la subjetividad
- Como resultado de una sociedad hedonista, en las redes sociales, el placer está relacionado con mostrar imágenes preparadas por el usuario, y de esta manera resaltar lo que a cada uno le interesa que los demás vean de sí. De este modo, la exacerbación de la imagen es producto de buscar ser deseado por la mirada del otro.
- La red social virtual más usada por usuarios de diferentes edades es Facebook.

- A pesar de presentarse como una forma gratuita de interconexión, la visibilidad en estas redes sociales virtuales tiene un trasfondo económico que incluye publicidad y armado de bases de datos con fines comerciales.
- Facebook permite la interconexión con amigos y conocidos provocando una confusión entre vínculos débiles y vínculos más fuertes, donde se pierde tiempo en relaciones de corto plazo y superficiales.
- Las características de Facebook le otorgan al usuario un caparazón que brinda una supuesta seguridad, contrariamente a lo que ocurre en la comunicación cara a cara, y le permite expresar de forma desinhibida su vida privada.

De esta forma, en el Capítulo I se trabajará la caída del Estado de Bienestar como móvil para la reaparición de ideas neoliberales. Tales postulados, serán el marco económico y político en el que se despliega el conflicto entre la URSS y Estados Unidos, cuyo desenlace sentará bases fundamentales en el desarrollo tecnológico de las comunicaciones.

Como ya se ha mencionado, también se hará referencia al impacto de la tendencia Neoliberal en América Latina y de modo particular se analizará el caso argentino. Este recorrido desembocará en lo que Daniel García Delgado define como, crisis de representación y de mediación; y cuya consecuencia será el quiebre del vínculo entre la sociedad y la actuación política del Estado.

El Capítulo II, estará centrado en el fenómeno de la globalización, en la delimitación de su significado, y en un correlato histórico que dé registro de su magnitud.

Además, en este capítulo, se tendrá en cuenta el impacto de la globalización en el Estado-Nación, ya que, sus efectos configurarán un complejo escenario caracterizado por la interdependencia creciente entre los países, la transición hacia formas productivas postfordistas y la hegemonía del capital financiero.

A lo largo del Capítulo III, se desarrollará la relación entre la cultura y el proceso globalizador así como, también, sus inevitables consecuencias. Se usará la definición antropológica de cultura de Joan Carles Mélich, quien la concibe como una estructura significativa formada por signos, símbolos y ritos propios de cada sociedad. Se pondrá en relación este concepto con el de intercambio simbólico, producto de la pérdida de fronteras a causa de la globalización, noción que Néstor García Canclini define como hibridación cultural.

En este recorrido se hará referencia, también, a la posmodernidad, entendida como la cultura que se corresponde con la sociedad posindustrial, cuyo elemento más sintomático es la crisis como sentimiento de época. Se considerará la pérdida del referente y los cambios en la subjetivación del yo, que sumados al avance de las Nuevas Tecnologías de la Información y la Comunicación (NTICS), caracterizarán a la actual cultura electrónica.

En el Capítulo IV el eje central será la Cultura Electrónica que, como ya se ha dicho, es el resultado de la irrupción de las nuevas tecnologías en el plano cultural. Esta situación traerá aparejada modificaciones, no sólo a nivel tecnológico, sino también en las prácticas sociales. Por esto se analizará la conducta de los sujetos ante la irrupción de las NTICS. Será propicio, también, estudiar los factores económicos, sociales y culturales que dilatan la brecha entre las sociedades y las tecnologías.

Al tratarse la cultura electrónica de la cultura del hombre pantalla, formado por imágenes, resultará inevitable trabajar en este capítulo la temática del la exaltación del cuerpo, pero en su negación, que encontrará el placer sólo en la mirada del otro.

Ya en el Capítulo V, se expondrá el concepto de comunicación que servirá para analizar el intercambio comunicativo dentro de la red social Facebook. Para tales fines se hará uso de la analogía de la orquesta en la que, cada individuo participa de una partitura que no fue formulada por escrito y que fue aprendida inconscientemente.

Las nuevas formas de sociabilización se harán visibles en la cultura electrónica a través de las redes sociales, por lo que resulta indispensable estudiar dicho fenómeno. Para esto se usará el concepto acuñado por Manuel Castells: sociedad red.

En el capítulo VI y VII se analizará en profundidad el objeto de estudio: la red social Facebook. Primeramente, se realizará una descripción exploratoria de las posibilidades que brinda este medio, para luego desembocar en un análisis profundo del impacto social que provoca la utilización de Facebook.

# facebook

Nuevas formas de sociabilidad en la cultura electrónica. Internet y redes sociales



Me gusta Comentar

Etiquetar esta foto

## Capítulo I: Crisis del Estado de Bienestar

A Emi Palazzo y Karen Noelia Yusef le gusta esto.



Escribe un comentario...

Álbum: Tesina de Grado

Foto compartida con:  Público

Etiquetar esta foto

Descargar

Denunciar esta foto



Anuncios

# Capítulo I: Crisis del Estado de Bienestar

## 2. Crisis del Estado de Bienestar

En este capítulo nos ocuparemos de las concepciones básicas del estado de Bienestar y las causas que detonan su caída, y que dan como resultado la adopción de estrategias neoliberales.

También se tendrá en cuenta el conflicto entre la URSS y Estados Unidos, donde este último país, dejará sentadas las bases que luego serán fundamentales en el desarrollo tecnológico de las comunicaciones.

De la misma forma, se hará referencia a América Latina durante la década de los 80, periodo que, por sus implicaciones críticas en lo económico, político y social, se considera la década perdida. Haremos referencia, también a las pautas que los Organismos Financieros Internacionales establecieron para que la región se adapte a la tendencia neoliberal.

De modo particular se analizará el caso argentino, donde las medidas de ajuste estructural y las leyes de Emergencia Económica y Reforma del Estado provocaron cambios radicales en el gobierno de Carlos Menem.

Bajo esta coyuntura es donde se puede ubicar lo que, según Daniel García Delgado, se define como, crisis de representación y de mediación; y cuya consecuencia será la ruptura del vínculo entre las demandas de la sociedad y la actuación política del Estado.

## **2.1. Crisis del Estado de Bienestar ascenso del neoliberalismo**

En 1929 el crack de Wall Street provoca un periodo de recesión económica. Por diversos factores, como la incapacidad de compra, la actividad económica se empieza a realentar, decrece la producción, hay desempleo y quiebre de las empresas.

Debido a esta crisis se recurren a las ideas de J. M. Keynes, que si bien tienen sus raíces conceptuales en el período inmediato posterior a la gran depresión, sólo cobrarán vigencia en occidente después de la segunda guerra mundial.

El diagnóstico realizado por J. M. Keynes se basa en que el capitalismo asiste cíclicamente a crisis de consumo, es decir, la capacidad de producción de la sociedad capitalista excede la capacidad de consumo de la población, hecho con el cual, el autor fundamenta las recesiones o depresiones económicas. “Si pudiera acudirse a mecanismos que logran mantener constante la demanda efectiva de la población, el ciclo económico no exhibiría sus pronunciados picos y se evitaría así la destrucción de capital que operaba en cada momento de baja del ciclo y seguramente también el conflicto social que ésta generaba”<sup>1</sup>.

Para operar este cambio se acudió a:

- Intervención estatal en la economía: la estimulación de la demanda de bienes y servicios era funcional a la regularización del ciclo económico.

---

<sup>1</sup> Isuani, Aldo; Filmus, Daniel y otros (1998) *La Argentina que viene. Análisis y propuestas para una sociedad en transición*. “Una nueva etapa histórica”. Buenos Aires, Grupo Editorial Norma, pág. 23

- Pleno empleo: el estado desarrolló una legislación que dificultaba el despido en el sector privado, como una gran generación de puestos de trabajo a través del pleno empleo público y las obras públicas.
- Reformulación y expansión del seguro social Bismarkiano:



**El Estado de bienestar adopta las instituciones bismarkianas, pero introduce modificaciones conceptuales:**





“Además se produjeron cambios muy importantes en la dinámica de los grandes actores sociales. En primer lugar, los trabajadores renunciaron a su pasado revolucionario y aceptaron los parámetros básicos de la sociedad capitalista: propiedad privada de los medios de producción y prioridad de inversión para el propietario del capital, y obtuvieron a cambio el reconocimiento de sus instituciones sindicales y mejoras en sus salarios y condiciones de trabajo”<sup>2</sup>.

La economía occidental inspirada por el modelo keynesiano comienza a exhibir problemas a partir de la crisis del petróleo en 1973 tales como:

- Encarecimiento de los procesos de producción y los productos finales.
- Caídas en la producción y productividad.
- Aumentos en la inflación y el desempleo.

Aparece un fenómeno bautizado como stagflation, una combinación entre estancamiento e inflación. Se trataba de un fenómeno nuevo ya que, en la etapa

<sup>2</sup> Isuani, Aldo; Filmus, Daniel y otros (1998) *La Argentina que viene. Análisis y propuestas para una sociedad en transición*. “Una nueva etapa histórica”. Buenos Aires, Grupo Editorial Norma, pág. 25.

liberal, la inflación estaba asociada a momentos de auge del ciclo económico y no de recesión, cuya compañera solía ser la deflación.

“Con la llegada de la gran crisis del modelo económico de posguerra, en 1973 -cuando todo el mundo capitalista avanzado cayó en una larga y profunda recesión, combinando, por primera vez, bajas tasas de crecimiento con altas tasas de inflación- todo cambió”<sup>3</sup>.

El estado social de raíz bismarckiana también sufre modificaciones, si bien se mantienen las instituciones, su alcance se ve reducido a quienes quedan incorporados al sector moderno de la economía. “La reducción de la cobertura del seguro social es paralela al crecimiento de las políticas asistenciales para los excluidos, las que, como la beneficencia de la etapa del liberalismo, tiene capacidad solamente para llegar con algo pobre a algunos pobres. Claramente quien se evapora en la etapa neoliberal es aquella faceta redistributiva del Estado keynesiano basada en la noción de universalidad y derecho ciudadano, la educación y salud públicas van quedando como servicios degradados para los de menores recursos”<sup>4</sup>.

Con la necesidad de reacomodar sus finanzas, el capitalismo presiona para lograr una distribución del ingreso que le sea más favorable, entonces se acude a viejas recetas que dieron buenos resultados. Reaparece una nueva forma de liberalismo, con un contexto histórico-epocal diferente. El Estado se reduce y se centra el poder

---

<sup>3</sup>Anderson, Perry (2001): *Neoliberalismo: un balance provisorio*. En Sader Emir y Gentili Pablo: *La Trama del Neoliberalismo: Mercado, crisis y exclusión social*. Buenos Aires, CLACSO/EUDEBA, pág. 10.

<sup>4</sup> Isuani, Aldo; Filmus, Daniel y otros (1998) *La Argentina que viene. Análisis y propuestas para una sociedad en transición*. “Una nueva etapa histórica”. Buenos Aires, Grupo Editorial Norma, pág. 28.

en las fuerzas del mercado y las estrategias están dirigidas hacia la privatización, la desregulación y la flexibilización laboral.

La transición entre keynesianismo y neoliberalismo se produce simultáneamente con tres hechos de significación:

- En primer lugar, con la caída del bloque socialista y del mundo bipolar fruto de la posguerra. De ahora en más, no quedan resistencias al desarrollo del capitalismo.
- En segundo lugar se acelera el fenómeno de la globalización, alentado por la disolución de la bipolaridad político-militar y la más nítida conformación de bloques económicos en competencia y la hegemonía de los Estados Unidos.
- En tercer lugar, se produce un importante desplazamiento en el eje dinámico de la actividad productiva, un cambio de liderazgo a favor de actividades cuyo insumo principal son niveles más elevados y sofisticados de conocimientos.

El proceso de transformación comienza, en Estados Unidos, en 1980 cuando Ronald Reagan gana las elecciones presidenciales y se propone recuperar la dignidad nacional y la hegemonía mundial debilitadas por la crisis de los años 70. Para ello implementará “La Estrategia Neoliberal” que otorgará una prioridad absoluta a la concentración de la riqueza por parte de las grandes empresas económicas y financieras, consideradas como las únicas capaces de crear empleos eficientes y de reestablecer el predominio estadounidense en el mercado mundial.

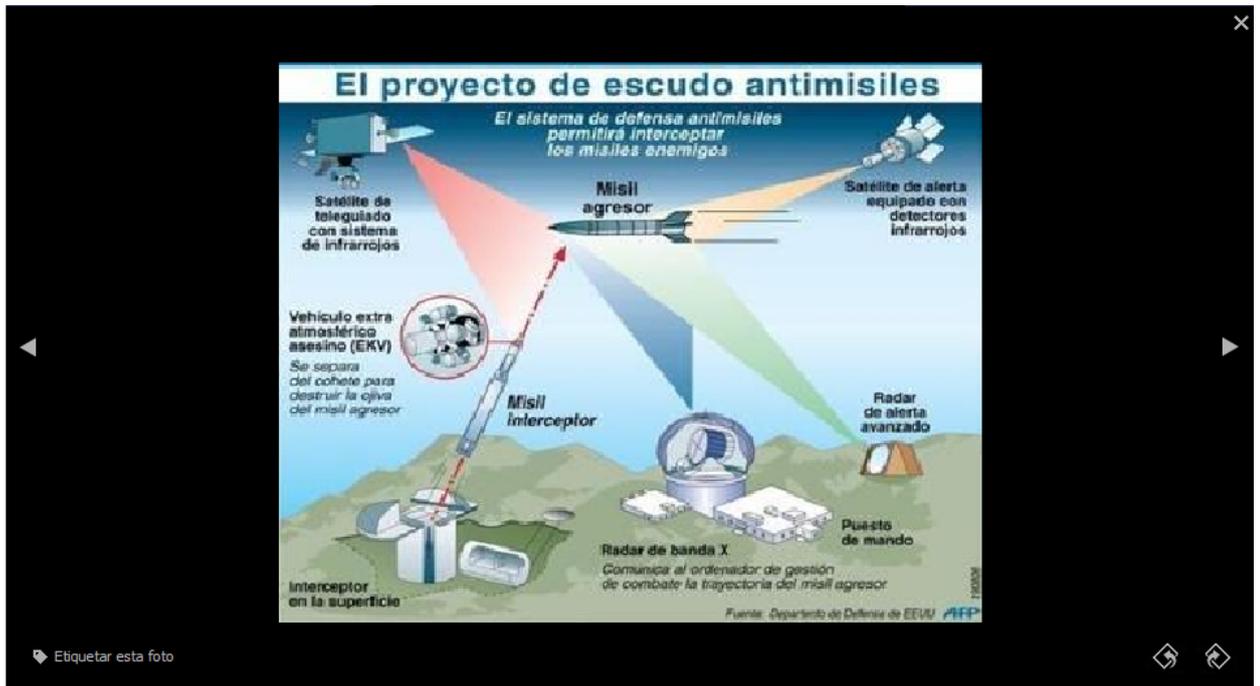
En esta concepción neoconservadora, el Estado de Bienestar va a ser reemplazado por una nueva forma de Estado que deberá garantizar el libre juego de las leyes del mercado sin intervencionismo.

Esta estrategia incluía un doble enfrentamiento:

- Frente a la URSS en el terreno político y militar-espacial.
- Frente a Japón y a los competidores europeos en el mercado mundial

Estados Unidos, en su enfrentamiento con la URSS, anunciará en marzo de 1983 el Programa de Iniciativa de Defensa Estratégica conocido como la Guerra de las Galaxias.

Este programa consistía en satélites de comunicación que se lograron poner en órbita, permitiendo detectar la salida de misiles balísticos de la URSS y lanzar una contraofensiva destruyendo estos misiles en el aire sin afectar territorio norteamericano.



Fotos del perfil

Fotos (1)

- Etiquetar esta foto
- Compartir
- Descargar
- Seleccionar esta foto como foto de perfil
- Eliminar esta foto

Personas etiquetadas en esta foto:

Programa de Iniciativa de Defensa Estratégica "Guerra de las Galaxias"

23 de marzo de 1983 · Me gusta · Comentar

La guerra de las Galaxias permite a EEUU desarrollar una tecnología que su rival no puede alcanzar, y es entonces, cuando se produce el quiebre militar que provoca la caída del bloque soviético. Además, este desarrollo tecnológico, que implicó el Programa de Iniciativa Defensa Estratégica, posibilitará grandes avances en el área de las telecomunicaciones.

En el momento de llevar adelante la Estrategia Neoliberal Estados Unidos se encontraba en recesión, por lo que las claves de su implementación consistieron en:

- Atraer un cuantioso flujo de capitales extranjeros: “En 1985, los Estados Unidos pasa a ser deudor externo neto y poco después se transforma en el primer deudor internacional (...) Ese déficit y ese descomunal endeudamiento había actuado como uno de los factores más dinamizantes de la economía norteamericana, pero fue un crecimiento realizado al costo de acumular una deuda altamente costosa que, a su vez, provocaría una enorme transferencia de ingresos desde las actividades productivas hacia las financieras”<sup>5</sup>.
- Incrementar las tasas de interés haciendo estallar la crisis de endeudamiento externo en las regiones del tercer mundo, sobre todo en América Latina: “En términos internacionales el déficit norteamericano tuvo un efecto catastrófico para la naciones de la periferia, y en particular para América Latina, debido a las nuevas presiones y a las formas de imposición del pago de la deuda externa, dado el nuevo papel que hacia esos años comienza a tener un nuevo poder financiero internacional y sus representantes más firmes, el Fondo Monetario Internacional y el Banco Mundial”<sup>6</sup>.

“Estos planes tienen por causal tres factores: crisis mundial y cuestionamiento del paradigma keynesiano; elevación de las tasas de interés en los Estados Unidos, y sobreendeudamiento. Estos factores van a dar lugar a la principal innovación económica de los 80, las políticas de ajuste, pero ya no como planes de estabilización convencionales, sino de ajuste estructural, de transformación o

---

<sup>5</sup> Argumedo, Alcira (1998) *Los laberintos de la crisis. Informe Final*. “Desde el mundo bipolar hacia un nuevo policentrismo”. Buenos Aires, Ed. Instituto Paulo Freire, pág. 19-21.

<sup>6</sup> Argumedo, Alcira (1998) *Los laberintos de la crisis. Informe Final*. “Desde el mundo bipolar hacia un nuevo policentrismo”. Buenos Aires, Ed. Instituto Paulo Freire, pág. 19-21.

modificación del perfil económico y productivo del Estado, de su relación con la sociedad y con el mercado”<sup>7</sup>.

## **2.2. América Latina en los 80: Adaptación a la tendencia neoliberal**

América Latina durante los 80 sufrió una crisis que tuvo manifestaciones políticas, económicas y sociales. Esta década es considerada “La década perdida”. Latinoamérica necesitaba producir cambios y los Organismos Financieros Internacionales recomendaban cómo realizarlos para obtener el mejor resultado posible:

- En lo económico: Ajuste. En este sentido, ajuste para los Organismos Internacionales no es entendido como Reconversión Económica, es decir adaptar la economía latinoamericana al nuevo concepto mundial; sino más bien, como la búsqueda del equilibrio en las cuentas públicas, no estar en déficit.
- En lo político: Reforma y Modernización de el Estado

## **2.3. El Caso Argentino: Democracia Y Ajuste Estructural**

Para Mario Rappoport la crisis económica de principios del S XXI fue una de las más profundas de la historia argentina. Por eso se ha convertido en un desafío intelectual la interpretación de sus causas:

---

<sup>7</sup>García Delgado, Daniel (1988) *Sistemas políticos y de partidos; sistemas electorales. “Democracia y Ajuste Estructural. El impacto de las políticas de estabilización sobre las lógicas de acción colectiva”*. Argentina, Universidad de Buenos Aires y centro de Estudios Sobre Acción Colectiva, pág. 4.

**LOS ORTODOXOS:** ponen el acento en la relación entre:

- los altos niveles de endeudamiento público y privado,
- la política fiscal,
- las vulnerabilidades del sector externo y del sistema financiero, criticando la manera en que se aplicaron las reformas neoliberales pero no sus contenidos.

**LOS HETERODOXOS** señalan, por el contrario, que la crisis fue una resultante de la implementación de esas políticas neoliberales de apertura, desregulación y privatizaciones de los años 90, especialmente en el marco de un régimen de convertibilidad basado en el endeudamiento externo, que benefició a determinados intereses económicos y financieros, nacionales e internacionales<sup>8</sup>.

A partir de mediados de los 80 las Políticas de Ajuste se convierten en Políticas de Ajuste Estructural, basadas en equilibrar las cuentas públicas, cambios en el sector productivo y reformar el estado. Las causas del requerimiento de Políticas de Ajuste Estructural tiene que ver con:

- La caída del modelo del Estado de Bienestar y la economía Keynesiana.
- Alzas en las tasas de interés.
- Cambio de manejo de la deuda externa (se comienza a negociar directamente con el FMI).

---

<sup>8</sup> Rappoport, Mario (2005) *Historia Económica, Política y Social de la Argentina (1880 – 2003)* “Las Interpretaciones de la Crisis y de sus Posibles Salidas: Explicaciones Ortodoxas y Heterodoxas”. Buenos Aires, Editorial Ariel, pág. 26.

Esto se realizará en la Argentina a partir de la administración de Carlos Menem, en donde, las leyes de Emergencia Económica y Reforma del Estado provocaron cambios en el gobierno. El Congreso quedó anulado y las decisiones de las Políticas de Ajuste Estructural las tomaba el Poder Ejecutivo, el Congreso actuó en base a dos principios:

- Situación de caos (decretos leyes).
- Racionalidad (si no se cumple con las etapas se va a ir perdiendo lo ganado).

Otro actor importante serán las Tecnocracias. Los políticos de carrera no tenían la formación necesaria para conducir las Políticas de Ajuste Estructural, entonces, se llama a técnicos economistas que se nucleaban en centros de estudios y fundaciones.

Menem se relacionó con la Fundación Mediterránea, de donde proviene Domingo Cavallo, los técnicos fueron colocados en puestos claves como la AFIP y el Ministerio de Economía, así se garantizó la unidad para la aplicación.

El elenco político convalidaba las normas y las comunicaba, el congreso sólo las vetaba. Estos factores provocaron según Daniel García Delgado una crisis de:

- Representación que el autor define como un quiebre de la falacia de representación: pérdida de confianza en el electorado de que los representantes puedan representar sus intereses “yo los voté para que hicieran otra cosa”.

- Mediación: Las instituciones que median entre el Estado y la Sociedad (partidos políticos, medios, Iglesia, Ejército) no hacen llegar las demandas, o bien el Estado hace oídos sordos.

Como consecuencia de estas crisis se rompe el vínculo entre las demandas de la sociedad y la actuación política del Estado. Además la aplicación de las Políticas de Ajuste Estructural, llevaron a la caída de la industria nacional (modelo desindustrializante), lo que genera desocupación. Los efectos sociales adversos, la crisis de representación y de mediación, traen consigo una crisis de Participación.

El plan de ajuste estructural:

- No fue un proceso consensuado, sino establecido por el gobierno, las grandes empresas transnacionales y los organismos internacionales.
- No estuvo basado en la idea de representación, sino en la de lobby (empresarios transnacionales o internacionales).
- No fue un plan integral, estuvo condicionado a la economía.

Al caer los movimientos políticos se conformaron dos tipos de movimientos sociales:

- Posmateriales o de expresión: individuos que ya tienen satisfechas sus necesidades básicas y que buscan algo que mejore su calidad de vida.
- Autosolución de demandas: conformado por quienes no tienen satisfechas sus necesidades básicas.

El impacto de las políticas de ajuste estructural podría describirse, según Daniel García Delgado como: “erosión del consenso y crisis de mediación, predominio del poder ejecutivo y ampliación del poder de nuevos espacios tecno - burocráticos”<sup>9</sup>

Hasta aquí referimos la crisis del Estado de Bienestar. Tal como se ha desarrollado en este capítulo, la caída del bloque socialista y el afianzamiento de Estados Unidos como potencia mundial hicieron posible el irrefrenable avance del capitalismo y el proceso globalizador. En el próximo capítulo se profundizará en el análisis de la globalización y su impacto mundial.

---

<sup>9</sup> García Delgado, Daniel. (1988) *Sistemas políticos y de partidos; sistemas electorales*. “Democracia y Ajuste Estructural. El impacto de las políticas de estabilización sobre las lógicas de acción colectiva”. Argentina, Universidad de Buenos Aires y centro de Estudios Sobre Acción Colectiva, pág. 10.

# facebook

Nuevas formas de sociabilidad en la cultura electrónica. Internet y redes sociales



Me gusta Comentar

Etiquetar esta foto

## Capítulo II: Globalización y crisis del Estado-Nación

A Emi Palazzo y Karen Noelia Yusef le gusta esto.



Escribe un comentario...

Álbum: Tesina de Grado

Foto compartida con:  Público

Etiquetar esta foto

Descargar

Denunciar esta foto



Anuncios

# Capítulo II: Globalización y crisis del Estado-Nación

## 3. Globalización y crisis del Estado Nación

En este capítulo el eje articulador será el fenómeno de la globalización. Al tratarse de un término de uso frecuente y significados múltiples, se procurará delimitar algunos aspectos de este fenómeno.

Para acercarnos a una primera definición, realizaremos un correlato histórico que determinará, según John B. Thompson y María de la Luz Casas, que la globalización no es un fenómeno nuevo, sino que se ha manifestado, cada vez que la tecnología posibilita algún nuevo descubrimiento que conecta o genera nuevas posibilidades de relación y de mundo.

A pesar de esta referencia histórica, consideramos útil establecer el punto de expansión del fenómeno globalizador, tal y como lo conocemos hoy en día. Por este motivo, desarrollaremos la visión del Daniel García Delgado, autor que marca un punto de coyuntura a partir de los cambios, de orden tecnológico y económico, surgidos en la etapa neoliberal (capítulo 1).

En la búsqueda de especificidad en el fenómeno, resulta importante distinguir tres fases que se relacionan con el avance del capitalismo: la internacionalización, la mundialización y finalmente la globalización.

Por supuesto, no podemos dejar de lado en este análisis la crisis del Estado – Nación, ya que, tal acontecimiento, configurará el complejo escenario donde se desarrolla el proceso globalizador, y que se caracterizará por una simultaneidad de tres tendencias: interdependencia creciente entre todos los países, la transición hacia formas productivas postfordistas, hegemonía del capital financiero.

### **3.1. Definición terminológica de Globalización**

Actualmente el término globalización es ocupado para denominar diferentes fenómenos contemporáneos, es necesario para los fines de este trabajo de investigación precisar los alcances de tal acepción.

Según el diccionario de la Real Academia Española globalización es entendida como “Tendencia de los mercados y de las empresas a extenderse, alcanzando una dimensión mundial que sobrepasa las fronteras nacionales”.

No obstante, inicialmente, es propicio establecer el correlato histórico que acompaña al término. Tal como el que realiza John B. Thompson: “Con todo, la globalización no es de ninguna manera un fenómeno nuevo. Sus orígenes pueden ser trazados desde la expansión del comercio a finales de la Edad Media y a principios del período moderno. Antes de finales de la Edad Media, la mayor parte del comercio tenía un carácter local; el comercio a larga distancia, como el de especias y seda, tenía poco volumen y quedaba restringido a una pequeña porción de la población. Desde finales del siglo XV y principios del XVI, sin embargo, la naturaleza, volumen y extensión geográfica del comercio se extendió de manera espectacular. Se establecieron relaciones comerciales regulares entre Europa y

otras partes del mundo, y un pequeño número de naciones marítimas europeas - incluida España, Holanda e Inglaterra- formaron el corazón de una emergente economía mundial. Aunque los orígenes de la globalización puedan rastrearse hasta la expansión del comercio a finales del siglo XV y principios del XVI, el proceso de globalización tuvo lugar de manera gradual durante los siglos XVII, XVIII y XIX, momentos en los que adquirió muchas de las características mostradas hoy en día”<sup>10</sup>.

