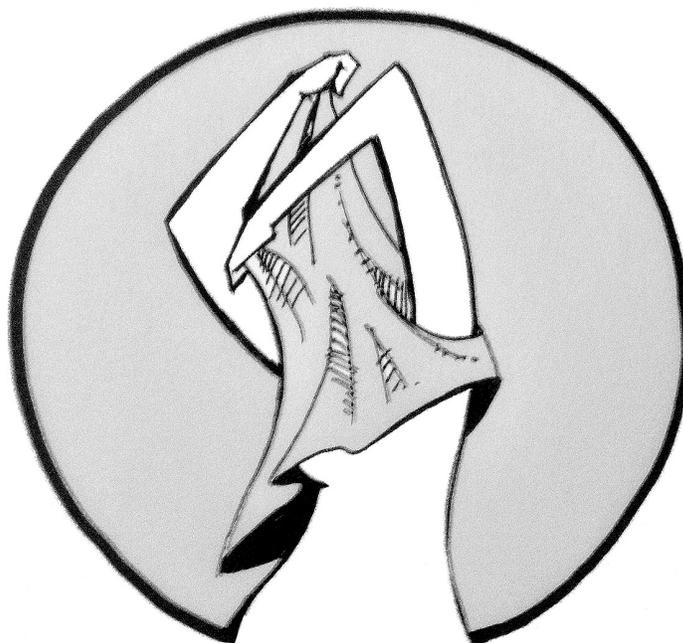


“SER” Y “ESTAR JUNTOS” EN TIEMPOS DE INMEDIATEZ

“BE” AND “BE TOGETHER” IN TIMES OF IMMEDIACY

“SER” E “ESTAR JUNTOS” EM TEMPOS DE IMEDIATISMO



María Florencia Pannunzio¹

Centro de Estudios Sociales UNNE

(Resistencia, Argentina)

pannunzioflorencia@gmail.com

Resumen: En este trabajo de reflexión se abordan las características que la construcción de la subjetividad adquiere en la posmodernidad, considerando a los espacios digitales como lugares de encuentro y de contacto con otros. ¿Cómo se están construyendo los vínculos en estos espacios de socialización? ¿Cómo se produce el despliegue de nuestras subjetividades en las pantallas que habitamos? Para ello se pondrá en perspectiva histórica los modos en que fue mutando la forma de entender la subjetividad, desde la idea de “esencia” más vinculada a la interioridad a aquella que prioriza los vínculos sociales y analiza su carácter epidérmico. El objetivo es, desde una sistematización bibliográfica, caracterizar los modos de ser y estar juntos en el espacio digital.

Palabras clave: Subjetividad, espacios digitales, vínculos sociales.

Abstract: In this paper we approached to the features subjectivity construction acquires in postmodernity, considering digital spaces as places to meet and contact with others. How are the links being built in these socialization spaces? How our subjectivities are displayed on the screens that we inhabit? We will describe from a historical perspective how the notion of subjectivity has changed, from a conception of “essence” linked to interiority, to one that prioritizes social bonds and analyzes its superficial nature. The aim of this paper is, from a bibliography systematization, to characterize the ways of being and staying together in the digital space.

Key Words: Subjectivity, digital spaces, social relations.

Resumo: Este trabalho de reflexão aborda as características que a construção da subjetividade adquire na pós-modernidade considerando os espaços digitais como pontos de encontro e contato com outros. Como estamos construindo vínculos nestes espaços sociais? Como ocorre o desenvolvimento das nossas subjetividades nas telas que habitamos? Para isso veremos os modos em que as formas de entender a subjetividade foram mutando através da história, desde a ideia de “essência” mais ligada a interioridade, até uma que prioriza os vínculos sociais e analisa seu carácter epidérmico. O objetivo é, a partir da sistematização da bibliografia, caracterizar os modos de ser e estar juntos no espaço digital.

palavras chave: Subjetividade, espaços digitais, laços sociais.

Para que el poder fluya, el mundo debe estar libre de trabas, barreras, fronteras fortificadas y controles. Cualquier trama densa de nexos sociales, y particularmente una red estrecha con base territorial, implica un obstáculo que debe ser eliminado. Los poderes globales están abocados al desmantelamiento de esas redes, en nombre de una mayor y constante fluidez, que es la fuente principal de su fuerza y la garantía de su invencibilidad. Y el derrumbe, la fragilidad, la vulnerabilidad, la transitoriedad y la precariedad de los vínculos y redes humanos permiten que esos poderes puedan actuar (Bauman, 2006:19).

La temática de la subjetividad contemporánea pareciera haberse instalado en los principales debates comunicológicos, sociológicos, antropológicos y de las ciencias sociales en general. ¿Cómo se llega a ser lo que se es? Esa pregunta que Nietzsche se hiciera hace ya más de un siglo -junto con su deseo vital de “decir quién soy yo”-, hoy se nos vuelve con un resonante eco, en especial cuando “lo que somos” y “cómo somos” aparecen desparrramados en múltiples escenarios y pantallas².