Si se considera a la globalización como un fenómeno de apertura de fronteras y liberalización de mercados, tal proceso no sería propio, solamente, de este siglo, puesto que en realidad se refiere a fenómenos de flujo de capital de inversión de un país en otro que ya se venían gestando desde siglos anteriores. Al respecto, María de la Luz Casas Pérez afirma: “La globalización entonces no nació en la década de los años ochenta del siglo XX, como muchos piensan, sino que la globalización se ha manifestado como fenómeno cada vez que la tecnología faculta algún nuevo invento o descubrimiento que conecta o genera nuevas posibilidades de relación y de mundo. (...)Tampoco es privativa de los fenómenos de transnacionalización, pues ya se habían dado fenómenos de transnacionalización durante las eras tempranas de la industrialización de la Inglaterra del siglo XVIII. El deseo de extender las fronteras económicas es pues un viejo anhelo de las potencias, gracias al cual los individuos en lugar de ser simplemente ciudadanos se convierten en los grandes consumidores del mundo. Así, la extensión del mundo es posible gracias a la extensión de las actividades económicas, y la extensión de las actividades

---

<sup>10</sup>Thompson John B. (1998). *Los media y la modernidad. Una teoría de los medios de comunicación*. Paidós. Barcelona, pág. 201.

económicas, es posible gracias a la tecnología; ello permite explicar los fenómenos de expansión económica”<sup>11</sup>.

Daniel García Delgado entiende a la globalización como un proceso que tiene su origen en los cambios de orden tecnológico y económico, propios de la etapa neoliberal. El autor toma como punto de referencia la crisis del dólar de 1971 y la crisis del petróleo de 1973 y, según él, significa: “el aumento de la vincularidad, la expansión y profundización de las distintas relaciones sociales, económicas y políticas, la creciente interdependencia de todas las sociedades entre sí, promovidas por el aumento de los flujos económicos, financieros y comunicacionales, y catapultada por la tercera revolución industrial o tercera ola, que facilita que estos flujos puedan ser realizados en tiempo real”<sup>12</sup>.

García Delgado también hace referencia a la dimensión económica de la globalización que puede ser entendida como: “una nueva fase de expansión del sistema capitalista que se caracteriza por la apertura de los sistemas económicos nacionales; por el aumento del comercio internacional; la expansión de los mercados financieros; la reorganización espacial de la producción, la búsqueda permanente de ventajas comparativas y de la competitividad que da prioridad a la innovación tecnológica; la aparición de elevadas tasas de desempleo y el descenso de niveles históricos de remuneración; y a la formación de polos económicos regionales”<sup>13</sup>.

---

<sup>11</sup> Pérez Casas, María de la Luz (2005) Tecnológico de Monterrey Campus Cuernavaca. <http://www.razonypalabra.org.mx/comunicarte/2005/agosto.html>

<sup>12</sup> García Delgado, Daniel (1998) *Estado Nación y Globalización. Fortalezas y debilidades en el umbral del tercer milenio*. “Globalización y crisis del Estado” – Nación. Argentina, Editorial Ariel. Pág. 26.

<sup>13</sup> García Delgado, Daniel (1998) *Estado Nación y Globalización. Fortalezas y debilidades en el umbral del tercer milenio*. “Globalización y crisis del Estado” – Nación. Argentina. Editorial Ariel. Pág. 26.

Las consecuencias de la globalización en cuanto a la economía reúnen versiones diferentes sobre el mismo proceso: “La globalización (...) reproduce antiguas asimetrías y crea otras, reflejando el contraste que existe entre la rápida internacionalización de unos pocos mercados y la ausencia de una agenda mundial completa y menos sesgada” (José Antonio Ocampo, CEPAL, marzo 2001)<sup>14</sup>.

Otra posición tiene una visión promisorio de lo que es y será este proceso: La globalización significa un desarrollo positivo para la economía mundial...En principio, es la continuación de una tendencia hacia la apertura e integración crecientes entre economías, que ha traído al mundo medio siglo de prosperidad sin precedentes (Michel Camdessus, FMI, 2000).

Como vemos, la multiplicidad de significados que se le atribuyen al término globalización hace alusión a fenómenos disímiles que forman parte de la realidad contemporánea.

Más allá de posiciones a favor o en contra de este fenómeno, la globalización es un hecho que transcurre invadiendo todos los ámbitos de nuestras vidas con una fuerza avasallante que hace imposible ejercer algún tipo de resistencia.

“La globalización está en boca de todos; la palabra de moda se transforma rápidamente en un fetiche, un conjuro mágico, una llave destinada a abrir las puertas a todos los misterios presentes y futuros. Algunos consideran que la globalización es indispensable para la felicidad; otros, que es la causa de la infelicidad. Todos entienden que es el destino ineluctable del mundo”<sup>15</sup>.

---

<sup>14</sup> <http://www.prigepp.org/site/prigeppuno/3.htm>

<sup>15</sup> Bauman, Zygmunt (1999) *La globalización. Consecuencias humanas*. San Pablo, FCE. Pág. 7.

### **3.3. Globalización, Internacionalización y Multinacionalización**

Debido a la falta de límites concretos en la definición del término globalización surge la controversia de considerar a la globalización como un fenómeno particular o bien, como una fase más en el desarrollo del capitalismo.

Con el fin de aclarar los diferentes estadios que implica la complejidad de este proceso, se considera necesario distinguir conceptos que se utilizan como sinónimos, tal como es el caso de Internacionalización, Multinacionalización y Globalización. Por tal motivo es de utilidad el análisis evolutivo de globalización realizado por Angela Keller-Herzog (<http://www.prigepp.org/site/prigeppuno/3.htm>).

La primera de estas fases abarca el periodo 1870-1914 y corresponde al momento de internacionalización, producida gracias a ciertos inventos técnicos como el telégrafo y el ferrocarril, y también al pasaje de la producción artesanal a la fabril. Así se va desarrollando una fase del capitalismo financiero internacional asociado al reparto y reordenamiento del mundo colonial, que finalmente desemboca en la Primera Guerra Mundial.

La segunda etapa consiste en la multinacionalización que tuvo lugar entre la segunda postguerra y la depresión de los '70 y que se caracterizó por el despegue económico de los países industrializados, la apertura de sucursales locales de las corporaciones multinacionales y la integración de las empresas en los mercados masivos, basada en la alta productividad y la gestión profesionalizada.

Por último, menciona la fase de la globalización propiamente dicha, que se inicia a mitad de los '70 con la crisis del esquema productivo fordista e implica una profunda transformación del capitalismo. En este momento, las tecnologías de información y comunicación (TICs) juegan un rol estratégico, modificando el vínculo entre economía y conocimiento. Los nuevos pilares del desarrollo productivo pasan a ser las instituciones multinacionales de crédito y mediación (como Banco Mundial, FMI, etc.).

## Internacionalización (1870 – 1914)



Inventos técnicos como el telégrafo y el ferrocarril, y también al pasaje de la producción artesanal a la fabril



## Multinacionalización (1945 – 1970)



Apertura de sucursales locales de las corporaciones multinacionales e integración de las empresas en los mercados masivos



## Globalización (1975 ...)



En este momento, las tecnologías de información y comunicación (TICs) juegan un rol estratégico, modificando el vínculo entre economía y conocimiento

### **3.3. *Los efectos de la globalización en el rol estatal: crisis del Estado Nación***

No solo asistimos a la crisis del Estado de Bienestar y al intento neoliberal de su reformulación sino, paralelamente a la crisis del Estado - Nación estando, esta última, vinculada a tres fenómenos simultáneos:

- Erosión de su autonomía e independencia decisional
- Pérdida de la capacidad de integración social, el Estado se retira de lo social y de lo productivo y apura una reconversión tecnológica que flexibiliza y margina una parte de la población por no tener la capacidad para insertarse. El empleo deja de ser el gran integrador en lo social.
- Debilitamiento en la configuración de identidades y solidaridades amplias

Es por esto que resulta indispensable analizar el complejo escenario en el que se desarrolla el proceso globalizador, en el que, según el autor Daniel García Delgado, podríamos hablar de una simultaneidad de tres tendencias:

- Interdependencia creciente entre todos los países
- La transición hacia formas productivas postfordistas
- Hegemonía del capital financiero

Los cambios en las formas de producción y los actores a los que están destinados los productos, mantienen una relación de fuerzas en la que se modifican mutuamente: "La globalización arrastra a las economías a la producción de lo

efímero, lo volátil -mediante una reducción masiva y generalizada del tiempo de vida útil de productos y servicios- y lo precario -trabajos temporarios, flexible, de tiempo parcial- (Michael Benedikt 1997)”<sup>16</sup>.

La competitividad exigida por el mercado globalizado, obliga a atraer la atención pública: “Los bienes, servicios y señales deben despertar el deseo, y para ello deben seducir a los consumidores eventuales, superando a la competencia. Pero una vez logrado su objetivo, deben ceder rápidamente su lugar a otros objetos de deseo para no detener esa búsqueda global de ganancias y más ganancias llamada hoy crecimiento económico”<sup>17</sup>.

En este capítulo se hemos analizado el fenómeno globalizador, que debido a su amplitud, se ha trabajado desde múltiples perspectivas, pero principalmente desde el espectro económico y político. Por tal motivo, el siguiente capítulo será orientado a los efectos de la globalización sobre la cultura.

---

<sup>16</sup> Bauman, Zygmund (1999): *La Globalización. Consecuencias humanas*. Brasil, Fondo de Cultura Económica

<sup>17</sup> Bauman, Zygmund (1999): *La Globalización. Consecuencias humanas*. Brasil, Fondo de Cultura Económica

# facebook

**Nuevas formas de sociabilidad en la cultura electrónica. Internet y redes sociales**



Me gusta Comentar

Etiquetar esta foto

## Capítulo III: Globalización y Cultura

A Emi Palazzo y Karen Noelia Yusef le gusta esto.



Escribe un comentario...

Álbum: **Tesina de Grado**

Foto compartida con:  Público

Etiquetar esta foto

Descargar

Denunciar esta foto



Anuncios

# Capítulo III: Globalización y Cultura

## 4. Globalización y Cultura

Trabajaremos este capítulo bajo el precepto de que, el desarrollo de las sociedades no está basado sólo en el crecimiento económico, sino que, la cultura también posee un papel constructivo por ser generadora de sentido.

Inicialmente, es fundamental establecer el concepto de cultura que guiará este análisis. Para tal fin haremos uso de la definición antropológica de Joan Carles Mélich, quién la define como una estructura significativa formada por signos, símbolos y ritos propios de cada sociedad. De este modo el símbolo funciona como constructor del mundo, puesto que cada sociedad construirá su mundo, es decir su cultura. Nos pronunciamos a favor de esta definición ya que, deja de lado todo tipo de visión etnocéntrica.

Debido al dinamismo de la definición de Mélich trabajaremos en la relación entre este concepto y el intercambio simbólico, producto de la pérdida de fronteras propias de la globalización, basándonos en el concepto de hibridación cultural desarrollado por Néstor García Canclini.

No podremos dejar de lado en este capítulo a la posmodernidad, entendida como la cultura que se corresponde con la sociedad posindustrial, y que se determina por sostener a la crisis como un sentimiento de época.

Consideramos de suma importancia tener en cuenta el fenómeno de pérdida del referente y los cambios en la subjetivación del yo, que sumados al avance de las Nuevas Tecnologías de la Información y la Comunicación, caracterizarán a la actual cultura electrónica.

#### **4.1. Concepto De Cultura**

Para aproximarnos al efecto de la globalización sobre la cultura es necesario definir qué es cultura, para tal fin acudiremos a la acepción arrojada por Joan Carles Melich: “La cultura es el entramado de estructuras significativas (sistemas simbólicos y sígnicos, lenguajes, modos de significado y de interpretación, instituciones...) de un modo de la vida. Las cosmovisiones cambian socialmente. Cada sociedad tiene su propia cultura, su particular mundo de la vida”<sup>18</sup>.

En esta definición el autor afirma que el símbolo construye el mundo, por lo tanto, cada sociedad construirá su mundo, su cultura, de un modo particular, lo que hace que la cultura sea un concepto dinámico dependiendo el entorno social donde se inserte: “Una cultura puede poseer distintos mundos de vida. Esto es particularmente notorio en las actuales sociedades complejas. El significado de las acciones sociales viene dado por cada mundo de la vida y, por lo mismo, no es algo estático, sino dinámico”<sup>19</sup>. Además, si tenemos en cuenta que el significado del símbolo solo puede encontrarse en su significante, resulta lógico entender que una sociedad no pueda transferir su cultura a otra sin perder su sentido en el intento. Al respecto el propio Melich sostiene: “El significado del símbolo se agota en el propio símbolo. Todo intento de traducir lo que el símbolo significa a otro lenguaje que no

---

<sup>18</sup> Melich, Joan Carles (1996) *Antropología simbólica y actuación educativa*. “La cultura como interpretación” *Buenos Aires*, Editorial Paidós, pág. 58.

<sup>19</sup> Melich, Joan Carles (1996) *Antropología simbólica y actuación educativa*. “La cultura como interpretación” *Buenos Aires*, Editorial Paidós, pág. 58.

sea el mismo símbolo es un proceso de desimbolización que acabará con la muerte del símbolo (...) las formas simbólicas (arte y mito) permiten construir una realidad oculta a otros modos de conocimiento. Lo simbólico no enmascara el mundo, no es una alegoría de algo oculto, sino una creación de ámbito, de horizonte de significado. Como constructor, el símbolo añade un nuevo valor a un objeto, a una acción, un valor que no tenía anteriormente. Lo simbólico es una apertura de mundo. El símbolo da significado a las acciones sociales. Y fuera de lo simbólico nada –con sentido- puede existir”<sup>20</sup>.

Como ya hemos dicho, el fenómeno de la globalización tiene como consecuencia la pérdida de fronteras o límites territoriales, creando lo que se podría considerar una sociedad interconectada, que permite la transferencia constante de símbolos de una cultura a otra. Al cambiar el referente, el sentido del símbolo también lo hace, y a su vez, se genera la pérdida del significado que el símbolo tiene en la sociedad que le dio origen, por lo tanto también de la identidad, por esto, cuesta distinguir lo propio de lo ajeno. Para explicar este fenómeno de pérdida de identidad o referente cultural Néstor García Canclini recurre al concepto de hibridación: “Entiendo por hibridación procesos socioculturales en los que estructuras o prácticas discretas, que existían en forma separada, se combinan para generar nuevas estructuras, objetos y prácticas”<sup>21</sup>.

---

<sup>20</sup> Melìch, Joan Carles (1996) *Antropología simbólica y actuación educativa*. “El símbolo” *Buenos Aires*, Editorial Paidós, pág. 64-67.

<sup>21</sup> García Canclini, Néstor (1990) *Culturas híbridas. Estrategias para entrar y salir de la modernidad*. “Identidades repensadas para la hibridación” Editorial Paidós, pág. 3.

Es propicio aclarar que, como ya hemos dicho, para Mélich cada sociedad construye su cultura de acuerdo a su modo de simbolizar el mundo, por esto, al recibir un símbolo ajeno, el mismo, se desimboliza pero, a la vez, se crea uno nuevo, como también, para Néstor García Canclini, la fusión de prácticas heterogéneas dan como resultado otras nuevas.



Desde esta óptica, planteamos que la cultura y el desarrollo, históricamente, se han caracterizado por procesos continuos de intercambios y fusiones étnicos y geográficos, que han dado por resultado la diversidad, las similitudes y las bifurcaciones que hoy conocemos como naciones.

Para acercarnos a la complejidad de esta sociedad de flujos, para intentar su comprensión a través de múltiples y variadas lecturas, se hace necesaria una reflexión sobre nuestra visión de identidad, cultura y desarrollo.

Consideramos, entonces, que el desarrollo de los pueblos no está basado solamente en el crecimiento económico, sino que la cultura adquiere un papel constructivo por ser generadora de sentido. Por esto, resulta importante aclarar que el desarrollo no es un proceso unilineal cuyo único motor sea el avance económico-tecnológico. Nos pronunciamos por una visión plurilineal e histórica del desarrollo, reconociendo los diferentes caminos que las variadas culturas de Oriente y de Occidente han transitado. Cuestionamos entonces posturas etnocéntricas y hegemoneizantes que se autoconstituyen como matriz y modelo cultural único y uniforme a seguir por otros pueblos. Reivindicamos el valor de la riqueza cultural y del patrimonio múltiple (Pérez de Cuellar, 1998).

Se habla de multiculturalismo, de interculturalismo, de pluriculturalismo, de transculturalismo, expresiones todas que remiten a las diferentes y complejas relaciones que pueden darse entre las culturas, que hoy se entremezclan por el fenómeno de globalización.

Estos cambios generados por el impacto de la globalización en la cultura van a modificar, también, el sentido de identidad y de pertenencia que, según Thompson, hasta hace poco se derivaba "del sentimiento de compartir una historia y un lugar común, una trayectoria común en el tiempo y el espacio" (Thompson, 1998).

Si bien se ha dicho que la globalización no es un fenómeno exclusivo de este siglo, sí podríamos afirmar que la cultura de las sociedades posindustriales, la posmodernidad, es en donde la globalización cultural tuvo su mayor expansión; y se correspondería con una crisis mítica, tal como lo afirma Joan Carles Mélich: "La cultura de la posmodernidad puede explicarse por una crisis mítica, por un déficit mítico. Déficit no es sinónimo aquí de ausencia. No vivimos en un tiempo

secularizado, en ausencia de mitos, como a menudo se nos quiere hacer creer. La nuestra es una sociedad crédula, una cultura en la que no hay diferencia entre lo sagrado y lo profano, en la que lo profano se sacraliza, en la que los signos adquieren un valor simbólico”<sup>22</sup>.

Hasta aquí se ha analizado la globalización y sus efectos en diferentes ámbitos, indispensable para entender a las sociedades posmodernas.

#### **4.2. Posmodernidad: La Crisis Como Sentimiento De Época**

El concepto "posmodernidad" fue ocupando un espacio creciente dentro de las preocupaciones teóricas de la filosofía y las ciencias sociales a partir de los años ochenta. Jean François Lyotard, en su libro “La condición posmoderna” (Lyotard, 1987), sostiene la hipótesis de que el saber cambia de estatuto al mismo tiempo que las sociedades entran en la llamada edad posindustrial y las culturas en la edad posmoderna. La posmodernidad sería entonces la cultura que correspondería a las sociedades posindustriales. “La sociedad posindustrial, también llamada capitalismo tardío, se había desarrollado fundamentalmente en los países capitalistas avanzados luego de finalizada la segunda guerra mundial, desde los años cincuenta en adelante y se caracterizaría por:

- un notable desarrollo de las fuerzas productivas que produciría una enorme riqueza material, y
- una profunda, modificación en la composición de las clases sociales:

---

<sup>22</sup> Melich, Joan Carles (1996) *Antropología simbólica y actuación educativa*. “El mito”. Buenos Aires, Editorial Paidós, pág. 74.

- disminución de la cantidad de obreros agrícolas e industriales,
- aumento de profesionales, técnicos, científicos y empleados”<sup>23</sup>.

La posmodernidad apelará a experiencias, datos y sentires diversos, en un ambiente caracterizado, esencialmente, por poner en duda el conjunto de certezas y éxitos de la modernidad:

- la definición de científicidad moderna y de razón objetiva;
- el formato de las democracias occidentales y sus deudas;
- el progreso económico como estilo de desarrollo valorado y adoptado;
- la lógica instrumental: productividad, eficiencia, rendimiento;
- la homogeneización que impone la modernidad (negación de la subjetividad, la alteridad y la diversidad).

En tal sentido, la posmodernidad expresa un sentimiento de desencanto cuyo elemento más sintomático es la crisis, en términos de quiebre de lo establecido.

Para la posmodernidad, la realidad se fragmenta debido a la falta de valores absolutos y hegemónicos. Resulta así que no es posible lograr una representación única o unificada del mundo, tampoco interesa. Para el pensamiento posmoderno, la propuesta modernista -orgullosa de su racionalidad, determinismo y sentido de progreso histórico- ha generado un sujeto fragmentado y descentrado de sí mismo, con fuertes dificultades para unificar experiencias y dotar de sentido a la vida.

Si para la modernidad el mundo pre-moderno de la Edad Media representaba una forma de vida teocéntrica y pre-científica a superar, la posmodernidad acusará a la

---

<sup>23</sup> Obbiols, Guillermo y Di Segni, Silvia (1994) *Adolescencia, Posmodernidad y Escuela Secundaria*, “Modernidad y Posmodernidad: elementos para entender un debate”. Buenos Aires, Editorial Kapeluz, pág. 15.

modernidad de tecnocrática y cientista y frente a esto, buscará alejarse de cualquier forma de relato universalizante.

Para Lyotard la “Condición Posmoderna” designa las transformaciones culturales que han afectado las reglas del juego de la ciencia, la literatura, las artes con relación a la crisis de los relatos; entendidos estos últimos como discursos legitimadores de ciertas verdades parciales que han permitido un alto grado de certidumbre.

La subjetivación ya no se produce únicamente en instituciones familiares, educativas o religiosas, sino en la inmaterialidad y virtualidad de las pantallas y de los aparatos que fracturan los intercambios característicos de los rituales sociales: “Se ha operado una profunda transformación en la relación entre individuo y sociedad -entre subjetividad e intersubjetividad. El yo ya no es conformado/confirmado por el nosotros. Anteriormente el individuo se situaba en la sociedad por medio de una dimensión de significantes que lo definían en lo social (se era comunista, católico, miembro de tal o cual partido). Estos elementos definían -significaban- al individuo en la sociedad, lo integraban en un grupo social cohesionado y el lenguaje tenía un poder significativo.

En la actualidad se ha producido un desplazamiento radical en la dimensión referencial. El individuo conforma su subjetividad a través de una relación con el medio social por medio del signo (en esto juega un papel primordial la publicidad), pérdida toda capacidad signifiante”<sup>24</sup>.

---

<sup>24</sup> Otero Carvajal, Luis Enrique y Bahamonde Magro, Ángel. (1983) *Historia Universal*, “Un Mundo en Crisis”. Madrid. Publicación del Grupo 16.

En este sentido, Baudrillard enfatiza los signos visuales y no los lingüísticos, según este autor, toda la cultura occidental se ha construido sobre la idea del signo como portador de sentido. La lógica de la simulación, por el contrario, remite al hecho de que el signo excluye radicalmente toda referencia (Zunzunegui, 1989).

En el marco de la posmodernidad, el avance de las nuevas tecnologías y los cambios en la construcción de la subjetividad de los individuos, concluyen en lo que se podría llamar la cultura electrónica, definida ésta, como la cultura de la absoluta accesibilidad cuyo protagonista es el ser humano formado por imágenes (González Requena, 1990).

En este sentido se puede afirmar que las Nuevas Tecnologías resultan omnipresentes en las formas de sociabilización actuales.

# facebook

**Nuevas formas de sociabilidad en la cultura electrónica. Internet y redes sociales**



Me gusta Comentar

Etiquetar esta foto

## Capítulo IV: Nuevas tecnologías de la Información y la Comunicación (NTICS): La cultura electrónica

A Emi Palazzo y Karen Noelia Yusef le gusta esto.



Escribe un comentario...

Álbum: **Tesina de Grado**

Foto compartida con:  Público

Etiquetar esta foto

Descargar

Denunciar esta foto



Anuncios

# Capítulo IV: Nuevas tecnologías de la Información y la Comunicación (NTICS): La cultura electrónica

## 5. Nuevas Tecnologías de la Información y la Comunicación (NTICS): Cultura Electrónica

Luego de analizar la cultura y su modificación a causa del avance de la globalización (capítulo 3), nos abocaremos a desarrollar y caracterizar la “cultura electrónica”. Entendida ésta como la cultura de la absoluta accesibilidad, es resultado de la irrupción de las nuevas tecnologías en el plano cultural, no se trata solo de una modificación a nivel tecnológico, sino que, trae aparejada modificaciones radicales en las prácticas sociales.

No podremos dejar de lado la reacción de los individuos ante el avance de las Nuevas Tecnologías de la Información y la Comunicación (NTICS), que se barajarán en la dualidad “atracción - rechazo”. Será propicio también, estudiar los factores económicos, sociales y culturales que amplían la brecha que separa a las distintas sociedades de la tecnología.

En este capítulo, también analizaremos uno de los fenómenos más sobresalientes de la cultura electrónica: la exaltación del cuerpo a través de imágenes, que lo despojan de todo rasgo corpóreo. Esta mostración, no es más que un signo que pierde su referente en la simulación, y resulta propia de una sociedad hedonista

que encuentra el placer en la repetición de imágenes creadas para la mirada del otro.

### **5.1. Nuevas Tecnologías De Información Y Comunicación**

Cuando hablamos de las Nuevas Tecnologías de la Información y la Comunicación, (NTICS), entendemos abarcar las ramas de las telecomunicaciones, la informática y el área audiovisual en su desarrollo de las últimas décadas, que incluye la convergencia de las telecomunicaciones, la informática y el audiovisual.

Siempre el ser humano ha temido a lo que desconoce, es comprensible que la omnipresencia propia de las nuevas tecnologías generara en principio rechazo, desconfianza, angustia pero, por sobre todo, atracción hacia la idea de superar las barreras espacio temporales. Estas variadas sensaciones están asociadas al hecho de que las nuevas tecnologías sean disfrazadas de algo muy diferente a una pura misión tecnológica. Se trata, en conjunto, de modificar las relaciones humanas y sociales, lo que demuestra cómo, en el ámbito de la comunicación, cuidamos símbolos y utopías, sin grandes relaciones con la productividad de las herramientas (Wolton, 2000).

“Las dimensiones psicológicas son, en efecto, esenciales en la atracción por las nuevas tecnologías, ya que éstas reúnen el profundo movimiento de individualización de nuestra sociedad. Son el símbolo de la libertad y de la capacidad para organizar el tiempo y el espacio, un poco como lo fue el coche en los años treinta. Tres palabras son esenciales para entender el éxito de las nuevas tecnologías: autonomía, organización y velocidad. Cada uno puede actuar sin intermediario cuando quiera, sin filtros ni jerarquías y, lo más importante, en tiempo

real. Yo no espero, yo actúo y el resultado es inmediato. Esto da un sentimiento de libertad absoluta, incluso de poder, de lo cual da cuenta la expresión «navegar por la Red». Este tiempo real que hace tambalear las escalas habituales del tiempo y de la comunicación es probablemente esencial como factor de seducción”<sup>25</sup>.

De tal manera, las nuevas tecnologías no sólo representan el avance científico - técnico de la sociedad posmoderna sino que se inscriben en un proceso de transformación cultural global. Tal como Alain Renaud explica: “Después de las cifras, las letras y los sonidos, las nuevas tecnologías asaltan todos los lugares de la Imagen (pintura, fotografía, cine, video, TV), la producción de imágenes numéricas (análisis y síntesis de las imágenes y sus nuevos soportes de almacenamiento y canales numéricos de difusión) alcanzan hoy la edad socio-industrial: salen del laboratorio y parecen capaces, no sólo de proponer nuevos utensilios para la producción y comunicación audiovisual existente, sino también de generar socialmente, con la generalización y el afinamiento del dispositivo original que las crea (la máquina numérica, el ordenador gráfico) las condiciones de un cambio radical de las prácticas, de los conceptos y de los puntos de apoyo culturales más estables”<sup>26</sup>.

Las características propias de las nuevas tecnologías de la comunicación, hacen posible, como ya se ha mencionado, que los individuos sean independientes del espacio y el tiempo, alentando la era que valora la libertad individual: “Las nuevas tecnologías de la comunicación se presentan como un paso adelante en la misma

---

<sup>25</sup> Wolton, Dominique (2000) *Internet, ¿Y después?, una teoría crítica de los medios de comunicación*. “Las nuevas tecnologías, el individuo y la sociedad”. Barcelona. Editorial Gedisa, pág. 95.

<sup>26</sup> Renaud, Alain (1990) *Videoculturas De Fin De Siglo “Comprender la imagen hoy. Nuevas imágenes, nuevo régimen de lo visible, nuevo imaginario”*. Madrid, Editorial Cátedra Signo e Imagen.

dirección de liberación de las limitaciones corpóreas. Los sistemas de Realidad Virtual permiten ampliar no solo la capacidad humana de dialogar, de comunicar, sino también la de encontrarse, estar presentes y actuar juntos en un lugar. Esta potenciación se da mediante la representación de un "tercer lugar" virtual independiente de las coordenadas espacio temporales del mundo real a través de un juego de dobles por el cual el usuario esta acá y allá. La Realidad Virtual permite ampliar y modificar las convenciones y las modalidades de comportamiento propias del encuentro real superando algunas limitaciones puestas por la condición física del cuerpo de los usuarios. La corporeidad, por lo tanto, por un lado es recuperada en la comunicación a distancia, mientras que por el otro es trascendida a través de la asunción de un cuerpo virtual más manipulable que el real"<sup>27</sup>.

Haciendo referencia a esto Dominique Wolton, en su interés por vislumbrar la seducción que las nuevas tecnologías generan en las personas, afirma: "Es un mundo abierto accesible a todos y que, al final, da una oportunidad a cada uno, sea cual sea su itinerario profesional y sus títulos. Y es allí donde las nuevas tecnologías adquieren una dimensión social: representan en parte «una nueva oportunidad» para todos aquellos que han fracasado en la primera. Las nuevas tecnologías son, como si se tratara de una figura de la emancipación individual, una nueva frontera. No es sólo la abundancia, la libertad o la ausencia de control lo que seduce, sino también esta idea de una autopromoción posible, de una escuela sin profesor ni control"<sup>28</sup>.

---

<sup>27</sup> Bettetini, Gianfranco y Fumagalli Armando (2001) *Lo Que Queda De Los Medios. Ideas Para Una Ética De La Comunicación*. "El Cuerpo: Entre La Disolución Y La Manipulación." Buenos Aires, Editorial La Crujía.

<sup>28</sup> Wolton, Dominique (2000) *Internet, ¿Y después?, una teoría crítica de los medios de comunicación*. "Las nuevas tecnologías, el individuo y la sociedad". Barcelona. Editorial Gedisa, pág. 96.

La tensión paradójica, entre la atracción y el rechazo, está en el corazón mismo de las Nuevas Tecnologías de la Información y la Comunicación (NTICS), ya que pueden desarrollar la interculturalidad, pero igualmente pueden generar un repliegue hacia el individualismo y la subjetividad; pueden propiciar la evasión de la realidad inmediata, pero también ampliar los horizontes de conocimiento de la realidad y del otro.

Ante el crecimiento exponencial de las NTIC, surgen dudas sobre la consideración de tal fenómeno, es decir, debe considerarse como un factor de desarrollo o, más bien, como un factor de exclusión. En una entrevista reciente realizada a Manuel Castells, el sociólogo afirma que la brecha digital en el acceso habrá desaparecido cuando su generación se extinga, además asevera que la verdadera brecha seguirá siendo el nivel de educación: "Cuando mi generación haya desaparecido, no habrá brecha digital en el acceso. Ahora bien, en la sociedad de Internet, lo complicado no es saber navegar, sino saber dónde ir, dónde buscar lo que se quiere encontrar y qué hacer con lo que se encuentra. Y esto requiere educación. En realidad, Internet amplifica la más vieja brecha social de la historia, que es el nivel de educación"<sup>29</sup>.

Similar es la postura de Dominique Wolton cuando sostiene que el límite en el acceso está en la competencia: "El acceso a toda la información no sustituye la competencia previa para saber qué información pedir y qué uso hacer de ella. El acceso directo no suprime la jerarquía del saber y de los conocimientos. Hay algo de fanfarronada en el hecho de creer que uno se puede instruir sólo con tener acceso a las redes"<sup>30</sup>.

---

<sup>29</sup>[http://www.elpais.com/articulo/reportajes/poder/tiene/miedo/Internet/elpepusocdmg/20080106elpdmgrep\\_5/Tes](http://www.elpais.com/articulo/reportajes/poder/tiene/miedo/Internet/elpepusocdmg/20080106elpdmgrep_5/Tes)

<sup>30</sup> Wolton, Dominique (2000) *Internet, ¿Y después?, una teoría crítica de los medios de comunicación*. "Las nuevas tecnologías, el individuo y la sociedad". Barcelona. Editorial Gedisa, pág. 96-97.

Los aspectos sociales, culturales y, sobre todo, económicos son determinantes a la hora de referirnos al acceso que pueblos, países y continentes pueden tener en relación a las Nuevas Tecnologías. Si se tiene en cuenta esta situación, el impacto de las NTICS, así como sus consecuencias, estarán estrechamente ligados al contexto donde se inserten, y el acceso se convertirá en la clave de este proceso.

La brecha digital alude en una primera acepción a la diferencia que existe entre las personas, comunidades, estados o países con respecto al acceso a las NTICS. Una de las primeras definiciones, propuesta por Martin R. Hilbert, señalaba que la brecha se ubicaba entre aquellos que tienen acceso a las tecnologías digitales y aquellos que no. Desde entonces se plantearon numerosas definiciones más amplias, incluyendo las capacidades necesarias para usar las tecnologías (una dimensión de analfabetismo digital, sumada a la privación o pobreza digital referida a los medios materiales). Otra definición es la propuesta por Ricardo Monge, donde el término brecha digital se refiere al acceso diferenciado que tienen las personas a las Tecnologías de Información y Comunicaciones (TIC), así como las diferencias en la habilidad para usar tales herramientas, en el uso actual que les dan y en el impacto que tienen sobre el bienestar (Choque Aldana, 2009).

A este recorrido se le puede agregar una visión más acabada brindada por Jan Van Dijk, quien propone un modelo de cuatro dimensiones: la motivación para acceder; el acceso material entre otros accesos físicos, las habilidades digitales (operativas, manejar software y hardware; informativas, de buscar, seleccionar y procesar información; y estratégicas: capacidad de usar la computadora y fuentes de redes) y los usos (tiempos, programas, usos de banda, uso creativo). Además plantea la necesidad de un concepto dinámico porque advierte que la brecha digital está en constante evolución, gracias al desarrollo tecnológico y sus nuevos usos, los cuales

son apropiados de manera más rápida por quienes tienen un acceso más permanente y de mejor calidad (Choque Aldana, 2009).

## **5.2. La imagen en la cultura electrónica**

Como ya se ha mencionado, González Requena define a la cultura electrónica como la cultura de la absoluta accesibilidad proporcionada por las NTCS donde, según este autor, el cuerpo reina pero en su negación, es decir como imagen descorporeizada, desprovista de los rasgos de lo corporal.

“Esta es, por lo demás, la consecuencia y la condición de la plena accesibilidad: si todo es accesible, es porque nada ofrece resistencia; porque, excluido el cuerpo (la rugosidad, la textura, la resistencia, incluso la humedad), ya no hay lugar para la fricción, ya no es necesario trabajo de cuerpo alguno que reduzca-pero, sobre todo, confronte- la resistencia de cualquier otro cuerpo”<sup>31</sup>.

A la noción de descorporeización, acuñada por González Requena, dentro de la cultura electrónica debe agregarse otro concepto, el de la exaltación del cuerpo, pero de un cuerpo a menudo reducido a fragmento exhibido y utilizado en sus valencias más superficialmente hedonistas (Bettetini y Fumagalli, 2001).

La pretensión de borrar todo origen corporal corresponde a la imagen electrónica, cuerpos que reniegan del paso del tiempo, de las texturas, de los olores; cuerpos tan artificialmente creados que sólo pueden existir como imágenes (González Requena, 1995).

---

<sup>31</sup> González Requena, Jesús (1995) *El Discurso Televisivo: Espectáculo de la posmodernidad* “El Reinado del Look” Madrid, Cátedra Signo e Imagen, pág. 134.

Por lo tanto, en este mundo virtual basado en la lógica de simulación del referente, donde el signo está construido a partir de parámetros estéticos irreales, toda información que escape a este método debe ser borrada, reformulada o sometida.

González Requena ilustra de manera irónica la negación incesante del cuerpo de carne hueso a través de este ejemplo: “Visitemos, por ejemplo, un supermercado, su distancia con respecto al viejo mercado de barrio es la misma que separa al espectáculo electrónico de los antiguos espectáculos. Se trata de la supresión de lo corporal. Ya no hay lugar para la carnicería. Aquel lugar ejemplar donde el recién nacido filete exhibía sus orígenes corporales, donde la sangre estaba bien presente (...) Así, en el supermercado, la carne se halla dispuesta en asépticos filetes cubiertos de plástico y ofrecidos en envases de vivos colores que pretenden hacer olvidar todo origen corporal. No es difícil establecer la equivalencia: el plástico con respecto al alimento que ofrece y oculta a la vez, corresponde a la imagen electrónica que exhibe un cuerpo que deniega.

No es casualidad la elección de este material: como los cuerpos electrónicos carece de color y de textura y parece indemne a las huellas del tiempo”<sup>32</sup>.

---

<sup>32</sup> González Requena, Jesús (1995) *El Discurso Televisivo: Espectáculo de la posmodernidad* “El Reinado del Look” Madrid, Cátedra Signo e Imagen, pág. 136-137.

## Fotos del perfil

Regresar al Álbum · Mis fotos

Anterior · Siguiente



Me gusta Comentar

Etiquetar esta foto

### Imagen en la cultura electrónica

Me gusta · Comentar · Dejar de seguir esta publicación · Compartir · Editar ·



En la cultura electrónica el cuerpo reina en su negación

Álbum: Fotos del perfil · 3 de 22

Foto compartida con: Amigos

Etiquetar esta foto

Agregar ubicación

Descargar

Seleccionar esta foto como foto de perfil

Eliminar esta foto

Fotos ( )

La búsqueda de plasmar en imágenes cuerpos plásticos, que pretenden ocultar todo origen real, es propia de una sociedad hedonista que encuentra el placer en la exaltación del cuerpo ante la mirada del otro.

### 5.3. *La imagen en la mirada del otro*

Hasta la emergencia de la cultura electrónica el acto de seducción estaba relacionado con la búsqueda de la aceptación por parte del otro. En la virtualidad de

las imágenes la seducción, expresada en la mera exhibición, solo pretende el deseo en la mirada de los demás.

Para González Requena esto es el look, ser imagen; poseer valor de cambio, cotizarse en el mercado visual. Ser es ser imagen seductora. El autor da énfasis a este concepto haciendo referencia a la actitud de un bailarín en una discoteca, poblada de instalaciones de video, en donde el baile se convierte no en la participación en un ritual erótico, sino en un acto exhibicionista, propiamente narcisista en el que el bailarín se esfuerza por construir su imagen en el espejo electrónico. La intención es perpetuarse como imagen seductora para alcanzar la mirada de los otros (González Requena, 1995).

Al respecto interpretamos a Habermas, en relación a la mirada de los otros y la construcción de la identidad cuando dice: De nuestra identidad hablamos siempre que decimos quiénes somos y quiénes queremos ser. Y en esa razón que damos de nosotros se entretajan elementos descriptivos y elementos evaluativos. La forma que hemos cobrado merced a nuestra biografía, a la historia de nuestro medio, de nuestro pueblo, no puede separarse en la descripción de nuestra propia identidad de la imagen que de nosotros nos ofrecemos a nosotros mismos y ofrecemos a los demás y conforme a la que queremos ser enjuiciados, considerados y reconocidos por los demás (Habermas, 1998).

Pero no es el otro el que importa en este contacto, sino establecer la conexión, para así alimentar el propio narcisismo. Deja de importar la búsqueda del otro como diferente o el reconocimiento de su alteridad, porque éste será reemplazado una y otra vez: "Con lo virtual entramos no solo en la era de la liquidación de lo real y de lo referencial, sino en la del exterminio del otro. Es el equivalente a una limpieza étnica que no se limitaría sólo a cada población, sino que se ensañaría con todas

las formas de alteridad. La de la muerte, que se exorciza con el ensañamiento terapéutico. La de la cara y el cuerpo, que se persigue con la cirugía estética. La del mundo, que se borra con la realidad virtual (...) y, simplemente la del otro que se está diluyendo en la comunicación perpetua. Si la información es el lugar del crimen perfecto contra la realidad, la comunicación es el crimen perfecto contra la alteridad”<sup>33</sup>.

De esta forma, hemos conceptualizado y caracterizado a las NTICS, teniendo en cuenta su importancia dentro de la cultura electrónica y sus efectos en lo que respecta a formación de la subjetividad de los individuos. Ahora nos proponemos dilucidar cual es la influencia que tienen sobre la comunicación y por consiguiente en las relaciones sociales.

---

<sup>33</sup> González Requena, Jesús (1995) *El Discurso Televisivo: Espectáculo de la posmodernidad* “El Reinado del Look” Madrid, Cátedra Signo e Imagen, pág. 121.

# facebook

Nuevas formas de sociabilidad en la cultura electrónica. Internet y redes sociales



Me gusta Comentar

Etiquetar esta foto

## Capítulo V: Sociedad red - Red Social

A Emi Palazzo y Karen Noelia Yusef le gusta esto.



Escribe un comentario...

Álbum: Tesina de Grado

Foto compartida con:  Público

Etiquetar esta foto

Descargar

Denunciar esta foto



Anuncios

# Capítulo V: La Sociedad Red- Red Social

## 6. De la sociedad red a la red social

“Participar en”, “poner en común”, son nociones que servirán para definir el concepto de comunicación que guiará la investigación. Nos servimos, para entender esta definición, de la analogía de la orquesta en la que, cada individuo participa de una partitura que no fue formulada por escrito y que fue aprendida inconscientemente. A partir de esta elección, se pretende mostrar una marcada oposición al los modelos telegráficos de comunicación, ya que el orquestal es el que refleja de mejor manera la actividad comunicativa dentro de las redes sociales, en este caso Facebook.

En este capítulo se harán presentes una vez más las nuevas tecnologías, ya que el avance de Internet generó, desde la década de los 70, un paradigma tecnológico dominante con un fuerte impacto en la sociedad. Para desarrollar este aspecto nos valemos de un concepto acuñado por Manuel Castells: La sociedad red.

Ambas sociedades, la sociedad industrial y la sociedad red, coexistieron durante un largo tiempo. Castells describe este proceso de transición a partir de dos fases, una inicial donde Internet comienza a abrirse camino afectando esencialmente a la economía, a la empresa, al territorio, al mundo de la comunicación y a las esferas de poder. En esta primera fase Internet se ve poblada por científicos, universitarios y contraculturas virtuales.

La segunda transición, está marcada por la irrupción de Internet en la realidad de las sociedades, creando la necesidad de que los individuos deban autoeducarse y autoinformarse, pero, a su vez, las personas adaptan Internet a sus necesidades. De esta forma la sociedad red se va creando por los individuos.



Manuel Castells (ed.)  
**LA SOCIEDAD RED:  
UNA VISIÓN GLOBAL**

Book cover featuring a globe with a network of blue lines connecting various points, symbolizing the global network society.

Fotos del perfil  
Etiquetar esta foto  
Compartir  
Descargar  
Seleccionar esta foto como foto de perfil  
Eliminar esta foto

Te gusta esto

 **Sociedad Industrial** De la misma forma en que la sociedad industrial coexistió durante largas décadas con la sociedad agraria que precedió, la sociedad red se mezcla, en sus formas, en sus instituciones y en sus vivencias, con la estructura social de la sociedad de donde surgió

 **Primera transición** Internet es el instrumento clave y el símbolo de este proceso de transformación. Esta transición se inicia en década del 70, cuando las TIC van a constituir un paradigma tecnológico dominante. En esta primera fase Internet estuvo poblado de científicos y universitarios

 **Segunda transición** La gente comenzó a desarrollarse alrededor de las TIC. Internet modifica la realidad de las sociedades creando la necesidad de que los individuos deban autoeducarse y autoinformarse, pero, a su vez, las personas adaptan Internet a sus necesidades.

 **De la sociedad red a la redes sociales** Se desarrollan plataformas electrónicas que conectan a muchos individuos, que interactúan visualizando información de otros usuarios y exponiendo sus propia vida en la pantalla de una computadora, para interactuar, interpelar y ser interpelados

## **6.1. *Comuni3n***

Es necesario para abordar el caso de estudio Facebook precisar la acepci3n de comunicaci3n que orientar3 el an3lisis.

Recuperaremos el primer sentido de comunicaci3n el cual fue ocupando espacio, en la lengua francesa e inglesa, en el S XIV entendida 3sta como “participar en” muy pr3ximo al lat3n *comunicare*, poner en com3n, estar en relaci3n (Winkin Yves, 1981).

Aplicar el modelo de Shannon (el m3s generalizado y, cuya definici3n de comunicaci3n se limita s3lo a la mera transmisi3n de un mensaje de un punto a otro) a esta investigaci3n implicar3a entender a la comunicaci3n como un acto verbal consciente y voluntario lo que no ser3a m3s que reducir sus alcances. Por tal motivo coincidimos con el modelo orquestal de comunicaci3n que recupera el primer sentido del t3rmino, donde cada individuo participa de una partitura que no fue formulada por escrito y, en cierta medida, fue aprendida inconscientemente: “La analog3a de la orquesta explica porque decimos que cada individuo participa en la comunicaci3n, m3s 3sta no es el origen ni el final. La imagen de “la partitura invisible” llama particularmente al postulado fundamental de una gram3tica del comportamiento que cada uno utiliza en los intercambios, m3s diversos con el interlocutor. Es en este sentido, que uno podr3 hablar de un modelo orquestal de la comunicaci3n por oposici3n al modelo de la telegraf3a. El modelo orquestal, de hecho, vuelve a ver en la comunicaci3n el fen3meno social que tan bien expresaba

el primer sentido de la palabra, tanto en francés como en inglés: la puesta en común, la participación, la comunión”<sup>34</sup>.

Para esta definición fueron útiles los aportes de Norbert Wiener descubiertos en su investigación durante la segunda guerra mundial. El fenómeno de la retroacción o feedback llevaron a que la definición lineal de la comunicación quedara caduca. Si bien hay que destacar que los resultados de su trabajo sobre comunicación fueron más de carácter reflexivo que teórico.

Wiener reconocía el principio conocido y utilizado desde hacía largo tiempo: el feedback o retroacción, y dio a este principio un alcance universal al hacer de él la clave de bóveda de la cibernética, o ciencia del «pilotaje». Wiener vio en el cañón que trata de alcanzar al avión el brazo que lleva un vaso de agua a la boca o una máquina de vapor que mantiene un régimen constante, un mismo proceso circular en el que las informaciones sobre la acción en curso nutren a su vez (feedback) al sistema, permitiéndole alcanzar su objetivo. Así el científico pensó una ciencia que estudia el «control y la comunicación del animal y la máquina» (subtítulo de su obra fundadora de 1948). El proyecto de la cibernética es más una forma de reflexionar que una teoría articulada y detallada. A partir de la idea de la retroacción, la explicación lineal tradicional queda un poco anticuada. Todo «efecto» retroactúa sobre su causa, todo proceso debe estar concebido según un esquema circular. La idea es simple, pero sus implicaciones son importantes, sobre todo cuando se introduce la noción de sistema en el análisis (Winkin, 1981).

---

<sup>34</sup> Winkin, Yves (1981). - *La Nouvelle Communication*. “El Telégrafo y la Orquesta”. Editorial Cairós, pág 24.

## **6.2. La red de redes: origen de Internet**

Años más tarde, en 1969, también bajo fines militares el Pentágono crea el precedente de lo que hoy se conoce como Internet, Arpanet (Advanced Research Projects Agency + Net), durante la fase más crítica de la guerra de Vietnam, como una red de comunicación multidireccional entre ordenadores, para proteger el sistema científico-militar de un eventual sabotaje o de un ataque nuclear, conectando los ordenadores del Pentágono a los de laboratorios y universidades que trabajaban en proyectos de interés castrense

El modelo de red en que está estructurado el sistema comunicativo de Internet no tiene centro, sino que se extiende a lo largo de una serie de nodos, de tamaños y funciones distintas, que pueden enlazarse con relaciones asimétricas, complementarias o discrepantes (Gubert, 2000).

El término red será fundamental para caracterizar el tipo de sociedad donde se desarrolla este fenómeno, que tiene sus inicios en la década de los 70. Como ya se ha mencionado la crisis económica que enfrentaba en aquellos tiempos Estados Unidos detonó el avance científico técnico que impactará en todos los ámbitos de la sociedad global.

“El incremento de los precios del petróleo ha sacudido fuertemente su economía y el estallido de la crisis habilitará el despliegue de la revolución científico-técnica y la consolidación de un nuevo paradigma productivo y de administración económica y

social, cuyas potencialidades iban a cerrar pocos años más tarde el ciclo de la revolución industrial”<sup>35</sup>.

### **6.3. Sociedad Red primera Transición**

Manuel Castells define a la sociedad red como aquella en la que nos hemos ido sumergiendo y que reemplazaría a la sociedad industrial: “De la misma forma en que la sociedad industrial coexistió durante largas décadas con la sociedad agraria que precedió, la sociedad red se mezcla, en sus formas, en sus instituciones y en sus vivencias, con la estructura social de la sociedad de donde surgió (...) No es la tecnología la que ha determinado el nacimiento y desarrollo de esta forma de sociedad, pero sin estas tecnologías no hubiera podido constituirse la sociedad red.

De la misma manera que no fue la electricidad la que originó la sociedad industrial pero sin la electricidad y el motor eléctrico tampoco hubiera habido sociedad industrial. Aunque las tecnologías electrónicas de información y comunicación tienen antecedentes históricos que se remontan a finales del siglo XIX, puede argumentarse que fue tan sólo en la década de 1970 cuando se constituyó en el mundo un paradigma tecnológico dominante en torno a la microelectrónica, la informática, las telecomunicaciones y los nuevos materiales sintéticos. Desde entonces ese paradigma se ha expandido y profundizado de forma extraordinaria, tanto a partir de la innovación tecnológica y de sus aplicaciones como mediante su penetración en todo los ámbitos de la actividad humana”<sup>36</sup>.

---

<sup>35</sup> Rico, Carlos (1979) *Cuadernos semestrales* “Interdependencia y trilateralismo: orígenes de una estrategia”. CIDE, México, pág. 2, 3.

<sup>36</sup> Castells, Manuel (2007) *La transición a la sociedad red*. Capítulo I. Barcelona Editorial Ariel, pág. 17.

Castells analiza la evolución de la sociedad red en el contexto europeo y es en esta descripción que el sociólogo destaca dos fases de transición. En la primera etapa de transición la sociedad red se basa en la plataforma de las tecnologías de información y comunicación afectando esencialmente a la economía, a la empresa, al territorio, al mundo de la comunicación y a las esferas de poder. En esta primera fase Internet estuvo poblado fundamentalmente por científicos, universitarios y contraculturas virtuales (Castells, 2007).

En la sociedad Red signada por el paradigma tecnológico Internet es, a la vez, el instrumento clave y el símbolo de este proceso de transformación.

#### **6.4. *Sociedad red segunda Transición***

La vida cotidiana de la gente comenzó a desarrollarse alrededor de las nuevas tecnologías. De esta manera, Internet modifica la realidad de las sociedades creando la necesidad de que los individuos deban autoeducarse y autoinformarse, pero, a su vez, las personas adaptan Internet a sus necesidades.

Cuando la sociedad red se manifestó en toda su importancia y millones de personas entendieron que vivían en un mundo de redes, a partir de la década de los 90, la gente se apropió de Internet para construir sus propias redes a partir de sus propias vidas y proyectos. En esta segunda fase surge una sociedad red que va siendo creada, día a día, desde abajo, por las personas que, individual y colectivamente, se han apropiado del poder comunicador de Internet y la comunicación móvil para generar nuevas formas de vida, sociabilidad y organización política (Castells, 2007).

Es válido aclarar que no existiría una única sociedad red sino que la misma es el resultado de sus propios procesos de organización social, así como, la sociedad industrial no fue una copia fiel de la de Inglaterra del S XIX.

### **6.5. De la red a las redes**

Una vez definida la sociedad red y ubicados en la segunda transición podemos analizar cómo funcionan las redes sociales en Internet, la red de redes.

Antes de saber qué podemos hacer en una red social tendríamos que saber qué es una red social. Para ello, es pertinente tener en cuenta el primer acercamiento que Jesús Galindo Cáceres hace a las redes sociales en Internet en términos de mercado: “Cuando en el mundo de los discursos comunes sobre Internet se habla de redes sociales, se nombra lo que comercialmente se ha propuesto para su difusión. La imagen primaria es la de una plataforma electrónica que conecta, un software que permite que muchos individuos visualicen información sobre ellos mismos en una pantalla de computadora, se interpelen, y en ciertos momentos interactúen. A esto se le llama oferta y demanda de redes sociales. En el primer momento una empresa diseña el software y lo oferta al navegador común en Internet con la promesa de que puede conocer gente, lo cual significa, en principio, que puede ir revisando archivos con la información de otros solo por curiosidad, o buscando algo que le interese, en una figura de exploración de una oferta desde una demanda de mercado. Por otra parte, ese mismo buscador, pone en línea una ficha de su propio perfil, para que otros lo encuentren y lo interpelen, la parte en que uno mismo se ofrece como mercancía. A partir de aquí, se presenta la

posibilidad de una tipología de individuos en la red social, unos más expertos que otros, unos más necesitados que otros, unos más perversos que otros”<sup>37</sup>.

## **6.6. Comunidad red**

La transición de comunidad tradicional a la comunidad virtual está estrechamente ligada al concepto de comunicación. Si tenemos en cuenta el postulado de Marshal Mac Luhan, acerca de que “el medio es el mensaje” resulta claro por qué en un primer momento la comunicación se reducía al intercambio cara a cara para, actualmente, desembocar en una participación mediada a través de la Red de redes. En la cultura electrónica, marcada por la total accesibilidad y la ruptura del eje espacio-tiempo, el tipo de participación adquirirá la forma del medio utilizado.

Tradicionalmente se define a la comunidad como un grupo o conjunto de individuos que comparten elementos en común, tales como un idioma, costumbres, valores, tareas, visión del mundo, edad, ubicación geográfica (un barrio por ejemplo), estatus social, roles. Por lo general, en una comunidad se crea una identidad común, mediante la diferenciación de otros grupos o comunidades (generalmente por signos o acciones), que es compartida y elaborada entre sus integrantes y socializada. Generalmente, una comunidad se une bajo la necesidad o meta de un objetivo en común, como puede ser el bien común; si bien esto no es algo necesario, basta una identidad común para conformar una comunidad sin la necesidad de un objetivo específico.

---

<sup>37</sup> [http://www.razonypalabra.org.mx/N/N71/VARIA/34%20GALINDO\\_REVISADO.pdf](http://www.razonypalabra.org.mx/N/N71/VARIA/34%20GALINDO_REVISADO.pdf)

Hace un siglo las relaciones sociales se circunscribían al perímetro de las distancias que podían recorrerse sin cansancio. Eran personales y tenían lugar en el seno de pequeñas comunidades: la familia, el vecindario, el pueblo, etc.