Esta necesidad imperiosa de mostrarse todo el tiempo, actuando, representando roles para otros que están ahí, al otro lado de la pantalla, con quienes tenemos contacto permanente pero fragmentado, simultáneo, discontinuo, y sin una certeza de quiénes son verdaderamente los que nos ven, los que nos miran, o cuándo lo hacen, nos permite “mostrarnos” teniendo a disposición toda una serie de recursos narrativos. Son soportes del decir, propios de un *collage*: fotografías, videos, músicas, textos, dibujos, historietas, emoticones, tipografías, frases, sonidos, onomatopeyas, pinturas, y un sinfín de potencialidades expresivas por combinar para decir “qué hacemos”, “quiénes somos” y “cómo somos”.

A modo anecdótico e introductorio, es llamativo el caso de Zilla Van Den Born³, la estudiante holandesa que durante 43 días en el año 2014 simuló haber hecho un viaje por Tailandia, Camboya y Laos, habiendo estado encerrada en una habitación. Con el objetivo de mostrar cuán fácil es distorsionar la realidad o mostrar lo que no es, ella fingió haber hecho un viaje prolongado. Realizó llamadas por *skype*, envió mensajes de texto durante la madrugada para aumentar su credibilidad, manipuló con *photoshop* imágenes de playas paradisíacas poniéndose a ella, allí mismo, cocinó comida típica de esos países y hasta compró recuerdos asiáticos en un mercado para “montar” su mentira. Sus padres, familiares y compañeros cayeron en la broma.

La puesta en escena en escenarios digitales fue tematizada por Paula Sibia (2008), haciendo alusión a un “**show del yo**”, por medio del cual los sujetos se muestran. Siguiendo a Foucault y Deleuze, quienes indagan en los mecanismos disciplinarios del poder en las sociedades industriales y post-industriales, y hablan respectivamente de “sociedades disciplinadas” y “sociedades de control”, Sibia da cuenta cómo todos los cambios científicos, tecnológicos, sociales y culturales que hoy estamos viviendo no se limitan a las tecnologías, sino que dan indicios de un nuevo régimen de poder. Ella refiere que “No se trata apenas de Internet y sus mundos virtuales de interacción multimedia” (Sibia, 2008, p.19), sino que estamos en una época de transición desde una formación histórica anclada en el capitalismo industrial, desde fines del siglo XVIII hasta mediados del XX, hacia otro tipo de organización social que empezó a delinearse en las últimas décadas, y es precisamente el momento histórico que intentamos describir.

En relación a esta subjetividad espectacularizada, que se exhibe por doquier, la pregunta que me interesa abordar es ¿qué lugar le cabe a los vínculos sociales con sujetos que hoy están construyéndose así?: sujetos siempre visibles, con un grado de centralidad o narcisismo importante, con una auto-valoración positiva; todo ello avalado por una serie de “me gusta”⁴ que refuerzan ese ego. Es decir, me interesa pensar ¿cómo son los vínculos a partir de la mediación de estas herramientas? ¿Qué tipos de interacción habilitan? ¿Cómo es el tono o los modos de conversación? Entendiendo que la mediación de estas herramientas introduce cambios tanto en los modos de sociabilidad como en los modos en que estos sujetos, quienes utilizan las herramientas como espacios de encuentros e interacción con otros, se perciben a sí mismos y a su entorno.



Imagen 1. SELFIE. Práctica de mostrarse con fotografías a uno mismo. Diseñado por Rincón del Ego

De Moraes (2007) explicitaba esto al decir que:

En la frenética actualidad, las relaciones humanas tienden a virtualizarse o telerrealizarse en el escenario de la mediatización, caracterizado por mediaciones e interacciones basadas en dispositivos teleinformativos. Las tecnointeracciones ejercen una acusada influencia en los patrones de sociabilidad y en las percepciones de los individuos. (p. 24)

Una de las particularidades de las interacciones es el espacio digital de mediación social, y en este sentido cabría remarcar que:

el medio no hace la interacción, pero sí sugiere rutas para la acción, por lo que los entornos virtuales se convierten en nuevos espacios para el intercambio humano, para el modelamiento mutuo entre las reglas que se imponen desde lo que Anthony Giddens (1984) denominó “estructura” y la capacidad de “acción-en-el-mundo” que poseen los actores. (Arcila Calderón, 2008)

¿Cómo se están construyendo los vínculos íntimos en estos escenarios de socialización?
¿Cómo es posible entablar vínculos “profundos”, “estables”, “duraderos”, cuando en la inmediatez y la mediatización absoluta se nos invita a lo efímero, lo superficial, lo

atemporal? ¿Es posible hablar hoy de amistades, amores, relaciones en general con el aire de “para toda la vida” de antaño? El “para siempre” ¿cuánto dura? La problemática sobre los vínculos sociales, así planteada, encierra tiempos diversos. Las nociones en torno a lo “profundo” y lo “estable” parecieran provenir de formas de analizar las relaciones sociales en la modernidad y no en la contemporaneidad o posmodernidad. Hay una contradicción que merece ser pensada, en tanto su historicidad nos permite comprender de diversas formas estos polos vinculares: profundos/efímeros.

De Moraes (2007) cita a Bauman quien ayuda a introducir en el debate:

El parámetro con que se mide el valor de la experiencia tiende a ser su capacidad para producir entusiasmo, no la profundidad de sus impresiones... como otras ofertas culturales seductoras, la experiencia debe adecuarse “al máximo impacto y la inmediata obsolescencia”, despejando el terreno rápidamente para nuevas y apasionantes aventuras.

Este sentido del valor de lo efímero, del disfrute del “momento” en tanto experiencia significativa, se traslada también a determinadas interacciones sociales. Con una mirada puesta sobre las relaciones entre el mercado, la ciencia y la medicina para pensar desde allí a la construcción de subjetividades, Sibilia (2008) ilustra el pasaje de una subjetividad interiorizada a una exteriorizada de la siguiente manera:

En medio de los vertiginosos procesos de globalización de los mercados, en el seno de una sociedad altamente mediatizada, fascinada por la incitación a la visibilidad y por el imperio de las celebridades, se percibe un desplazamiento de aquella subjetividad “interiorizada” hacia nuevas formas de autoconstrucción. En un esfuerzo por comprender estos fenómenos, algunos ensayistas aluden a la sociabilidad líquida o a la cultura somática de nuestro tiempo, donde aparece un tipo de yo más epidérmico y dúctil, que se exhibe en la superficie de la piel y de las pantallas. Se habla también de personalidades alterdirigidas y no más introdirigidas, construcciones de sí orientadas hacia la mirada ajena o exteriorizadas, no más introspectivas o intimistas. E incluso se analizan diversas bioidentidades, desdoblamientos de un tipo de subjetividad que se apuntala en los rasgos biológicos o en el aspecto físico de cada individuo. Por todo eso, ciertos usos de los blogs, fotologs, webcams y otras herramientas como My Space y YouTube, serían estrategias que los sujetos contemporáneos ponen en acción para responder a estas nuevas demandas socioculturales, banalizando nuevas formas de ser y estar en el mundo” (p. 28)

Aunque no puedo estar completamente de acuerdo con Sibilia, -porque en sus términos (2006) no somos “sujetos sociales” o “personas sociales”, sino meros “productos” que nos construimos y reprogramamos a gusto y *piacere* en función a lo que el mercado nos ofrece- esta caracterización me permite comprender mejor el

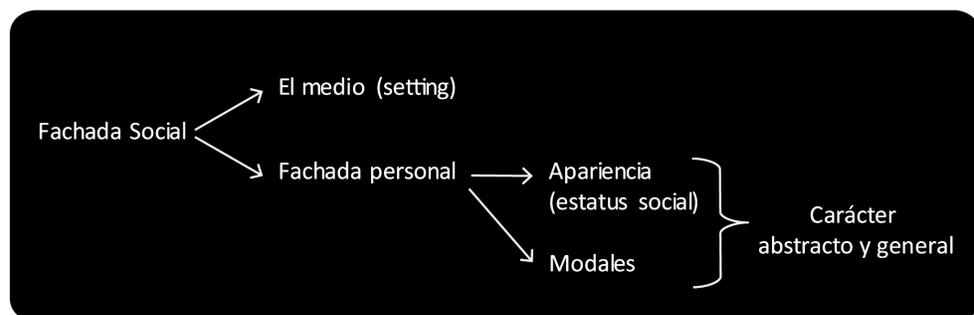
desplazamiento que se produce desde una subjetividad interiorizada, propia de aquella que se construía en la intimidad y que era un trabajo que exigía “conocerse a uno mismo”, hacia una subjetividad exteriorizada, donde el lugar que ocupan los “otros”, al mirar, al reconocer las acciones de alguien, es parte fundamental del establecimiento de un “yo” y un “nosotros”.

La presentación de la persona en la vida cotidiana (y digital)

La puesta en escena de los roles o personajes que asumimos como así también las relaciones que entablamos con otros fueron temas ampliamente trabajados por Ervin Goffman, uno de los fundadores de la microsociología. En “*La presentación de la persona en la vida cotidiana*” (2006) introduce una perspectiva de la actuación o representación teatral, para dar cuenta cómo el individuo se presenta y presenta su actividad ante otros y cómo, en la interacción, el individuo busca controlar la impresión que los otros se forman de él.

Para tratar de describir y caracterizar el modo en que nos presentamos a nosotros mismos en los espacios digitales -correo electrónico, redes sociales, redes laborales, etc.-, voy a retomar el desarrollo teórico de Goffman respecto las “fachadas” (2004, pp. 33-42). En los términos del sociólogo canadiense **la fachada** “es la dotación expresiva de tipo corriente empleada intencional o inconscientemente por el individuo durante su actuación”(Goffman, 2004, p. 34). Es un aspecto de la persona que funciona regularmente, y cuyas partes constitutivas serían: 1) el medio, 2) la fachada personal compuesta a su vez por la apariencia (status social) y los modales. Estos últimos subconjuntos dan lugar a un carácter abstracto y general.

De manera resumida puede graficarse así:



Goffman (2004) explica que **el medio** “incluye el mobiliario, el decorado, los equipos y otros elementos propios del trasfondo escénico, que proporcionan el escenario y utilería para el flujo de acción humana que se desarrolla ante, dentro o sobre él”(p. 34). Al tiempo que leemos su explicación, nos es imposible no pensar en los espacios que hoy compartimos, y cuyas formas de nombrarlos nos son comunes: “perfiles”,

“estados”, “muros”... son los escenarios digitales que vamos “completando” con información, puesta tanto en palabras como en imágenes; escenarios que vamos construyendo según nuestros gustos y nuestros estados anímicos.