Para gran parte de la población mundial la pequeña comunidad de relaciones cara a cara quedó sepultada. Como consecuencia del desarrollo de medios tecnológicos la vida contemporánea es un mar turbulento de relaciones sociales. Para comprender mejor el impacto de las nuevas tecnologías en la comunicación y en la sociedad, resulta útil tener en cuenta la transición que sufre la propiedad pública, al pasar de la co-presencia, como requisito fundamental, a la propiedad pública mediática, ambos términos acuñados por John B. Thompson al analizar los cambios que enfrenta la visibilidad ante el fenómeno de expansión de los medios masivos de comunicación:

“Antes del desarrollo de los media, la propiedad pública de los individuos y de los acontecimientos estaba vinculada a la idea de compartir un espacio común. Un acontecimiento se convertía en acontecimiento público al presentarse ante una multitud de individuos físicamente presentes en el momento en que acontecía (...) Describiré esto como la propiedad pública tradicional de la co-presencia. Este tipo tradicional de propiedad pública recurría a la riqueza de las pistas simbólicas características de la interacción cara a cara (...) La característica fundamental de estas nuevas formas es que, con la ampliación de la disponibilidad ofrecida por los media, la propiedad pública de los individuos, las acciones o acontecimientos, dejan de vincularse al hecho de compartir un lugar común (...) El desarrollo de los media, por lo tanto, ha dado lugar a la aparición de nuevas formas de propiedad pública

mediática que han asumido un papel cada vez más importante en el mundo moderno”<sup>38</sup>.

En la comunidad de relaciones directas cara a cara, el reparto de los personajes se mantenía más o menos estable. En el mundo actual nuestros pensamientos y sentimientos ya no están ocupados, únicamente, en la comunidad inmediata que nos rodea, sino en un reparto de personajes diseminados por todo el planeta y que cambian de manera constante (Gergen 2006).

Una manera de comprender los nuevos medios, quizá introductoria, es aquella que los contempla desde una perspectiva comparativa con los medios de masas.

Los nuevos medios de comunicación ya no son medios de comunicación de masas en el sentido tradicional de envío de un número ilimitado de mensajes a una audiencia de masas homogénea. Debido a la multiplicidad de mensajes y fuentes, la propia audiencia se ha vuelto más selectiva. La audiencia seleccionada tiende a elegir sus mensajes, por lo que profundiza su segmentación y mejora la relación individual entre emisor y receptor (Sabbah; Castells, 2000).

Los nuevos medios despliegan algunas constantes que vienen a poner de manifiesto ideas referidas a lo que podemos entender como elementos integrantes de la comunicación digital o comunicación virtual. De entre las muchas y variadas aportaciones sobre los elementos integrantes de esta nueva comunicación, destacamos los siguientes:

---

<sup>38</sup> Thompson, John B. (1998). *Los media y la modernidad. Una teoría de los medios de comunicación*. “Lo público sin lugar: el surgimiento de la propiedad pública mediática” Paidós. Barcelona, pág. 165.

- Multimedialidad
- Hipertextualidad
- Interactividad

La multimedialidad hace referencia a la integración de texto, imagen y sonido en un mismo formato. Supone una aportación de carácter inédito, en el momento en que los medios de masas (prensa, radio y televisión) poseían el predominio casi en exclusivo de un modo de comunicación: escritura para la prensa, sonido para la radio e imagen para la televisión.

La hipertextualidad supone una novedosa forma de lectura y escritura. Implica la ruptura de la secuencialidad o linealidad en la redacción o lectura de un texto. En este sentido, el hipertexto permite asemejarse a la forma en cómo los sujetos desarrollan sus procesos mentales:

La totalidad de estos nuevos productos informáticos electrónicos se basan en un acceso no estrictamente secuencial a los diversos materiales que ofrecen: textos, imágenes (fijas o en movimiento) y sonidos. De esta manera se intenta, de alguna forma, romper un concepto fuertemente arraigado en la cultura occidental desde hace algunos siglos, el de la secuencialidad, y acercarse más a la forma de pensamiento del ser humano (Armañanzas y otros, 1996).

La interactividad implica la capacidad que poseen los usuarios de los nuevos medios de ser activos. Quiere decir que los sujetos tienen la posibilidad de hacer peticiones de diversa índole a los diarios digitales, buscadores y directorios,

comunidades o redes sociales virtuales, etcétera, y que estos les respondan en sus solicitudes.

Cada nuevo medio planteará sus opciones de interactividad, por lo que podremos decir que unos nuevos medios son más interactivos que otros. Así por ejemplo, es posible indicar que un diario digital es más interactivo que otro en el momento en que plantee más servicios que satisfagan opciones solicitadas por parte de los usuarios. En este sentido, también cabría decir que un buscador es más interactivo en el momento en que plantea más opciones de búsqueda –recursos ofrecidos por el medio para que el usuario acote sus búsquedas– que otros.

Alonso y Martínez (2003) diferencian entre modos interactivos sujeto/objeto, y modos interactivos sujeto/sujeto. En el primero se incluye el hipertexto y las encuestas. En los segundos, el correo electrónico, listas de distribución, grupos de noticias, foros, redes sociales, el Chat, etc.

Hemos conceptualizado el multimedia, la hipertextualidad y la interactividad como los tres elementos característicos que identifican la comunicación digital y, por ende, a los nuevos medios. Además encontramos otras características comunes en estos nuevos medios, una de ellas es el sentido de comunidad. Por sentido de comunidad nos referimos a aquel estado relacional de los sujetos que intervienen en los nuevos medios (gestores y usuarios) que tiene como finalidad la consecución de los objetivos del medio mediante su acción participada (Jaime Alonso, 2005).

Según Jaime Alonso puede entenderse este sentido de comunidad a través del concepto de conectividad del que habla De Kerckhove (1999): La conectividad es un estado humano casi igual que lo es la colectividad o la individualidad. Es esa

condición de fugacidad comprendida por un mínimo de dos personas en contacto entre sí, por ejemplo, conversando o colaborando. La Red, el medio conectado por excelencia, es la tecnología que hace explícita y tangible esta condición natural de la interacción humana.

Ahora bien, no todos los nuevos medios manifiestan el mismo sentido de comunidad. Esto se debe a varias razones, entre las cuales destacamos una que deriva del hecho de que cada categoría mediática posee diferentes objetivos, lo cual implica, necesariamente, que cada una de ellas desplegará un sentido de comunidad acorde con sus finalidades.

Por lo tanto, cada categoría mediática tiende hacia un modelo de comunidad determinado, que es distinto dependiendo a la que nos refiramos, pero consideramos que es pertinente establecer, de forma general, dos maneras claramente diferenciadas de formas comunitarias apreciables a diferentes nuevas categorías mediáticas:

- a) La primera se basa en la creación de comunidad sustentado en el hecho de que los usuarios comparten contenidos y servicios del medio que no han sido elaborados por ellos, o han participado marginalmente en su construcción. Se trata de un sentido de comunidad de carácter inferior o marginal, en cuanto que los internautas conforman el sentido de colectividad a través de algo dado, y no elaborado/participado por ellos.
- b) La segunda se refiere a un sentido más próximo a lo que habitualmente entendemos por comunidad. Se trata de la relación humana basada en la participación activa de los individuos, en aras a la consecución colectiva de objetivos. La observación continuada a los nuevos medios permite constatar que son muy variadas las maneras a través de las cuales puede desplegarse este sentido de comunidad. Así por ejemplo, puede

encaminarse hacia la producción participada de información, a la creación de conocimiento, etcétera.

En una aproximación general puede esbozarse una identificación entre los nuevos medios y los dos tipos o sentidos de comunidad. Así, diremos que diarios digitales, buscadores, directorios y portales se inclinan por el primer tipo; el basado en el hecho de compartir contenidos no elaborados por los usuarios; mientras que blogs, comunidades virtuales y redes ciudadanas crean un sentido de comunidad participado o activo.

A pesar de lo dicho, la complejidad de estas dos posibilidades de comunidad radica en que, realmente, no es del todo exacto y pertinente asociar un tipo de comunidad a cada una de las categorías mediáticas. Esto se debe a que dos medios, aun perteneciendo a una misma categoría, pueden desarrollar un tipo u otro de comunidad, dependiendo de los objetivos que se hayan marcado sus gestores, así como de su pericia para dar vida este tipo de comunidad. Por ejemplo, dos comunidades virtuales pueden manifestar dos formas distintas de comunidad: una puede basarse exclusivamente en que los miembros que la componen compartan los mismos contenidos y servicios, sin que realmente se dé una interacción relacional entre los usuarios, mientras que en la otra puede manifestarse un sentido de comunidad más marcado, en cuanto que de la relación dialogada y participativa de los sujetos se extraen resultados de naturaleza colectiva.

# facebook

**Nuevas formas de sociabilidad en la cultura electrónica. Internet y redes sociales**



Me gusta Comentar

Etiquetar esta foto

## Capítulo VI: Facebook I

Álbum: **Tesina de Grado**

Foto compartida con: Público

Etiquetar esta foto

Descargar

Denunciar esta foto

A Emi Palazzo y Karen Noelia Yusef le gusta esto.



Escribe un comentario...



Anuncios

# Capítulo VI: Facebook I

## 7. Facebook: Origen y descripción

En este capítulo caracterizaremos nuestro caso de estudio, la red social Facebook. Con el fin de entender su repercusión a nivel mundial, expondremos sus orígenes y la controversial expansión de esta red social.

En un primer acercamiento al objeto de estudio vamos a examinar, a partir de una descripción exploratoria, los servicios que ofrece, así como también, su funcionamiento y utilidad.

### 7.1. *El Origen*

Facebook es un sitio web de redes sociales creado por Mark Zuckerberg en el año 2004 y fundado por Eduardo Saverin, Chris Hughes, Dustin Moskovitz y Mark Zuckerberg. Originalmente era un sitio para estudiantes de la Universidad de Harvard, pero actualmente está abierto a cualquier persona que tenga una cuenta de correo electrónico. Los usuarios podían participar en una o más redes sociales, en relación con su situación académica, su lugar de trabajo o región geográfica.

Ha recibido mucha atención en Internet y en los medios de comunicación, al convertirse en una plataforma sobre la que terceros pueden desarrollar aplicaciones y hacer negocio a partir de la red social.

A mediados de 2007 lanzó las versiones en francés, alemán y español para impulsar su expansión fuera de Estados Unidos, ya que sus usuarios se concentran en Estados Unidos, Canadá y Gran Bretaña. En julio de 2010, Facebook cuenta con 500 millones de miembros, y traducciones a 70 idiomas. En mayo de 2011, alcanza los 600 millones de usuarios.

La compañía tiene sus oficinas centrales en Palo Alto, California. Facebook compite por abrirse espacio entre empresas de éxito como Google y MySpace, por lo que se enfrenta a grandes desafíos para lograr crecer y desarrollarse. Una de las estrategias de Zuckerberg ha sido abrir la plataforma Facebook a otros desarrolladores.

La fortaleza de la red social Facebook radica en los 500 millones de usuarios que ha creado, basada en conexiones de gente real. Entre los años 2007 y 2008 se puso en marcha Facebook en español, extendiéndose a los países de Latinoamérica. Casi cualquier persona con conocimientos informáticos básicos puede tener acceso a todo este mundo de comunidades virtuales.

## **7.2. Expansión**

Facebook comenzó a permitir que los estudiantes de universidades agregasen a estudiantes, cuyas escuelas no estaban incluidas en el sitio, debido a las peticiones de los usuarios.

En mayo de 2006, la red de Facebook se extendió con éxito en la India, con apoyo de institutos de tecnología de aquel país. En junio de 2006, hubo un acuerdo

con iTunes Store para que iTunes conociera los gustos musicales de los usuarios y ofrecer así un enlace de descarga en su propio sitio.

En agosto de 2006, Facebook agregó universidades en Alemania e Israel a su red. Desde septiembre de 2006 Facebook se abre a todos los usuarios del Internet, a pesar de protestas de gran parte de sus usuarios, ya que perdería la base estudiantil sobre la cual se había mantenido.

En agosto de 2007 se le dedicó la portada de la prestigiosa revista Newsweek; además de una integración con YouTube. A fines de octubre de 2007 Facebook vendió una parte, el 1,6%, a Microsoft a cambio de 240 millones de dólares con la condición de que Facebook se convirtiera en un modelo de negocio para marcas de fábrica en donde se ofrezcan sus productos y servicios, según los datos del usuario y del perfil de éste. Esta adquisición valoró Facebook en 15000 millones de dólares, aunque el consenso de los analistas fuera que esta cifra superaba el valor real de la empresa - para Microsoft no se trataba sólo de una inversión financiera, sino también de un avance estratégico en Internet.

## Fotos del perfil

[Regresar al Álbum](#) · [Mis fotos](#)

[Anterior](#) · [Siguiente](#)



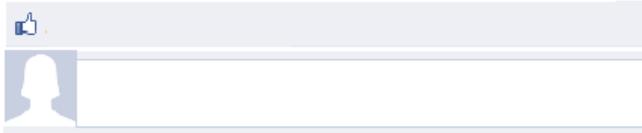
[Me gusta](#) [Comentar](#)

[Etiquetar esta foto](#)

Personas etiquetadas en esta foto: [Mark Zuckerberg](#)

[Portada de la prestigiosa revista Newsweek](#)

agosto 2007 [Me gusta](#) · [Comentar](#) · [Dejar de seguir esta publicación](#) · [Compartir](#) · [Editar](#)



Álbum: [Fotos del perfil](#) · 3 de 22

Foto compartida con: [Amigos](#)

[Etiquetar esta foto](#)

[Agregar ubicación](#)

[Descargar](#)

[Seleccionar esta foto como foto de perfil](#)

[Eliminar esta foto](#)

[Fotos \( \)](#)

La más reciente inyección de capital a Facebook (27,5 millones de dólares) fue liderada por Greylock Venture Capital (fondo de inversión con fuerte vínculo con la CIA). Uno de los socios de Greylock es Howard Cox, –según el diario The Guardian–, pertenece al fondo de inversión en capital de riesgo de la CIA.

## 7.3. Descripción exploratoria

### 7.3.1. Interfaz de inicio



Para transformarse en usuario, condición que nos da la posibilidad de ser partícipes de esta red social, es necesario sólo tener correo electrónico, ya que la forma de registro es simple. Basta con colocar datos personales básicos como lo es el nombre, el apellido, el sexo y la fecha de nacimiento, en este punto se aclara que Facebook requiere que todos los usuarios proporcionen su fecha de nacimiento verdadera para fomentar la autenticidad y permitir el acceso solamente a contenido apropiado a su edad. Además, se debe escoger una contraseña que resguarde la privacidad en el acceso. En caso de poseer una cuenta activa solo se debe colocar el mail y la contraseña para acceder.

Dirección de correo electrónico  Contraseña

No cerrar sesión [¿Olvidaste tu contraseña?](#)

### Regístrate

Es gratis (y lo seguirá siendo).

Nombre:

Apellidos:

Tu correo electrónico:

Vuelve a escribir tu correo:

Contraseña:

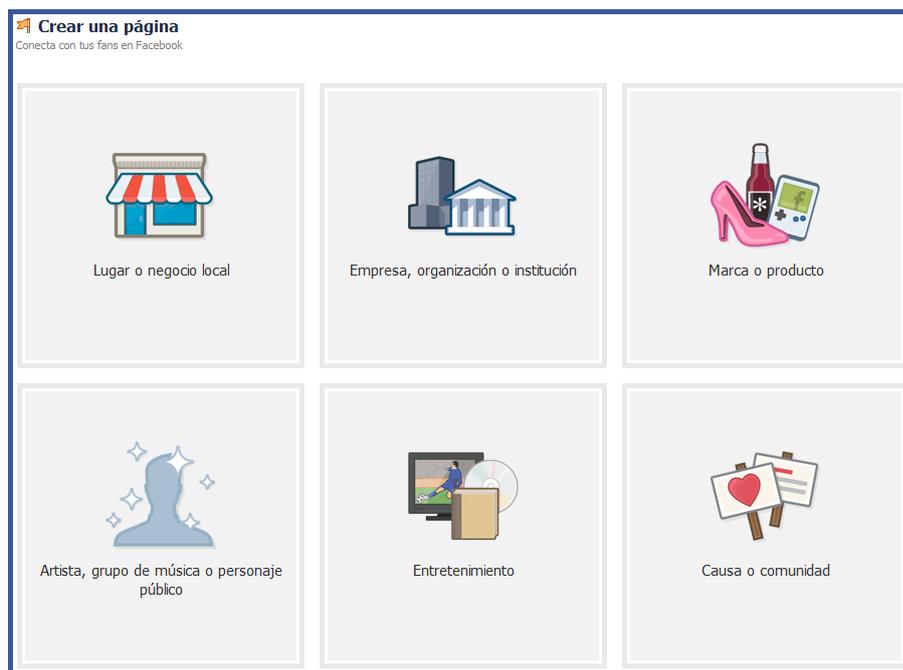
Sexo:

Fecha de nacimiento: Día:  Mes:  Año:

¿Por qué tengo que proporcionar mi fecha de nacimiento?

**Crear una página para una celebridad, un grupo de música o un negocio.**

Existe también la posibilidad de crear páginas para una celebridad, un grupo de música o un negocio. Al hacer click en esta opción aparecen los siguientes íconos, que representan cada una de las categorías que están disponibles, y luego de escoger aparece una grilla para llenar con los datos necesarios y las condiciones del contrato de Facebook.



En este caso el funcionamiento y la forma de establecer relaciones cambia, el contacto no se realiza a través de la “amistad”, sino por la preferencia de los otros usuarios, es decir a partir del “unite” o “me gusta”. Es una de las utilidades de mayor desarrollo reciente. Se trata de reunir personas con intereses comunes. En los grupos se pueden añadir fotos, vídeos, mensajes, etc. Las páginas, se crean con fines específicos y a diferencia de los grupos, no contienen foros de discusión, ya que están encaminadas hacia marcas o personajes específicos y no hacia ningún tipo de convocatoria. Además, los grupos también tienen su normativa, entre la cual se incluye la prohibición de grupos con temáticas discriminatorias o que inciten al odio y falten al respeto y la honra de las personas. Si bien, esto no se cumple en muchas ocasiones, existe la opción de denunciar y reportar los grupos que vayan contra esta regla, por lo cual Facebook incluye un enlace en cada grupo el cual se dirige hacia un cuadro de reclamos y quejas.



*“Facebook te ayuda a comunicarte y compartir con las personas que **conoces**”*, esta frase confirma el fin de esta red social, el de establecer relaciones entre personas que pretendan comunicarse, “ver y ser vistos”. Por otra parte la gráfica ilustra una teoría que resulta fundante para Facebook, la teoría de los 6 grados de separación, que intenta probar que cualquiera en la Tierra puede estar conectado a cualquier otra persona del planeta a través de una cadena de conocidos que no tiene más de cinco intermediarios (conectando a ambas personas con sólo seis enlaces).

Por su carácter global la página de Facebook opera en 68 idiomas



Existe también otra interfaz de inicio que hace referencia a la descarga de la aplicación de Facebook a los teléfonos celulares. La oferta consiste en la posibilidad de seguir conectado aún fuera del espacio del ordenador.



Esta aplicación no necesita actualizaciones y se encuentra disponible para 2500 teléfonos, con los que la aplicación establece compatibilidad, dando la posibilidad de:

- actualizar el “estado” de forma permanente a través de un mensaje de texto,
- consultar el perfil de los “amigos”,
- transferir las fotos y los contactos del celular a una cuenta de Facebook.



**Conecta con tus amigos más rápido, estés donde estés.**

Ahora puedes agregar la aplicación de Facebook a casi cualquier teléfono. Encontrar a tus amigos y compartir tus fotos y actualizaciones más recientes es más fácil que nunca.

[Descubre Facebook Móvil](#)

Disponible en más de 2.500 teléfonos

- Más velocidad de navegación
- Compatible con la cámara y los contactos de tu teléfono
- Sin actualizaciones periódicas: solo una descarga

#### Más productos de Facebook para móvil



##### Mensajes de texto

- Actualiza tu estado y envía mensajes a tus amigos con los sms de Facebook.
- Recibe sms con actualizaciones de estado, mensajes o publicaciones en el muro al momento.

[Regístrate](#)



##### facebook.com

- Actualiza tu estado, consulta la sección "Noticias" y ve los perfiles de tus amigos en tu teléfono.
- Disponible en todos los teléfonos con acceso a internet.

[Envía un enlace a mi teléfono](#)



##### Cargar por correo electrónico

Utiliza una dirección de correo electrónico de carga personalizada para publicar actualizaciones de estado o enviar fotos y vídeos directamente a tu perfil. Tu dirección personalizada es:

[Enviarme mi dirección de correo para cargar archivos](#)

[Más información](#)

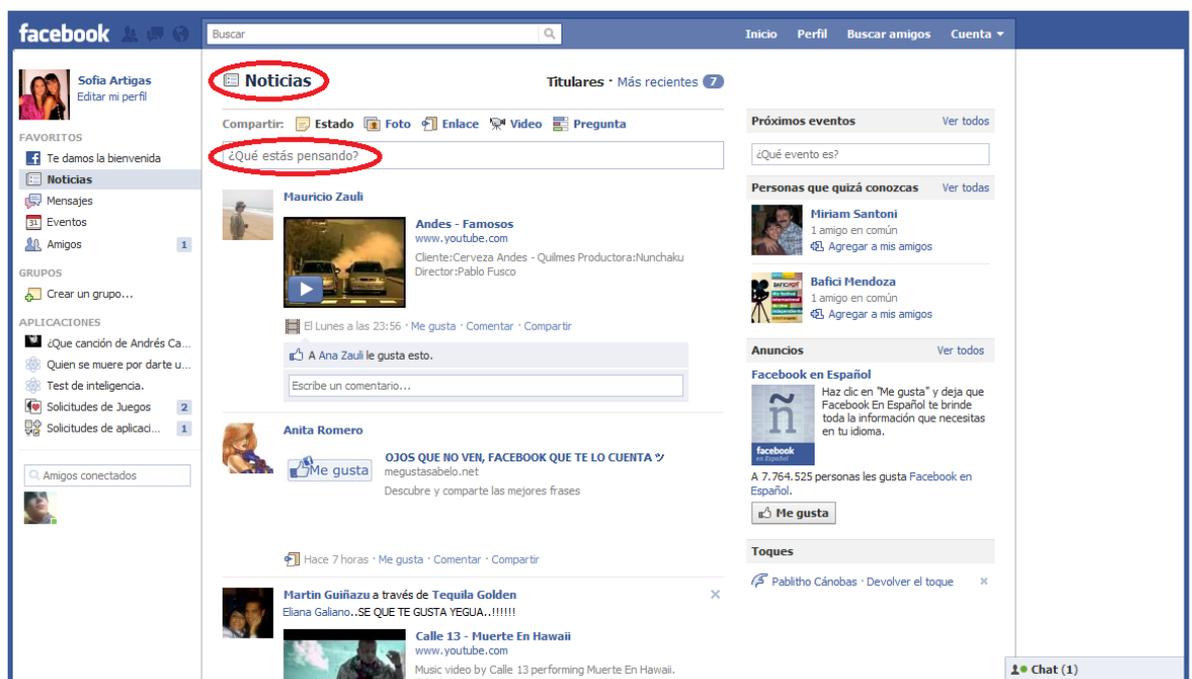
Más móvil: [Editar configuración](#) ▶ [Ayuda](#) ▶

[Facebook para operadores de telefonía celular](#) ▶

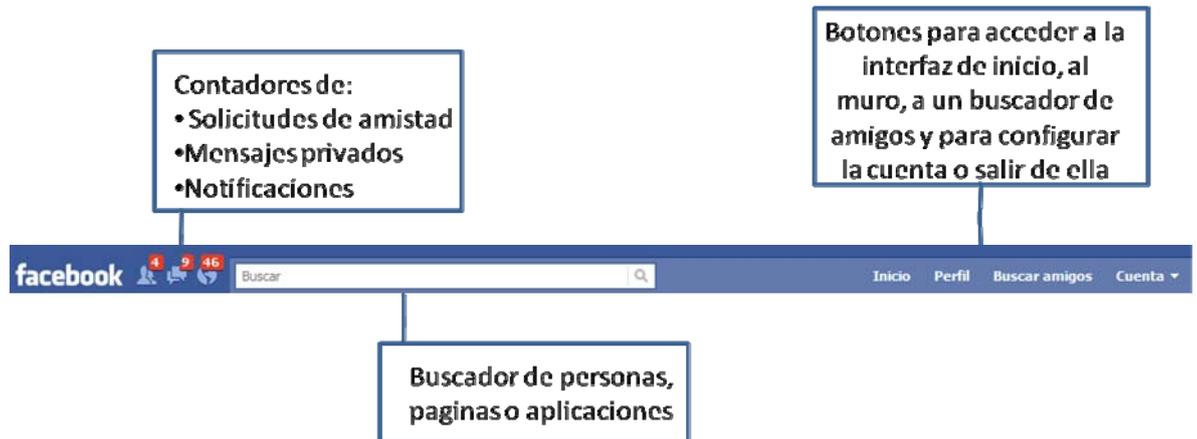
## 7.3.2. Cuenta de usuario

### Inicio

Al ingresar a una cuenta en Facebook lo primero que se puede ver es una pantalla de inicio con las noticias más recientes sobre el accionar de nuestros amigos dentro de la red. También se encuentra el “estado”, que es el espacio donde se le permite al usuario comentar acerca de sí mismo o de algo, o alguien, que le interese. Para actualizar el estado se responde a la pregunta que aparece en un cuadro de dialogo: “¿Qué estás pensando?”



Una vez en la cuenta de usuario, en la parte superior de la pantalla, aparecerá la siguiente barra de herramientas que contendrá marcadores que remiten a los distintos avisos y los botones que guían el recorrido dentro de la cuenta (inicio, perfil, búsqueda de amigos y cuenta)



Existen también anuncios publicitarios donde se ofrecen distintos productos, servicios y promociones:

**Anuncios** [Ver todos](#)

**Tramontina \$229**  
ad.letsbonus.com



Batería de Cocina Tramontina Línea Caribe de 7 piezas + Envío Gratis. ¡Amplía tu cocina! 40% Descuento. ¡Anotate!

En el lateral derecho de la pantalla aparecen esta clase de anuncios publicitarios

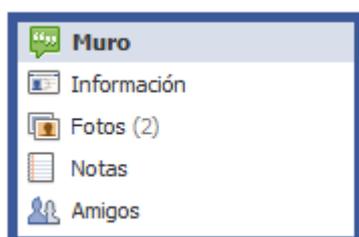
## Perfil



The screenshot shows a Facebook profile for Sofia Artigas. The profile includes a cover photo, a profile picture, and a bio. The bio states she lives in Tunuyán, was born on September 6, 1984, in De La Plata, and has a current job. The profile also shows a recent status update from June 25, 2010, at 15:36, where she mentioned tagging herself in a photo. The right sidebar contains several sections: 'Toques' with a post from Pablitho Cánobas, 'Personas que quizá conozcas' with a post from Jose Martínez, and 'Anuncios' featuring the Tramontina cookware advertisement seen in the previous image, as well as other ads for shoes and beauty products.

Dentro del perfil se encuentra toda la información que el usuario comparte en Facebook, así como, también, las acciones de otros usuarios que lo involucren. En el lado izquierdo de la pantalla se encuentran una serie de íconos que remiten a cada uno de los espacios que forman el perfil:

➤ Muro:



En el muro, que es el espacio donde se publica y comparte contenido con los demás usuarios, las formas de compartir son variadas:

**Compartir con un público amplio:** se puede actualizar el estado y compartir fotos, vídeos, enlaces y contenidos de otras aplicaciones. Las cosas compartidas aparecerán como publicaciones en el perfil, y pueden aparecer en las últimas noticias.

**Compartir con un pequeño grupo de amigos:** La función Grupos para compartir contenidos con un grupo de personas concreto

**Compartir con una persona:** se puede usar el menú Compartir de la parte superior del muro de un amigo para escribir o compartir algo en su muro. Si se desea se puede compartir algo en un espacio más íntimo enviando un mensaje privado.