Imagen 2. Redes sociales.

En estos espacios vamos narrando nuestras propias vidas, nuevas biografías, en un juego de escritura que remite a la “colaboración” constante de aquellos que entran en contacto con nosotros: nos hacen comentarios, comparten emoticones representando sus sentimientos, interactúan con nosotros y con los contenidos de modos diversos.

Hace unos años Anthony Giddens (1997) remarcaba que la “identidad de yo” era puesta en el centro de la escena:

Una autobiografía -en especial en el sentido amplio de historia interpretativa del yo presentada por el individuo en cuestión, tanto si está puesta por escrito como si no- se sitúa en la actualidad en el centro de la identidad del yo en la vida social moderna. Como cualquier otra crónica formalizada, se trata de algo que debe ser elaborado y exige obviamente recursos creativos. (p. 101)

Hoy pareciera evidente que nuestra biografía se “debe” compartir en distintos espacios digitales, donde se nos invita a presentarnos y a poner en escena todas nuestras relaciones. Una carta de presentación audiovisual, que nos “deja al descubierto” frente a muchos otros que pasan a obtener información personal de primera mano: Nombre y apellido o “apodo” (nickname), imagen de perfil, edad, ubicación, gustos e intereses, breve descripción de uno mismo, si tienes relaciones de pareja (y de qué tipo), tu árbol genealógico: madre, padre, hermanos, primos, pareja -estas opciones se dan especialmente en Facebook -, entre otros datos sensibles.

Considerando la perspectiva teatral, Goffman (2004) remarcaba que la diferencia entre el escenario teatral, y el escenario de la vida real, no reside sólo en que el primero remite a hechos ficticios, mientras que el segundo a hechos presumiblemente reales. Hay algo que el sociólogo indica como más importante: En las obras teatrales el actor asume un personaje ante personajes interpretados por otros actores, y el público se constituye en el tercer partícipe de la interacción, pero en la vida real sólo hay dos participantes, por lo cual “el papel que desempeña un individuo se ajusta a los papeles representados por los otros individuos presentes y sin embargo estos también constituyen el público”(p. 11).

Hay una proyección del sí mismo que se va volcando en nuestros perfiles digitales, y donde vamos representando (narrando) cómo somos o quiénes somos:

La pregunta sobre cómo somos o de dónde venimos (sorprendentemente actual en el horizonte político/mediático) se sustituye, en esta perspectiva, por el cómo usamos los recursos del lenguaje, la historia y la cultura en el proceso de devenir más que de ser, cómo nos representamos, somos representados o podríamos representarnos. No hay entonces identidad por fuera de la representación es decir, de la narrativización -necesariamente ficcional- del sí mismo, individual o colectivo (Arfuch, 2002, p. 22).

En las interacciones sociales se ponen en juego, entonces, distintas concepciones que un sujeto tiene sobre sí mismo, lo que intenta proyectar o mostrar, y lo que sus pares - su “público”- perciben e interpretan de él. Al respecto Goffman (2004) dice:

Cuando permitimos que el individuo proyecte una definición de la situación al presentarse ante otros, debemos también tener en cuenta que los otros, por muy pasivos que sus roles puedan parecer, proyectarán a su vez eficazmente una definición de la situación en virtud de su respuesta al individuo y de cualquier línea de acción que inicien hacia él (p. 21)

Si analizamos algunos modos de interacción que se producen con la mediación de ciertos espacios digitales, es posible reconocer las dificultades reales de dar cuenta de esa parte de la interacción que hace a la gestualidad y al compartir exactamente

la misma situación contextual -una habitación, un living, un salón, etc.-, porque las posibilidades de “observar” las gestualidades y toda su carga emotiva, valorativa, política, simbólica, se anula o modifica. A no ser que quien interactúa en esos espacios, volviéndose público y también actor, se manifieste de algún modo: indicando que algo “Le gusta”, “comentando” algún posteo, marcando que “sigue” determinada persona, grupo, empresa, artista, etcétera, la interacción no podría manifestarse.

Esto nos lleva a reconocer que estos canales de interacción están habilitando otros modos de encuentro, un tanto fragmentados, no-lineales, pero que permiten establecer puntos de intercambio, permiten poner en común ideas, frases, momentos, saberes, dolores; que quizás reciban alguna respuesta o interacción tanto por los espacios digitales como los presenciales. Un aspecto a considerar es que lo que aparece en las pantallas no “muere” ahí, sino que tiene incidencia en la vida cotidiana y en los espacios de encuentro cara a cara entre las personas: Toda proyección digital debe pensarse en su correlato con lo presencial/empírico.