➤ Información

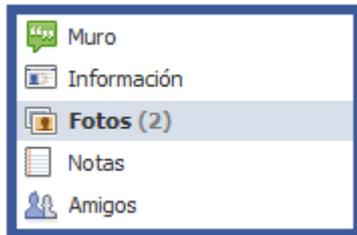
En información se encuentran todos los datos del usuario que él desee compartir en la Red, desde la información

básica como nombre, sexo, fecha y lugar de nacimiento, formación académica,



lugar de trabajo y mail; hasta datos de índole personal como, por ejemplo, ideología política, intereses artísticos, situación sentimental o religiosa.

➤ Fotos



Aquí se encuentran las fotos que el usuario cuelga para formar sus propios álbumes, así como, también, las fotos en las que ha sido etiquetado por otro usuario.

Una etiqueta es un enlace a otra persona, página o lugar donde se publica contenido, como una actualización de estado o una foto.

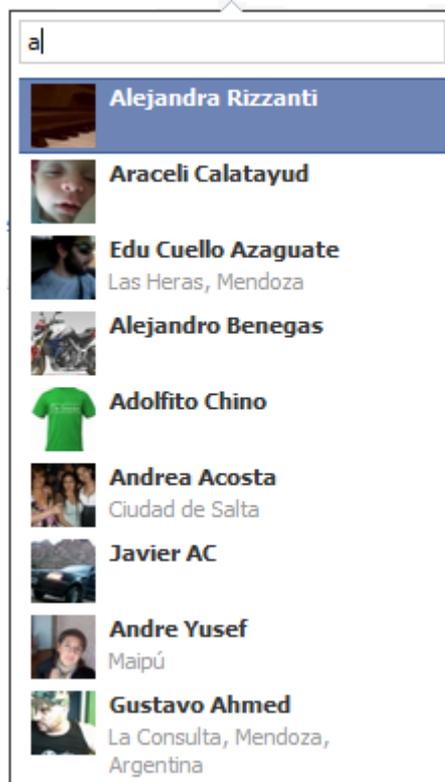
En el caso de las actualizaciones de estado las menciones de un amigo se coloca anteponiendo el signo @ y luego la inicial del nombre del otro usuario, automáticamente Facebook arroja una serie de posibilidades.

En cuanto a las fotos o videos presionando el botón “etiquetar a alguien”, aparece una lista desplegable de opciones. En ambos casos, el comentario, foto o video aparecerá en el muro de la persona etiquetada o mencionada.

## Menciones en actualizaciones de estado o comentarios

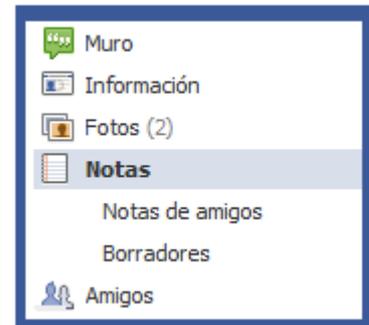


## Etiquetas en fotos videos o enlaces

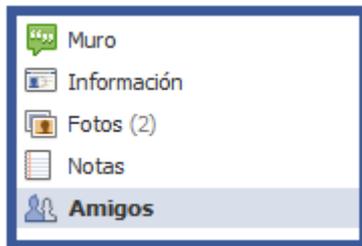


➤ Notas

Son escritos más extensos que los de una publicación, funcionan como una especie de blog donde el usuario tiene la posibilidad de escribir, etiquetar amigos y ser etiquetado en los escritos de otros



➤ Amigos



En este ícono encontraremos a los amigos que forman parte de nuestra red. En Facebook se pueden localizar amigos con quienes se perdió el contacto o agregar otros nuevos con quienes intercambiar fotos

o mensajes. Para ello, el servidor de Facebook posee herramientas de búsqueda y de sugerencia de amigos. La forma de entablar esta conexión es a partir de solicitudes de amistad que deben ser enviadas y aceptadas.

Después de haber establecido el contacto, los “amigos” pueden ser clasificados en distintos grupos como, por ejemplo, familiares, mejores amigos, pareja, compañeros de trabajo o de estudio.

Buscar amigos

La búsqueda de amigos se puede realizar por distintos caminos:

**Busca por nombre y apellido:** En la barra superior, se puede introducir el nombre de cualquier contacto y automáticamente Facebook identificará aquellos perfiles

que tienen más conexiones (amigos en común). Es la forma más rápida y sencilla de encontrar a un amigo en Facebook.

**Buscar por cuentas de correo electrónico o chat:** En la página para buscar amigos se pueden encontrar a los contactos de Hotmail, Skype, Yahoo!, MSN, etc. que ya estén en Facebook en un solo paso. Además, Facebook sugiere personas que el usuario puede llegar a conocer.

**Invitar amigos que aún no están en Facebook:** La mayoría de los usuarios de Facebook han descubierto la plataforma porque un amigo los ha invitado. Se puede invitar a alguien enviándole un mensaje personalizado a su correo electrónico.

**Agregar contactos personales como amigos**  
Elige cómo quieres comunicarte con tus amigos. Mira cómo funciona o gestiona tus contactos importados.

**Paso 1**  
Buscar amigos

**Paso 2**  
Agrega a amigos

**Paso 3**  
Invita a tus amigos

**Windows Live Messenger**  
Identificador de Messenger:   
**Buscar amigos**  
Facebook no guardará tu contraseña.

**Windows Live Hotmail** [Buscar amigos](#)

**Yahoo!** [Buscar amigos](#)

**Otros servicios de correo** [Buscar amigos](#)

**Otras herramientas** [Buscar amigos](#)

**Personas que quizá conozcas** [Ver todas](#)

- Bafici Mendoza**  
1 amigo en común [+1. Agregar a mis amigos](#)
- Yenienn Morales**  
1 amigo en común [+1. Agregar a mis amigos](#)
- Mujeres Cotidianas Mujeres Cotidianas**  
1 amigo en común [+1. Agregar a mis amigos](#)
- Juan Carlos Jaliff**  
1 amigo en común [+1. Agregar a mis amigos](#)
- Andres Higuera**  
2 amigos en común [+1. Agregar a mis amigos](#)
- Manu Drums**  
2 amigos en común [+1. Agregar a mis amigos](#)

**En este apartado muestra a los usuarios que comparten amigos en común, presentándolos como una opción para ser agregados como amigos**

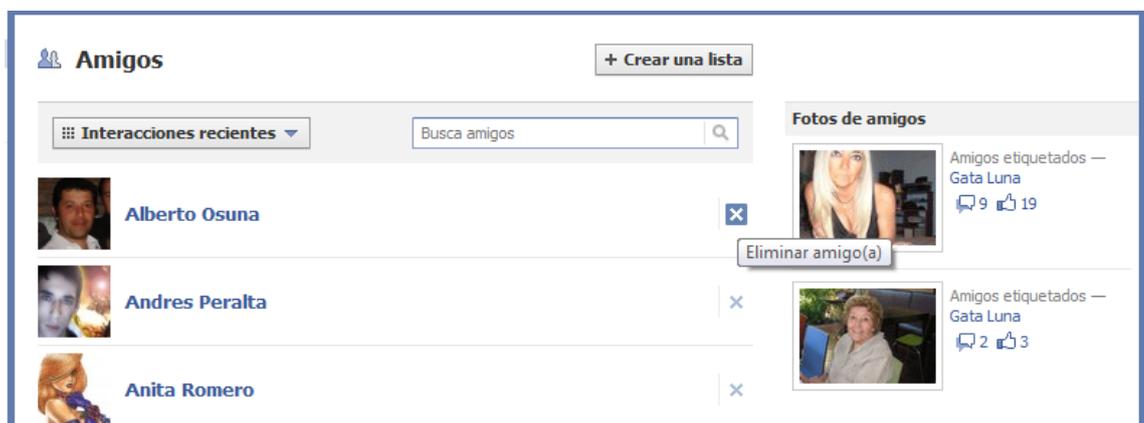
**Aquí permite buscar amigos a partir de su correo electrónico o bien filtrando la información personal de la o las personas que se desee encontrar**

## Cuenta

En cuenta es posible administrar la visibilidad en Facebook, obtener ayuda para resolver dudas sobre el funcionamiento, o bien salir y cerrar de forma segura la cuenta.



### ➤ Editar amigos



La edición de amigos consiste en poder crear listas, en las que se seleccione y categorice a los contactos, buscar amigos o bien eliminarlos.

## ➤ Configuración de cuenta

The screenshot shows the 'Configuración de la cuenta' (Account Settings) page for a user named 'Sofia Artigas'. The left sidebar contains navigation options: General (selected), Seguridad, Notificaciones, Aplicaciones, Móvil, Pagos, and Anuncios de Facebook. Below these is a link to privacy preferences. The main content area is a table with the following rows:

Nombre	Sofia Artigas	<a href="#">Editar</a>
Nombre de usuario	http://www.facebook.com/sofia.artigas1	<a href="#">Editar</a>
Dirección de correo electrónico	Principal: sofiartigas07@gmail.com	<a href="#">Editar</a>
Contraseña	La contraseña no se ha cambiado nunca.	<a href="#">Editar</a>
Redes	No tienes redes.	<a href="#">Editar</a>
Cuentas vinculadas	Tienes 0 cuentas vinculadas.	<a href="#">Editar</a>
Idioma	Español	<a href="#">Editar</a>

Below the table is a link: [Descarga una copia de tu información.](#)

At the bottom of the page, there is a footer with: Facebook © 2011 · Español, and a row of links: Acerca de · Publicidad · Crear una página · Desarrolladores · Empleo · Privacidad · Condiciones · Servicio de ayuda.

En la configuración de cuenta, como bien lo dice su nombre, el usuario tiene la posibilidad de editar toda la información que sobre él figure en Facebook:

- Información general: nombre de usuario, mail, contraseñas, cuentas vinculadas e idioma
- Seguridad: referido a preguntas de seguridad y navegación segura.
- Notificaciones: tiene que ver con la edición de las formas de notificar lo que sucede en la cuenta y las relaciones que el usuario entabla con el resto de la red.
- Aplicaciones: aquí el usuario puede editar o eliminar las aplicaciones que ha usado recientemente
- Móvil: en este espacio se editan las funciones que se hayan habilitado para entablar conexión a Facebook desde el teléfono móvil.
- Pagos: aquí se detallan las transacciones que se hayan realizado desde la cuenta y se editan las preferencias en el modo de pago.
- Anuncios en Facebook: aquí esta red social brinda información acerca del manejo de los datos personales de los usuarios, en lo que respecta a publicidad y da la posibilidad de editar tal información. Además aclara:

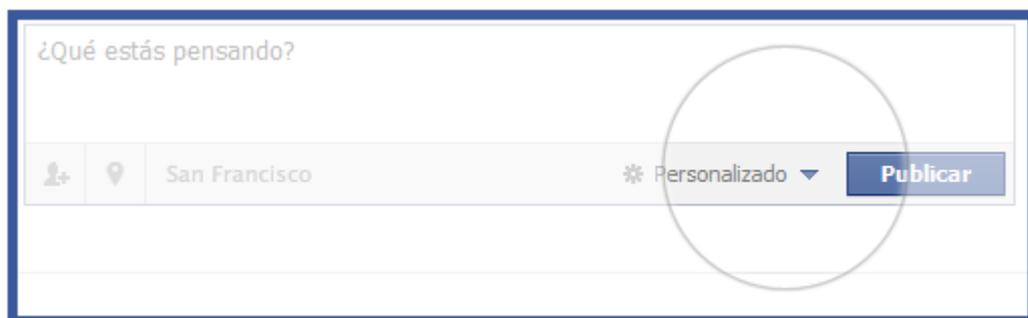
#### Mensaje sobre tus fotos

Está circulando un rumor que afirma que Facebook está cambiando a quién pertenecen tus fotos privadas. Este rumor es falso: todo el contenido y la información que publicas en Facebook te pertenece a ti. [Más información](#)

#### ➤ Configuración de privacidad

Existen dos formas de establecer la privacidad dentro de una cuenta de Facebook, una de ellas es:

- Controlando la privacidad desde el momento de la publicación: de esta forma se gestiona la privacidad de las actualizaciones de estado, fotos e información de perfil utilizando la opción para seleccionar el público en contexto, es decir, desde donde se comparte, ya sea en ese momento o después.



- Controlando la configuración de privacidad predeterminada: se predetermina dentro de la cuenta y se aplicará a las actualizaciones de estado y fotos que se publiquen en el perfil.



- Además la configuración de privacidad permite controlar la forma en que los usuarios se conectan entre sí, las etiquetas, la información difundida durante el uso de aplicaciones y la visibilidad en las publicaciones. También existe la opción de bloquear de las listas a personas o páginas

 <b>Cómo conectas</b>	Controla cómo te conectas con las personas que conoces.	<a href="#">Editar la configuración</a>
 <b>Cómo funcionan las etiquetas</b>	Controla lo que sucede cuando los amigos etiquetan tu contenido o a ti.	<a href="#">Editar la configuración</a>
 <b>Aplicaciones y sitios web</b>	Controla lo que se comparte con aplicaciones, juegos y sitios web.	<a href="#">Editar la configuración</a>
 <b>Limitar el público de las publicaciones anteriores</b>	Restringe el público de las publicaciones que has compartido con otras personas además de tus amigos.	<a href="#">Gestionar la visibilidad de las publicaciones anteriores</a>
 <b>Listas de bloqueados</b>	Gestiona tus listas de personas y aplicaciones bloqueadas.	<a href="#">Gestionar listas de bloqueados</a>

[Servicio de ayuda](#)



El servicio de ayuda proporcionado por Facebook se trata de un espacio que permite comprender su funcionamiento y esclarecer las dudas más habituales a través de un buscador de temas o bien de un foro de debate.

- El botón “me gusta”: se utiliza para dar a conocer que una publicación es del agrado del usuario. También es una manera de participar en alguna publicación sin la necesidad de realizar un comentario. A partir de este botón se puede establecer qué tipo de información le interesa a cada usuario.



Hasta aquí hemos realizado un recorrido superficial por Facebook, describiendo los servicios que ofrece y su funcionamiento. Ahora nos proponemos ampliar nuestro análisis de caso, tratando temáticas más profundas, tales como, la espectacularización de la vida cotidiana dentro de esta red social y la construcción de una nueva subjetividad del individuo.

# facebook

Nuevas formas de sociabilidad en la cultura electrónica. Internet y redes sociales



Me gusta Comentar

Etiquetar esta foto

## Capítulo VII: Facebook II

Álbum: Tesina de Grado

Foto compartida con: Público

A Emi Palazzo y Karen Noelia Yusef le gusta esto.



Escribe un comentario...

Etiquetar esta foto

Descargar

Denunciar esta foto



Anuncios

# Capítulo VII: Facebook II

## 8. Análisis del caso

La amplitud de Facebook y sus alcances hacen innegable el impacto en la vida de los usuarios, que hasta el momento rondan en los 665 millones en todo el mundo; por esto no podremos dejar de lado las implicaciones sociales y psicológicas que revisten el uso de esta red social.

En este capítulo analizaremos cómo se pierden las fronteras de lo público, privado e íntimo en esta “sociedad espectacularizada”. También retomaremos la temática de la imagen en la cultura electrónica (capítulo 6), en este caso como uno de los factores decisivos en la formación de la subjetividad de los individuos, que interactúan en una sociedad adolescentizada.

Para comprobar empíricamente las hipótesis, desarrolladas anteriormente en el marco teórico, se elaboraron dos perfiles de Facebook basados en la invención de una persona, su imagen y personalidad, a partir de las posibilidades que brinda el medio. Estas personas con un nombre y apellido ficticio interactuaron con amigos virtuales durante un lapso de ocho meses.

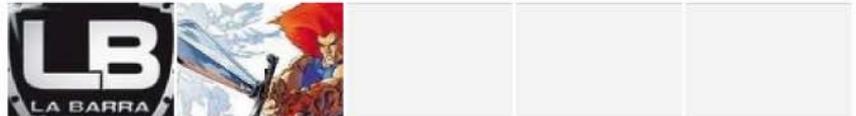
Cabe aclarar que las imágenes que representaban a los personajes ficticios pertenecían a una cuenta real, y se seleccionaron teniendo en cuenta su atractivo físico, con la finalidad de demostrar la primacía que tiene la imagen en la cultura electrónica.





## Santi Covarrubia

Estudió en universidad tecnologica de cuyo De Ciudad de Mendoza Nació el 11 de septiembre de 1982 [Agregar dónde trabajas](#) [Agrega los idiomas que hablas](#) [Editar perfil](#)



- Muro
- Información**
- Fotos
- Notas
- Amigos
- Suscripciones (1)

Buscar amigos

### Formación y empleo

[Editar](#)

Universidad **universidad tecnologica de cuyo**

Escuela secundaria **Martin Zapata**  
Promoción del 1999

Comparte tus experiencias [Agregar un empleo](#)

### Arte y ocio

[Editar](#)

#### Música



#### Libros



#### Películas



#### Televisión



### Amigos (157)

- Fernando Abalos**
- Natalia Cordoba Corzo**
- Belén Quiroga**
- Paulitaa Fernandez**
- Pablo Echarri**
- Turkita Hizterikiita Salomon**
- Mayco Carrizo**
- Vanasa Cerna**
- Gise Agricolo**

### **8.1. Formas de financiación y base de datos**

Uno de los mayores atractivos de esta red social radica en la cantidad de aplicaciones que dispone (inclusive el mismo usuario puede crear y subir aplicaciones); esta posibilidad lo coloca en ventaja con respecto a sus competidores más cercanos como puede ser Twitter.

En Facebook al mismo tiempo se puede: Colgar fotos, ordenarlas, etiquetarlas, chatear con nuestros amigos, buscar amigos, mandar mensajes privados (parecido a enviar un correo electrónico), jugar, crear grupos, etc. Con la particularidad de seleccionar quién puede ver nuestra actividad a partir de aceptar o no la solicitud de amistad y con la configuración de la privacidad. De esta manera, Facebook brinda la posibilidad, aparentemente, de dirigir a un grupo o persona determinados lo que el usuario realiza en la cuenta.

Dicha posibilidad, la de dirigir a un grupo o personas determinados lo que el usuario realiza en Facebook, no solamente resulta atractiva para la gente que pretende abrir una cuenta en esta red social sino, también, para los anunciantes de Facebook.

La incógnita más extendida radica en cómo esta enorme red social mundial se financia y una de las respuestas la encontramos en la publicidad.

Según datos aportados por la revista colombiana "Dinero" los usuarios de Facebook invierten más de 3.000 millones de minutos diariamente en actualizar sus perfiles y

contactar nuevos amigos. Cada mes, los suscriptores crean 25 millones de grupos diferentes y comparten más de 850 millones de fotografías.

No es de extrañar que las empresas vean como un blanco de anuncios publicitarios a dicha red. Facebook es el cuarto sitio web con más tráfico del mundo y representa un paraíso para las organizaciones que quieren sacarles provecho a las más modernas formas de marketing que presentan ventajas de expansión, rapidez, facilidad y dinero.

Facebook es un fenómeno que ha cambiado la forma de hacer marketing y publicidad, permitiendo que las empresas conozcan fácilmente los gustos de los clientes y se conecten directamente con ellos.

A partir de sus perfiles y de la información que facilitan en sus espacios, como el botón “me gusta” los anunciantes se dirigen a los usuarios con publicidad segmentada.

En relación al botón “me gusta” existen muchas especulaciones: primeramente, que es el elemento utilizado por los anunciantes para establecer qué tipo de cosas les gusta a los usuarios y, de esta manera, dirigir hacia ellos publicidad de determinados productos. Es propicio aclarar que Facebook no dispone del botón “no me gusta”. La razón oficial es que se la considera una red positiva. Sin embargo, expertos en redes sociales aseguran que hay otro motivo de fondo: los anunciantes.

"Facebook es una de las mayores plataforma de banners de publicidad en línea (...)  
Un botón de *no me gusta*, mal utilizado o en manos de consumidores frustrados o

enojados pondría a Facebook y sus anunciantes en situaciones muy escabrosas"<sup>39</sup>, comentó a BBC Mundo Gabriel Sama, experto en redes sociales.

Facebook maneja tres diferentes tipos de anuncios en su sitio:

- ✓ Uno de esos recursos es la publicidad dirigida, en donde los anunciantes escogen a quién llegar.
- ✓ Otro de los anuncios tienen una modalidad interactiva, en donde las empresas piden a los usuarios que hagan algo en su publicidad.
- ✓ Como tercera opción, también existen los avisos contextuales, en los que se muestra cuáles de nuestros amigos gustan de cierta marca o producto.

Se estima que tan sólo en 2010 -y sólo incluyendo las dos primeras modalidades- la red social logró captar cerca de 800 millones de dólares por este concepto.

Pero la publicidad contextual -que fue introducida hace poco- podría pronto superar esa cifra, según los datos que compartió el director de ventas de Facebook en el Reino Unido, David Parfect, que asegura que dicha modalidad es doblemente efectiva porque los usuarios confían más en sus amigos que en las empresas: "Si el usuario ve que un amigo gusta de un producto suele inclinarse más por hacer clic en él"<sup>40</sup>.

---

<sup>39</sup> [http://www.bbc.co.uk/mundo/noticias/2011/05/110518\\_tecnologia\\_facebook\\_no\\_me\\_gusta\\_jrg.shtml](http://www.bbc.co.uk/mundo/noticias/2011/05/110518_tecnologia_facebook_no_me_gusta_jrg.shtml)

<sup>40</sup> <http://www.lanacion.com.ar/1361476-facebook-quiere-contratar-al-ex-vocero-de-obama>

www.facebook.com

facebook

Buscar

Sofia Artigas Buscar amigos Inicio

**Noticias** Titulares · Más recientes 300+

Actualizar estado · Agregar foto/video · Hacer pregunta

¿Qué estás pensando?

**Angel Cabello**  
Aún esperando tú mensaje con la frase... "sí puedo veamosos"... Algún día será para mí...

Me gusta · Comentar · Hace 3 horas a través de su celular

A Nestor Tomczuk le gusta esto.

**Nestor Tomczuk** jaja.. q paso compañero..?  
Hace un minuto aproximadamente · Me gusta

Escribe un comentario...

**Naa Herrera Manchini**  
Estoy acostumbrada a perder a la gente qe quiero, bah en realidad yo hago q se alejen de mí .-

Me gusta · Comentar · Hace 36 minutos

A Naa Herrera Manchini y otras 7 personas más les gusta esto.

Ver los 5 comentarios

**Maria Julia Limole** Valorar es reconocer tu lo haces y es doblemente importante quizás solo se alejaron no los haz perdido  
Hace 25 minutos · Me gusta · 1 persona

**Maria Julia Limole** Las quieroooooooooooooo y estamos alejadas pero cuenten siempre conmigo  
Hace 24 minutos · Me gusta · 1 persona

Escribe un comentario...

**Próximos eventos** Ver todos

¿Qué evento es?

**Personas que quizá conozcas** Ver todas

**Antiitoh Laa Turritah** (Las Choras Amanecidas)  
1 amigo en común  
Agregar a mis amigos

**Aldana Calustro** (Negra)  
1 amigo en común  
Agregar a mis amigos

**Anuncios** Ver todos

**Ayudín Ropa**  
Con Ayudín® Ropa Colores Vivos liberate de las manchas conservando tus colores. ¡Jugá en Facebook! Hay premios todas las semanas.  
Me gusta · A Raquel Manuel le gusta esto.

**Sony Ericsson Argentina**  
¿Le ponés "Me gusta" a todo? Ganate un Sony Ericsson Xperia mini pro y festejá tu día como te lo merecés ¡Hacé click acá!  
Me gusta · A Janet Costa Brava Cortéz le gusta esto.

**Victoria Di Raimondo** compartió un evento: "ALTERTANGO SE SUBE A LA NAVE"

Muchas empresas están usando los anuncios publicitarios en la red social para llevar a los usuarios a su comunidad dentro de las paredes de Facebook y no sólo rediriéndolos a su sitio.

Algunas han comenzado a implementar comercio electrónico dentro de la red social o integran sus productos al sitio para que la gente no vea una diferencia entre visitar su página o permanecer en Facebook.

www.sonyericsson.com/cws/cws/home?oc=ar&ic=es

Productos y servicios | Soporte técnico | Blogs | **Me gusta | 6 millones** | Buscar | Regístrate >

## Nuevo Smartphone Xperia X8. Comparti tu mundo. Comparti entretenimiento

Navega con velocidad 3G y disfruta la experiencia completa del sistema Android™.

Pensado para Compartir >

Sony Ericsson Argentina  
sonyericssonar

WhatsApp

X8

Enlaces rápidos

Tu teléfono

- Elementos adicionales
- Servicios
- Acerca de Android

Press resources user guides  
> [Más información](#)

Ahora Facebook vive en Xperia™

Gingerbread renovado

PlayNow™ Juegos. Aplicaciones, Pistas y más.

sonyericsson.com/cws/products/mobilephones/overview/xperiax8?...

www.samsung.com/ar/

Noticias | Acerca de Samsung | Registro de Productos | Buscar

SAMSUNG

Telefonía Celular | TV / Audio / Video | Cámaras Digitales y Videocámaras | Informática | Línea Blanca | Samsung Apps | Soporte | Empresas

## Samsung GALAXY S II

100% Smartphone

Conocelo Acá >

Android versión 2.3.3

Super Android Plus | Social Hub | WhatsApp | Facebook

Únete a nuestra comunidad AQUÍ >

Convertite en un Smartphone Hunter

CHATEA, NAVEGÁ Y COMPARTÍ con tu SMART TV

Síguenos en Twitter >

Argentina / Español | Versión de banda ancha baja

Compañías Afiliadas | Relaciones con los Inversores | Privacidad | Legales | Contactanos | Mapa del Sitio | Copyright © 1995-2010 SAMSUNG. All rights reserved. RSS

El problema de este tipo de publicidad para los anunciantes radica en la confiabilidad de los datos ingresados por los usuarios. Es imposible establecer la veracidad de los mismos, ya que muchas cuentas creadas no pertenecen a personas reales o, bien, se colocan datos falsos.

Por el otro lado, estarían quienes desconfían de la difusión cada vez más amplia de sus huellas vitales y, además, desean proteger su esfera privada. La percepción de este grupo es confirmada por los expertos en protección de datos. El encargo de protección de datos del Gobierno Alemán, Peter Schaar, ya advirtió que “una vez que se ingresa un dato personal, éste ya no puede ser controlado por el individuo. Ya se comprobó que las redes que poseen configuraciones que permiten la publicación automática de datos desembocan en una invasión de la esfera privada de las personas”<sup>41</sup>.

No obstante, la propia red sacó un comunicado asegurando a sus suscriptores que la información brindada por ellos sería confidencial o estaría sujeta a las configuraciones de privacidad elegidas:

---

<sup>41</sup><http://www.mdzol.com/mdz/nota/330110-facebook-publicara-datos-automaticamente-el-fin-de-la-esfera-privada/>



Esta situación descrita muestra que la información ofrecida por el usuario en el momento de crear una cuenta en Facebook como, así también, a la hora de cliquear el botón “me gusta” es utilizada por los anunciantes de Facebook.

Lo cual nos colocaría en la sociedad de la vigilancia descrita por el sociólogo David Lyon en su libro “El ojo electrónico”. Para este autor, dicha sociedad aparece a través de los datos precisos de nuestra vida que se recogen, almacenan y recuperan diariamente dentro de bases de datos informáticas que pertenecen a grandes empresas y departamentos gubernamentales. Para Lyon actividades cotidianas como sacar dinero de un cajero automático, utilizar una tarjeta de crédito o recibir correo publicitario nos pone en el ojo electrónico.