Estas interacciones pueden observarse, por ejemplo, en el creciente uso de imágenes y videos que las personas comparten por distintas vías -que siempre muestran aspectos de la persona y su personalidad- y que tienden a viralizarse: cadenas de correos electrónicos, reenvíos en los grupos del Whatsapp, “compartiendo” o “retuiteando”⁶ y a la par “etiquetando” a nuestros “amigos”, tanto en Facebook como en Twitter, posteando en Instagram y obteniendo corazones -una función que se asemeja al “me gusta” de Facebook-. Hay aspectos de la persona que pueden entrecerse en lo que comparte: frases sobre la vida, chistes subidos de tono o no, videos con *bloopers*⁷ o con discursos políticos, oraciones a distintos santos, juegos, etc...

Sin embargo, a pesar del contacto permanente, la idea de “vínculo” en estos espacios se conecta más con la noción de mera conexión o intercambios de mensajes o imágenes... generalmente no hay conversaciones profundas o extensas, o discusiones sobre cualquier temática o problemática social, política o cultural que pueda ser sostenida en el tiempo en estos espacios digitales. Aunque esta salvedad quede hecha, se puede decir que sí son excelentes herramientas para la concreción de encuentros presenciales, o para, en el establecimiento de esos contactos efímeros, poder acordar sobre ideas y acciones concretas: Tal fue el caso de diversas manifestaciones en el espacio público donde se congregaron cientos de personas por motivos bien distintos: marchas políticas que atravesaron Argentina como las del caso Nisman⁸, encuentros como el de “Ni una Menos”, movimientos ecologistas proponiendo apagones de luz, la movilización del #YoSoy132 en México, el Movimiento #15M con el que los indignados españoles tomaron las calles de Madrid, las manifestaciones que entre 2010 y 2013 se conocieron como Primavera Árabe, las movilizaciones en Brasil, Estambul, Estados Unidos, Chile... entre otros.



Imagen 3. Marcha Ni Una Menos, en Argentina.



Imagen 4. #NiUnaMenos, manifestaciones contra la violencia de género



Imagen 5. Marcha del Silencio por Nisman, en Argentina

Tomando como ejemplos estas interacciones, puede verse al mismo tiempo cómo estos espacios digitales, tan propios de la cultura masiva, están actuando como vectores en los procesos de subjetivación. Félix Guattari (1996), analizaba a las subjetividades como producidas por distintas instancias individuales, colectivas e institucionales, donde los elementos provenientes de los medios masivos no pasan desapercibidos:

... las máquinas tecnológicas de información y comunicación operan en el corazón de la subjetividad humana, no únicamente en el seno de sus memorias, de su inteligencia, sino también de su sensibilidad, de sus afectos y de sus fantasmas inconscientes. La consideración de estas dimensiones maquínicas de subjetivación nos mueve a insistir, en nuestra tentativa de redefinición, sobre la heterogeneidad de los componentes que agencian la producción de subjetividad. Encontramos así: 1) Componentes semiológicos significantes manifestados a través de la familia, la educación, el ambiente, la religión, el arte, el deporte...; 2) elementos fabricados por la industria de los medios de comunicación, del cine, etc. y 3) dimensiones semiológicas a-significantes que ponen en juego máquinas informacionales de signos, funcionando paralelamente o con independencia del hecho de que producen y vehiculizan significaciones y denotaciones, escapando, pues, a las axiomáticas propiamente lingüísticas (p. 15)

Aparecen así la mención a distintas instituciones que nos atraviesan en la vida cotidiana, y también el rol que los medios masivos cumplen en nuestras vidas, aunque no “determinando” o “limitando”, sino ayudándonos a forjar una visión del mundo, de lo que nos rodea, y de lo que somos y hacemos como sociedad.

Ser con Otros: los vínculos como constructores de subjetividad

“¿Qué hacer? ¿Cómo actuar? ¿Quién ser? Son cuestiones fundamentales para cualquiera que viva en las circunstancias de la modernidad tardía, y a las que respondemos todos en uno u otro plano, discursivamente o por medio de nuestro comportamiento social diario. (Giddens, 1997:93)

Para analizar cómo se establecen los vínculos sociales es preciso también indagar en los aspectos sociales, culturales, económicos y políticos que condicionan, **pero no determinan**, nuestras elecciones cotidianas. Fundamentalmente, en tanto habilitan **modos de ser**, remiten a procesos de subjetivación que nos atraviesan y cuyas variaciones a lo largo de la historia pueden ser identificables, tal como lo han mostrado Foucault (1975), Taylor (2006), Elías (1987), Sibilía (2008). La Dra. Vanina Papalini expresaba que la subjetividad no es alma, no es conciencia, está encarnada. Es un cuerpo que piensa. No hay subjetividad de época, lo que hay son procesos de subjetivación de época. Estos procesos de sujeción son incompletos... La subjetividad es el resultado⁹.

Hasta hace unas décadas era imposible pensar en que un individuo podía “construirse” a sí mismo, podía dotarse de un lugar o un “ámbito” de acción a partir de sus intereses o gustos... Esto explicaba Giddens (1997) al decir que:

La idea de que toda persona tiene un carácter único y posibilidades especiales, susceptibles o no de cumplirse, es ajena a la cultura premoderna. En la Europa medieval el linaje, el género, el rango social y otros atributos decisivos para la identidad estaban relativamente fijados. A lo largo de los diversos estadios de la vida se producirían cambios; pero tales cambios estarían dirigidos por procesos institucionalizados y el papel del individuo en ellos era relativamente pasivo. (p. 98)

Por el contrario, y siguiendo a Leonor Arfuch (2010) la identidad sería entonces no un conjunto de cualidades predeterminadas -raza, color, sexo, clase, cultura, nacionalidad, etc.- sino una construcción nunca acabada, abierta a la temporalidad, a la contingencia.

Ese panorama “pre-moderno”, expuesto por Giddens en el apartado “identidad del yo, historia, modernidad”, se modifica en la modernidad, donde los procesos de individuación pasan a tener un peso fuerte en la conformación de las subjetividades. Así, la idea de una **“construcción del yo”** es posible e incluso fomentada desde diversos ámbitos de socialización: la escuela, la universidad, el trabajo, los medios de comunicación, la vida misma... uno puede elegir “quién ser”. “En términos de nuestras visiones del yo, nuevas imágenes de multiplicidad, heterogeneidad, flexibilidad y fragmentación dominan el pensamiento actual sobre la identidad humana” (Turkle, 1997:226)

No sólo no hay una idea de “núcleo” o “esencia” del individuo que radique en su interior y lo defina, sino que sus modos de ser pueden ser múltiples y fragmentados, diversos y complementarios; además tienen lugar con la “ayuda” de algunas herramientas técnicas y/o tecnológicas. Gergen (2006) explicaba que:

“En términos de Jean Baudrillard, “nuestra esfera privada ya no es más la escena en que se representa el drama del sujeto reñido con sus objetos y con su propia imagen; ya no existimos como dramaturgos o actores, sino como terminales de redes múltiples” (p. 204).

Para tratar de comprender los vínculos que se establecen con otros es imprescindible hablar de inter-subjetividades: La definición sobre cómo soy y quién soy requiere del establecimiento intersubjetivo. Es decir, no se puede “ser” en soledad, es necesario el reconocimiento de otros, que moldeen la propia auto-percepción, ya sea mediante el contraste de las prácticas o de las significaciones -es decir, lo que el otro hace y yo considero apropiado o no, o considero importante o innecesario, por ejemplo-, o bien mediante las representaciones que tengo de “mi mismo/a”. Así, la relación, la construcción del vínculo, requiere de tiempos y esfuerzos mutuos.

La concepción contemporánea de las identidades, a la luz del psicoanálisis, la lingüística, y las teorías del discurso, se aleja de todo esencialismo -en tanto conjunto de atributos “dados”, preexistentes- para pensar más bien su cualidad relacional, contingente, su posicionalidad en una trama social de determinaciones e indeterminaciones, su desajuste -en exceso o en falta- respecto cualquier intento totalizador. La identidad -en singular- será vista entonces como un “momento” identificatorio en un trayecto nunca concluido, donde está en juego tanto la mutación de la temporalidad como la “otredad del sí mismo (Arfuch, 2002:11).

Goffman (2006) decía que el hecho de que pasemos la mayor parte de nuestra vida diaria en presencia inmediata de los demás es algo inherente a la condición humana y que, por ello, nuestros actos están *socialmente situados* en un sentido estricto. Por ello es preciso reconocer que la puesta en escena de facebook está circunscripta a un ámbito electrónico, con fronteras difusas, con observadores potenciales - considerando que no sabemos bien quiénes realmente ven nuestra actuación-, y cuyos elementos principales para el despliegue material, los “objetos” o la “dotación de signos”, refieren a imágenes, textos, videos, enlaces. Goffman (2006), para explicar cómo el “actor” realiza sus acciones siempre teniendo en cuenta la mirada externa y las expectativas y estereotipos del grupo “observador”, reconocía que “dichas impresiones tienen un aspecto idealizado, porque si el actuante ha de tener éxito debe ofrecer el tipo de escenario que materialice los estereotipos extremos de desastrada pobreza del observador”. (p. 52)

A su vez, Goffman remarcaba cómo existen “disposiciones”, o códigos compartidos, a los cuales cada “actor” debe adecuarse tanto para la puesta en escena como para el establecimiento del vínculo:

Todas estas características generales de la actuación pueden verse como limitaciones de la interacción que se burlan del individuo y transforman sus actividades en actuaciones (...)Y como al individuo se le exigirá valerse de signos para construir una representación de su actividad, la imagen que construya, por fiel que sea a los hechos, estará sujeta a todas las disposiciones a que están sujetas las impresiones (2006, p. 76)

Tal como vengo diciendo, aparecen con varios autores, referencias a la construcción del yo (Giddens, 1997; Gergen, 2006; Goffman, 2006; Thompson, 1998); un yo que debe a su vez rendir cuentas o “actuar” ante públicos diversos, estableciendo vínculos con otros. Cuando esas construcciones se trasladan a los escenarios digitales es preciso mantenerse alertas para no confundir (o fundir) a lo que ocurre como si ello sólo permaneciera en el orden de las imágenes. Gergen nos llama la atención al respecto:

... al mismo tiempo que todo se vuelve imagen, gradualmente pierde su fuerza el distingo entre lo real y lo simulado; a esta altura, la significación descriptiva y explicativa del concepto de un yo verdadero e independiente comienza a desaparecer, y uno está preparado para ingresar en la tercera y última etapa donde el yo será sustituido por la realidad relacional: la transformación del “yo” y el “tu” en el “nosotros” .