La manipulación de información personal es -para Lyon- el conflicto de mayor alcance social que plantean las nuevas tecnologías. Una gran parte de la vigilancia se lleva a cabo de manera oculta, en el ámbito de las señales digitales; pero no se

produce de forma clandestina, sino en las operaciones ordinarias como comprar o trabajar. Esto significa que las personas, habitualmente, ignoran que son objeto de vigilancia o, si lo saben, no son conscientes de hasta dónde llega el conocimiento que otros tienen de ellas (David Lyon, 1995).

Para David Lyon, la vigilancia plantea una serie de cuestiones éticas: "qué revelamos, a quién y bajo qué condiciones es sumamente significativo"<sup>42</sup>.

La sociedad de la vigilancia puede considerarse como un caso paradigmático en la interacción entre tecnología y sociedad brindada por la capacidad de los sistemas informáticos para correlacionar datos procedentes de fuentes diversas y recopilados con finalidades distintas permitiendo identificar grupos de personas de una categoría similar.

La vigilancia electrónica debe situarse dentro de una constelación de problemas que el autor denomina personalidad y posmodernidad. La personalidad tiene que ver con la identidad, dignidad, libertad y responsabilidad humanas, todas las cuales, se supone, están amenazadas de forma distintas por el surgimiento de la vigilancia electrónica, mientras que la posmodernidad se refiere a un debate sobre la transformación social (Lyon, 1995).

Este recorrido por las formas de financiación de la red a través de la publicidad nos permite afirmar la siguiente hipótesis: A pesar de presentarse como una forma gratuita de interconexión, la visibilidad en estas redes sociales virtuales tiene un

---

<sup>42</sup> David Lyon (1995) *El ojo electrónico, el auge de la sociedad de la vigilancia*. Ed. Alianza, pág 15.

trasfondo económico que incluye publicidad y armado de bases de datos con fines comerciales.

## **8.2. *Publico Privado Íntimo***

Con el fin de continuar con el análisis sobre los usos y conductas de los usuarios en Facebook, se cree pertinente analizar tres conceptos: público, privado e intimidad; como nociones mediante las cuales se puede llegar a comprender el fenómeno de la visibilidad en esta red social.

John B. Thompson, en su libro “Los medios y la modernidad” establece dos sentidos básicos de la dicotomía público-privado. Estos dos sentidos destacan algunas de las maneras más relevantes en que han venido siendo utilizados desde finales de la Edad Media:

- La primera acepción de la dicotomía tiene que ver con la relación entre, por una parte, el dominio del poder político institucionalizado, que fue creciendo en manos de un Estado soberano y, por otra, los dominios de la actividad económica y las relaciones personales que quedaban fuera del control político directo. Desde mediados del siglo XVI en adelante, lo «público» empezó a significar, cada vez más, actividad o autoridad relacionada con (o derivada) del Estado, mientras que lo «privado» se refería a aquellas actividades o esferas de la vida que quedaban excluidas o estaban separadas de él.
- El segundo sentido básico de la dicotomía público-privado, tiene que ver con lo público versus lo privado, con la apertura versus el secretismo, con la visibilidad versus la invisibilidad. Acorde a este sentido, lo público significa abierto o

disponible al público. Lo que es público, en este caso, es lo que resulta visible u observable, aquello que se realiza ante espectadores, lo que se expone a todos o a muchos para que sea visto u oído, o para que tengan noticia de ello. Lo que es privado, por oposición, es lo que queda oculto a la mirada, lo que es dicho o realizado en la privacidad, en secreto o dentro de un círculo restringido de personas (Thompson, 1998).

El segundo sentido es el que resulta de mayor importancia en este trabajo de investigación, ya que son las fronteras de la visibilidad y la invisibilidad las que se debilitan y confunden.

En términos jurídicos, se identifica el concepto de vida privada, como el conjunto de actos, situaciones y circunstancias que por su carácter personalísimo no están expuestos a la curiosidad y a la divulgación. Por lo tanto, la privacidad, puede ser entendida como el derecho de todo ser humano a disponer de un ambiente geo-social, donde ciertos aspectos de su intimidad pueden ser preservados para sí, sin que haya intrusiones impuestas por otros en ese ámbito propio del individuo. En torno a esta idea de privacidad, se encuentra el concepto de intimidad relacionado con la esfera más profunda, propia y más reservada de la personalidad del ser humano.

En Facebook existen modos de administrar la visibilidad, tanto la propia, como la ajena. Los espacios asignados para esto aparecen bajo la denominación “configuración de la privacidad” y “etiquetas”.

Dentro de la edición del perfil, en la categoría información, se administra parte de la visibilidad al completar una grilla de datos acerca de información de origen,

residencia, formación académica y laboral. Este pequeño resumen de la vida del usuario se transforma en la carta de presentación a partir de la cual va a ser visto ante la mirada de los demás.

Pero, ésta no es la única forma en la que el usuario se presenta ante la mirada de los otros. Al crear álbumes de fotografías, al usar el botón “me gusta”, al actualizar el estado y al comentar en el muro de otros, las personas crean perfiles, en los que muestran su personalidad, sus gustos, su forma de pensar, o bien, se producen en función de cómo desean ser vistos por los demás.

Teniendo en cuenta esta forma de mostración dentro de la red social y retomando los conceptos de privado, público e intimidad, se puede considerar que, si bien, las redes sociales pertenecen a la esfera pública, las personas exponen allí (o publican -hacen público) cuestiones de su propia vida privada o de su intimidad, por lo tanto, es posible plantear que esos tres planos o esferas se entrecruzan, se mezclan, se enredan y los límites de los mismos comienzan a desdibujarse.

Ahora bien, tratar esta compleja situación desde la visión de Umberto Eco, apocalípticos e integrados, resultaría una reducción del papel activo del usuario, ya que, Facebook ofrece la posibilidad de limitar el acceso a esta información.

Pero, también es cierto que, la amplitud de la red dificulta la capacidad de control sobre la forma en que terceros administran nuestra visibilidad, esto se da en los casos de las etiquetas y menciones en comentarios por parte de otros usuarios.

Ambas formas de regular la visibilidad son las condiciones que el usuario acepta para participar en este tipo de comunicación, dado que, por medio del clic “firma” un

contrato virtual, y es el propio dueño de la cuenta quien acepta solicitudes de amistad. No obstante, Facebook recomienda amigos de acuerdo a pautas que se consideran comunes como, por ejemplo, amigos, ámbitos de estudio, trabajo, o páginas visitadas.

Paula Sibilia, antropóloga argentina, autora de los libros “Cuerpo, subjetividad y tecnologías digitales” (FCE, 2005) y “La intimidad como espectáculo” (FCE, 2008), plantea que antes lo íntimo era secreto, ahora se lo hace público en Internet. Ella formula que ahora, a la tiranía de la intimidad se le superpuso la tiranía de la visibilidad. La tiranía de la intimidad actual promueve cultivar la intimidad, pero en tanto sea visible, porque si no es visible tal vez no exista. De esta forma, los participantes de Facebook ocupan gran parte de su tiempo en la red para completar cuestionarios de índole sexual o de relaciones de objeto siendo conscientes de que esa información será publicada, no solo para sus amigos y allegados, sino para todo aquel que tenga tiempo de leerlo. Así es como todos toman conocimiento de la postura sexual favorita, o de la calificación numérica de los besos. Nuestra lógica es la de la sociedad del espectáculo: sólo existe lo que se ve. En consecuencia debo “mostrarme” para “ser” de lo contrario “no existo”.

Una de la hipótesis propuesta, se refería a los cambios en las formas de sociabilización a causa de las transformaciones económicas, políticas, sociales y culturales de los últimos años, es decir, lo que se ha denominado globalización. Estas nuevas formas de sociabilizar, se traducen en la visibilidad de hechos que superan las fronteras de lo público, lo privado y lo íntimo.

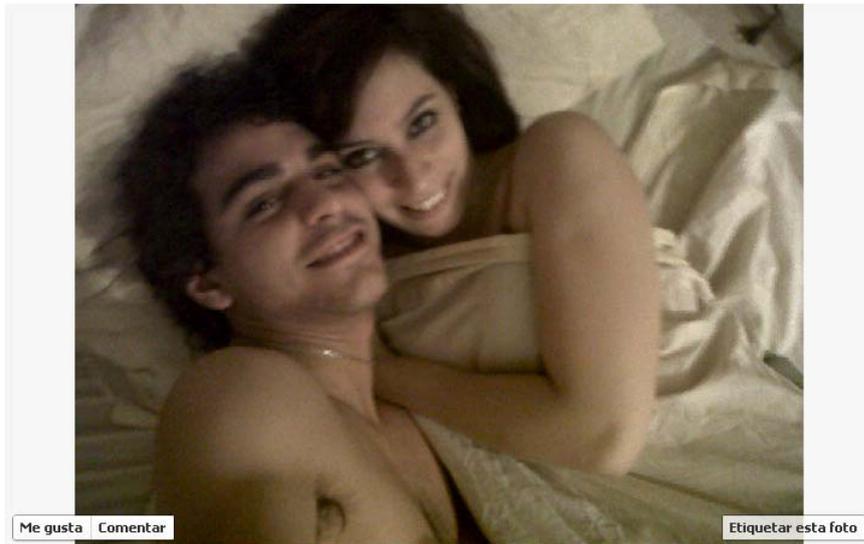


Me gusta Comentar

Etiquetar esta foto

 **Vanina Gallardo** con Fernanda Araguna.  
Me gusta · Comentar · Compartir · Lunes

Álbum: CASAMIENTO DE DIANA Y TITO · 79 de 82

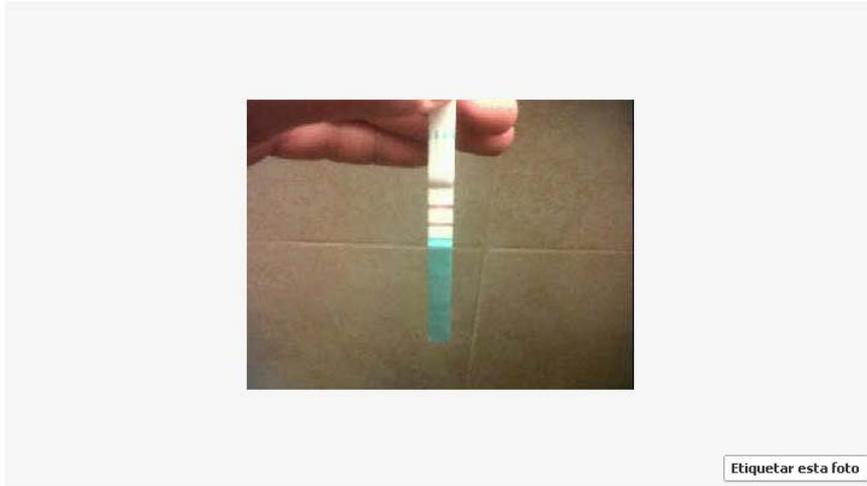


Me gusta Comentar

Etiquetar esta foto

 **Paola Tobar Chaves**  
Con la tobi  
Me gusta · Comentar · Compartir · Lunes

Álbum: Cargas móviles · 1 de 3  
Foto compartida con:  Amigos



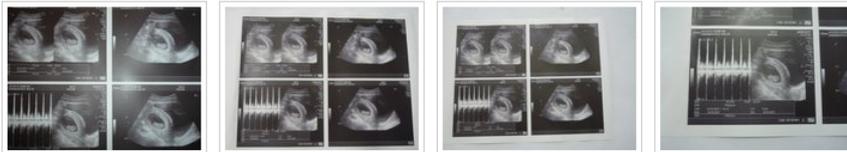
Etiquetar esta foto

**Diego Piermarini**  
Vamos a ser papás!!!! Te amo Ara

Álbum: Cargas móviles · 5 de 15  
Foto compartida con: Público

### Les presento a mi ahijado/a...felizzzz

De **Andrea Acosta** (Álbumes) · Actualizado El jueves



Me gusta · Compartir

- A 3 personas les gusta esto.
- El Mendo** heeeee xq yo no tengo esas fotos? :S  
El jueves a las 12:38 · Me gusta
  - Andrea Acosta** porque no estabas???
  - El Mendo** xq toy de viaje????  
El jueves a las 12:40 · Me gusta
  - El Mendo** y una etiqueta no viene mal...  
El jueves a las 12:40 · Me gusta
  - Andrea Acosta** y bueeeeee  
El jueves a las 12:40 · Me gusta



Etiquetar esta foto



**Diego Piermarini**

Empezaron las primeras contracciones — con Araceli Calatayud.

Álbum: Cargas móviles · 6 de 15

Foto compartida con: Público



Etiquetar esta foto



**Diego Piermarini**

Primera prenda!!!

Álbum: Cargas móviles · 7 de 15

Foto compartida con: Público



Este muestreo sirve también para confirmar otra de las hipótesis planteadas que afirma que las características de Facebook le otorgan al usuario un caparazón que brinda una supuesta seguridad, contrariamente a lo que ocurre en la comunicación cara a cara, y le permite expresar de forma desinhibida su vida privada. Esto también se demuestra en las conversaciones vía Chat que las identidades ficticias mantuvieron con sus amigos de Facebook.



**Santi Covarrubia**

23 de junio

hola



**Belén Quiroga**

23 de junio

hola!



**Santi Covarrubia**

23 de junio

como va? nos conocemos?



**Belén Quiroga**

23 de junio

muy bien!!  
no! no, nos conocemos  
pero te tengo en mi face  
y no se como!  
ja



**Santi Covarrubia**

23 de junio

jeje yo tampoco todavia no entiendo muy bien esto  
jeje



**Belén Quiroga**

23 de junio

jaja... pero tenemos varios amigos en comun



**Santi Covarrubia**

23 de junio

de donde sos?  
??????



**Belén Quiroga**

23 de junio

de mendoza  
vos???



**Santi Covarrubia**

23 de junio

tb de que parte?



**Belén Quiroga**

23 de junio

Lavalle  
vos??



**Santi Covarrubia**

23 de junio

ah de godoy cruz no nos conocemos ni en pedo

- 
-  **Belén Quiroga** 23 de junio   
uhhhh  
cómo q no???
- 
-  **Santi Covarrubia** 23 de junio   
necesito una guia turistica  
o varias porque podria ir con mis amigos
- 
-  **Belén Quiroga** 23 de junio   
jajja esa es buena
- 
-  **Santi Covarrubia** 23 de junio   
cuantas son? yo junto pibes
- 
-  **Belén Quiroga** 23 de junio   
jajajaja  
nosotras somos 7
- 
-  **Santi Covarrubia** 23 de junio   
llevo 10 para que elijan  
jejejeej
- 
-  **Belén Quiroga** 23 de junio   
mirá mis gotos
- 
-  **Santi Covarrubia** 23 de junio   
tu fotos'  
??  
TIRAME NOMBRES DE LAS SOLTERAS
- 
-  **Belén Quiroga** 23 de junio   
fotos  
sí  
las del face
- 
-  **Santi Covarrubia** 23 de junio   
bueno yo voy con vos
- 
-  **Belén Quiroga** 23 de junio   
jajja  
q foto estás viendo???
-

- 
-  **Santi Covarrubia** 23 de junio   
la rubia y la pelirroja las anotamos???? ESTAN DISPONIBLES'??
- 
-  **Belén Quiroga** 23 de junio   
la rubia es mi hna
- 
-  **Santi Covarrubia** 23 de junio   
ha bueeeeeee
- 
-  **Belén Quiroga** 23 de junio   
y si... las dos disponibles
- 
-  **Santi Covarrubia** 23 de junio   
vamos entonces  
quien mas  
la pirata va?
- 
-  **Belén Quiroga** 23 de junio   
hay un album q se llama  
EL GRUPETE
- 

De esta manera, resulta propicio recuperar la visión de Héctor Shmucler en su acepción de cultura mediática, donde hace alusión a los nuevos medios de comunicación como cultura del espectáculo. Así, según el autor la sociedad misma vive espectacularmente, es decir como si estuviera actuando para ser vista; o sea que hay una especie de simulacro de la existencia donde entra todo lo mediático en un sentido amplísimo. Aún en sus formas más simples, la televisión es un gran espectáculo, los medios en general son como grandes espectáculos que se ponen en escena. Pero además, en la vida cotidiana todo se espectaculariza, el nacimiento de un niño, un romance, un robo o la lucha política. Aparece todo como una representación para ser vista con la expectativa de tener cierta influencia en lo

social. El autor cree que si se dice mediático en el sentido de la espectacularización de la sociedad, es legítimo (Shmucler, 2011).

En Facebook, la posibilidad de ver y ser visto prolongan la telaraña de vínculos, amplían la oportunidad presente y futura de conocer gente, unirse a grupos, luchar por causas en común. Volver al pasado, reencontrarse con antiguos lazos y regenerar nuevos vínculos es algo posible y atractivo. Todo vale, con tal de estar en “contacto” con gente, compartiendo hasta lo más íntimo, lo privado, que en este ámbito deja de serlo para ser totalmente público.

Lo que está en juego entonces es la mirada: el mirar al otro, el ser mirado, y el mirarse a uno mismo. Más allá de las decisiones personales y los límites que se impongan, lo que queda claro es que las redes sociales como Facebook, apelan a este juego de miradas y deseos entre las personas. He aquí su atractivo y una de las posibles explicaciones de su éxito.

Para la autora Paula Sibilia, la red mundial de computadoras, que conocemos como Internet, se ha convertido en un “gran laboratorio” que permite experimentar y diseñar nuevas subjetividades; es decir, nuevas formas de ser y de estar en el mundo. Sibilia, con una mirada crítica, señala que en el caso de Internet, los espacios que provee la Web 2.0 son propicios para montar un espectáculo estridente que ella denomina como “el show del yo”. Se refiere a que el ciberespacio encierra prácticas “confesionales” que permiten a la gente común exponer públicamente su intimidad. Eso ha desencadenado un festival de vidas privadas, a juicio de la autora. Y plantea que esta espectacularización del yo con los recursos performativos que provee el ciberespacio responde, en parte, a cierta crisis en la vida interior de los sujetos, a la soledad (Sibilia, 2010).

El impacto de la espectacularización del yo se vio reflejado en el año 2006, cuando la revista Time, que realiza desde hace décadas una célebre elección de “La personalidad del año”, eligió a “Usted”: la tapa era una superficie espejada. Como invento del año se eligió YouTube. Son expresiones de un desplazamiento del eje en torno al cual nos constituimos como sujetos, consecuencia de cambios que vienen de las últimas tres o cuatro décadas, el paso de la sociedad industrial clásica del siglo a la nuestra: está en crisis el concepto de interioridad, la creencia en una vida interior invisible más verdadera que lo que se ve, una esencia superior a las apariencias que era lo que definía a cada uno. Para Paula Sibilia esa verdad interior era estable; se la podía trabajar, interpretar, elaborar, con muchos años, pero no podía cambiársela de un día para el otro, ni de manera radical. También agrega, que hay diferencias de clase. Por ejemplo, esa interioridad se desarrollaba en el contexto de la cultura letrada, donde la lectura y la escritura eran fundamentales para constituirse como sujeto. Estos nuevos fenómenos, YouTube, blogs, MySpace, Facebook, etcétera, parece que pusieran una lupa, una lente de aumento; es el auge de la visibilidad: la esencia no es lo que está velado sino que uno es lo que muestra, vale por la imagen que vende. Cambió el tipo de yo (Sibilia, 2010).

## Fotos del perfil

[Regresar al Álbum](#) · [Mis fotos](#)

[Anterior](#) · [Siguiente](#)



[Me gusta](#) [Comentar](#)

[Etiquetar esta foto](#)

Personas etiquetadas en esta foto: "Tú"

[Portada revista Time](#) Diciembre de 2006

[Me gusta](#) · [Comentar](#) · [Dejar de seguir esta publicación](#) · [Compartir](#) · [Editar](#)

Álbum: [Fotos del perfil](#) · 3 de 22

Foto compartida con: [Amigos](#)

[Me gusta](#)

- [Etiquetar esta foto](#)
- [Agregar ubicación](#)
- [Descargar](#)
- [Seleccionar esta foto como foto de perfil](#)
- [Eliminar esta foto](#)

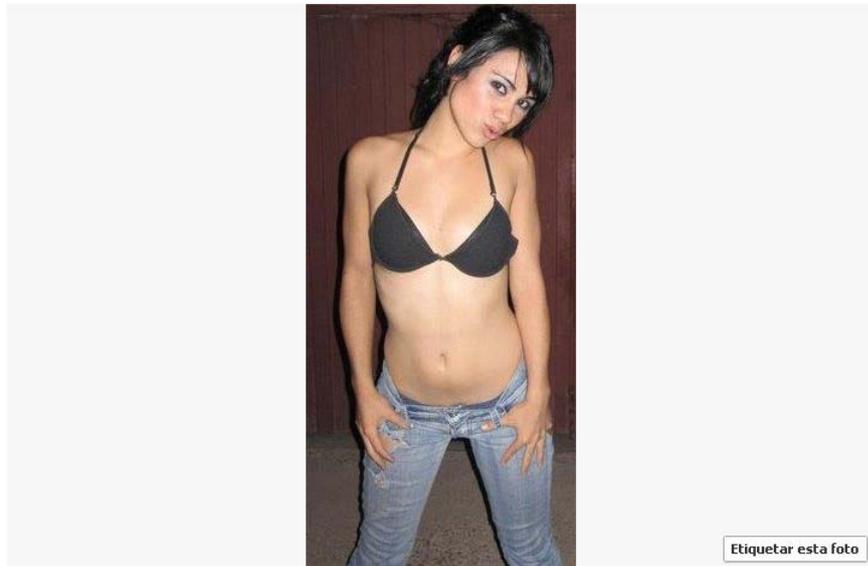
[Fotos \( \)](#)

Otra de las hipótesis formuladas en esta investigación hace referencia a que, en las redes sociales electrónicas, la alta visibilidad hace posible una nueva construcción de la subjetividad. La gente común prepara sus imágenes reproduciendo poses propias de la gráfica del espectáculo, convirtiéndose así en protagonistas de su puesta en escena.



 **Gata Luna**  
Compartir · 08 de octubre

Álbum: Fotos del perfil · 1 de 5  
Foto compartida con:  Personalizado



 **Antiitoh Laa Turritah**  
Compartir · 13 de septiembre

Álbum: Fotos del perfil · 6 de 75  
Foto compartida con:  Público



Etiquetar esta foto

 **Betiana Gentile**  
sin comentarios

Álbum: algo para ver · 2 de 7

Foto compartida con:  Personalizado



Etiquetar esta foto

 **Gata Luna**  
Compartir · 11 de mayo de 2009

Álbum: Fotos del perfil · 5 de 5

Foto compartida con:  Personalizado

### **8.3. *Cambio en la constitución del yo: del ideal del yo al yo ideal***

#### **8.3.1. Estadio del espejo: desamparo y fragmentación inicial**

El test del espejo fue descrito en 1931 por Henri Wallon, este experimento permite diferenciar al infante humano del chimpancé. El niño de seis meses difiere del chimpancé de la misma edad porque el primero queda fascinado frente a su propia imagen en el espejo, mientras que el segundo se muestra indiferente.

Lacan toma la experiencia de Wallon y a partir de ella elabora su teoría sobre el Estadio del Espejo, que representa un momento fundamental de la estructuración de la subjetividad. El estadio del espejo le servirá para describir la formación del yo a través de un proceso de identificación. El yo es el resultado de una identificación con la propia imagen especular.

A los seis meses, el niño carece de coordinación, y sin embargo su sistema visual está relativamente desarrollado. Percibe su incoordinación motriz, frente a la imagen de sí mismo (el espejo) que capta como un todo. La imagen especular lo reenvía a su propia fragmentación y para resolver esta tensión, el sujeto se identifica con ella, con esa imagen de completitud que anula su fragmentación.

Es necesaria la mediación del Otro, que diga “ese del espejo sos vos” para que esta experiencia funcione como promesa de totalidad futura y sostenga el yo por anticipación. Es la matriz del yo ideal: la creencia que ese objeto de máxima valoración, objeto completo, es él.

El yo es para Lacan, un lugar de desconocimiento, ya que se constituye, a partir de una imagen que le anticipa una totalidad ficticia. Es el sitio donde el sujeto se aliena de sí mismo ¿qué desconoce el yo? Desconoce la fragmentación.

### 8.3.2. Narcisismo y yo ideal

El Estadio del Espejo remite también a otro concepto: el de narcisismo. Como sabemos, este término deriva del mito de Narciso. El narcisismo primario, según Sigmund Freud, es propio del niño, que lo hace elegirse a sí mismo como objeto de su amor, etapa anterior a la capacidad para volverse hacia los objetos externos. Primitivamente, el niño es él mismo su propio ideal. Solo con el paso del tiempo podrá tomar como ideales a otros.



El narcisismo primario se constituye en el Estadio del Espejo, dando lugar a la formación del yo ideal. El yo ideal se relaciona con la omnipotencia y es fuente de todas las identificaciones posteriores.

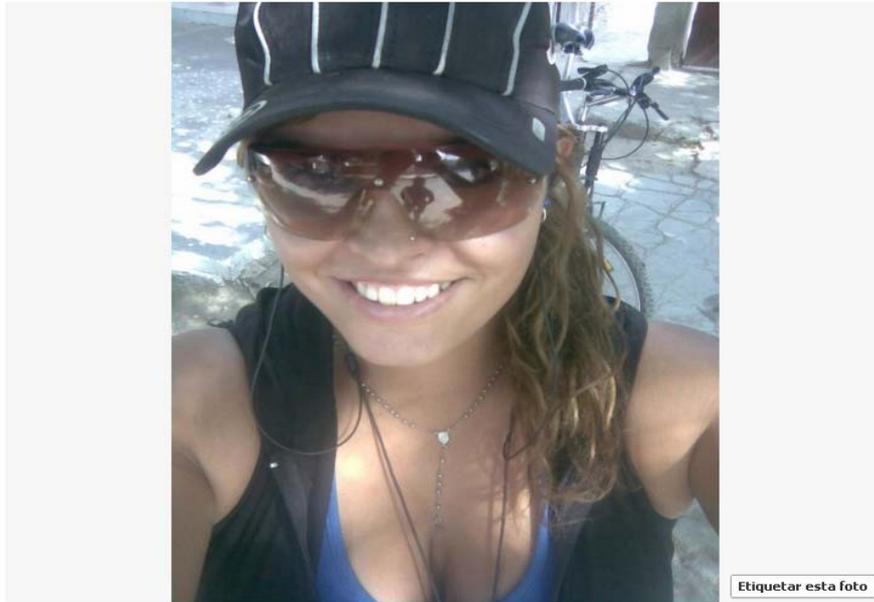
El yo ideal puede diferenciarse del ideal del yo, que remite a lo simbólico y opera guiando al sujeto como un plan internalizado de la ley. El ideal del yo presupone la vigencia de la ley, el pasaje por la prohibición del Edipo, la renuncia a la relación dual y omnipotente con el otro.

Resulta paradójico que en la actualidad el individuo regresa al estadio de yo ideal, es decir, de un individuo que se constituye a sí mismo a partir de la imagen que le

devuelve el espejo, pero en este caso una imagen creada por sí mismo. La subjetividad estaría constituida no a partir del otro, entendido como instituciones primarias, sino a partir de la virtualidad de las imágenes, donde ya no importa el otro para identificar la imagen devuelta por el espejo sino para despertar el deseo. Se trataría de un narcisismo primario donde el individuo se elige nuevamente como objeto de deseo en su fragmentación, creado para ser visto ante la mirada de los demás donde primaría el principio de placer por sobre el de realidad.

De esta forma, se confirma claramente la hipótesis que señala la crisis de las instituciones primarias dentro de la configuración de la subjetividad del individuo: Las viejas instituciones como la familia, la escuela, el trabajo, etcétera, comparten hoy con otros espacios, como la Red, a través de sus comunidades virtuales, las instancias de conformación de las subjetividades y las modalidades de intercambio y socialización.

Esta primacía del principio de placer se relaciona estrechamente con lo expuesto en el capítulo IV, “La imagen en la mirada del otro” y comprueba, junto con el material extraído del caso de estudio, la hipótesis que señala que, como resultado de una sociedad hedonista, en las redes sociales, el placer está relacionado con mostrar imágenes preparadas por el usuario, y de esta manera resaltar lo que a cada uno le interesa que los demás vean de sí. De este modo, la exacerbación de la imagen es producto de buscar ser deseado por la mirada del otro, y retornando a lo que se ha denominado el ideal del yo, “esto es lo que yo quiero que se vea de mí”, es cuerpo expuesto en fragmentos narcisistas.

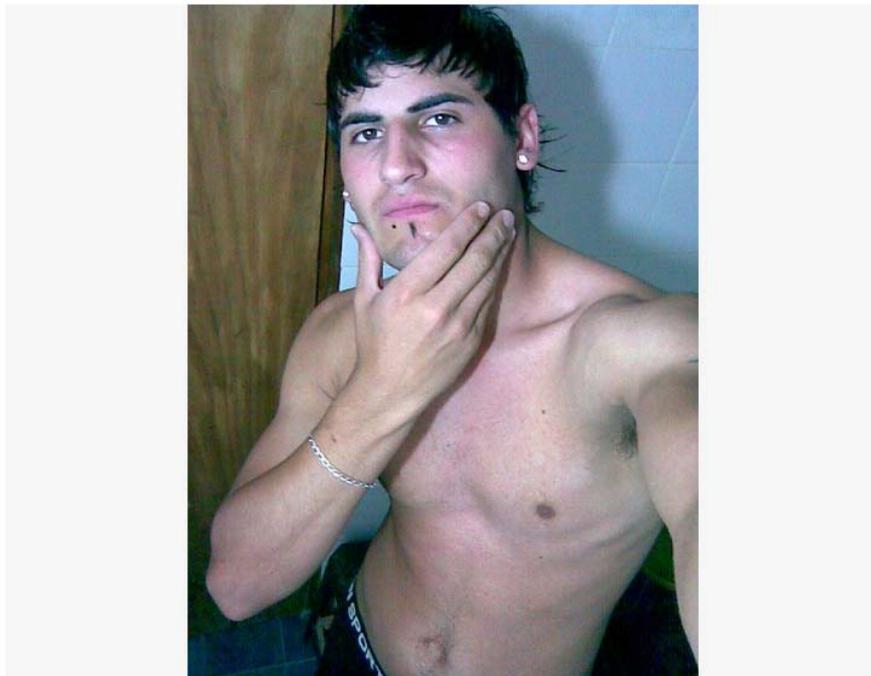


Etiquetar esta foto



**Paola Peinado**  
Compartir · 26 de junio de 2009

Álbum: Fotos del perfil · 13 de 34  
Foto compartida con: Personalizado



**Abel Miranda**  
Compartir · 13 de agosto

Álbum: Fotos del perfil · 1 de 4  
Foto compartida con: Público

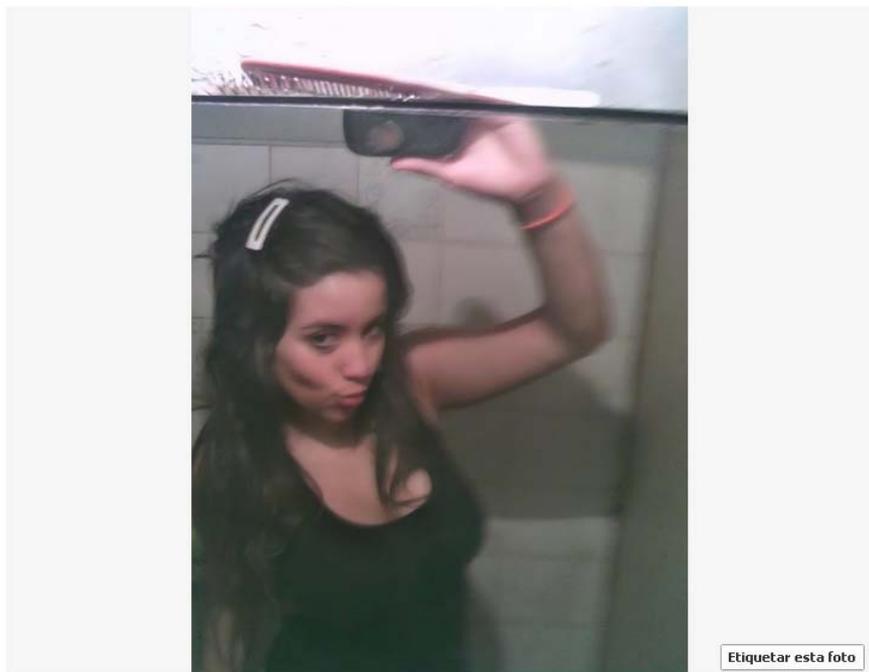


Etiquetar esta foto



**Flor Sanitá**  
Compartir · 24 de mayo de 2010

Álbum: Fotos del perfil · 47 de 55  
Foto compartida con: Público

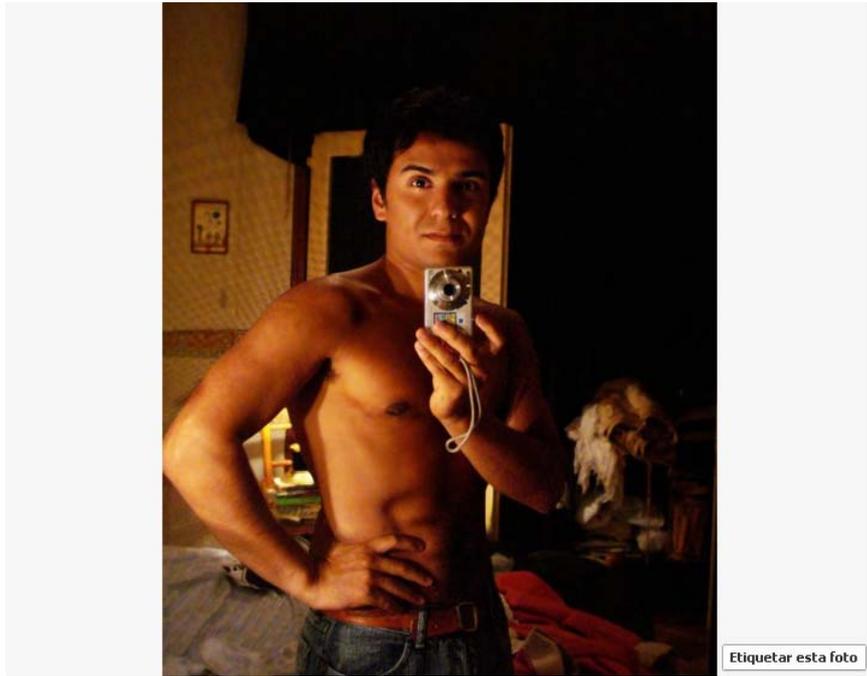


Etiquetar esta foto



**Carlita Avila**  
Compartir · 24 de febrero

Álbum: yooooooooo...!!! · 2 de 14  
Foto compartida con: Personalizado



Etiquetar esta foto

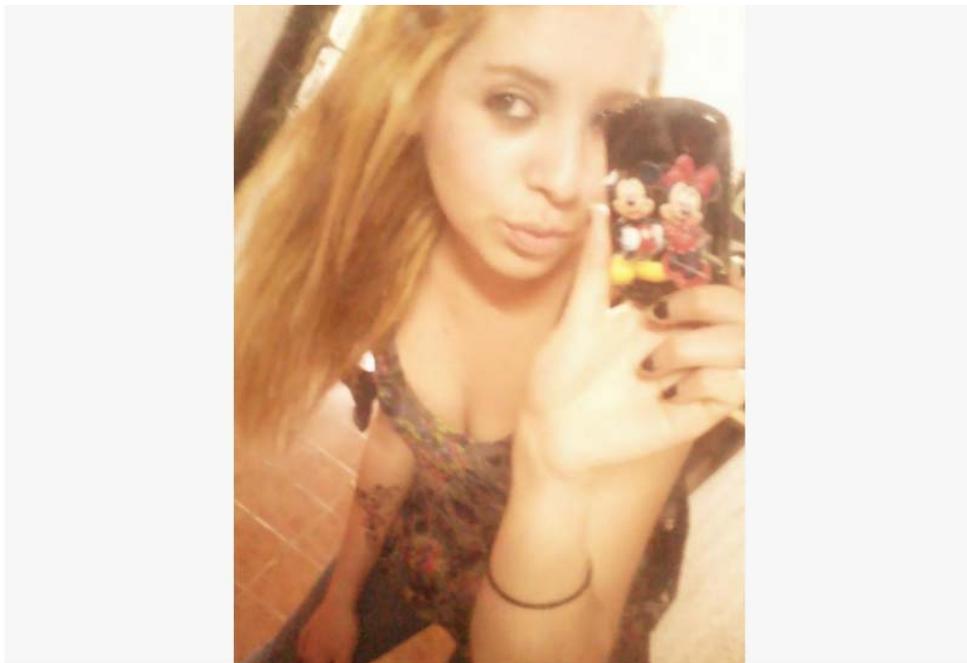


**Miguel Angel**

Compartir · 29 de enero de 2009

Álbum: + · 2 de 4

Foto compartida con:  Personalizado



**Rubeciita Sol** en ¿Dónde se hizo esta foto?

Compartir · 26 de septiembre

Álbum: ~ DULCE & SABROSA TTU RUBIA  
PELIGROSA  · 1 de 39

Foto compartida con:  Público

#### **8.4. *El lenguaje en Facebook***

En la actualidad, Internet y sus diferentes aplicaciones están modificando prácticas tan antiguas como la escritura y la lectura. Por tal motivo, en este apartado nos proponemos analizar el uso del lenguaje dentro de la red, tanto el utilizado por los usuarios, como el de las interfaces de la plataforma

##### **8.4.1. Hipertexto: el lector como autor**

La expresión Hipertexto, fue acuñada por Theodor H. Nelson en los años sesenta, quién lo definió como una escritura no secuencial, un texto que bifurca, que permite que el lector elija y que se lea mejor en una pantalla interactiva. De acuerdo con esta noción, se trata de una serie de bloques de texto conectados entre sí por nexos, que forman diferentes itinerarios para el usuario (Nelson, 1981).

El hipertexto implica un texto compuesto de fragmentos de textos, que se denominan lexías y que, a su vez, se encuentran conectados entre sí por medio de nexos electrónicos.

Con la intención de aplicar este corpus teórico a nuestro objeto de estudio, es qué decidimos usar la definición de hipertexto elaborada por George P. Landow, por considerarla más oportuna y completa, puesto que este autor no realiza distinciones entre hipertexto e hipermedia. Los avances en la tecnología han logrado conectar un pasaje de discurso verbal a imágenes, mapas, diagramas y sonido tan fácilmente como a otro fragmento verbal, por lo que la noción se expande: “Con hipertexto me referiré a un medio informático que relaciona información, tanto verbal como no verbal. Los nexos electrónicos unen lexías, tanto «externas» a una obra, por ejemplo un comentario de ésta por otro autor, o textos paralelos o

comparativos, como “internas” y así crean un texto que el lector experimenta como no lineal o, mejor dicho, como multilineal o multisequencial. Si bien los hábitos de lectura convencionales siguen válidos dentro de cada lexia, una vez que se dejan atrás los oscuros límites de cualquier unidad de texto, entran en vigor nuevas reglas y experiencias”<sup>43</sup>

Además Landow también destaca el activo papel que tiene el lector, ya que dentro del hipertexto, se transforma en el creador de su propio recorrido: “Una de las características fundamentales del hipertexto es estar compuesto de cuerpos de textos conectados, aunque sin eje primario de organización. El hipertexto se experimenta como un sistema que se puede descentrar y recentrar hasta el infinito, en parte porque transforma cualquier documento que tenga más de un nexo en un centro pasajero, en un directorio con el que orientarse y decidir adónde ir a continuación. El hipertexto proporciona un sistema que puede centrarse una y otra vez y cuyo centro de atención provisional depende del lector, que se convierte así en un verdadero lector activo, en un sentido nuevo de la palabra”<sup>44</sup>.

De esta forma el avance en los procesos de digitalización de los últimos años supone importantes cambios en los contenidos comunicativos. Frente a la estructuración mayoritariamente unitaria y lineal del modelo narrativo clásico, las nuevas plataformas de comunicación se configuran como un puzzle en el que, la pantalla ya no resulta un espacio cerrado de exposición de datos, sino que debe

---

<sup>43</sup>Landow, George P. (1995). *Hipertexto: La convergencia de la teoría crítica contemporánea y la tecnología*. “Definición del hipertexto y su historia como concepto”. Barcelona-Buenos Aires- México, Ediciones Paidós, pág. 3

<sup>44</sup> Landow, George P. (1995). *Hipertexto: La convergencia de la teoría crítica contemporánea y la tecnología*. “El Hipertexto y el descentrar”. Barcelona-Buenos Aires-México, Ediciones Paidós, pág. 8

concebirse como un campo abierto de acontecimientos que convierten al usuario en el auténtico actor de la aplicación (Alberich, 2005: p. 211).

En el caso específico de Facebook, se puede observar claramente la presencia del hipertexto en cada una de las interfaces, que funcionan como mapas que nos remiten a imágenes, el perfil de otro usuario o a distintas aplicaciones. De esta forma las etiquetas y las menciones funcionan como nexos entre las cuentas de los diferentes usuarios. También funcionan de igual manera todos los enlaces que nos llevan por ejemplo a otras páginas. En la siguiente imagen se puede ver la interfaz de información de un usuario de Facebook que presenta varios nexos que remiten a otras aplicaciones o páginas.

The image shows a Facebook profile page with several sections and advertisements:

- Escuela secundaria:**
  - I.E.S.L.C. Promoción del 2004
  - INSTITUTO DE ENSEÑANZA SECUNDARIA LA CONSULTA
- Deportes favoritos:**
  - Fútbol
  - Deportivo Maipú (Equipo Deportivo Profesional, A 3.671 les gusta esto)
  - amo el futbol con
- Equipos favoritos:**
  - Racing Club De Avellaneda
  - Real Madrid C.F.
  - Deportivo Maipú
  - Club deportivo La Consulta
- Deportistas favoritos:**
  - Zlatan
  - Sergio Ramos
  - Maria Sharapova
  - Caroline Wozniacki
  - Teófilo Gutiérrez (TEO)
- Anuncios (Right Side):**
  - Cuida y renova tus uñas:**groupon.com.ar. Reafirma tu imagen con tus manos. Regístrate y recibí ofertas de hasta 70% Off en belleza de Manos.
  - Escapate a Merlo 50% Off!**cuppon.com.ar. La Barraca Hotel & Resort en Merlo: \$175/noche p/2 personas. Escapate unos días a un lugar único! Mirá los detalles haciendo click aquí.
  - Asiáticas!**ano.com.ar. 51% de descuento en Picada Oriental para 2 + Botella de Vino de 375 cm3 en Shabu Shabu ¡Deléitate Aquí!
  - "AMO a tus zapatos"**argentina.fun-tastico.com. ¿Te gusta la moda? ¡Zapatos, vestidos, tops, relojes, gafas y accesorios hasta con un 70% de descuento. Comienza ahorrar AQUÍ.

#### **8.4.2. Nuevas formas de comunicar, posturas a favor y en contra**

Jean Baudrillard, en 1997, se adelanta a los cambios que la red iba a operar en la forma de entender un texto y en las acciones comunicativas en general, asegurando que la escritura requiere una distancia que Internet anula con su sensación de simultaneidad. De esta forma llega a la conclusión de que el ordenador hace pensar de otro modo.

A partir de esta premisa visionaria podemos confirmar, catorce años después, qué Internet y las plataformas de las redes sociales dan lugar a otro lenguaje, a otra manera de pensar, de funcionar con sus propias normas.

Para las autoras Inmaculada Berlanga y Estrella Martínez, los creadores y principales usuarios de este tipo de lenguaje son los jóvenes: “Estamos, por tanto, ante una población que se ha apropiado de modo diferente de los medios de información y entretenimiento, que prefiere otras formas de ocupar su tiempo libre y que reclama novedosos métodos de aprendizaje. Los integrantes de este colectivo son los llamados nativos digitales. La jerga utilizada en la red por estos usuarios no especializados, es el ciberlenguaje, es decir el lenguaje de géneros como el “chat” y los mensajes enviados por teléfono móvil, que se caracteriza por recurrir a las abreviaturas de modo poco canónico, por emplear los emoticonos o smiles (sonrisas) para expresar sentimientos y emociones, que confieren sensibilidad al mensaje. Su grafismo sencillo, útil y de fácil interpretación es la razón de su universalidad”<sup>45</sup>.

---

<sup>45</sup> Berlanga, I. y Martínez, E. (2010) “Ciberlenguaje y principios de retórica clásica. Redes sociales: el caso Facebook”. Enl@ce Revista Venezolana de Información, Tecnología y Conocimiento, pág. 52.

Esta fuerte influencia de Internet en la formación cultural de los jóvenes y, especialmente, en el uso que hacen del lenguaje, genera posiciones contrarias. Por un lado, los apocalípticos denuncian que tecnologías como el “chat”, el “sms” o el Messenger, fomentan el uso de un lenguaje, a primera vista, incorrecto ortográficamente y de gran pobreza de vocabulario. Se preocupan por el avance de una generación que pueda carecer de las básicas estrategias comunicativas, necesarias para su actividad profesional y social. Por el otro, hay autores que, descartan que las actitudes que ante el lenguaje presentan las nuevas generaciones supongan desconocimiento y reconocen en ellas un uso deliberadamente informal, a la vez que económico y creativo.

Al respecto, las autoras Inmaculada Berlanga y Estrella Martínez, caracterizan el ciberlenguaje y analizan las distintas posturas sobre el uso informal del lenguaje dentro de la red: Como es un lenguaje que se redacta sin excesivo respeto por la ortografía ni por las reglas sintácticas, fomenta el desinterés generalizado por la escritura adecuada, sobre todo entre los más jóvenes. No obstante, afirma un estudio del Instituto Cervantes, este ciberlenguaje no debería afectar el buen uso del español escrito, puesto que se desarrolla en un nivel muy informal, creado para adaptarse a un nuevo estilo de comunicación, donde se exige rapidez y por tanto brevedad. Por su parte, los emoticonos sirven para expresar emociones en una comunicación virtual, no directa”<sup>46</sup>.

---

<sup>46</sup> Berlanga, I. y Martínez, E. (2010) “Ciberlenguaje y principios de retórica clásica. Redes sociales: el caso Facebook”. Enl@ce Revista Venezolana de Información, Tecnología y Conocimiento, pág. 52.

### 8.4.3. Análisis del lenguaje del usuario de Facebook

En cuanto al lenguaje del usuario, constituye una comunicación impregnada con características de la oralidad: la función predominante es la emotiva y expresiva; el elemento que domina es el emisor; la intención comunicativa es expresar emociones; el contenido del mensaje recoge opiniones subjetivas, sentimientos, estados anímicos; la expresión se realiza por medio de enunciados exclamativos y desiderativos, en modo indicativo y/o subjuntivo, a través de la primera persona verbal.



Se recurre a interjecciones, diminutivos, aumentativos, signos de interrogación y exclamación para enfatizar la intención de los mensajes, abunda también el lenguaje connotativo.



Los intercambios orales son sustituidos o acompañados en este tipo de comunicación por los emoticonos e imágenes, puesto que el objetivo central, al igual que la comunicación cara a cara es establecer y mantener relaciones, más que almacenar y transmitir información. El usuario tipo emplea la llamada jerga juvenil y despreocupada por las reglas ortográficas y gramaticales.



#### 8.4.4. Lenguaje usado por la red social Facebook

En la interfaz de inicio, así como también dentro la cuenta de usuario, la función del lenguaje que predomina es la conativa o apelativa. El elemento preponderante es el

receptor; la intención comunicativa está basada en influir en él. El contenido del mensaje se centra en instrucciones, consejos, preguntas.

Predominan los enunciados exhortativos e interrogativos, el modo imperativo e indicativo, la segunda persona verbal y los vocativos. También desde la perspectiva pragmática, el texto se adecua perfectamente a la situación comunicativa, a la finalidad propuesta -comunicarse con personas y compartir información- y al tipo de destinatario. Por eso, la función del lenguaje que predomina es la conativa o apelativa, centrada en el receptor para influir en él. Utiliza la imagen sencilla e icónica de la página inicial –mapamundi con personas interconectadas- como representación gráfica de una red social: grafos en los que los nodos representan individuos o actores, y las aristas, las relaciones entre ellos.

Se refleja un uso metafórico del lenguaje, propio de las interfaces de sitios Web, por ejemplo en la palabra “muro”, entendida como un apartado donde se escriben frases cortas, expresivas vinculadas a lo que se hace o se piensa en un momento.

No obstante, algunos términos pueden calificarse de engañosos, como en los referidos a las relaciones interpersonales, este es el caso del término “Amigos”. Para explicar porqué resulta ambiguo o confuso este término, recurrimos a una reflexión del periodista Rodolfo Hanglin, en la que compara la amistad en Facebook con las formas tradicionales de establecer este contacto: “El primer día en el jardín de infantes. Recuerdo que, en aquellos tiempos remotos, no se había inventado la adaptación. De modo que mi madre me dejó allí, solo, entre maestras y compañeritos desconocidos. Todos ellos de inocultable maldad, a pesar de sus cuatro años de edad. Lo primero fue llorar desconsoladamente por la ausencia de

mamá. Después de media hora, uno se compone, y al cabo de un rato encuentra a una persona de aspecto favorable.

- ¿Querés ser mi amigo/a? Es lo primero que uno dice, en su rudimentario acercamiento a la gente extraña. Más adelante, la vida te enseña que hay otros modos de iniciar una amistad. Por eso resulta un poco raro que organizaciones sociales pensadas para personas adultas nos informen que 'Pedro (o Josefina) quiere ser tu amigo/a'. Uno responde que sí, que cómo no, y al día siguiente llega la correspondiente notificación: 'Pedro (o Josefina) ahora es tu amigo/a'. Punto. Terminó la amistad. No hay más trato que ese. Uno sabe que existe un tal Pedro, o una tal Josefina, y eventualmente se puede mensajear con esta persona. Todo muy apurado, muy improvisado y sin verse las caras. Pero nada más: en eso consiste la amistad (...) ¿Para qué usar, entonces, la palabra amigo? No sé: pregúntenle a Mark Zuckerberg. Según este genio de la vida actual, la conversación es una manera de transmitir información de manera rápida y eficiente. Nosotros teníamos otra idea, antes, en el Pleistoceno: la conversación era un modo de acompañarse, consolarse, compararse, aconsejarse y entretenerse. Por eso existían los cuentos, los chistes, los relatos, las historias privadas y otras maneras de entrelazar las almas mientras se bebía un vaso de vino o se caminaba dos kilómetros hasta el empleo. Y así, haciendo cosas, conviviendo y charlando, se establecían amistades que duraban, por ejemplo... cincuenta años. Aquello no era un intercambio rápido de información. ¡Qué va!"<sup>47</sup>.

Con el desarrollo de esta temática, sumada a la experimentación realizada en Facebook, donde de un total de 230 solicitudes de amistad enviadas, fueron respondidas favorablemente 206, se puede confirmar la hipótesis siguiente: Facebook permite la interconexión con amigos y conocidos provocando una

---

<sup>47</sup> <http://www.lanacion.com.ar/1362951-quieres-ser-mi-amigoa>

confusión entre vínculos débiles y vínculos más fuertes, donde se pierde tiempo en relaciones de corto plazo y superficiales. Esto se puede corroborar más fehacientemente en las conversaciones sostenidas por Chat, donde los usuarios respondían preguntas personales a personas que no conocían y concretaban citas con ellos.

### **8.5. *Imposibilidad de establecer franjas etáreas en los usos de Facebook.***

El siguiente apartado se propone comprobar la hipótesis que indica que la red social virtual más usada por usuarios de diferentes edades es Facebook pero, a la vez, comprobar la dificultad de clasificar los usos por edades.

#### **8.5.1. La adolescencia como construcción cultural**

Cualquier período de la vida humana (entre ellos, la adolescencia) es definido socialmente a partir de categorías culturales. Así entendemos que la adolescencia pueda estar reducida al tiempo de un rito de iniciación en algunas culturas, con significado de iniciación social. Una vez concluido el rito, al joven se le han transmitido las reglas de su sociedad, y se encuentra en condiciones de desempeñar un rol adulto en ella. En el otro extremo, en el occidente actual, la adolescencia se ha dilatado notablemente, al punto de no poder determinarse muchas veces, su final. Al respecto los autores Guillermo Obiols y Silvia Di Segni, plantean que la posmodernidad impacta directamente en la construcción del ciclo vital humano de la sociedad:

“¿Por qué enfocar en especial a la adolescencia en la cultura posmoderna? Este clima de ideas afecta e influye a todos quienes están sumergidos en él, más allá de su edad, pero nuestra hipótesis es que se genera un fenómeno particular con los

adolescentes en la medida en que la posmodernidad propone a la adolescencia como modelo social, y a partir de esto se "adolescentiza" a la sociedad misma.

Comencemos por mencionar a un par de autores que han sugerido esta idea desde diversos campos. El autor Alain Finkielkraut dice: "La batalla ha sido violenta, pero lo que hoy se denomina comunicación demuestra que el hemisferio no verbal ha acabado por vencer, el clip ha dominado a la conversación, la sociedad ha acabado por volverse adolescente".

Este autor identifica lo adolescente con lo no verbal, ubicado en el hemisferio derecho del cerebro donde también asienta la fantasía, la creatividad, la imaginación. El hemisferio izquierdo, sede de la racionalidad, la lógica y todo aquello que desarrollamos a partir de la educación, incluido el lenguaje, ha perdido terreno sobre todo en la comunicación entre los jóvenes, la cual se desarrolla casi exclusivamente a través de imágenes y con poco intercambio a nivel personal.

Desde el campo psicológico, José Luis Pinillos deja en el aire su sospecha ante la generalización del fenómeno: "...cabe sospechar que en las postrimerías de la modernidad la adolescencia ha dejado o está dejando de ser una etapa del ciclo (...) vital para convertirse en un modo de ser que amenaza por envolver a la totalidad del cuerpo social"<sup>48</sup>.

Si pensamos la adolescencia desde el momento actual nos encontramos con que los adolescentes ocupan un gran espacio. Los medios de comunicación los

---

<sup>48</sup> Obiols, Guillermo y Di Segni, Silvia (1993) *Adolescencia, Posmodernidad y Escuela Secundaria*, "Ser adolescente en la posmodernidad". Argentina, Editorial Kapelusz, pág. 39.

consideran un público importante, las empresas saben que son un mercado de peso y generan toda clase de productos para ellos.

Pero, sobre todo, aparece socialmente un modelo adolescente a través de los medios masivos en general y de la publicidad en particular. Este modelo supone que hay que llegar a la adolescencia e instalarse en ella para siempre. Define una estética en la cual es hermoso lo muy joven y hay que hacerlo perdurar mientras se pueda y como se pueda. Vende gimnasia, regímenes, moda unisex cómoda, cirugía plástica de todo tipo, implantes de cabello, lentes de contacto, todo aquello que lleve a disimular lo que muestra el paso del tiempo. El adulto deja de existir como modelo físico, se trata de ser adolescente mientras se pueda y después, viejo. Ser viejo a su vez es una especie de vergüenza, una muestra del fracaso ante el paso inexorable del tiempo, una salida definitiva del Olimpo.