Es decir, para Gergen, lejos de pensar al sujeto como alguien que se construye en su interioridad o por sus propios medios, la realidad “relacional” tiene un peso fuerte en los modos de constitución del yo.

En la cita introductoria a este trabajo, recuperé un pasaje de Bauman (2006) donde refiere a cómo el poder hoy requiere de la existencia de vínculos o redes livianas, fáciles de quebrar, difíciles de organizarse para el consenso. En “Modernidad líquida” él pone en cuestión que “...los sólidos que han sido sometidos a la disolución, y se están derritiendo en este momento, el momento de la modernidad fluida, son los vínculos entre las elecciones individuales y los proyectos y acciones colectivos -las estructuras de comunicación y coordinación entre las políticas de vida individuales y las acciones políticas colectivas” (2006, p. 11).

Sin embargo, pareciera que el poder *-el establishment político-* se enfrenta con una difícil tarea en tanto cada vez pareciera más fácil “juntarse”, y organizarse. La relación social no puede pasar meramente por el orden de las imágenes y de las apariencias. Es preciso el establecimiento de un vínculo unido a una acción.

Si bien es muy difícil pensar en proyectos colectivos sólidos, sí existen acciones colectivas que fácilmente pueden gestionarse y concretarse con la mediación de estos espacios. Algo de esto refieren Piotet y Pissani (2009) al decir que hoy es preferible hablar de una “alquimia de las multitudes”, más que de una “inteligencia colectiva”¹⁰; porque pensar y hablar de una gran cantidad de sujetos interconectados no hace a calidad ni de proyectos ni de información, ni asegura la conformación de verdaderos procesos participativos. Pero estos espacios digitales sí ofrecen a esas “multitudes” una estructura, una disposición horizontal de la información, donde cualquiera puede convertirse en un “nodo” importante dentro de la red. Las posibilidades están al alcance de la mano pero, como la historia misma de los medios lo ha demostrado en más de una ocasión, las tecnologías no terminan importando tanto como los usos y apropiaciones (y negociaciones) que los sujetos hacen de ellas.

A modo de cierre

A través de estas líneas se propuso reflexionar sobre un fenómeno comunicacional que parece fundamental para entender cómo se están redefiniendo nuestros “modos de estar juntos”, al decir de Martín-Barbero (2002), tomando como punto de referencia a los modos de interacción en espacios digitales con su íntima relación con los espacios presenciales, y los muchos modos de determinación e indeterminación que se habilitan desde la co-presencia de ambos espacios. Se Procuró poner en perspectiva histórica

cómo se piensan, comprenden, interpretan a los vínculos sociales de un tiempo a esta parte. De la misma manera se procuró describir situaciones concretas de vínculos cotidianos que aparecen mediados por algunas tecnologías, y tendencias que pueden identificarse.

Es evidente que los modos de sociabilizar cambiaron, y que hoy no pueden pensarse por fuera de estos espacios digitales, ya que en algún punto dan el tono a las relaciones actuales. Esta aseveración puede ser fácilmente comprobable observando o escuchando con atención a “conversaciones” que surgen en reuniones entre amigos, en salidas a pasear, en asados de los domingos, y casi en cualquier situación social que hoy compartan quienes viven en zonas urbanas y en algunos casos, rurales: “¿Viste lo que publicó Fulana en Facebook?”, “Leíste las discusiones que se armaron en Twitter con la entrevista de Fantino a Tévez¹¹?”, “Chicas, no publiquen fotos de la salida de anoche...”. Estos ejemplos son más comunes de lo que parecen... Desde el deseo de “producir” fotos o videos para mostrarlo/exhibirlo en las redes, dando cuenta del presente, del momento actual compartido, y haciéndolo público en espacios digitales; hasta los elementos que nos acompañan, como celulares, cámaras de fotos, palos para tomar fotografías selfies, etc., dan cuenta del lugar central que estos espacios están teniendo en la construcción de nuestra propia subjetividad y puntualmente de los vínculos sociales que establecemos.

Notas

¹ Becaria CONICET, Estudiante del Doctorado en Comunicación, Universidad Nacional de La Plata, Argentina.

² Esta producción consiste en el trabajo final del Seminario del Doctorado en Comunicación de la Universidad Nacional de La Plata (ARG) a cargo de los profesores Carlos Vallina y Natalia Aguerre, denominado “Campo intelectual. Discusiones y debates contemporáneos” (2014). Allí nos propusimos discutir aspectos sobre “Las fronteras contemporáneas, técnicas y escenarios de la comunicación”.

³ La noticia puede leerse en el siguiente link: <http://marcianosmx.com/mujer-engana-amigos-facebook-fingiendo-vacaciones/>

⁴ El “me gusta” es una acción que puede realizarse en los espacios digitales. Es una muestra explícita de acompañamiento “positivo” sobre algo (una frase, una imagen, una foto, un enlace) que alguien “postea”, es decir, “publica” en su propio perfil digital. La expresión “me gusta” es propia de la plataforma Facebook, mientras que en otros espacios se llama “marcar como favorito” (Twitter), o marcar con un corazón (Instagram), clicar en el “1+” (de Google), etc. Es decir, no importa a qué plataforma virtual nos aboquemos, siempre vamos a encontrar acciones del tipo “me gusta” para “conectarnos” con otros.