No sólo se toma como modelo al cuerpo del adolescente, también su forma de vida. La música que ellos escuchan, los videoclips que ven, los lugares donde bailan, los deportes que hacen, la jerga que hablan. Para una parte de la opinión pública la actitud de los padres no debe ser ya la de enseñar, de transmitir experiencia sino por el contrario la de aprender una especie de sabiduría innata que ellos poseerían y, sobre todo, el secreto de la eterna juventud (Obiols y Di Segni, 1993).

Este postulado se puede reafirmar empíricamente a partir de dos sujetos "amigos" extraídos de las personalidades ficticias creadas para esta investigación. Ambas superan los 40 años:



Me gusta Comentar

Etiquetar esta foto



**Gata Luna**

PAYASEANDO EN LA KSA DE MI HERMANA

Me gusta · Comentar · Compartir · 22 de noviembre de 2010

Álbum: MAS FOTIS DE LA FLIA · 1 de 5

Foto compartida con: Público

En este caso, el usuario, no sólo intenta perpetuar una imagen adolescente, sino que, también utiliza la jerga propia de esta franja etárea en este tipo de medios de comunicación. Comprobando que resulta imposible clasificar por edades los usos de Facebook.



Me gusta Comentar

Etiquetar esta foto

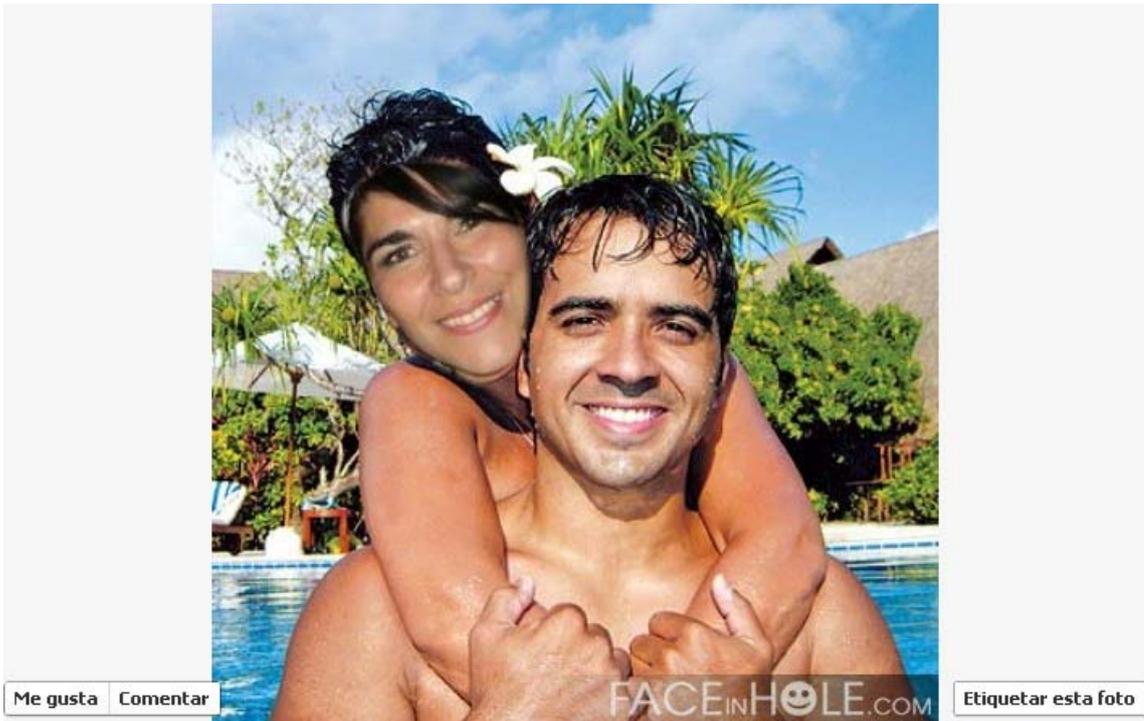


**Faby Gitana Quiroga**

Me gusta · Comentar · Compartir · 03 de octubre

Álbum: gitana y familia... <3 · 69 de 87

Foto compartida con: Público



Me gusta Comentar

Etiquetar esta foto



**Fer Bazooka Dominguez** con Emisoradelvalle Fmdevalle y Faby Gitana Quiroga.

Me gusta · Comentar · Compartir · 14 de julio

Etiquetas: Emisora del Valle 105.5 MHz

Álbum: Fotos de Faby Gitana Quiroga del álbum

Este caso se hace visible una actitud adolescente no sólo en la imagen sino también en el fanatismo propio de esta etapa del ciclo vital. Se puede observar que, en un álbum denominado mi familia, se encuentra una fotografía de la habitación empapelada con imágenes de su ídolo. El sujeto de análisis posa con fotos de un cantante al que “incluye” dentro de su grupo familiar. También es notoria la producción de un fotomontaje que se relaciona con el concepto de espectacularización del yo.

La actitud adolescente no solo está basada en negar el paso del tiempo, en tratar de hacer invisible las huellas que a su paso deja (ya que en ambos casos no se coloca el año de nacimiento) sino, también, en adoptar el estilo de vida de los adolescentes. Es propicio aclarar que estos no son casos aislados, pero sí los más representativos para los fines citados.

The image shows a screenshot of a Facebook profile for a user named Gata Luna. The profile header includes the name 'Gata Luna' and a bio that states 'Estudió en INSTITUTO MAVOR', 'Vive en Ciudad de Mendoza', 'Viuda', and 'De Junín'. A red circle highlights the text 'Nació el 05 de junio'. Below the bio, there are several photos: a red parrot, a dog, a collage of social media posts, and a group of people. The 'Formación y empleo' section lists three educational institutions: 'Escuela secundaria' (Escuela de Modelo de Jean Cartier, Promoción del 1986), 'INSTITUTO MAVOR' (Promoción del 1987), and 'HHDD' (Promoción del 1985). On the left side, there is a navigation menu with options like 'Muro', 'Información', 'Fotos (90)', 'Amigos', and 'Suscripciones (1)'. Below the menu, there is a section for 'Amigos (2209)' with two visible profiles: Antonio Rodriguez and Juan Gorri.



## Faby Gitana Quiroga

Trabajó en [emisoras varias en mza](#) (Locutora., conductora programa radial en vivo) Estudió en [ricardo lopez jordan](#) **Nació el 01 de febrero**



### Formación y empleo

#### Empresas



#### emisoras varias en mza

Locutora., conductora programa radial en vivo



#### Emisora del valle 105.5

Locutora., conductora programa radial en vivo



#### Municipalidad de San Carlos

- Muro
- Información**
- Fotos (594)
- Notas
- Amigos
- Suscriptores (20)

# facebook

**Nuevas formas de sociabilidad en la cultura electrónica. Internet y redes sociales**



Me gusta Comentar

Etiquetar esta foto

## Conclusiones

A Emi Palazzo y Karen Noelia Yusef le gusta esto.



Escribe un comentario...

Álbum: **Tesina de Grado**

Foto compartida con:  Público

Etiquetar esta foto

Descargar

Denunciar esta foto



Anuncios

## Conclusiones

A partir del desarrollo de la presente tesis denominada: “Nuevas Formas de sociabilidad en la cultura electrónica. Internet y Redes Sociales: El caso de Facebook”, hemos llegado a las siguientes consideraciones obtenidas a través del recorrido del corpus teórico y la investigación empírica realizada para confirmar o refutar las hipótesis que guiaron el proyecto.

Primeramente cabe destacar que, a modo general, podemos afirmar que en la cultura electrónica las formas de sociabilizar se traducen en términos de visibilidad. Lo expuesto queda demostrado en que, para participar de la actual sociedad, es necesario hacerse visible.

Utilizaremos la concepción de visibilidad de Alain Renaud que sintetiza nuestro tema de investigación. Para este autor, la renovación pasa, no por poner el concepto de imagen en primer plano, sino aquel mucho más global de la visibilidad cultural para comprender la imagen hoy. Por lo tanto, discursividad y visibilidad se refuerzan mutuamente: Es el concepto más global de la visibilidad cultural, esencial para comprender la imagen hoy.

Se produjo un deslizamiento tecno-cultural de las sociedades industriales, que desestabilizó el panorama constituido por las prácticas y los conceptos. A un imaginario tradicional, separado de sus condiciones técnico-materiales de producción, convendría oponer según Renaud, una antropología cultural de las superficies, capaz de rendir cuentas de las mediaciones visuales, técnicas, semánticas, estéticas que organizan la producción y reproducción de los sujetos humanos concretos de una cultura especial: El Hombre pantalla.

Mediante el análisis empírico se procuró demostrar que los sujetos elaboran imágenes para hacerlas visibles en la Red social Facebook. En dicha producción no solamente se encontraba un componente estético-técnico, sino una nueva construcción del sujeto enmarcado en la cultura electrónica, con todas las implicancias sociales y culturales que esto conlleva.

El presente digital nos expone a una de las mayores revoluciones de las relaciones interpersonales. Las redes sociales en Internet han ganado su lugar de una manera acelerada.

Kenneth J. Gergen, en su libro “El Yo Saturado. Dilemas De Identidad En El Mundo Contemporáneo”, plantea que la aparición de nuevas tecnologías, denominadas de alto nivel, (Internet, teléfonos móviles, etc.) han convertido la vida moderna en un mar turbulento de relaciones sociales, en la que rostros y voces nuevas aparecen por doquier. A modo de ejemplo citamos a Gergen: “Por obra de las tecnologías de este siglo, aumentan continuamente la cantidad y variedad de las relaciones que entablamos, la frecuencia potencial de nuestros contactos humanos, la intensidad expresada en dichas relaciones y su duración. Y cuando este aumento se torna extremo, llegamos a un estado de saturación social”<sup>49</sup>. Asimismo, él propone el concepto de “Saturación del Yo”, el cual hace referencia al efecto psicosocial que tiene el progreso tecnológico en la vida actual. El Yo se ve inmerso en una multiplicidad de relaciones, que otorgan infinitas posibilidades de comunicación, de contactos.

---

<sup>49</sup> Gergen, Kenneth J. (2006) *El Yo Saturado. Dilemas De Identidad En El Mundo Contemporáneo*. Editorial Ibérica, pág. 48.

También se pudo evidenciar que la realidad virtual, en donde las redes sociales se desarrollan, no es diferente del ámbito de la vida real, sin embargo, en Facebook se reproducen ciertas condiciones del contexto en el que aquello que es público de un sujeto y aquello que es privado, íntimo, se confunden y las diferenciaciones entre uno y otro se hacen difusas.

Apenas se entra a Facebook, la página de inicio, recibe a uno con la frase: "Facebook te ayuda a comunicarte y compartir tu vida con las personas que conoces". Esto nos invita a un espacio en el cual la propia vida se entrelaza y se "completa" con la vida de los demás. Desde el primer momento todo usuario debe considerarse advertido sobre cuál es la razón de ser de este sitio: "COMPARTIR TU VIDA", lo único que no advierte son los límites de lo que se compartirá.

El atractivo reside en ser mirado, pertenecer, circular, ser encontrado y a veces sorprendido, y seguramente lo importante es mostrarse, sin importar qué mostremos. El pensador inglés Jeremy Bentham, en el siglo XVIII apuntaba que la conciencia de ser observado condiciona nuestras acciones. Cabe la pregunta, si en la actualidad esto también se da.

Al usar Facebook, poco tardan sus participantes en darse cuenta de que todo lo que se escribe allí es inmediatamente publicado y compartido con los demás. Cualquier usuario de Facebook puede abstenerse de participar en este espacio al notar que se hace pública su intimidad. Sin embargo, todo lo contrario a lo esperable por sentido común, esto parece incentivar a los usuarios a mostrarse y a exponerse aún más.

Si bien, el propietario de la cuenta no puede controlar su información dentro de las bases de datos creadas por Facebook en el momento del registro, hemos podido acreditar que dentro de esta red social se encuentran herramientas para poder administrar la visibilidad tales como: configuraciones estrictas y parciales de la privacidad (la información brindada puede ser compartida con todo el público, con amigos, con amigos de los amigos, o bien de forma personalizada) y a través de los mensajes privados.

Hemos constatado a lo largo de la investigación empírica que más del 70 % de las cuentas seleccionadas para el análisis tienen sus perfiles completamente abiertos. Es decir, comparten toda su información (datos personales, muro, comentarios, fotos, aplicaciones usadas, estado, etc.) con sus amigos y con cualquier persona que los busque o encuentre en esta red social. Cabe destacar que, también, existen cuentas con restricciones parciales de su perfil para quienes no son sus amigos. Lo llamativo es que, en muchos de estos casos, se restringe cierta información, por ejemplo, los datos personales y el muro, pero no los álbumes de fotos. Lo que refuerza, una vez más, la idea de predominio de la imagen en la cultura electrónica.

Habría en la actualidad algo del orden del exhibicionismo explícito. Se exhibe por la necesidad de reconocimiento, cada uno sabría que lo observan por eso es explícito. Las personas muestran lo que hacen, tienen, son o quieren ser.

En la red social Facebook uno se encuentra permanentemente expuesto a la mirada y el juicio (o prejuicio) de conocidos y extraños. Mostrar algo de lo propio no creemos que sea el problema, ya que consideramos que la comunicación reside en poner en común, en participar. La cuestión discutible, que podría plantearse, se

trataría, como siempre, del exceso, o en que ese mostrarse se convierta en fuente y razón única del intercambio interpersonal.

El imparable progreso alcanzado por la tecnología ha aumentado los riesgos cotidianos de la intimidad, colocándonos a todos en una situación de vulnerabilidad e indefensión. Joaquín A. Peñalosa, sociólogo mexicano, expone que "...el chisme ahora radica en aparatos, bocinas, grabadoras y cables eléctricos, con lo que la intimidad del hombre, invulnerable hasta hace poco, hoy es un campo abierto al fácil embate de la curiosidad y la frivolidad de quien quiera"<sup>50</sup>.

Uno de los rasgos más llamativos de Facebook es que la administración de la visibilidad tiene un componente personal pero, también, se encuentra sujeta a la voluntad de terceros que exponen, sin filtro, recaudos, ni pudor alguno, fotos, imágenes e información referidas a otras personas que, en muchos casos, ni siquiera han sido consultadas para ser incluidas; creándose así un banco de datos cuya dimensión y alcance podríamos decir que, en cierta medida, supera ampliamente el siniestro panóptico de J. Bentham.

En este sentido se pudo observar durante el trabajo empírico, el fenómeno de sustracción de identidades, sin que el usuario acuse recibo de ello. Este aspecto se justifica en el armado de las personalidades ficticias, en donde se utilizó imágenes de otros usuarios para crear identidades inexistentes. Existe la posibilidad de denunciar y bloquear las cuentas donde sucede esto, pero no ocurrió dado que ningún usuario notó la falsificación de identidad.

---

<sup>50</sup> Peñalosa, Joaquín Antonio (1987) *Cada quien su Watergate, Minicharlas para amar la vida*. México, Editorial Paulinas, pág. 20.

Los cambios en los modos sociales de categorizar lo público/ privado/ íntimo pueden poner en duda su estructural función. Es por esto, que proponemos poner en debate cuestiones que nos parecen centrales para un acercamiento al problema de la subjetividad.

Los sujetos están abocados a la realización de ellos mismos. Se constituye una sociedad que le quita valor a la identidad de un nosotros, confiriéndole más valor a la identidad como un yo, volviendo al que hemos denominado estadio del yo ideal, basado en el narcisismo primario y en la fragmentación del cuerpo en sus valencias más superficialmente hedonistas.

En el recorrido de la construcción de la subjetividad el consumo pasa a ser el nuevo modo de disciplinamiento social, aún para los que no pueden consumir, ya que lo hacen como espectadores; consumen modelos, lo que vende la televisión, la radio y demás medios de comunicación, esto les da la sensación de participar.

Lo que ha sucedido es que ha cambiado la forma en que nos construimos como sujetos, la forma en que nos definimos. Lo introspectivo está debilitado. Cada vez nos definimos más a través de lo que podemos mostrar y que los otros ven. La intimidad es tan importante para definir lo que somos que hay que mostrarla. Eso confirma que existimos.

El individuo muestra en su vida corriente una máscara o fachada, para así crear una impresión convincente en los demás. Esto se puede ver reflejado en Facebook, en donde los individuos están realizando constantemente una “puesta en escena” de su vida, publican aquellos aspectos propios que ellos desean mostrar construyendo así su personaje. De esta forma, Facebook está plagado de fotos de

personas, sacadas por ellas mismas desde arriba, a la distancia que les da su propio brazo, mostrando su mejor “máscara” con el fin de dar una buena impresión a sus otros semejantes.

En relación a lo expresado anteriormente podemos arribar a la conclusión de que en realidad existe un patrón establecido en lo que se publica, las fotos, comentarios y situaciones se repiten en cada usuario, todos hacen público aspectos de su vida privada, pero los aspectos que se dan a conocer son los mismos que ofrecen los demás contactos. Pareciera que no hay nada nuevo, la vida privada de uno es igual a la vida privada del otro, todos parecen ser invitados a la misma fiesta, las poses se repiten con diferentes personajes.

En la página de inicio nos da la bienvenida la frase: “Facebook te ayuda a comunicarte y compartir tu vida con las personas que conoces”. Finalizamos el recorrido de nuestro trabajo con la pregunta, ¿cuál es la vida que terminamos compartiendo?, ¿la propia?, ¿la real?, ¿la imaginada?, ¿la fabricada según el modelo que corresponde para encajar de acuerdo a patrones culturales tácitos de pertenencia étnica, de género, de clase, de grupo, de tribu social, etcétera? ¿cuál vida y qué es lo compartimos de ella?

# facebook

Nuevas formas de sociabilidad en la cultura electrónica. Internet y redes sociales



Me gusta Comentar

Etiquetar esta foto

## Índice Bibliográfico

A Emi Palazzo y Karen Noelia Yusef le gusta esto.



Escribe un comentario...

Álbum: **Tesina de Grado**

Foto compartida con:  Público

Etiquetar esta foto

Descargar

Denunciar esta foto



Anuncios

## Índice bibliográfico

**Alberich, Jordi** (2005): *Comunicación audiovisual digital. Nuevos medios, nuevos usos, nuevas formas*. Editorial UOC.

**Anderson, Perry** (2001): *Neoliberalismo: un balance provisorio*. En Sader Emir y Gentili Pablo: *La Trama del Neoliberalismo: Mercado, crisis y exclusión social*. Buenos Aires, CLACSO/EUDEBA.

**Argumedo, Alcira** (1998): *Los laberintos de la crisis. Informe Final*. Buenos Aires, Editorial Instituto Paulo Freire.

**Armañanzas, Emy y Díaz Nocy, Javier** (1996): *Géneros de opinión. Periodismo y Argumentación*. Bilbao, Servicio Ed. Universidad del País Vasco.

**Bauman, Zygmunt** (1999): *La globalización. Consecuencias humanas*. San Pablo, Editorial FCE.

**Berlanga, I. y Martínez, E.** (2010): *Ciberlenguaje y principios de retórica clásica. Redes sociales: el caso Facebook*. En Enl@ce Revista Venezolana de Información, Tecnología y Conocimiento.

**Bettetini, Gianfranco y Fumagalli Armando** (2001): *Lo Que Queda De Los Medios. Ideas Para Una Ética De La Comunicación*. Buenos Aires, Editorial La Crujía.

**Castells, Manuel** (2000): *La era de la información. Vol. 1. La sociedad red*. Madrid, Editorial Alianza.

**Castells, Manuel** (2007): *La transición a la sociedad red*. Barcelona, Editorial Ariel.

**Choque, Aldana** (2010): Avatares de la brecha digital. *Desigualdades en el acceso y uso de nuevas tecnologías en la juventud de Cochabamba*. En revista Avatares de la comunicación. [www.ucm.es/BUCM/revistas/inf/.../MESO0909220087A.PDF](http://www.ucm.es/BUCM/revistas/inf/.../MESO0909220087A.PDF)

**Galindo Cáceres** (2009): *La Internet y sus redes sociales. Comunicología e ingeniería en*

*Comunicación social de un fenómeno aún emergente.*

<http://www.razonypalabra.org.mx/comunicarte/2009/septiembre.html>

**García Canclini, Néstor** (1990): *Culturas híbridas. Estrategias para entrar y salir de la modernidad*. Argentina, Editorial Paidós.

**García Delgado, Daniel** (1998): *Estado Nación y Globalización. Fortalezas y debilidades en el umbral del tercer milenio*. Argentina, Editorial Ariel.

**García Delgado, Daniel** (1988): *Sistemas políticos y de partidos; sistemas electorales*. Argentina, Universidad de Buenos Aires y centro de Estudios Sobre Acción Colectiva.

**Gergen, Kenneth J.** (2006): *El yo saturado. Dilemas de identidad en el mundo contemporáneo*. Editorial Paidós Ibérica.

**González Requena, Jesús** (1995): *El Discurso Televisivo: Espectáculo de la posmodernidad*. Madrid, Cátedra Signo e Imagen.

**Gubert, Roman** (2000): *El eros electrónico*. Madrid, Editorial Taurus.

**Isuani, Aldo; Filmus, Daniel y otros** (1998): *La Argentina que viene. Análisis y propuestas para una sociedad en transición*. Buenos Aires, Grupo Editorial Norma.

**Landow, George P.** (1995): *Hipertexto: La convergencia de la teoría crítica contemporánea y la tecnología*. Barcelona-Buenos Aires- México, Ediciones Paidós.

**Melich, Joan Carles** (1996): *Antropología simbólica y actuación educativa*. Buenos Aires, Editorial Paidós.

**Obbiols, Guillermo y Di Segni, Silvia** (1994): *Adolescencia, Posmodernidad y Escuela Secundaria*. Buenos Aires, Editorial Kapeluz.

**Otero Carvajal, Luis Enrique y Bahamonde Magro, Ángel** (1983): *Historia Universal, Un Mundo en Crisis*. Madrid, Publicación del Grupo 16.

**Peñalosa, Joaquín Antonio** (1987): *Cada quien su Watergate, Minicharlas para amar la vida*. México, Editorial Paulinas.

**Pérez Casas, María de la Luz** (2005): Tecnológico de Monterrey Campus Cuernavaca. <http://www.razonypalabra.org.mx/comunicarte/2005/agosto.html>

**Rappoport, Mario** (2005): *Historia Económica, Política y Social de la Argentina (1880 - 2003)*. Buenos Aires, Editorial Ariel.

**Renaud, Alain** (1990): *Videoculturas De Fin De Siglo*. Madrid, Editorial Cátedra Signo e Imagen.

**Rico, Carlos** (1979): *Cuadernos semestrales Interdependencia y trilateralismo: orígenes de una estrategia*. México, CIDE.

**Shmucler, Hector** (2011): "No creo que haya un mundo sobre el cual los medios actúen". En revista Noticias y Universidad, UNCuyo. Octubre 2011, pág.22, 23.

**Sibilia, Paula** (2008): *La intimidad como espectáculo*. Buenos Aires, Fondo de Cultura Económica.

**Silva, Alicia** (2010) *La globalización cultural y las tecnologías de información comunicación en la cibersociedad*.  
<http://www.razonypalabra.org.mx/N/n64/varia/asilva.html>

**Thompson, John B.** (1998): *Los media y la modernidad. Una teoría de los medios de comunicación*. Barcelona, Editorial Paidós.

**Van Dijk, Jan** (2008): *The Digital Divide in Europe*. Politics London and New York Routledge.

**Winkin, Yves** (1981): *La Nouvelle Communication: El Telégrafo y la Orquesta*. Editorial Cairos.

**Wolton, Dominique** (2000) *Internet, ¿Y después?, una teoría crítica de los medios de comunicación*. Barcelona. Editorial Gedisa.

<http://www.lanacion.com.ar/1362951-quieres-ser-mi-amigoa>

<http://www.prigepp.org/site/prigeppuno/3.htm>

[http://www.razonypalabra.org.mx/N/N71/VARIA/34%20GALINDO\\_REVISADO.pdf](http://www.razonypalabra.org.mx/N/N71/VARIA/34%20GALINDO_REVISADO.pdf)

<http://revista-zoom.com.ar/articulo2259.html>

<http://manuelgross.bligoo.com/content/view/516215/El-uso-de-Facebook-como-herramienta-de-marketing.html>

facebook

Nuevas formas de sociabilidad en la cultura electrónica. Internet y redes sociales



Me gusta Comentar

Etiquetar esta foto

## Índice General

A Emi Palazzo y Karen Noelia Yusef le gusta esto.



Escribe un comentario...

Álbum: **Tesina de Grado**

Foto compartida con: Público

Etiquetar esta foto

Descargar

Denunciar esta foto



Anuncios

## Índice general

1. Introducción .....	4
Capítulo I: Crisis del Estado de Bienestar .....	12
2. Crisis del Estado de Bienestar.....	12
2.1. Crisis del Estado de Bienestar ascenso del neoliberalismo.....	13
2.2. América Latina en los 80: Adaptación a la tendencia neoliberal.....	21
2.3. El Caso Argentino: Democracia Y Ajuste Estructural.....	21
Capítulo II: Globalización y crisis del Estado-Nación .....	27
3. Globalización y crisis del Estado Nación.....	27
3.1. Definición terminológica de Globalización .....	28
3.3. Globalización, Internacionalización y Multinacionalización.....	32
3.3. Los efectos de la globalización en el rol estatal: crisis del Estado Nación	35
Capítulo III: Globalización y Cultura .....	38
4. Globalización y Cultura .....	38
4.1. Concepto De Cultura.....	39
4.2. Posmodernidad: La Crisis Como Sentimiento De Época .....	43
Capítulo IV: Nuevas tecnologías de la Información y la Comunicación (NTICS): La cultura electrónica .....	48
5. Nuevas Tecnologías de la Información y la Comunicación (NTICS): Cultura Electrónica .....	48
5.1. Nuevas Tecnologías De Información Y Comunicación.....	49
5.2. La imagen en la cultura electrónica .....	54
5.3. La imagen en la mirada del otro.....	56
Capítulo V: La Sociedad Red- Red Social.....	60
6. De la sociedad red a la red social .....	60
6.1. Comunión.....	62
6.2. La red de redes: origen de Internet.....	64
6.3. Sociedad Red primera Transición .....	65
6.4. Sociedad red segunda Transición.....	66
6.5. De la red a las redes .....	67
6.6. Comunidad red .....	68
Capítulo VI: Facebook I .....	76
7. Facebook: Origen y descripción.....	76
7.1. El Origen .....	76
7.2. Expansión.....	77
7.3. Descripción exploratoria .....	80
7.3.1. Interfaz de inicio .....	80
7.3.2. Cuenta de usuario .....	86
Inicio .....	86
Perfil.....	88
Buscar amigos .....	92
Cuenta .....	94
Capítulo VII: Facebook II .....	100
8. Análisis del caso.....	100
8.1. Formas de financiación y base de datos.....	103

8.2.	Publico Privado Íntimo .....	111
8.3.	Cambio en la constitución del yo: del ideal del yo al yo ideal.....	127
8.3.1.	Estadio del espejo: desamparo y fragmentación inicial .....	127
8.3.2.	Narcisismo y yo ideal.....	128
8.4.	El lenguaje en Facebook .....	133
8.4.1.	Hipertexto: el lector como autor .....	133
8.4.2.	Nuevas formas de comunicar, posturas a favor y en contra.....	136
8.4.3.	Análisis del lenguaje del usuario de Facebook .....	138
8.4.4.	Lenguaje usado por la red social Facebook .....	139
8.5.	Imposibilidad de establecer franjas etáreas en los usos de Facebook.....	142
8.5.1.	La adolescencia como construcción cultural.....	142
	Conclusiones .....	150
	Índice bibliográfico .....	158
	Índice general .....	164