⁵ *The Presentation of Self in Everyday Life* (1959)

⁶ Retuitear, es el verbo con el cual se indica que se replica en el propio espacio digital una frase escrita por otro. Es una reproducción.

⁷ El término se utiliza para referir a un hecho que nos produce vergüenza en público, ya sea una caída graciosa, o una equivocación. Es un momento que si está registrado en imagen o video, tiende a viralizarse.

⁸ Alberto Nisman (5 de diciembre 1963- 18 de Enero 2015, Buenos Aires - Argentina) fue un fiscal argentino que alcanzó notoriedad por tener a su cargo la causa AMIA (por un atentado terrorista con coche bomba a la sede de la Asociación Mutual Israelita Argentina, efectuado en 1994, donde

fallecieron 85 personas y 300 resultaron heridas). Él solicitó el procesamiento de Mauricio Macri (por entonces Jefe de Gobierno de la ciudad de Buenos Aires) y otros funcionarios, acusándolos de la organización de un sistema de espionaje a ciudadanos que incluía a activistas de la causa AMIA. Años más tarde, Nisman denunció a Cristina Fernández de Kirchner (por entonces Presidenta de Argentina) por encubrimiento a un grupo de sospechosos de la causa AMIA con la firma del Memorandum de Entendimiento Argentina-Irán. Fue encontrado muerto de un disparo en la cabeza, en su vivienda, horas antes de presentarse a declarar para fundamentar su denuncia ante la Comisión de Legislación Penal de la Cámara de Diputados de la Nación Argentina. Su muerte produjo movilizaciones en todo el país, pidiendo el esclarecimiento del hecho, que fue caratulado como “muerte dudosa”, generando especulaciones sobre si fue un homicidio o un suicidio.

⁹ Notas propias tomadas durante el curso “Aproximaciones al campo comunicacional: subjetividad, cultura masiva y configuraciones sociales contemporáneas” (Doctorado en Comunicación, Universidad Nacional de La Plata, Argentina). La Dra. Vanina Papalini es Investigadora Adjunta del Consejo Nacional de Investigaciones Científicas y Técnicas (CONICET), cuya especialidad es la formación de subjetividades en la cultura masiva.

¹⁰ “Inteligencia colectiva” es la metáfora elegida por Howard Reighnold (2004) para explicar cómo se generan y funcionan las “comunidades virtuales”, atendiendo a los procesos colaborativos y de creación conjunta.

¹¹ Alejandro Fantino (periodista argentino) y Carlos Tévez (jugador de fútbol, de nacionalidad argentina).

Referencias

- Arcila Calderón, C. (2008) “Categorías para la comprensión de las interacciones digitales. La identidad como mediadora de la comunicación en los entornos virtuales”. Revista Telos, cuadernos de comunicación e innovación. N° 77. Disponible en <http://telos.fundaciontelefonica.com/telos/articulodocumento.asp?idarticulo=2&rev=77.htm>
- Arfuch, L. (2002) El Espacio biográfico. Dilemas de la subjetividad contemporánea. Fondo de Cultura Económica, Buenos Aires.
- Bauman, Z. (2006) “Modernidad líquida”. Fondo de Cultura Económica, Argentina. 6ta. reimpression.
- De Moraes, D. (Coord.) (2007) “Sociedad mediatizada”. Editorial Gedisa.
- Elias, N. (1987) El proceso de la civilización. Investigaciones sociogenéticas y psicogenéticas. Fondo de Cultura Económica: Madrid.
- Gergen, K (1997, 2006) El yo saturado. Paidós: Barcelona
- Giddens, A. (1997) Modernidad e identidad del yo. El yo y la sociedad en la época contemporánea. Barcelona, Península.
- Goffman, E. (2006) “La presentación de la persona en la vida cotidiana”. Amorroutu editores, Buenos Aires. 5ta. reimpression.
- Guattari, F. (1996) “Caósomosis”. Ediciones Manantial: Buenos Aires.
- Martín Barbero, J. (2002) “La educación desde la Comunicación”. Editorial Norma:
- Piotet, D. y Pisani, F. (2009) “La alquimia de las mutitudes. Cómo la web está cambiando al mundo.” Paidós: Buenos Aires.
- Taylor, Ch. (2006) “Imaginario sociales modernos”. Paidós, Barcelona.
- Thompson, J. (1998) “Los media y la modernidad. Una teoría de los medios de comunicación”. Paidós: Barcelona.
- Turkle, S. (1997) La vida en la pantalla. La construcción de la identidad en la era de Internet. Paidós.
- Sibilia, P. (2008). “La intimidad como espectáculo”. Fondo de Cultura Económica, Buenos Aires
- Sibilia, P. (2006) “El hombre postorgánico. Cuerpo, subjetividad y tecnologías digitales”. Fondo de Cultura Económica, Buenos Aires.

Recibido: septiembre 30 de 2016

Aprobado: diciembre 15 de 2016